vinetur

# Stärker besuchte britische Pubs verkauften im Oktober 2,5 % weniger Fassbier und Cider

Die Auslastung lag bei 66,2 %, die durchschnittliche Verweildauer bei 154 Minuten. Die Ausgaben für Speisen stiegen um 4,3 %

Dienstag, 17. November 2026



Die Pubs im Vereinigten Königreich waren im Oktober stärker besucht, doch die höheren Besucherzahlen schlugen sich nicht in höheren Verkäufen von Fassbier und Cider nieder.

Aus Zahlen des Market Watch von The Oxford Partnership, über die The Morning Advertiser am Dienstag, dem 17. November, berichtete, geht hervor, dass die durchschnittliche Auslastung der Pubs im Oktober gegenüber dem Vorjahr um 3,5 Prozentpunkte auf 66,2 % stieg. Gleichzeitig sank der Absatz von Fassgetränken im Jahresvergleich um 2,5 %, während die durchschnittliche Absatzrate gegenüber Oktober 2025 um 0,4 % zurückging. Damit kehrte sich das im September verzeichnete Wachstum wieder um.

Die Zahlen deuten auf ein Handelsmuster hin, bei dem die Gäste zwar weiterhin ausgehen, aber nicht wesentlich mehr Getränke kaufen. Das ist für Brauereien, Ciderhersteller, Vertrieb und Pubbetreiber von Bedeutung, denn mehr Besucher allein führen über die verschiedenen Fassgetränkekategorien hinweg nicht zu höheren Absatzmengen. Sollte sich dieses Muster fortsetzen, reicht ein Anstieg der Besuche möglicherweise nicht aus, um den Getränkeabsatz zu steigern.

The Oxford Partnership zufolge trugen unbeständiges Wetter und zwei Stürme zu den schwierigen Handelsbedingungen im Monatsverlauf bei. In ländlichen Pubs ging die Absatzrate am stärksten zurück, und zwar um 2,7 %. Es folgten Vorstadtlokale mit einem Rückgang um 0,9 %.

Dennoch blieben die Gäste nach ihrer Ankunft länger. Die durchschnittliche Verweildauer stieg um 12 Minuten auf 154 Minuten. Auch die durchschnittlichen Ausgaben pro Gast legten im Jahresvergleich um 2,8 % auf 26,80 £ zu, der Anstieg war jedoch hauptsächlich auf Speisen und weniger auf Getränke zurückzuführen.

Die Ausgaben für Speisen stiegen um 4,3 % auf 32,35 £, während die Ausgaben für Getränke um 0,5 % auf 20,89 £ zunahmen. Alison Jordan, Geschäftsführerin von The Oxford Partnership, sagte, die Oktoberzahlen deuteten darauf hin, dass die Verbraucher den Pubs nicht den Rücken gekehrt hätten, aber mehr Geld für Speisen ausgäben. Die Daten könnten auf eine veränderte Nutzung der Pubs hindeuten: Alkohol sei nicht mehr bei jedem Besuch der Hauptgrund.

Die Aufschlüsselung nach Kategorien zeigte ein gemischtes Bild. In der gleitenden 12-Monats-Betrachtung verzeichnete Cider unter den Fassgetränken die stärkste Entwicklung: Die Absatzrate stieg um 6,5 %. Es folgten Stout mit einem Plus von 5,4 %,

World Lager mit 4,9 %, Premium-Lager mit 2,4 % und Craft-Bier mit 1,6 %.

Traditionellere Kategorien standen weiterhin unter Druck. Core Lager ging um 3,7 % zurück, Ale um 3,6 %. Das deutet darauf hin, dass die Nachfrage trotz des anhaltenden Wachstums einiger Premium- und Spezialsegmente uneinheitlich bleibt.

Trotz des schwächeren Oktoberwerts waren die längerfristigen Zahlen noch leicht positiv. Seit Jahresbeginn lag die Absatzrate weiterhin 0,6 % über dem Wert von 2025, während die Absatzrate des Gesamtmarkts in der gleitenden 12-Monats-Betrachtung um 0,5 % zunahm.

Jordan sagte, das Weihnachtsgeschäft könne den Betreibern die Möglichkeit bieten, Gäste dazu anzuregen, zu Mahlzeiten und anderen geselligen Anlässen Getränke zu bestellen. Für die Getränkebranche zeigen die Oktoberdaten, dass stärker gefüllte Pubs nicht automatisch mehr Fassbier- und Ciderverkäufe bedeuten. Das ist ein Hinweis darauf, dass die Produktmischung und das Verhältnis zwischen besuchs- und speisengeprägten Anlässen in den kommenden Monaten an Bedeutung gewinnen könnten.