vinetur

Marston’s steigert bereinigten Vorsteuergewinn trotz Umsatzrückgang um 18,4 Prozent auf 85,4 Millionen £

Der Betreiber von 1.315 Pubs meldete 883,4 Millionen £ Umsatz, ein Minus von 1,6 Prozent, und plant 2027 mindestens 100 weitere Umbauten

Mittwoch, 25. November 2026



Marston’s teilte mit, dass der bereinigte Gewinn vor Steuern in den 52 Wochen bis zum 26. September um 18,4 Prozent auf 85,4 Millionen £ gestiegen sei. Gleichzeitig sank der Umsatz um 1,6 Prozent auf 883,4 Millionen £. Das unterstreicht die höhere Profitabilität eines der größten Pub-Betreiber Großbritanniens trotz rückläufiger Erlöse.

Das Unternehmen betreibt 1.315 Pubs und veröffentlichte die Zahlen im Rahmen seiner vorläufigen Ergebnisse für das Geschäftsjahr 2026. Für das Geschäftsjahr 2027 plant Marston’s nach eigenen Angaben, mindestens 100 weitere Pubs auf seine neueren Formate umzustellen. Damit setzt das Unternehmen eine Strategie fort, die nach den diesjährigen Ergebnissen offenbar eine zentrale Rolle für die Ausrichtung seines Standortportfolios spielt.

Die Kombination aus rückläufigem Umsatz und höherem bereinigtem Gewinn deutet darauf hin, dass Marston’s seine Ertragskraft in einem schwierigen Konsumumfeld steigern konnte, obwohl der Absatz nicht wuchs. Die vorläufige Mitteilung des Unternehmens änderte, den veröffentlichten Zahlen zufolge, nichts an der grundsätzlichen Entwicklung dieser Kennzahlen: Der Umsatz ging leicht zurück, während der bereinigte Gewinn vor Steuern deutlich stärker zulegte.

Für Investoren und Lieferanten bieten die Ergebnisse einen viel beachteten Einblick in die Lage auf dem britischen Pub-Markt. Aufgrund seiner Größe kann die Geschäftsentwicklung von Marston’s als wichtiger Anhaltspunkt für die Nachfrage im Gastronomiekanal dienen. Brauereien sowie Wein- und Spirituosenunternehmen sind dort auf Pub-Besuche und den Getränkeabsatz angewiesen. Ein höherer Gewinn bei einer großen Pub-Gruppe bestätigt für sich genommen zwar keine breite Erholung der Branche. Er kann jedoch darauf hindeuten, dass große Betreiber Wege finden, ihre Margen zu sichern und weiter in ihre Standorte zu investieren.

Das ist für Getränkehersteller von Bedeutung, denn Pubs bleiben ein wichtiger Vertriebsweg für Fassbier und ein bedeutender Absatzort für Wein und Spirituosen. Wenn große Betreiber ihre Standorte weiter modernisieren und Pubs auf Formate umstellen, die sie für leistungsfähiger halten, kann dies beeinflussen, welche Getränke angeboten werden, mit welchen Absatzmengen Lieferanten rechnen können und wofür Werbeausgaben eingesetzt werden. Marston’s Plan, 2027 mindestens 100 weitere Pubs

umzubauen, dürfte daher auch außerhalb des Gastgewerbes von Unternehmen aus der Bier-, Wein- und Spirituosenbranche aufmerksam verfolgt werden.

Der Umsatz von 883,4 Millionen £ zeigt, dass Marston’s im Jahresverlauf weiterhin mit Gegenwind beim Absatz zu kämpfen hatte, obwohl sich die bereinigte Profitabilität verbesserte. Bei der in der Mitteilung genannten Kennzahl handelt es sich um den bereinigten Gewinn vor Steuern, der bestimmte Posten ausklammert und von börsennotierten Unternehmen häufig zur Darstellung der Geschäftsentwicklung herangezogen wird. Mit 85,4 Millionen £ lag dieser Wert im unternehmenseigenen Vorjahresvergleich deutlich höher und stieg um 18,4 Prozent.

Auch die Größe des Standortportfolios verleiht den Zukunftsplänen von Marston’s Gewicht. Bei 1.315 Pubs können Entscheidungen über Umbauten und Betriebskonzepte die Beschaffung, den Personalbedarf und den lokalen Wettbewerb auf dem britischen Pub-Markt spürbar beeinflussen. Die Zusage, 2027 mindestens 100 weitere Standorte umzubauen, signalisiert, dass die Unternehmensführung weiterhin Potenzial sieht, das Portfolio neu auszurichten, statt es lediglich zu erhalten.

Die Mitteilung erscheint in einer Zeit, in der Pub-Betreiber nicht nur an ihrem Umsatzwachstum gemessen werden, sondern auch daran, wie sie ihre Margen verteidigen, ihr Immobilienportfolio bewirtschaften und ihre Konzepte an verändertes Kundenverhalten anpassen. Die jüngsten Zahlen von Marston’s deuten darauf hin, dass die Profitabilität derzeit schneller steigt als der Umsatz. Zugleich will die Gruppe die Zusammensetzung ihres Pub-Portfolios im neuen Geschäftsjahr weiter verändern.