vinetur

Weinabsatz in zentral geführten Gastronomiebetrieben Großbritanniens Mitte November um 6,0 % gesunken

NIQ-Daten zufolge fiel der Rückgang im Jahresvergleich geringer aus als das Minus von 11,2 % eine Woche zuvor – die Nachfrage blieb vor Weihnachten schwach

Montag, 23. November 2026



Der Weinabsatz in zentral geführten Gastronomiebetrieben in Großbritannien sank in der Woche bis zum 14. November gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 6,0 %. Das geht aus am 20. November veröffentlichten Daten von NIQ hervor. Der Rückgang deutet weiterhin auf eine schwache Nachfrage vor dem Weihnachtsgeschäft hin, fiel jedoch geringer aus als in der Vorwoche.

Die Zahlen stammen aus dem Daily Drinks Tracker von NIQ und beziehen sich auf organisierte Gastronomieanbieter, die im Panel erfasst sind. Gemessen wird der Weinabsatz nach Wert, nicht nach Menge. Absolute Umsatzsummen in Pfund veröffentlichte NIQ nicht.

Bei der vorangegangenen vergleichbaren Erhebung für die Woche bis zum 7. November war der Weinabsatz im Jahresvergleich um 11,2 % gesunken. Damit verringerte sich die jährliche Rückgangsrate innerhalb von zwei Wochen um 5,2 Prozentpunkte. Das bedeutet nicht, dass der Weinumsatz von einer Woche zur nächsten um 5,2 % gestiegen ist. Beide Wochen wurden mit der entsprechenden Woche im Jahr 2025 verglichen, nicht mit der Vorwoche im Jahr 2026.

Die Daten legen nahe, dass die Geschäftslage im britischen Gastronomiemarkt Anfang November weiter angespannt war, auch wenn sich der Rückgang verlangsamte. Für Weinlieferanten, Vertriebspartner und Betreiber von Gastronomiebetrieben bieten die Zahlen einen ersten Hinweis darauf, wie sich Verbraucher vor der Feiertagssaison verhielten – einer Zeit, in der viele Bars, Restaurants und andere Gastronomiebetriebe üblicherweise mit einer stärkeren Nachfrage rechnen.

Die Veröffentlichung von NIQ beschränkte sich auf das erfasste Panel und bildet nicht den gesamten Weinabsatz in Großbritannien ab. Zudem schlüsseln die Daten Veränderungen des Umsatzwerts nicht nach Mengen- und Preiseffekten auf. Daher lässt sich den Zahlen weder entnehmen, ob Kunden weniger Flaschen oder Gläser kauften, noch ob sich die Preise veränderten oder in welchem Umfang die Inflation den Jahresvergleich beeinflusst haben könnte.

Das Unternehmen legte außerdem weder eine kumulierte Gesamtsumme speziell für Wein im Berichtszeitraum noch eine Vergleichsbasis vor, anhand derer sich die Verluste in einen Geldbetrag umrechnen ließen. Damit bleiben die wöchentlichen prozentualen

Veränderungen im Jahresvergleich der wichtigste Leistungsindikator.

Trotz dieser Einschränkung zeigen die Zahlen ein klares Muster: Der Weinabsatz im Segment der zentral geführten Gastronomiebetriebe lag in der Woche bis zum 14. November weiterhin unter dem Vorjahresniveau, der Rückgang fiel jedoch deutlich geringer aus als in der Woche bis zum 7. November.