vinetur

# Das britische Gastgewerbe verzeichnet weniger Besuche, aber längere Aufenthalte und höhere Ausgaben für Premium-Getränke

Verschiebung hin zu Qualität, achtsamem Trinken und Premium-Erlebnissen steht im Gegensatz zu regionalen Unterschieden und anhaltenden Herausforderungen für die Branche im ganzen Land

Mittwoch, 10. September 2025



Jüngste Daten aus dem britischen Gastgewerbe zeigen, dass die Verbraucher zwar seltener ausgehen, aber wenn sie es tun, bleiben sie länger und geben mehr für hochwertige Getränke aus. Der Bericht Oxford Market Watch von The Oxford Partnership, der die Trends in den vier Wochen bis Ende August analysierte, ergab, dass die durchschnittliche Verweildauer in Bars und Restaurants im Vergleich zum Vorjahr um 12,5 % gestiegen ist. Die Besucherzahlen sind jedoch insgesamt zurückgegangen, was darauf hindeutet, dass weniger Menschen die Lokale besuchen, auch wenn die, die es tun, ihre Besuche ausgiebig nutzen.

Alison Jordan, CEO von The Oxford Partnership, sagte, dass die Menschen zwar länger ausgehen und sich für qualitativ hochwertigere Getränke entscheiden, die Branche jedoch vor Herausforderungen steht. "Die Menschen bleiben länger aus und entscheiden sich zunehmend für Premium-Optionen, aber dieser Optimismus wird durch einen stetigen Rückgang der Zahl der Verkaufsstellen und eine uneinheitliche regionale Entwicklung aufgehoben", sagte sie.

Barkeeper im ganzen Land haben diesen Wandel aus erster Hand erfahren. Vasile Sicu, Chef-Barkeeper im Manifest Restaurant and Bar in Liverpool, beschreibt eine Abkehr von exzessivem Alkoholkonsum und allgemeinen Bar-Erlebnissen. Seiner Meinung nach suchen die Gäste jetzt nach qualitativ hochwertigen Getränken, gesünderen Alternativen und Lokalen mit einer einladenden Atmosphäre. "Craft-Cocktails, alkoholarme oder alkoholfreie Getränke und lokal gebraute Biere sind beliebt, weil sie sich besonders anfühlen", erklärte Sicu. "Bars mit guter Stimmung, coolem Design und einem Sinn für Geschichte oder Gemeinschaft gewinnen gegenüber lauten, überfüllten, unpersönlichen Lokalen. Es geht weniger darum, sich zu betrinken, als vielmehr darum, die Nacht auf eine lustige, sinnvolle und unvergessliche Weise zu genießen.

Die Marktdaten stützen diese Beobachtungen. Premium Lager und World Lager gewannen in den letzten Wochen Marktanteile - 1,7 bzw. 3,9 Prozentpunkte -, während Stout einen deutlichen Anstieg von 14 Prozentpunkten verzeichnete. Im Gegensatz dazu verloren traditionelle Kategorien wie Core Lager, World 4% Biere, Ale und Craft Bier an Boden.

Der Trend zum bewussten Trinken zeigt sich auch in der wachsenden Beliebtheit von alkoholfreien und alkoholarmen Getränken. Die Verkäufe in dieser Kategorie stiegen über das August-Feiertagswochenende um 15,9 %. Jordan Hemsil, Restaurantleiter im Forest Side Hotel in Grasmere, stellte in diesem Sommer eine deutliche Abkehr von alkoholhaltigen Getränken fest. Er erwartet, dass die "Low and No"-Bewegung bis 2025 weiter wachsen wird, mit mehr Innovationen bei Mocktails unter Verwendung lokaler Zutaten und Infusionstechniken.

Hemsil wies darauf hin, dass der Spagat zwischen Wertigkeit und Premiumisierung eine Herausforderung für die Betreiber bleibt. Lokale müssen für Verbraucher, die unter Kostendruck stehen, attraktiv bleiben und gleichzeitig die Gelegenheiten nutzen, bei denen die Menschen bereit sind, mehr auszugeben.

Die regionalen Unterschiede in der britischen Gastgewerbelandschaft bleiben ausgeprägt. London und der Südosten haben sich aufgrund des Tourismus und einer höheren Konzentration von Premium-Lokalen als widerstandsfähig erwiesen. Schottland verzeichnete in diesem Jahr mit einem Rückgang von 3 % den stärksten Rückgang bei

den Gaststättenbetrieben, was die ungleiche Erholung in den einzelnen Regionen verdeutlicht.

Auch bei den Verbraucherausgaben gab es regionale Unterschiede. Der Südwesten führte die Ausgaben für Getränke mit einem Anstieg von 13,7 % seit Jahresbeginn an; die West Midlands verzeichneten einen kurzfristigen Anstieg von 7,3 %. Schottland erzielte mit einem Anstieg der Lebensmittelausgaben um 16,7 % seit Jahresbeginn gute Ergebnisse. In Nordirland hingegen gingen die Ausgaben für Getränke im Jahresvergleich um 5,7 % zurück, während im Nordosten zweistellige Rückgänge bei den Lebensmittelausgaben zu verzeichnen waren. Sogar London spürte den Druck auf die Budgets der Verbraucher für Restaurantbesuche: Die Ausgaben für Lebensmittel gingen dort in den letzten vier Wochen um 2,3 % zurück.

Der Bank Holiday im August sorgte für eine gewisse Erleichterung in der Branche, da der Umsatz im Vergleich zu einem durchschnittlichen Sommerwochenende um 3,4 % stieg. Alkoholfreie und alkoholarme Getränke gehörten mit einem Umsatzplus von fast 16 % zu den Spitzenreitern in diesem Zeitraum, gefolgt von Apfelwein mit knapp über 10 %. Premium- und World-Lagerbiere verzeichneten ebenfalls beachtliche Zuwächse.

Trotz dieser positiven Anzeichen für bestimmte Kategorien und Regionen bleibt der strukturelle Druck für das britische Gastgewerbe bestehen, da es sich an die veränderten Verbrauchergewohnheiten und die wirtschaftlichen Gegebenheiten anpassen muss.