vinetur

Spirituosenabsatz in britischen Pubs Anfang November um mehr als 20 Prozent eingebrochen

Laut NielsenIQ drückte die zurückhaltende Konsumstimmung auch den Absatz von Wein und Bier. Gastronomiebetriebe setzen nun auf ein stärkeres Weihnachtsgeschäft.

Montag, 23. November 2026



Der Getränkeabsatz in britischen Pubs, Bars und anderen Gastronomiebetrieben mit Ausschank schwächte sich in der ersten Novemberhälfte ab. Am stärksten gingen die Spirituosenverkäufe zurück, wie aus einer am 20. November veröffentlichten Analyse von NielsenIQ hervorgeht.

NielsenIQ zufolge verlief der Monatsauftakt verhalten, da die zurückhaltende Konsumstimmung den Absatz in der Gastronomie belastete. Den Zahlen zufolge sank der Spirituosenabsatz in der Woche bis zum 7. November gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 23,5 Prozent und in der Woche bis zum 14. November um 20,9 Prozent.

Auch Wein und Bier verzeichneten Rückgänge, die jedoch geringer ausfielen als bei Spirituosen. Der Weinabsatz lag in der Woche bis zum 7. November um 11,2 Prozent und in der Woche bis zum 14. November um 6 Prozent unter dem Vorjahreswert. Bei Bier betrug das Minus in der ersten Woche 6,2 Prozent und in der zweiten 2,8 Prozent.

Die Zahlen deuten auf Belastungen in den wichtigsten Getränkekategorien in Gastronomiebetrieben hin, in denen Alkohol vor Ort konsumiert wird. In der zweiten untersuchten Woche schwächte sich der Rückgang ab, doch alle drei Kategorien lagen weiterhin unter den Werten der entsprechenden Vorjahreszeiträume. Spirituosen waren in beiden Wochen das schwächste Segment.

Dieses Muster legt nahe, dass die Ausgaben für höherpreisige Getränke besonders zu Monatsbeginn unter Druck geraten sein könnten. Pubs und Bars sind in umsatzstarken Phasen stark auf den Verkauf von Cocktails, Mixgetränken und Shots angewiesen. Ein stärkerer Rückgang bei Spirituosen kann den Umsatz daher schwerer belasten als ein geringerer Rückgang bei Bier.

NielsenIQ bezeichnete den Zeitraum als schwachen Auftakt in den November und erklärte, die Branche setze auf Unterstützung durch das Weihnachtsgeschäft. Damit werden die kommenden Wochen für Betreiber in der britischen Gastronomie wichtig. Üblicherweise nimmt das Geschäft zum Jahresende durch Feiertagstreffen und Feierlichkeiten an Fahrt auf.

Die Abschwächung betrifft nicht nur Pubs und Bars. Ein schwächerer Außer-Haus-Markt vor Weihnachten kann die Erwartungen an Bestellmengen, Lagerbestände und Werbeaktivitäten von Bier-, Wein- und Spirituosenherstellern, Großhändlern und Vertriebspartnern beeinflussen. Das könnte besonders für Spirituosenanbieter gelten, da diese Kategorie in beiden von NielsenIQ erfassten Wochen den stärksten Rückgang verzeichnete.

Die Daten zeigen außerdem, dass sich die Nachfrage im Außer-Haus-Markt uneinheitlich entwickelte. Bei Bier und Wein fielen die Rückgänge gegenüber dem Vorjahr in der Woche bis zum 14. November geringer aus als eine Woche zuvor, doch keine der beiden Kategorien kehrte zum Wachstum zurück. Auch bei Spirituosen fiel das Minus etwas geringer aus als in der Vorwoche. Der Absatz lag dennoch weiterhin um mehr als ein Fünftel unter dem Wert des entsprechenden Vorjahreszeitraums.

Für Gastronomiebetriebe in Großbritannien verstärken die Zahlen für Anfang November die Anzeichen dafür, dass Verbraucher bei frei verfügbaren Ausgaben weiterhin vorsichtig sind. Für Getränkeunternehmen könnten die Daten die Entscheidungen darüber beeinflussen, welche Warenmengen sie Pubs, Bars und Restaurants für die Wochen vor Weihnachten bereitstellen. In dieser Zeit würde ein stärkeres Geschäft normalerweise den Absatz in der gesamten Branche ankurbeln.