vinetur

Spirituosenabsatz in britischen Pubs Anfang November um 23,5 % gesunken

Laut NielsenIQ belastete die Konsumzurückhaltung auch den Wein- und Bierabsatz, während die Gastronomie auf das Weihnachtsgeschäft blickte

Samstag, 21. November 2026



Der Getränkeabsatz in Pubs, Bars und anderen Gastronomiebetrieben in Großbritannien schwächte sich in der ersten Novemberhälfte ab. Den stärksten Rückgang verzeichneten Spirituosen, wie aus einer am 20. November veröffentlichten Analyse von NielsenIQ hervorgeht.

NIQ zufolge verlief der Monatsbeginn verhalten, da die vorsichtige Konsumzurückhaltung den Absatz in der Gastronomie belastete. Den Unternehmenszahlen zufolge sank der Spirituosenabsatz in der Woche bis zum 7. November gegenüber dem Vorjahr um 23,5 % und in der Woche bis zum 14. November um 20,9 %.

Auch Wein und Bier verzeichneten Rückgänge, allerdings geringere als Spirituosen. Der Weinabsatz lag in der Woche bis zum 7. November um 11,2 % und in der Woche bis zum 14. November um 6 % niedriger. Der Bierabsatz sank in der ersten dieser Wochen um 6,2 % und in der zweiten um 2,8 %.

Die Zahlen deuten auf einen breit angelegten Druck auf die wichtigsten Getränkekategorien in Gastronomiebetrieben hin, in denen die Getränke vor Ort konsumiert werden. Zugleich schwächte sich der Rückgang in der zweiten erfassten Woche etwas ab. Spirituosen blieben in beiden Zeiträumen das schwächste Segment. Das deutet darauf hin, dass höherpreisige Drinks und die freiwilligen Ausgaben für Mixgetränke und Shots besonders unter Druck standen.

NIQ bezeichnete die Entwicklung als schwachen Auftakt in den November und erklärte, die Branche setze auf einen Aufschwung im Weihnachtsgeschäft. Pubs, Bars, Restaurants und Getränkelieferanten steuern damit auf eine entscheidende Phase des Jahres zu, in der saisonale Zusammenkünfte üblicherweise den Absatz von Bier, Wein und Spirituosen stützen.

Für die Getränkeindustrie könnte die Entwicklung Anfang November den Druck auf die Planungen für das Feiertagsgeschäft erhöhen. Ein schwächerer Außer-Haus-Markt vor Weihnachten kann sich auf die Erwartungen zu Absatzmengen, Lagerbeständen und Werbeaktivitäten in den verschiedenen Kategorien auswirken – insbesondere bei Spirituosen, die in beiden Wochen den stärksten Rückgang verzeichneten.

Die Zahlen deuten zudem darauf hin, dass sich die Nachfrage im Außer-Haus-Markt weiterhin uneinheitlich entwickelt. Bier und Wein verzeichneten in der Woche bis zum 14. November gegenüber dem Vorjahr geringere Rückgänge als eine Woche zuvor, lagen aber weiterhin unter dem Niveau des entsprechenden Vorjahreszeitraums. Bei Spirituosen fiel der Rückgang gegenüber der Vorwoche zwar etwas geringer aus, lag aber nach wie vor bei mehr als einem Fünftel.

Die Analyse von NIQ verstärkt die Sorgen über die Konsumzurückhaltung in der britischen Gastronomie zu einem Zeitpunkt, an dem Betriebe üblicherweise beginnen, Schwung für das Jahresendgeschäft aufzubauen. Die kommenden Wochen dürften nicht nur für die Umsätze von Pubs und Bars entscheidend sein, sondern auch für Erzeuger und Vertriebspartner, die über die Bestände für die saisonale Nachfrage nach Wein, Bier und Spirituosen entscheiden.