vinetur

Cruzcampo sieht sich als meistverkaufte spanische Biermarke Großbritanniens

Das Lagerbier aus dem Heineken-Konzern wird nach eigenen Angaben inzwischen in mehr als 18.500 Pubs und Bars im Vereinigten Königreich ausgeschenkt

Dienstag, 10. November 2026



Cruzcampo ist nach eigenen Angaben zur meistverkauften spanischen Biermarke im Vereinigten Königreich geworden und wird dort inzwischen in mehr als 18.500 Pubs und Bars ausgeschenkt. Das teilte das Unternehmen am Dienstag unter Berufung auf NielsenIQ-Daten vom September 2026 mit.

Die Marke, die zu Heineken gehört und 1904 in Sevilla gegründet wurde, liegt nach eigenen Angaben auf dem britischen Markt bei spanischen Biermarken sowohl beim Absatzvolumen als auch beim Absatzwert an der Spitze. Zudem habe Cruzcampo beim Wert den dritten Platz unter allen im Vereinigten Königreich verkauften Fassbiermarken erreicht – darunter einheimische und internationale Wettbewerber.

Die Zahlen deuten auf eine starke Position der spanischen Marke in der britischen Gastronomie hin, wo der Bierabsatz über Pubs und Bars ein wichtiger Wettbewerbsfaktor für Brauereien bleibt. Cruzcampo zufolge entfällt mehr als jedes dritte im Vereinigten Königreich unter einer spanischen Marke verkaufte Bier auf die eigene Marke. Das insgesamt auf dem Markt verkaufte Volumen entspreche rund 900.000 Pints pro Tag.

Das Unternehmen machte weder Angaben zum Umsatz noch zum prozentualen Gesamtmarktanteil oder zum genauen statistischen Zeitraum der NielsenIQ-Rangliste. Die ursprüngliche Methodik wurde zusammen mit der Mitteilung nicht veröffentlicht; die vollständige Grundlage des Vergleichs ließ sich daher nicht unabhängig überprüfen. Die Rangliste wurde als Maß für den Absatzwert auf dem britischen Fassbiermarkt im September 2026 vorgestellt.

Trotz dieser Einschränkungen legen die Daten nahe, dass Cruzcampo über eine Nischenposition als Importbier hinausgewachsen ist und sich eine breite Distribution in einem der wettbewerbsintensivsten Biermärkte Europas gesichert hat. Nach Unternehmensangaben wird das Bier inzwischen in mehr als 18.500 Pubs und Bars im Land ausgeschenkt. Das entspreche etwa jedem vierten Pub im Vereinigten Königreich, ausgehend von einer Schätzung von knapp 71.000 Pubs.

Cruzcampo kam im April 2023 auf den britischen Markt. Das Unternehmen erklärte, der Markteintritt sei zum Teil durch die Nachfrage britischer Touristen getragen worden, die das Bier bei Besuchen in Südspanien probiert und später auch zu Hause danach gesucht hätten. Seitdem hat Heineken die Distribution der Marke sowohl in der Gastronomie als auch im Einzelhandel ausgeweitet.

Nach Angaben des Unternehmens war Cruzcampo innerhalb des ersten Jahres bereits in knapp 10.000 britischen Bars erhältlich und in 68 % der Supermärkte vertreten. Seitdem sei die Marke in Städten wie London, Manchester, Birmingham und Leeds weiter gewachsen.

Heineken hat die Expansion mit Marketingausgaben im Vereinigten Königreich unterstützt. Cruzcampo zufolge lief dort 2026 die Kampagne Choose to Cruz über Fernsehen, Streamingplattformen, soziale Medien und Außenwerbung, unter anderem am Bahnhof Waterloo und am Piccadilly Circus in London. Das Unternehmen brachte die Kampagne mit dem raschen Aufstieg der Marke in Verbindung, legte jedoch nicht offen, welcher Anteil des Zuwachses auf Werbung, Preise, eine breitere Distribution oder allgemeine Trends der Kategorie entfiel.

Das Unternehmen verwies auch auf Zuwächse in Supermärkten. Cruzcampo sei die am schnellsten wachsende Marke in der übergeordneten Bierkategorie und wachse mehr als viermal so schnell wie der Gesamtmarkt. Auch für diesen Vergleich wurden keine zugrunde liegenden Daten veröffentlicht.

Zum Ausbau des Einzelhandelsgeschäfts gehört auch Cruzcampo Sevilla Orange, ein aromatisiertes Bier, das auf dem britischen Markt eingeführt wurde. Das Produkt habe die internen Erwartungen übertroffen und erreiche unter den aromatisierten Bierprodukten inzwischen die höchste Marktdurchdringung im Vereinigten Königreich. Zudem seien 12 % der Käufer neu in der Kategorie Bier und Cider gewesen. Das Unternehmen wertete dies als Beleg dafür, dass das Produkt neue Verbraucher in das Segment bringe und nicht lediglich Nachfrage von anderen Marken abziehe.

Der Aufstieg von Cruzcampo in Großbritannien ist für Heineken von Bedeutung, da der Konzern seine Premiummarken und international ausgerichteten Marken in reifen Biermärkten stärken will. Laut BarthHaas, einem Branchenverband für Hopfen und Brauwirtschaft, war Heineken 2025 mit 235,65 Millionen Hektolitern der zweitgrößte Bierproduzent der Welt. Mit Cruzcampo verfügt der niederländische Brauer über eine Marke spanischen Ursprungs mit klarer regionaler Identität, die in einem Markt konkurrieren kann, in dem importierte Lagerbiere und Biere mediterraner Art seit Langem bei britischen Verbrauchern gefragt sind.

Die Entwicklung in Großbritannien verschafft Cruzcampo auch außerhalb Spaniens, wo die Marke seit Langem zu den großen Anbietern in Andalusien und auf dem nationalen Markt zählt, einen internationalen Stand. Das für den britischen Markt bestimmte Bier wird nach Angaben des Unternehmens in Sevilla gebraut.

Aus den neuen Zahlen geht nicht hervor, wie viele Plätze Cruzcampo gegenüber dem Vorjahr in der Rangliste gutgemacht hat, da mit der Mitteilung keine vergleichbare frühere Tabelle veröffentlicht wurde. Sie bedeuten auch nicht, dass der gesamte britische Absatz der Marke im handelstechnischen Sinn auf aus Spanien exportiertes Bier entfällt, denn je nach verwendeter Kennzahl können Unternehmensbesitz, Produktion und kommerzielle Distribution unterschiedlich erfasst werden.

Dennoch stellt die vom Unternehmen beschriebene Position eine bemerkenswerte Entwicklung für eine Marke spanischen Ursprungs im britischen Barbetrieb dar. Ein Markt, der einst von britischen Klassikern und internationalen Mainstream-Lagerbieren dominiert wurde, scheint Cruzcampo inzwischen einen Platz weit oben in den Wert-Ranglisten für Fassbier einzuräumen – zumindest nach der Auslegung der NielsenIQ-Daten vom September 2026 durch das Unternehmen.