vinetur

Getränkeumsätze in britischen Pubs lagen bis Mitte November unter Vorjahresniveau

Laut NielsenIQ schrumpfte der Markt seit Oktober in fünf von sechs Wochen. Die Betriebe sind auf höhere Weihnachtsausgaben angewiesen.

Montag, 23. November 2026



Die Getränkeumsätze in Pubs, Bars und anderen bewirtschafteten lizenzierten Gastronomiebetrieben in Großbritannien lagen in der ersten Novemberhälfte unter dem Vorjahresniveau. Das erhöht den Druck auf die Gastronomie vor Beginn des umsatzstarken Weihnachtsgeschäfts, wie aus neuen Daten des von CGA unterstützten Daily Drinks Tracker von NielsenIQ hervorgeht.

Dem Tracker zufolge lagen die durchschnittlichen Umsätze in bewirtschafteten Betrieben in der Woche bis zum 7. November um 6,4 % unter dem Wert des Vorjahreszeitraums. In der darauffolgenden Woche verbesserte sich das Geschäft leicht, doch auch in der Woche bis zum 14. November lagen die Umsätze noch 3,1 %

unter dem Vorjahreswert.

Damit setzte sich die schwierige Entwicklung der Branche fort. NIQ zufolge verzeichnete der Gastronomiekanal für Getränke, der den vor Ort konsumierten und nicht im Handel gekauften Absatz umfasst, seit Anfang Oktober in fünf von sechs Wochen ein Umsatzminus. Viele Betreiber und Lieferanten sind damit darauf angewiesen, dass die Konsumausgaben Ende November und im Dezember anziehen und die Ergebnisse in einer der wichtigsten Phasen des Jahres verbessern.

An jedem der ersten zehn Novembertage lagen die Umsätze unter dem Vorjahreswert, teilte das Unternehmen mit. Die stärksten Rückgänge gab es an den ersten beiden Samstagen des Monats: Am 7. November sanken die Erlöse um 10,8 %, am 14. November um 9,6 %. Für eine Branche, die stark auf den Besucherandrang am Wochenende angewiesen ist, deuten diese Rückgänge auf eine verhaltene Nachfrage zu einer Zeit hin, in der viele Betriebe vor den Feiertagen normalerweise mit zunehmender Dynamik rechnen würden.

Die Daten deuteten darauf hin, dass Verbraucher vor Weihnachten bei frei verfügbaren Ausgaben zurückhaltend blieben, erklärte NIQ. Das Unternehmen verwies zudem auf kaltes Wetter in Teilen des Landes und eine Länderspielpause in der englischen Premier League als mögliche Faktoren, die das Geschäft beeinflusst haben könnten.

Die stärksten Rückgänge entfielen auf Spirituosen und setzten damit ein Muster fort, das NIQ zufolge bereits in den vergangenen Wochen zu beobachten war. Der Spirituosenabsatz lag in der Woche bis zum 7. November um 23,5 % und in der Woche bis zum 14. November um 20,9 % niedriger – einige der schwächsten Kategorieergebnisse im bisherigen Jahresverlauf.

Auch andere Getränkekategorien verzeichneten Rückgänge, wenn auch weniger starke. Der Bierabsatz sank in der ersten Woche um 6,2 % und in der zweiten um 2,8 %. Cider verzeichnete im selben Zeitraum ein Minus von 5,7 % beziehungsweise 2,7 %. Die Weinumsätze gingen um 11,2 % und 6,0 % zurück, alkoholfreie Getränke um 5,0 % und 2,5 %.

Die breit angelegten Rückgänge deuten darauf hin, dass sich die Abschwächung nicht auf eine bestimmte Verbrauchergruppe oder einen bestimmten Anlass beschränkte. Bier und Cider, die in den Daten die stärksten Alkoholsegmente waren, schafften dennoch nicht den Sprung zurück ins Wachstum. Wein und Spirituosen entwickelten sich deutlich schwächer, während selbst alkoholfreie Getränke, die bei einem gemäßigteren Alkoholkonsum oft als widerstandsfähiger gelten, im Minus blieben.

Rachel Weller, bei NIQ für Großbritannien und Irland kaufmännisch verantwortlich, sagte, die Zahlen gäben der Branche vor der Feiertagssaison wenig Anlass zur Zuversicht. „Unsere neuen Tracker-Zahlen bieten dem Gastronomiekanal vor der entscheidenden Festtagssaison wenig Grund zu Zuversicht“, sagte Weller. „Das Samstagsgeschäft und die schwachen Spirituosenumsätze geben großen Anlass zur Sorge. Es ist klar, dass Millionen Verbraucher ihre Ausgaben, ihren Alkoholkonsum oder beides einschränken.“

Weller sagte, die Untersuchungen von NIQ zeigten weiterhin, dass Verbraucher Pubs und Bars bei gemeinsamen Feiern wie Weihnachten und Neujahr schätzten. Die Betriebe müssten ihren Gästen jedoch einen guten Grund bieten, auszugehen, statt zu Hause zu bleiben. Betreiber und Lieferanten müssten ein klares Preis-Leistungs-Verhältnis, Produktqualität und ein überzeugendes Gesamterlebnis bieten, wenn sie in den kommenden Wochen einen größeren Anteil der Ausgaben gewinnen wollten.

Der Tracker erfasst die Umsätze in bewirtschafteten lizenzierten Gastronomiebetrieben in Großbritannien und wird von Betreibern, Lieferanten und Investoren genutzt, um die Entwicklung von Kategorien und Marken im Gastgewerbe zu verfolgen. Die jüngsten Zahlen verstärken die Anzeichen dafür, dass die Branche ohne den üblichen Aufschwung zu Beginn des Novembers in die Festtagssaison startet. Damit sind die Unternehmen nach einem verhaltenen Monatsauftakt auf einen stärkeren Jahresausklang angewiesen.