vinetur

Stout war bis Oktober 2026 das am schnellsten wachsende Biersegment in britischen Pubs – plus 5,4 %

Daten von Market Watch zufolge ging Kern-Lagerbier um 3,7 % zurück. Das unterstreicht den Druck auf etablierte Bierstile des britischen Massenmarkts.

Dienstag, 17. November 2026



Stout blieb in den zwölf Monaten bis Oktober 2026 das stärkste Biersegment in britischen Pubs, während Mainstream-Lagerbier und Ale weiter an Boden verloren. Das geht aus Daten von Market Watch von The Oxford Partnership und Vianet hervor.

Den Daten zufolge stieg die Absatzrate von Stout gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 5,4 %, gemessen am Moving Annual Total, einer vom Anbieter verwendeten rollierenden Zwölfmonatskennzahl. Damit schnitt Stout unter den im Bericht aufgeführten Bierkategorien am besten ab. Am anderen Ende des Marktes ging Kern-Lagerbier, das der Anbieter als herkömmliches Lagerbier bezeichnet, um 3,7 % zurück; Ale verzeichnete ein Minus von 3,6 %.

Andere Biersegmente blieben im Plus. World Lager, die Bezeichnung des Anbieters für internationales Lagerbier, legte um 4,9 % zu. Premium-Lagerbier stieg um 2,4 %. Craft Beer verzeichnete ein Plus von 1,6 % und setzte damit die Rückkehr zum Wachstum fort, die im vorangegangenen Bericht begonnen hatte.

Die Zahlen deuten auf einen Markt hin, in dem die Verbraucher weiterhin einige stärker wachsende und eigenständigere Segmente unterstützen, während etablierte Kategorien des Massenmarkts unter Druck bleiben. Das Muster legt zudem nahe, dass der Druck auf traditionelle Bierstile trotz einer gewissen Erholung in Teilen des Pub-Geschäfts nicht nachgelassen hat.

Die Oktoberwerte 2026 zeigten auch einige Veränderungen gegenüber den im September 2026 veröffentlichten Moving-Annual-Total-Zahlen. Die jährliche Wachstumsrate von Stout verlangsamte sich von 5,9 % auf 5,4 %, ein Rückgang um 0,5 Prozentpunkte. Craft verbesserte sich von 0,7 % auf 1,6 %, ein Anstieg um 0,9 Prozentpunkte. World Lager legte leicht von 4,8 % auf 4,9 % zu. Diese Veränderungen beziehen sich auf die jährlichen Wachstumsraten, nicht auf monatliche Veränderungen der tatsächlichen Absatzmengen.

Der Bericht weist für diese Aufschlüsselung keine absoluten Absatzmengen der Biersegmente aus. Die Zahlen zeigen daher die Entwicklung und die relative Dynamik der einzelnen Kategorien, nicht aber die Gesamtgröße der jeweiligen Märkte. Diese Unterscheidung ist in einem Pub-Sektor wichtig, in dem die Absatzrate einzelner Kategorien steigen kann, während der Getränkemarkt insgesamt mit schwächeren

Handelsbedingungen konfrontiert ist.

Der Oktober war auf dem breiteren Markt ein schwieriger Monat für Fassgetränke in Pubs und anderen Gastronomiebetrieben im Vereinigten Königreich. The Oxford Partnership und Vianet zufolge gingen die Absatzmengen von Fassbier und Cider im Oktober 2026 gegenüber dem Vorjahr um 2,5 % zurück. Damit endete die im September 2026 beobachtete Rückkehr zum Wachstum. Die durchschnittliche Absatzrate am Markt sank gegenüber Oktober 2025 um 0,4 %. Die Unternehmen erklärten, wechselhaftes Wetter und zwei namentlich genannte Stürme hätten das Geschäft im Laufe des Monats beeinträchtigt.

Die Kennzahlen zur Kundenfrequenz entwickelten sich dennoch besser. Die durchschnittliche Auslastung der Pubs erreichte 66,2 % und lag damit 3,5 Prozentpunkte über dem Vorjahreswert. Die durchschnittliche Verweildauer stieg um 12 Minuten auf 154 Minuten. Die Zahl der geöffneten Betriebe sank hingegen von 99.554 im Vorjahr auf 99.130.

Die regionalen Unterschiede legen nahe, dass Pubs auf dem Land am stärksten von den schwächeren Handelsbedingungen betroffen waren. Die Absatzrate sank in ländlichen Gebieten um 2,7 %, gegenüber Rückgängen von 0,9 % an Standorten in Vororten, 0,2 % in London und 0,1 % in Städten. Damit erwiesen sich städtische Standorte als vergleichsweise widerstandsfähiger als Pubs außerhalb der großen Bevölkerungszentren.

Die Ausgabedaten im selben Bericht weisen auf eine weitere Veränderung bei der Nutzung von Pubs hin. Die durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf stiegen um 2,8 % auf 26,80 £, doch die Ausgaben für Speisen legten weiterhin stärker zu als jene für Getränke. Die durchschnittlichen Ausgaben für Speisen erhöhten sich um 4,3 % auf 32,35 £, während die durchschnittlichen Getränkeausgaben lediglich um 0,5 % auf 20,89 £ stiegen. Die Kluft untermauert die Hinweise darauf, dass viele Gäste weiterhin ausgehen, länger bleiben und insgesamt mehr ausgeben, einen größeren Teil ihres Geldes aber für Mahlzeiten statt für alkoholische Getränke aufwenden.

Vor diesem Hintergrund zeigen die Zahlen zu den Bierkategorien sowohl Widerstandsfähigkeit als auch Belastungen. Stout blieb klar im Plus, allerdings langsamer als im rollierenden Zeitraum bis September 2026. Craft legte weiter zu, nachdem das Segment wieder auf Wachstumskurs eingeschwenkt war. Auch internationales und Premium-Lagerbier behaupteten sich. Kern-Lagerbier und Ale verzeichneten dagegen weiterhin Rückgänge. Das deutet darauf hin, dass die Marktsegmente, die am stärksten mit lang etablierten Trinkgewohnheiten verbunden sind, weiter an Dynamik verlieren, während Pub-Besuche stärker vom Essen geprägt und selektiver werden.