



VERBAND DEUTSCHER GROSSBÄCKEREIEN e.V.

**Statement Prof. Dr. Ulrike Detmers,
Präsidentin des Verbandes Deutscher Großbäckereien e.V.,
anlässlich der Pressekonferenz am 5. September 2018
in Frankfurt am Main**

**GROSSBÄCKEREIEN PROFITIEREN
VOM VERBRAUCHERVERHALTEN ZUR BEQUEMLICHKEIT UND
WACHSENDEM APPETIT AUF INTERNATIONALE BROTSPEZIALITÄTEN**

Frankfurt/Düsseldorf, 5. September 2018:

Zahlen zur Situation und zum Umfeld der Branche

Mittelgroße und große Brot- und Backwarenhersteller sind gewachsen

Im Jahr 2016 erwirtschafteten alle Hersteller von Brot und Backwaren in Deutschland einen Umsatz von 20,13 Mrd. Euro (Quelle: Statistisches Bundesamt). Der Gesamtumsatz 2016 in Höhe von 20,13 Mrd. Euro ist also das Ergebnis der Wirtschaftsleistung von Bäckerhandwerk und Brot- und Backwarenindustrie. Gegenüber 2015 ist das ein Umsatzplus von 1,9 Prozent. 2015 betrug der Gesamtumsatz mit Brot- und Backwaren 19,75 Mrd. Euro.

Umsatzsteuerstatistik: Herstellung von Backwaren Umsatz in Mio. € und Marktanteil in %								
Umsatzgrößen- klasse	2000		2010		2015		2016	
	Umsatz	Marktanteil	Umsatz	Marktanteil	Umsatz	Marktanteil	Umsatz	Marktanteil
bis 1 Mio. €	5.084,10	32,31	3.445,40	19,8	3.017,08	15,27	2.927,19	14,54
1 – 10 Mio. €	4.949,10	31,46	4.951,60	28,5	5.510,16	27,90	5.663,99	28,14
10 – 50 Mio. €	2.320,90	14,75	3.791,80	21,8	4.756,17	24,08	5.100,90	25,34
50 – 250 Mio. €	1.862,10	11,84	2.687,00	15,4	3.465,74	17,55	3.503,77	17,41
über 250 Mio. €	1.516,70	9,64	2.519,80	14,5	3.002,71	15,20	2.934,15	14,58
Summe	15.732,90		17.395,60		19.751,86		20.130,00	

Marktanteil der kleinen Betriebe gesunken

Betriebe bis 1 Mio. Euro hatten 2000 einen Marktanteil von rund 32 Prozent. 2016 lag ihr Marktanteil bei 14,5 Prozent. Betriebe von 1 – 10 Mio. Euro Umsatz erreichten 2000 einen Marktanteil von rund 31 Prozent, 2016 lag ihr Marktanteil bei 28,14 Prozent.

Angewachsen ist der Marktanteil

1. der Betriebe mit 10 – 50 Mio. Euro Umsatz. 2000 lag der Marktanteil bei 14,75 Prozent, 2016 erreichten die Betriebe einen Marktanteil von rund 25 Prozent.
2. der Betriebe mit 50 – 250 Mio. Euro Umsatz von 11,8 Prozent im Jahr 2010 auf 17,4 Prozent im Jahr 2016.
3. der Betriebe über 250 Mio. Euro Umsatz. 2000 betrug ihr Marktanteil 9,64 Prozent, 2016 14,58 Prozent.

Als Folge der Verschiebungen der Marktanteile hat sich auch die Anzahl der Unternehmen nach Umsatzgrößenklasse verändert.

Anzahl der Unternehmen nach Umsatzgrößenklasse				
	2000	2010	2015	2016
bis 1 Mio. €	18.092	11.938	9.800	9.387
1 – 10 Mio. €	2.077	1.926	2.085	2.125
10 – 50 Mio. €	112	193	244	255
50 – 250 Mio. €	13	29	38	38
über 250 Mio. €	3	5	5	5
Summe	20.297	14.091	12.172	11.810

Quelle: Statistisches Bundesamt

Die Ursachen sind u.a. folgende:

- Betriebsschließungen bei Betrieben bis 1 Mio. Umsatz sind insbesondere auf fehlende Nachfolge und Innovationskraft zurückzuführen.
- Das Wachstum der Anzahl der Unternehmen von 1 Mio. –10 Mio. Euro Umsatz und 10 – 50 Mio. Euro Umsatz geht auf Konzentration der Branche und attraktive Sortimente bei Brot und Backwaren zurück. Das Bedürfnis der Verbraucher nach Bequemlichkeit und internationalen Brotspezialitäten wurde und wird optimal befriedigt.
- Das Wachstum der Unternehmen, die mehr als 50 Mio. Euro erwirtschaften, ist ebenfalls auf diese Wachstumsfaktoren zurückzuführen.

„Mittlerweile schmecken industriell produzierte Backwaren genauso gut wie die aus Handwerksbetrieben.“



Quelle: Heinz Lohmann Stiftung, Die Zukunft unserer Ernährung – Eine Studie der Justus-Liebig-Universität Gießen (Institut für Betriebslehre der Agrar- und Ernährungswirtschaft).

Diese Meinung vertreten immerhin 38 Prozent der befragten Konsumenten im Rahmen der Studie siehe oben. 25 Prozent sind nicht eindeutig positioniert. 34 Prozent der Befragten können als treue Käufer im Bäckerhandwerk gelten. 3 Prozent der Befragten haben mit „Weiß nicht/Ist mir egal“ geantwortet. Sie zählen zum Käuferpotenzial für industriell gefertigte Brote und Backwaren.

Der Brotmarkt ist aktuell und zukünftig durch Bequemlichkeit und Zeitgewinn sowie Spezialisierung gekennzeichnet.

Ursächlich dafür sind u.a.:

- die Zunahme des Außer-Haus-Verzehrs
- die wachsende Mobilität der Bevölkerung
- die Reisefreudigkeit der Deutschen, die internationale Brotspezialitäten im Umsatz und Absatz beflügelt.
- Die ethnische Vielfalt, die in Deutschland wächst, fördert die Nachfrage nach orientalischen Broten, italienischen Broten wie z.B. Focaccia und Pagnotta für Antipasti.
- Die steigende Doppelerwerbstätigkeit in Partnerschaften und Familie mit knapper Zeit zum Kochen.

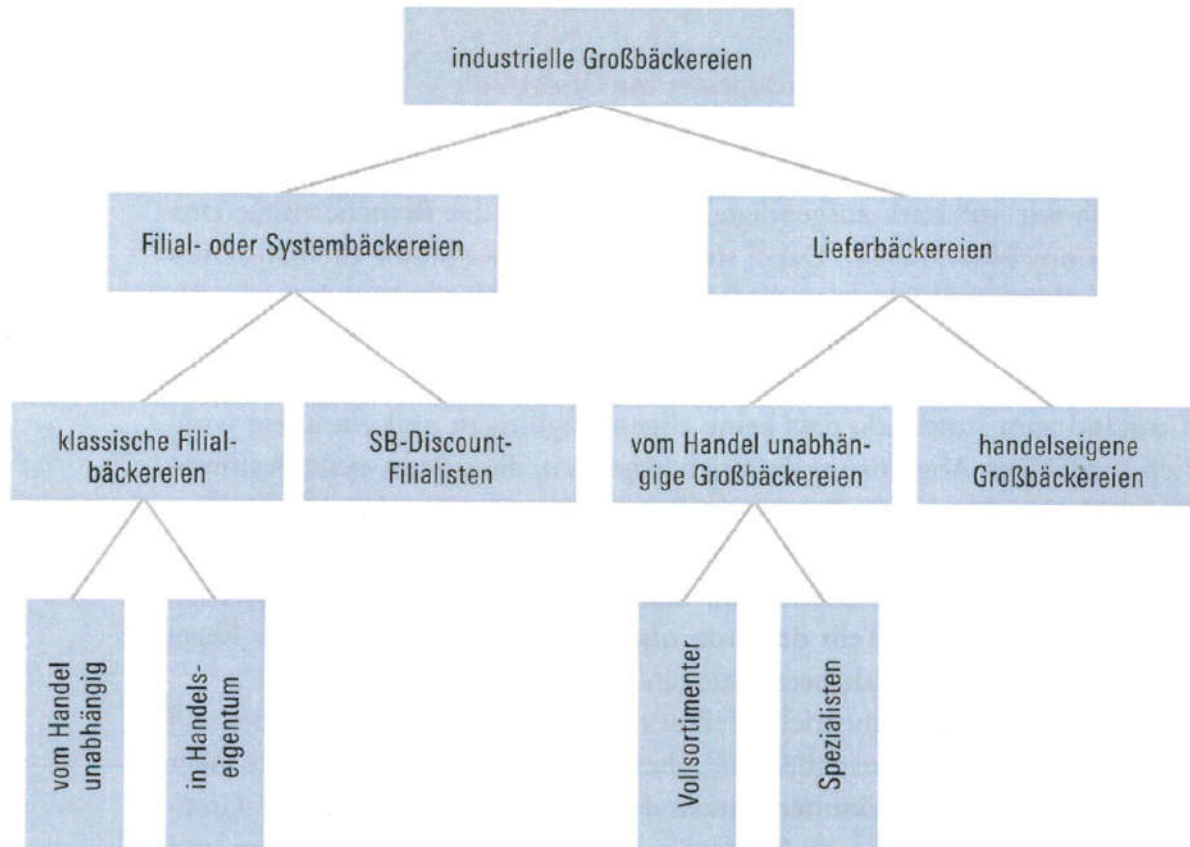
Umsatz und Absatz für Brot- und Aufbackware im LEH ((Zeitraum: KW 26/2017-26/2018; Quelle: Nielsen)

	Umsatz in €	Veränderung z.Vj	Absatz in Kg	Veränderung z. Vj
Brot&Aufbackware	2,54 Mrd.	-0,6	1,19 Mrd	-1,4
Aufbackware	480,2 Mio	6,2	194,7 Mio	2,7
Brötchen	247,1 Mio	-4,8	67,2 Mio	-5,8
Ganzbrot	132,6 Mio	14,7	77,9 Mio	7,9
Schnittbrot	863,6 Mio	-6,0	357,7 Mio	-5,6
Süße Brote	40,6 Mio	5,2	10,6 Mio	6,8
Toast	776,0 Mio	0,8	476,4 Mio	-0,6

Großbäckereien gliedern sich in :

Abbildung 1

Kategorisierung der Unternehmenslandschaft der Brot- und Backwarenindustrie in Deutschland



Quelle: STUDY Nr. 378, März 2018, Branchenanalyse Brot- und Backwaren-Industrie – Branchentrends und ihre Auswirkungen auf Beschäftigung und Arbeitsbedingungen. Autoren: Arne Vorderwülbecke, Inger Korflür und Ralf Lökener.

Grundsätzlich lassen sich in Deutschland folgende Typen von Bäckereien unterscheiden:

- Lieferbäckereien beliefern die Brot- und Backwarenabteilung des LEH täglich frisch mit hygienisch verpackten Broten, Brötchen, Feingebäck sowie TK-Produkten, zum nachfrageorientierten Fertigbacken im Geschäft.
- Das ist praktisch und unterstützt das Vermeiden von Brot- und Backwarenverschwendung. Die Herrschaft über die Frischdienstfahrzeuge haben in der Regel die Betriebe selbst. Statt mit eigenen Lieferfahrzeugen beauftragen Großbäckereien auch spezialisierte betriebsfremde Logistikunternehmen. Bei den Kühlauflegern kommen immer mehr

sogenannte MULTI-TEMPO-AUFLEGER zum Zuge. Diese haben zwei Temperaturzonen, so dass Tiefkühl- und Frischware gleichzeitig transportiert werden kann und Leerfahrten minimiert werden.

- Filialbäckereien sind Bäckereien, die ihre Erzeugnisse über eigene Filialen, zum Teil auch im Vorkassen-Bereich des Lebensmitteleinzelhandels, in der Regel unverpackt verkaufen. Die größte Filialbäckerei in Deutschland hat mehr als 800 Filialen.
- SB-Discount-Bäckereien verkaufen ihre Backwaren in eigenen Filialen in Selbstbedienung. Angeboten wird meist das Preiseinstiegssegment, an geeigneten Standorten aber auch das volle Sortiment und zunehmend eine Cafe-Lounge-Atmosphäre.

Beschäftigtenzahlen der Mitgliedsfirmen des Verbands Deutscher Großbäckereien e.V. und der gesamten Branche

- In den Großbäckereien werden aktuell rd. 25.000 Arbeitnehmer/-innen beschäftigt. Tendenz stabil. Der durchschnittliche Ecklohn (Facharbeiter) beträgt 18,17€; der niedrigste Wert liegt bei 17,51€, der höchste Wert bei 18,68€/Stunde brutto.
- In der gesamten Branche werden aktuell rd. 17.000 Azubis ausgebildet, davon rd. 6.000 im Verkauf und rd. 11.000 in der Produktion.
- Großbäckereien bilden in zahlreichen Berufen aus: Bäcker (m/w), Fachverkäufer (m/w), Konditor (m/w), Bürokaufmann/-frau, Mechatronik, Elektronik, Elektrik, Fachkraft Lagerlogistik, Fachkraft Lebensmitteltechnik, usw.
- Die durchschnittliche Ausbildungsvergütung liegt bei 778,00€/ Monat im ersten Ausbildungsjahr und bei 1.069,00€/Monat im letzten Ausbildungsjahr; der niedrigste Wert liegt bei 760,00€ (1. Ausbildungsjahr) und der höchste Wert bei 1.197,00€/Monat brutto (4. Ausbildungsjahr).

Produktionstechnik:

Produktionstechnisch sind immer mehr Linien im Einsatz, die flexibel sind im Hinblick auf die sich ändernde Nachfrage der Marktteilnehmer Handel und Endverbraucher/Großverbraucher. Die Nachfrage nach individuellen Produkten wächst.

Vor zwanzig Jahren waren Linien gefragt, die relativ klein und flexibel waren, dann wurden die Linien immer größer, egal ob im Plunderbereich oder bei Brot und Brötchen, bis hin zu Anlagen mit einer Stundenleistung von vier bis sechs Tonnen. Das ist mittlerweile wieder rückläufig. Nachgefragt werden individuelle Produkte, keine Massenware.

Das erfordert eine ständige Verbesserung und Diversifizierung des Leistungsangebots. Null-acht-fünf-zehn hat die Existenzberechtigung im Preiseinstiegssektor. Im Mittel- und höherpreisigen Segment ist Erlebnisorientierung angesagt. Da greift der Käufer tiefer in die Tasche.

Digitalisierung, Vernetzung einzelner Anlagen, wachsendes Fachwissen des Personals, Hygieneaktivitäten, Produktsicherheit usw. spielen bei Großbäckereien auch zukünftig eine wichtige Rolle.

Wie werden Brot und Backwaren im Lebensmitteleinzelhandel angeboten?

Im Handel gibt es unterschiedliche Formen, in denen Brot und Backwaren präsentiert werden:

- Im Brotregal findet der Kunde fertig verpackte Brote und Backwaren in verschiedenen Gewichtsgrößen. Dabei handelt es sich um verzehrfertige Brote oder auch um Backwaren zum Fertigbacken.
- Als Backstationen werden die Angebotsformen bezeichnet, in denen TK-Backwaren oder vorgebackene Backwaren in einem speziellen Ofen fertiggebacken werden. Eine Variante stellen die bei Discountern betriebenen Backautomaten dar.
- In der Tiefkühltruhe findet der Kunde vermehrt ein breites Angebot an TK-Backwaren.
- Traditionell gibt es auch die Bäckerei, die als sog. Vorkassenbäckerei im Eingangsbereich positioniert ist. Das Sortiment wird teils angeliefert, teils vor Ort gebacken.

Wie werden sich die Konsumenten in Zukunft verhalten?

Der „homo diffusus“ mit flexiblen Konsumplänen und entsprechendem Verhalten breitet sich als Marktteilnehmer auf der Nachfrageseite zunehmend aus. Der „homo diffusus“ ist unter anderem das Ergebnis der individualisierten Gesellschaft mit vielfältigen Lebenswelten und Szenen. Intellektuelle Großstadt-Eliten, top gebildet, beruflich erfolgreich, gut verdienend, geben auch bei Food-Trends immer stärker den Ton an. Diese Top-Eliten leben in Paarbeziehungen mit oder ohne Kinder, sponsern sich gegenseitig zum Optimieren von Work-Life-Balance.

Werte dieser modernen Kunden, aber auch traditioneller Kunden sind :

- Keine Zusatzstoffe, vegetarisch, vegan, Bio, ohne Gentechnik, regional, Fairtrade, UTZ Certified: Das sind wichtige Werte des heute und morgen für Nachhaltigkeit und Natürlichkeit.
- Zeit zählt mit leicht zu handhaben, easy cooking, schnell zubereitet, „to-go“, Lieferservice, portioniert.
- Anti-Aging durch Gesundheitsorientierung und Ernährung mit Ballaststoffreichtum, Zucker- und Salz reduziert, reich an natürlichem Protein zum Muskel- und Knochenaufbau, reich an Magnesium, reich an Kalium, ohne Zuckerzusatz.

Zukünftige Herausforderungen und die Erwartungen an die Politik:

1. Abfedern des Preisdrucks bei Nahrungsgetreide, insb. Weizen und Roggen, aber auch bei Früchten, Butter, Sahne, Milch.

Das weltweite Bevölkerungswachstum verschärft den Kampf um Nahrung und globale Ressourcen.

Während Europa schrumpft und altert, explodiert die Bevölkerung in Afrika und sie ist extrem jung und fordernd.

Erwartungen an die Politik:

Von der Politik wird die Agrarwende erwartet, in deren Mittelpunkt die Förderung resilienterer ökologischer Systeme stehen sollte.

Die Landwirtschaft sollte möglichst nah an der Natur ausgerichtet werden.

2. Förderung der Anziehungskraft der Großbäcker als Arbeitgeber. Damit soll der Arbeitskräftemangel beseitigt werden.

3. Minderung des Arbeitskräftemangels durch Förderung intelligenter Zuwanderung und Liberalisierung der Arbeitskraftvermittlung durch Jobcenter.