

C12331D

# Check Up

N° 5 18. APRIL 2020

## Back.Business

DAS ENTSCHIEDER-MAGAZIN  
FÜR DIE BACKBRANCHE

**WELCHE CHANCEN  
BÄCKER JETZT HABEN  
PERSPEKTIVEN FÜR DIE ZEIT  
WÄHREND & NACH CORONA**

# Liebe Leserinnen und Leser,



gewöhnlich veröffentlichen wir jedes Jahr im April die Top 200 der deutschen Backwarenfilialisten mit einer Analyse der Marktentwicklung. Doch aufgrund der akuten Corona-Pandemie haben wir das Ranking verschoben und dafür mehr als 50 Verantwortliche von Bäckereien über Rohstofflieferanten bis Maschinenbauer – befragt, mit welchen Herausforderungen sie zu kämpfen haben und wie sie die derzeitige Krise meistern. Lesen Sie ab Seite 28 die spannenden Antworten von Unternehmen wie **Ireks**, **Bäckerei Veit**, Ofenbauer **Hein** oder **Treif** Maschinenbau.

Vor allem die Rohwarenlieferung, zum Beispiel von Sultaninen und Sonnenblumenkernen, verzögert sich durch die Sicherheitsmaßnahmen im Grenzverkehr. Waren kommen verspätet oder gar nicht an, die Logistik wird teurer, Lieferanten wollen Preise nachverhandeln. Wer zahlt für den Schaden? Die Münchener **Rechtsanwältin Katharina Spenner** erklärt, wie die derzeitige Situation rechtlich zu bewerten ist und wie sie sich auf die Vertragsbeziehungen auswirkt (Seite 18).

Generell hat die Bäckerbranche weniger unter der Pandemie zu leiden als andere Wirtschaftszweige. **Bernd Kütscher** sieht die Zukunft positiv. Zwar prognostiziert er, dass bis zu 450 Handwerksbäckereien auf der Strecke bleiben werden, aber der **Direktor der Akademie Deutsches Bäckerhandwerk Weinheim** ist überzeugt, dass das Coronavirus die

Welt nachhaltig verändern und Bäckern zahlreiche Chancen bieten (Seite 8).

Welche Folgen die Pandemie auf die gesamte Weltwirtschaft haben wird, ist noch nicht genau absehbar. Doch bereits nach der ersten SARS-Pandemie im Jahr 2003 haben internationale Wissenschaftler mögliche kurz- und mittelfristige Folgen einer erneuten Pandemie berechnet und 2006 veröffentlicht – inklusive entsprechender Sicherheitsempfehlungen. Australische Forscher zeichneten sogar ein Szenario von bis zu 142 Millionen Toten und 4.400 Millionen Euro Kosten. Die Bundesregierung hätte sich also wesentlich besser auf die Ausbreitung des Coronavirus und dessen Folgen vorbereiten können. Stattdessen wurde in den vergangenen Jahren das Gesundheitssystem kaputtgespart. Damit dieses nun nicht zusammenbricht, wird die Wirtschaft und das öffentliche Leben lahm gelegt. Wirtschaftsexperten warnen vor einer schwerwiegenden Rezession. Die gute Nachricht: Sie sei aber nur von kurzer Dauer ... (Seite 14).

Weitere spannende Themen: Neues Insolvenzgesetz gibt Unternehmen mehr Spielraum, wenn sie wegen der Pandemie in Zahlungsnot geraten, birgt aber auch große Gefahren für Gläubiger (Seite 20) sowie Brandschutz – eine Versicherung ist nur die zweitbeste Lösung (Seite 22).

**Viel Spaß beim Lesen und bleiben Sie gesund!**

Paola Rentsch, Chefin vom Dienst

## Check Up Back.Business

Telefon (040) 30 68 52 - 0  
 Fax (040) 30 68 52 - 10  
 e-mail: info@back.business



08

**Perspektiven für Bäcker:** Bernd Kütscher, Direktor der Akademie Deutsches Bäckerhandwerk Weinheim zeigt auf, welche Chancen sich trotz Corona-Krise bieten und welche Geschäftskonzepte danach Erfolg haben werden.



22

**Brandschutz:** „Eine Versicherung ist nur die zweitbeste Lösung“, sagt Nordias-Versicherungsmakler Oliver Freund. Wie sich Bäckereien besser für Groß- und Totalschäden absichern.



28

**Krisenmanagement:** Wir haben mehr als 50 Unternehmer – vom Bäcker über Rohwarenlieferanten bis hin zum Maschinenbauer – befragt, wie sie die Auswirkungen der Pandemie meistern. Es gibt Profiteure & Verlierer.

Fotos: Harry-Brot, Pixabay, Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks/Jürgen Kreher

## INHALT

<b>UNTER DIE LUPE GENOMMEN:</b>	
Perspektiven: Chancen für Bäcker nach der Corona-Krise	8
Adaptieren:	
Agil agieren mit positiver Energie	12
Studien: Globale Effekte von Corona auf die Wirtschaft	14
<b>RECHT:</b>	
Logistik:	
Lieferausfälle – wer zahlt?	18
Insolvenz:	
Zahlungsnot – neues Gesetz gibt Firmen mehr Spielraum	20
<b>VERSICHERUNG:</b>	
Brandschutz: „Eine Versicherung ist nur die zweitbeste Lösung.“	22
<b>BRANCHE:</b>	
Interviews:	
Bäcker, Ofenbauer und Zulieferer beziehen Stellung zur Pandemie. Die Devise lautet: bestmöglich durchkommen	28
<b>RUBRIKEN</b>	
Editorial	2
News/Branchenkurzmeldungen	4
Internationale Kurzmeldungen	26
Impressum	37
Wie kriegen Sie's gebacken?	38

**Nachhaltig und sicher:  
Weniger Pestizide!**

**Integrated<sup>®</sup>  
Pesticide  
Monitoring**

Osterbrooksweg 69 | 22869 Schenefeld  
 Tel.: +49 40 84 00 46 57  
 hoenig@specialtybrokers.de  
 INFO: www.specialtybrokers.de/ipm

## Bäckerhandwerk 2019: 3,7 Prozent mehr Umsatz

Der **Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks (ZV)** hat im April Zahlen aus der Branche für 2019 veröffentlicht: Backwaren vom Handwerksbäcker waren 2019 bei den Deutschen weiterhin beliebt mit einem deutlichen Umsatzplus von 3,7 Prozent (2018: 1,1 Prozent) auf jetzt 15,22 Milliarden Euro. Die drei beliebtesten Brotsorten waren Mischbrote, Toastbrote sowie Brote mit Körnern und Saaten. Aber der Konzentrationsprozess im Bäckerhandwerk nimmt weiterhin zu: Die Anzahl der Bäckereien sank auf 10.491 (ein Minus von 4,0 Prozent) und die der Beschäftigten auf rund 266.000 Personen (Minus 1,6 Prozent). Dementsprechend beschäftigte jede Bäckerei im Durchschnitt 25,4 Mitarbeiter – ein Anstieg um 2,8 Prozent –, was laut ZV die durchschnittliche Bäckerei genau in die vielfach beklagte Förderlücke bei den Corona-Soforthilfen fallen lässt.

Die Anzahl der Gesellen- und Meisterprüfungen, ist um knapp fünf beziehungsweise zehn Prozent gestiegen. Doch der Nachwuchsmangel bleibt ein wichtiges Thema im Bäckerhandwerk, das 2019 insgesamt 14.773 meist jungen Menschen einen Ausbildungsplatz bot. Im Ausbildungsberuf Bäcker/in sank die Zahl gegenüber dem Vorjahr um 6,8 Prozent auf 5.587 Auszubildende, im Beruf Bäckerreifachverkäufer/in ging die Anzahl auf 9.052 (minus 8,3 Prozent) zurück. Die Fortsetzung dieses Trends ist wesentlich auf die weiter anhaltende demografische Entwicklung zurückzuführen.

Zwei Lichtblicke gibt es: Die Zahl der Ausbildungsabbrecher sank deutlich um 12,1 Prozent. Und die Zahl der ausländischen Auszubildenden (mit nichtdeutscher Staatsangehörigkeit) stieg weiter leicht, nach teils erheblichen Zuwächsen in den Vorjahren. „Das Bäckerhandwerk leistet auch bei der Integration von Menschen mit nichtdeutschem Hintergrund Beachtliches. Wer weiß, vielleicht wird die Corona-Krise auch dazu führen, dass insgesamt mehr junge Menschen ihr eigenes Brot nicht nur verdienen, sondern selbst machen wollen. Das Thema Nachwuchssicherung dürfte weiterhin eine hohe Priorität für die Branche behalten“, meint **Hauptgeschäftsführer Daniel Schneider**. PR

## Verpackungslösungen: Virtuelle Messe

Da die Düsseldorfer Interpack verschoben wurde, veranstaltet die **Bühler Group** vom 11. bis 15. Mai 2020 eine virtuelle Messe. Das Schweizer Unternehmen präsentiert seine neuesten Lösungen und Technologien entlang der gesamten Wertschöpfungskette, die der Backwaren-, Schokoladen-, Süßwaren- und Röstindustrie helfen, ihren Abfall sowie ihren Wasser- und Energieverbrauch zu senken. Per Chat können sich Interessierte mit verschiedenen Experten austauschen oder per Webinar tiefer in die Thematik eintauchen. „In jeder Herausforderung steckt eine verborgene Chance. Möglicherweise stellen wir fest, dass virtuelle Messen effizientere, anschaulichere und fortschrittlichere Kommunikationsplattformen bieten, um uns über neueste Entwicklungen und Lösungen im Bereich Consumer Foods auszutauschen“, sagt **Germar Wacker, Chief Executive Officer Consumer Foods**.

## Brotmischungen: 335 Prozent Absatzplus

Der Absatz von Tiefkühlprodukten (TK) ist Mitte März massiv gestiegen. Das zeigt die Absatzauswertung des Marktforschungsinstituts **Nielsen**. Demnach legten TK zwischen dem 9. und 15. März (11. Kalenderwoche) um 42,5 Prozent zu. In der 10. KW betrug das Plus 7,4 Prozent, in der 9. KW 22 Prozent. Die höchste Absatzsteigerung in der 11. KW erzielten Brotmischungen (plus 334,6 Prozent). In der 9. und 10. KW lagen Desinfektionsmittel im Absatzplus an der Spitze (zum Teil um 466 Prozent). Außerdem bei den Verbrauchern in der 11. KW beliebt: Mehl (plus 200,9 Prozent), Reis (plus 179 Prozent) und Teigwaren (plus 170,1 Prozent). Toilettenpapier lag mit einem Absatzplus von 118,3 Prozent nur auf Rang acht. PR

## Online-Supermarkt: 2.500 Prozent Neukunden

Corona ändert das Nutzerverhalten beim Lebensmittelkauf: Für viele Ältere und Vorsichtige ist die Onlinebestellung die Grundlage für die

Heimversorgung geworden. Der Online-Supermarkt **eFood** der **Food Direkt GmbH** aus Leipzig verzeichnet derzeit ein Wachstum von 2.500 Prozent bei Neukunden. Die jährliche Wachstumsrate lag bisher zwischen 25 und 45 Prozent. Standorte mit traditionell kleinen Warenkörben heben jetzt über Nacht auf den deutschen Durchschnitt von mehr als 80 Euro an und überflügeln die eher starken Regionen. PR

## Bei Betriebsschließung Profigeräte schützen

**Smeg Foodservice**, Hersteller professioneller Küchentechnik mit Stammsitz in Italien, rät: Während der Betriebsschließungen sollten Gastronomen ihre Geräte fachgerecht stilllegen. Nur so lassen sich Schäden vermeiden:

- ▶ In Geschirrspülmaschinen die Dosierleitungen für Reiniger und Klarspüler entleeren. Dies verhindert eine Kristallisierung der Chemie und somit Schäden am Dosiersystem.
- ▶ Wasserversorgung der Spülmaschine durch Schließen des Wasserhahns unterbrechen.
- ▶ Umkehrosmoseanlagen müssen auch bei Betriebsschließung mit Wasser versorgt und am Strom angeschlossen bleiben. Sie spülen sich automatisch und es kommt zu keiner Verkeimung. Sollte dies nicht möglich sein, muss die Anlage fachgerecht außer Betrieb gesetzt werden. PR

## Berufskleidung: sauber ist nicht gleich hygienisch

Rund 63 Prozent der Deutschen müssen ihre Berufskleidung laut einer aktuellen **GfK**-Studie selbst waschen. Jeder Zweite macht dies in derselben Waschmaschine, in der auch die private Wäsche gewaschen wird – meistens im selben Waschgang. Zwar hat einer von vier Beschäftigten Bedenken, dass die Arbeitskleidung die persönliche Kleidung verunreinigen könnte oder umgekehrt. Dennoch glauben 91 Prozent der Befragten, dass ihre Berufskleidung nach der Wäsche hygienisch sauber sei. „Die nicht mehr klare Trennung von Arbeitsplatz und Privatleben spiegelt sich auch im Umgang mit der Berufskleidung wider. Denn nicht wenige Arbeitnehmer sieht man bei der Hin- und Rückfahrt zum und vom Arbeitsplatz in ihrer Be-



**Verstärktes Hygiene-Monitoring:** professionelles Waschen von Arbeitskleidung erfüllt die hohen Anforderungen zu HACCP und des Infektionsschutzgesetzes

rufskleidung“, erklärt **Dr. Ole Rigbers, Regional Manager Quality, Environment, Safety, Health DACH** des textilen Serviceanbieters **CWS** mit Sitz in Dreieich/Hessen. Das Unternehmen wäscht unter anderem Arbeitskleidung für Kunden in speziellen Hightech-Wäschereien. Während der Pandemie kann das die sicherere Lösung für Betriebe und ihre Beschäftigten sein. Denn „optisch sauber, also frei von Flecken, bedeutet nicht immer gleich hygienisch. Die indirekte Übertragung von Keimen und Verunreinigungen von einer Kleidung auf die andere kann nicht ausgeschlossen werden“, gibt Rigbers zu bedenken. PR

**Helmut Schön (+Team)**  
Bäckermeister / Techniker  
Coach & Mediator

**J h D**  
Bäckermeister

Von Bäcker zu Bäcker    unabhängig – problemorientiert – praxisnah  
[www.baeckereitechnologie.de](http://www.baeckereitechnologie.de) / Tel. +49 (0) 7425 – 327 880

<b>Personal Coaching:</b>	> Ursachen erforschen
> Lösungen erarbeiten	> Strategie entwickeln
> Betriebs- und Produktions-Strukturen erarbeiten	
<b>Produktionsberatung:</b>	> Technologische Erneuerungen
> Nährwertberechnung	> Umsetzung begleiten

**ERFA-Kreise / Für Praktiker**    fachliche Weiterbildung  
Auf Augenhöhe ohne Kennzahlen    für Produktion & Verkauf

Über 35 Jahre Betriebs- und Produktionsberatung  
Seit mehr als 10 Jahren „praktische ERFA-Kreis-Arbeit“

## Marktanalyse: Tiefkühlprodukte beliebt wie nie

Der Absatz tiefgekühlter Produkte ist in Deutschland im Jahr 2019 um 1,7 Prozent gewachsen und setzte damit die positive Entwicklung der vergangenen Jahre fort. Die jährliche Absatzstatistik des **Deutschen Tiefkühlinstitutes** (dti) weist eine Gesamtabsatzmenge von 3,833 Millionen Tonnen (2018: 3,769 Mio. Tonnen) aus und mit 15,36 Milliarden Euro (2018: 14,75 Mrd. Euro) ein Umsatzplus von 4,1 Prozent. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch stieg um 600 Gramm auf 46,9 Kilogramm (kg) und pro Haushalt um 800 Gramm auf 94,2 kg (2018: 93,4 kg).

Auch Profiverwender nutzen mehr TK-Produkte. Erfolgreiche Gastronomiekonzepte in der Schnellgastronomie, aber auch im Bereich der Bediengastronomie erzeugten Zuwächse, zum Beispiel durch den anhaltenden Burger-Boom. Erneut zulegen konnte auch das Frühstück außer Haus. Generell legte der Absatz im Außer-Haus-Markt (AHM) um 2,5 Prozent auf 1,972 Mio. Tonnen zu (2018: 1,925 Mio. t). Der AHM-Umsatz erreichte einen Wert von 7,07 Mrd. Euro und erhöhte sich um 4,4 Prozent (2018: 6,77 Mrd. Euro).

Die Nachfrage nach TK-Produkten hat im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) Mitte März (11. KW) teilweise im zweistelligen Bereich angezogen, je nach Warengruppe. Die ersten Analysen zeigen, dass die Menschen öfter eingekauft haben und zugleich die Ausgaben pro Haushalt während der Corona-Pandemie erhöhten. Das dti geht davon aus, dass die aktuellen Zuwächse im LEH nur temporär zweistellig bleiben. TK-Heimdienste berichten von einer Verdoppelung ihrer Online-Bestellungen und vielen Neukunden. PR

## Südback 2020 mit weniger Fläche

Weil der Ausgang der Corona-Pandemie ungewiss ist und viele Aussteller noch zögerlich mit ihren Standbuchungen sind, planen die Organisatoren der internationalen Fachmesse **Südback** (17. bis 20. Oktober in Stuttgart) mit einer Halle weniger als vergangenes Jahr: Belegt werden insgesamt fünf Hallen (5, 6, 7, 8 und 10), die zum Teil gegenüberliegen. Die Halle 9 wird dieses Jahr nicht belegt. Die Hallenkonstellation über zwei Messe-spangen fördert den zirkulierenden Besucherfluss über das Gelände. Da 2021 die Iba in München stattfindet, will die Südback 2022 mit der zusätzlichen Halle 9 wieder „auf den prognostizierten Wirtschaftsaufschwung reagieren“, sagt **Andreas Wiesinger, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart**. PR

## Öfferl eröffnet Pop-Up-Filiale in Wien

Bäcker **Georg Öfferl** hat Mitte April seinen neuen Standort in Wien-Mariahilf eingeweiht. Ursprünglich wollte der Niederösterreicher seinen zweiten Standort in Wien im Herbst eröffnen. Die Bauarbeiten verzögern sich jedoch aufgrund der Corona-Pandemie. Alternativ steht nun bis Ende Juni oder Mitte Juli eine Pop-up-Filiale am neuen Standort. Da das Lokal noch nicht fertig ist, ist im vorderen Bereich eine Art Marktstand aufgebaut: Für die Dekoration holte die Bäckerfamilie Erde aus Gaubitsch und arbeitete mit einem Gärtner zusammen. Brot und Gebäck wird jeden Morgen aus Niederösterreich frisch gebacken angeliefert, dann kommen um 10 und um 14 Uhr frische Lieferungen aus der Backstube in der Wollzeile. PR

## Harry-Brot: Fünf Prozent Umsatzplus in 2019

Die Schenfelder **Harry-Brot GmbH** (4.500 Mitarbeiter, zehn Produktionsstätten) steigerte im Geschäftsjahr 2019 ihren Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um fünf Prozent auf 1,056 Milliarden Euro (2018: 1,006 Mrd. EUR). PR

## Dr. Oetker verzichtet auf Weißmacher E171

Der Einsatz von Titandioxid (E171), ein Farbzusatzstoff, der vor allem als strahlendes Weiß und zum Abmischen von Farben unter anderem bei Lebensmitteln und Zuckerdekoren eingesetzt wird, ist sehr umstritten. Denn E171 gilt als potenziell krebserregend. In Frankreich wurde es bereits im April 2019 verboten. Nun hat **Dr. Oetker** zum 1. April 2020 seine Produktion umgestellt und Titandioxid aus den Produkten entfernt. Dabei hatte das Unternehmen zunächst die Gefahr durch den Zusatzstoff abgestritten. PR

## Führungswechsel bei der IFCO Gruppe

**Wolfgang Orgeldinger, Chief Executive Officer** (CEO) der bayerischen **IFCO Gruppe** (Anbieter von Mehrwegverpackungslösungen für Frischprodukte) wird zum 30. Juni sein Amt niederlegen. Sein Nachfolger wird zum 01. Juli **Michael Pooley**. Orgeldinger wird künftig als Beiratsmitglied agieren. Die Nachfolge wurde in enger Zusammenarbeit zwischen Wolfgang Orgeldinger und dem Beirat weit im Voraus geplant und soll eine reibungslose Übergabe in den nächsten Wochen gewährleisten. Michael Pooley ist ein strategischer Denker, der bei Brambles und der Exova Group umfangreiche Wachstums- und Change-Programme geleitet hat. Er verfügt über einschlägige Erfahrung im Pooling- und Retail-Bereich der Verpackungsbranche und hat mehr als 25 Jahre im Management sowie im Vertrieb und operativen Geschäft gearbeitet. Er ist bekannt für sein digitales Know-how mit Schwerpunkt auf Track-and-Trace- und Big-Data-Analysen. PR



UNVERGLEICHLICHE  
KAFFEEVIELFALT,  
GLEICHBLEIBENDE  
QUALITÄT GARANTIRT.



**WMF 1500 S+** Sie vereint eine beeindruckende Vielfalt und die Zuverlässigkeit, die Sie von WMF erwarten. Mit ihrer großen Auswahl an professionellen Kaffeespezialitäten ist die WMF 1500 S+ die vielseitige Lösung für jeden Geschmack – auch dem Ihrer Kunden.

DESIGNED TO PERFORM

wmf.com



Tabelle: dti

### Tiefkühlprodukte Absatzstatistik für 2019

	LEBENSMITTELHANDEL			AUßER-HAUS-MARKT			GESAMTMARKT		
	2018	2019	+/-	2018	2019	+/-	2018	2019	+/-
<b>FRÜHSTÜCK &amp; DESSERT GESAMT</b>	<b>266.948</b>	<b>268.299</b>	<b>0,5 %</b>	<b>709.973</b>	<b>745.638</b>	<b>5,0 %</b>	<b>976.921</b>	<b>1.013.937</b>	<b>3,8 %</b>
<b>BACKWAREN</b>	<b>232.388</b>	<b>234.860</b>	<b>1,1 %</b>	<b>659.935</b>	<b>694.690</b>	<b>5,3 %</b>	<b>892.323</b>	<b>929.551</b>	<b>4,2 %</b>
Kuchen, Torten u.a.	135.266	136.484	0,9 %	91.548	95.394	4,2 %	226.815	231.877	2,2 %
Teige	3.334	2.901	-13,0 %	10.019	10.219	2,0 %	13.353	13.120	-1,7 %
Brot, Brötchen u.a.	93.788	95.476	1,8 %	558.368	589.078	5,5 %	652.155	684.554	5,0 %
<b>OBST (inkl. Säfte)</b>	<b>29.615</b>	<b>28.484</b>	<b>-3,8 %</b>	<b>44.154</b>	<b>44.637</b>	<b>1,1 %</b>	<b>73.769</b>	<b>73.120</b>	<b>-0,9 %</b>
<b>MILCHERZEUGNISSE, SÜBSPEISEN</b>	<b>4.945</b>	<b>4.955</b>	<b>0,2 %</b>	<b>5.885</b>	<b>6.311</b>	<b>7,2 %</b>	<b>10.829</b>	<b>11.265</b>	<b>4,0 %</b>

## PERSPEKTIVEN

# Chancen für Bäcker während & nach Corona

Die Folgen der Einschränkung des öffentlichen Lebens trifft Lebensmittelhersteller nicht so stark wie andere deutsche Schlüsselmärkte. Ein Überblick, wie sich der Wirtschaftsmarkt der Groß- und Filialbäcker durch die Pandemie verändert und welche Möglichkeiten sich daraus ergeben.

**B**ernd Kütscher sieht die Zukunft positiv. Der Direktor der Akademie Deutsches Bäckerhandwerk Weinheim ist überzeugt, dass das Coronavirus die Welt nachhaltig verändern wird, nicht zwingend schlechter, aber anders und sie wird Chancen für Bäcker bieten. Das war nach jeder Krise so. Auch nach dem zweiten Weltkrieg ging es wieder aufwärts und brachte die Wirtschaftswunderjahre. Und nach der Finanzkrise 2009 ging es ebenfalls wieder aufwärts. Kütscher bezieht sich dabei auf das prognostizierte Adaptions-Szenarium von Matthias Horx, dem Gründer des Zukunftsinstituts in Frankfurt und Wien. Demnach wird die Weltgesellschaft aus der Krise lernen und resiliente, adaptive Systeme entwickeln. Gesellschaftliche Strömungen in Richtung Postwachstum, Wir-Kultur, Regionalisierung und Individualisierung, die bereits vor der Krise existierten, werden durch die kollektive Corona-Erfahrung von der Nische in den Mainstream katapultiert.

Diese globale Entwicklungsprognose hat Kütscher auf die Bäcker-Branche adaptiert. „Ich kann nicht in die Glaskugel schauen, aber es gibt einige Dinge, die deuten sich an“, sagt Kütscher in seinem Webinar ‚Die Bäckerwelt nach Corona‘. Er prognostiziert elf wesentliche Veränderungen, die vor allem auch Handwerksbäckern große Chancen bieten können:

## 1. Pandemie als Katalysator für Betriebsschließungen.

Bäckereien, die vor Corona schon Probleme hatten, werden durch die Krise vom Markt befördert. Kütscher schätzt, dass nach der Pandemie 400 bis 450 Handwerksbäcker fehlen werden. „Möglicherweise beschleunigt die Krise die Abschmelzung der Handwerksbäcker. Aber Betriebe, denen es vorher gut gegangen ist, sehen ihre Chancen in der Krise. Es wird wieder aufwärts gehen, wenn die Beschränkungen aufgehoben sind“, ist Kütscher überzeugt.

## 2. Sehnsucht nach Normalität fördert den Konsum.

Sobald die Beschränkungen aufgehoben sind und die Möglichkeit besteht, wieder Freunde zu treffen, ins Café und Restaurant zu gehen, werden Kunden mit Freude den großen Cappuccino, das große Kuchenstück und den großen Eisbecher bestellen.

## 3. Die Arbeitswelt wird sich verändern.

Vor Corona haben die meisten Unternehmen die Digitalisierungen ihrer Geschäftsprozesse vernachlässigt. Dadurch haben viele während der

Corona-Krise Schwierigkeiten, sich am Markt zu behaupten. Eine Zeit, in der ohne digitale Kommunikation nichts geht. „Auch die Akademie Weinheim hat Online-Seminare immer vor sich her geschoben“, gibt Kütscher zu. Durch die Pandemie wurden jedoch innerhalb von nur zwei Tagen Online-Seminare mit verschiedenen Themen realisiert. „Und das Angebot wird sehr gut angenommen“, so Kütschers vorläufiges Fazit, „auch nach Corona wird man für einen Geschäftstermin nicht mehr unbedingt stundenlange Anfahrten in Kauf nehmen. Online-Konferenzen und -Seminare werden zur Normalität.“

## 4. Menschen werden bewusster leben und mehr im Einklang mit der Natur sein.

So ist zum Beispiel der CO<sub>2</sub>-Gehalt in China durch die Ausgangssperre während der Krise deutlich gesunken. Analysten wie Lauri Myllyvirta vom finnischen Centre for Research on Energy and Clean Air, berichten, dass in China die Treibhausgasemissionen im Februar um 25 Prozent zurückgegangen sind. Weil die Chinesen deutlich weniger Kohle verfeuerten und weniger reisten, sei zudem die Luftqualität in vielen Städten besser als sonst. Auch in Deutschland werden laut ersten Hochrechnungen des Thinktanks Agora Energiewende die CO<sub>2</sub>-Emissionen durch die Corona-Maßnahmen um 30 bis 100 Millionen Tonnen sin-

ken. Die Gründe: Die deutsche Industrie steht weitgehend still, Produktionen sind heruntergefahren und ganze Werke temporär geschlossen, auch sind nur ein Bruchteil der Autos auf den Straßen unterwegs. Der Energiebedarf ist dadurch massiv gesunken. Damit wird das Klimaziel dieses Jahr erstmals erreicht und sogar noch übertroffen. „Das zeigt, dass wir doch Einfluss auf das Klima nehmen können. Vielleicht macht das etwas mit uns, sodass wir uns umweltbewusster nach der Krise verhalten“, hofft Kütscher.

## 5. Globalisierung wird zurückgehen.

Das Zukunftsinstitut sieht im Adaptions-Szenarium als Folge der Corona-Pandemie eine Selbstreinigung der Märkte: Eine kollektive Reflexion der Herkunft unserer Güter regt zu neuen Konsummustern an. Der Ausfall globaler Produktions- und Handlungsketten führt zu einer Wiederentdeckung heimischer Alternativen. Der stationäre Handel, regionale Produkte und Lieferketten erleben einen Aufschwung.

So entsteht nicht nur eine sinnvolle Balance zwischen online und offline, sondern vor allem ein kluger Umgang mit globalisierten Handelsketten, ein Gleichgewicht von lokalem und globalem Handel und eine Blüte der Direct-Trade-Plattformen. Seitdem boomen Wochenmärkte, regionale Erzeuger und lokale Online-Shops.

### KRISEN-GEWINNER UND -VERLIERER

Bäcker, die kreativ ihr Geschäft auf die Einschränkung des öffentlichen Lebens anpassen, können Umsatzeinbußen abfangen. Einige profitieren sogar davon, wie zum Beispiel reine Brotmanufakturen und Bäcker mit mobilen Verkauf. Rund zehn Prozent der Bäcker rechnen mit einem Umsatzplus zwischen 15 bis 50 Prozent. Andere verzeichnen hohe Verluste aufgrund ihrer Geschäftsstruktur, wie ein hoher Anteil an Gastronomie. Rund 20 Prozent der Bäcker rechnen mit 20 bis 40 Prozent weniger Einnahmen und etwa 25 Prozent mit mehr als 40 Prozent Umsatzverlusten.

#### GEWINNER

- Mobile Verkaufswagen haben Zuwächse von rund 50 Prozent
- Wochenmärkte boomen
- Vorkassenzonen, der Zulauf wird allerdings weniger, da auch das Hamstern abnimmt
- reine Brotbäckereien wie zum Beispiel der Bonner Max Kugel, der seinen Umsatz derzeit verdoppelt hat
- Landbäckereien
- Müslihersteller
- Bäckereien, die den LEH beliefern

#### VERLIERER

- Bäcker mit Gastro-Liefergeschäft
- Bäckereien mit Gastronomie
- Bäcker in touristischen Gebieten, vor allem Insel-Bäcker verzeichnen bis zu 90 Prozent Umsatzverluste. Die Touristen fehlen. Allein von den Verkäufen an die Einheimischen können die Bäcker nicht leben.
- Geschäfte in der Innenstadt

„Für unsere Branche könnte das bedeuten, dass die Einkaufsgenossenschaften wie Bäko nicht nur Kürbiskerne aus China importieren. Die meisten stammen nämlich aus einer Region, die nur 2.000 Kilometer von Wuhan entfernt liegt. Rohstoffe wie Kürbis- und Sonnenblumenkerne werden derzeit knapp, die würden auch in Deutschland wachsen. Ich glaube, dass es Kunden gibt, die bereit sind, für regionale Produkte mehr Geld auszugeben, wie für das regionalangebaute Urgetreidebrot oder für den Butterzopf mit Milch vom heimischen Bauern“, so Kütscher.

### 6. Preise werden stärker segmentiert.

Viele Menschen werden durch die Corona-Pandemie ihren Wohlstand verlieren. Das werde dazu führen, dass viele Verbraucher wieder preissensibler werden, so Kütscher. Er glaubt, dass dann Basisprodukte, wie das einfache rundgewirkte Mischbrot stärker nachgefragt werden. Zwar bedarf es der Highendprodukte für diejenigen Verbraucher, denen es weiterhin gut geht. „Aber Menschen, die nach der Krise weniger gut aufgestellt sind, werden zum Bäcker gehen, um sich etwas zu gönnen. Sie kaufen dann zwei Drittel des Monats Nudeln beim Discounter, aber am Monatsanfang, wenn das Geld da ist, gehen sie zum Bäcker, um zu zeigen, dass es ihnen nicht ganz so schlecht geht. Doch diese Kunden werden keine Highendprodukte kaufen“, ist Bernd Kütscher überzeugt.

### 7. Echte Werte werden wieder wichtig.

„Wir werden generell lernen, etwas ruhiger zu werden. Die Welt nach Corona wird wahrscheinlich etwas weniger hektisch, direkte soziale Kontakte zur Familie und zu Freunden werden wichtiger“, meint Bernd Kütscher.

### 8. Der Wunsch, sich selbst zu versorgen, wächst.

Laut Kütscher steigt der Wunsch in Krisenzeiten, sich selbst zu versorgen. Die Frage ist nur wie? Daher wollen immer mehr Menschen lernen, wie sie ein richtig gutes Brot backen. Mit Backkursen könnten Bäcker zusätzlichen Umsatz generieren. Als Beispiel nennt Kütscher die **Wildbakers Simon Glocker** und **Jörg Schmid**: „Die Kurse der beiden sind sehr erfolgreich, mit zum Teil 100 Teilnehmern.“ Aber solche Backkurse sollten Bäcker nicht kostenlos anbieten. Die Wildbaker berechnen zum Beispiel pro Teilnehmer 29 Euro als Kursgebühr für circa 2,5 Stunden.

### 9. Handwerk ist wieder angesehen.

Die Fähigkeit, mit den eigenen Händen, etwas herzustellen, werde nach der Krise wieder deutlich mehr geschätzt, ist Bernd Kütscher überzeugt. Das wirke sich auch positiv auf den Lehrberuf des Bäckers aus. „Denn Menschen, die einen Handwerks-

beruf erlernen, sind nach der Krise wieder angesehener“, sagt Bernd Kütscher.

### 10. Kleine Bäckereien erobern Marktanteile zurück.

„Vor zehn Jahren war der Marktanteil von kleinen Bäckereien fast doppelt so hoch wie heute“, sagt Kütscher. Doch gerade diese Betriebe könnten seiner Meinung nach die Krise geschickt für sich nutzen. Bernd Kütscher glaubt an eine Renaissance und an viele Neugründungen mit ähnlichem Geschäftskonzept wie dem der Brotmanufaktur oder des Brotpuristen **Max Kugel**.

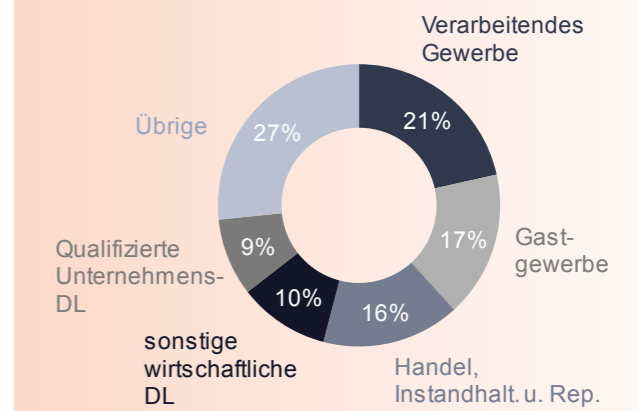
### 11. Personalmangel nimmt ab.

Mehr als 450.000 Betriebe haben mittlerweile in Deutschland Kurzarbeit angemeldet. Doch laut Statistik der **Bundesagentur für Arbeit** wurde trotz der gestiegenen Inanspruchnahme das Niveau von 2009 (Wirtschafts- und Finanzkrise) noch nicht erreicht. Allerdings sind aufgrund des hohen Antragsaufkommens noch nicht alle Anträge von den lokalen Arbeitsagenturen erfasst (siehe Grafik). Ein ergänzendes Bild zur Arbeitsmarktsituation liefert das **Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB)** der Bundesagentur für Arbeit: So ist das IAB-Arbeitsmarktbarometer bereits im März, noch vor den gravierenden Corona-Eindämmungsmaßnahmen, so stark gesunken wie nie. Das Barometer ist ein Frühindikator für die Gesamtentwicklung des Arbeitsmarkts. Die Skala des Barometers reicht von 90 (sehr schlechte Entwicklung) bis 110 (sehr gute Entwicklung). Demnach ist die Arbeitslosigkeitskomponente des IAB-Arbeitsmarktbarometers im März um 0,8 Punkte auf 98,2 Punkte gesunken und liegt klar im negativen Bereich. Das Ergebnis basiert auf einer monatlichen Umfrage der Bundesagentur für Arbeit unter allen lokalen Arbeitsagenturen. „Schon vor Monatsmitte erwarteten die Arbeitsagenturen deutlich steigende Arbeitslosigkeit. Innerhalb kürzester Zeit setzte die Corona-Krise den starken Arbeitsmarkt in Deutschland massiv unter Druck“, sagt **Enzo Weber, Leiter des IAB-Forschungsbereichs, Prognosen und gesamtwirtschaftliche Analysen**.

Wegen der vorübergehenden Schließung von Betrieben und Stilllegung ganzer Produktionen in den verschiedensten Branchen, rechnen Experten mit einer nachhaltigen Kündigungswelle, sodass auch nach der Corona-Seuche die Arbeitslosigkeit

### ANZEIGEN FÜR KURZARBEITERGELD

**Personen in Anzeigen nach Branchen**  
Deutschland, erfasste und geprüfte Anzeigen  
März 2020 (vorläufige Daten), Datenstand 25. März 2020



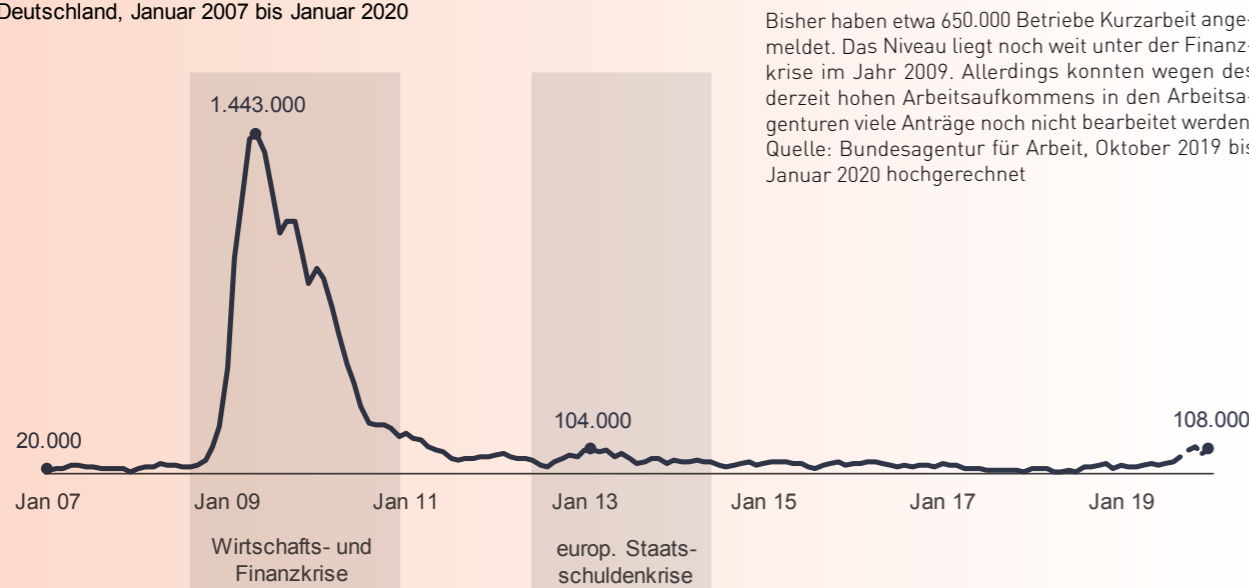
Vorläufige Daten über Kurzarbeit bis einschließlich 25. März 2020. Sie bilden die ersten Auswirkungen der Corona-Krise ab. Bis dahin waren 55.000 Anzeigen für 1.043.000 Personen erfasst und geprüft. Allerdings: Da auch sehr viele kleinere Betriebe auf Kurzarbeit zurückgreifen, ist die Arbeitsbelastung in den Agenturen gegenwärtig sehr hoch. Es ist davon auszugehen, dass die Anzeigen über Kurzarbeit in hohem Maße bei den Agenturen zwar bereits vorliegen, allerdings noch nicht elektronisch erfasst und geprüft sind. Die bereits verfügbaren Daten dürften somit zu geringe Zahlen wiedergeben.

auf einem höheren Niveau bleiben wird als noch vor der Pandemie und zwar laut **RWI - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung** bei 5,9 Prozent (2,5 Millionen Arbeitslose). Vor der Einschränkung des öffentlichen Lebens und dem wirtschaftlichen Einbruch betrug im März 2020 die Arbeitslosenquote in Deutschland 5,1 Prozent, das ist ein jahreszeitlich bedingter Rückgang um 0,2 Prozentpunkte gegenüber dem Vormonat. Stichtag für die Erfassung war der 12. März. Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit waren bundesweit rund 2,3 Millionen Menschen ohne Job, 60.000 weniger als im Februar, aber 34.000 mehr als im März 2019.

Aufgrund der Arbeitsmarktentwicklung glaubt Bernd Kütscher, dass der Personalnotstand in vielen Bäckereien schwinden wird und nennt für seine Hypothese zwei Argumente: Die Gastronomiebranche muss viele Mitarbeiter entlassen, sodass diese im Verkauf arbeiten könnten. Ebenso stünden viele ehemalige Bäcker bei Autoherstellern wie Daimler oder BMW am Produktionsband, weil sie wegen des höheren Verdienstes nach ihrer Ausbildung dorthin gewechselt sind. Da die Automobilindustrie jedoch mindestens 100.000 Mitarbeiter entlassen muss, hofft Kütscher, dass darunter viele ehemalige Bäcker sind, die in ihren alten Beruf zurückkehren. *Paola Rentsch*

### ENTWICKLUNG DES KONKUNKTURELLEN KURZARBEITERGELDS

**Inanspruchnahme konjunktureller Kurzarbeit**  
Deutschland, Januar 2007 bis Januar 2020



Grafiken: Bundesagentur für Arbeit

ADAPTIEREN

# Agil agieren mit positiver Energie

Viele Filialbäcker passen sich clever an die aktuelle Situation an. Sie schaffen es, die Corona-Krise zu meistern und können nachhaltig davon profitieren.

Es gelte das Prinzip: Durchhalten und mit Mut über sich hinauswachsen. Bäcker, die sich flexibel auf die Corona-Krise einstellen, werden auch hinterher erfolgreich am Markt agieren. Davon ist **Bernd Kütscher, Direktor der Akademie Weinheim**, überzeugt. Wie Bäcker das geschickt umsetzen, hat Kütscher in fünf Empfehlungen zusammengefasst:

## Positive Botschaften senden

Weil viele Menschen wegen Corona Ängste haben, braucht es vor allem „Mutmacher, die positive Botschaften in Richtung Kunden und Mitarbeiter senden“, betont Bernd Kütscher. Slogans wie ‚Wir schaffen das‘, ‚Wir sind für Euch da‘, ‚Wir halten zusammen‘ vermitteln eine positive Grundhaltung nach außen. So hat die Kölner **Bäckerei Kraus** ihre Lieferwagen neu folieren lassen: „Kopf hoch, Köln! Zusammen kriegen wir es gebacken.“ Die Fotos hiervon postete der Familienbetrieb auf seiner Facebookseite und wurde viral rund 140 Mal geteilt. Auch die regionale Presse berichtete über die Fahrzeuge mit dem zusätzlichen Hashtag #flattenthecurve, als Erinnerung an alle, sich doch bitte so zu verhalten, dass die Inflationsrate sinkt. Für eine verkaufsfördernde Markenkommunikation mit den Verbrauchern sind sowohl die digitalen Medien als auch die klassische Werbung und der direkte Kontakt unabdingbar.

## Gemeinsinn beweisen

**Dr. Gerhard Bosselmann, Inhaber der Bosselmann Landbäckerei** in Hannover, erlangte bun-

Die Lkws mit dem Slogan „Kopf hoch, Köln! Zusammen kriegen wir es gebacken!“ der Kölner Bäcker Kraus kommt sehr gut an – sowohl bei Kollegen, als auch bei Kunden. Die regionale Presse berichtete groß darüber und auf Facebook erhielt der Beitrag mehr als 1.160 Likes und wurde bisher rund 140 Mal geteilt.

desweite Bekanntheit mit seinem flehenden Video, in dem er die Verbraucher mit tränenerstickter Stimme bat, Brot beim Bäcker zu kaufen und nicht beim Discounter. Warum wurde das Bosselmann-Video über zehn Millionen Mal angesehen, erhielt rund 70.400 Likes und 14.837 Kommentare? „Nicht weil er geweint und gesagt hat, dass er eine ‚Scheißangst‘ hat. Die haben wir alle“, sagt Bernd Kütscher. „Sondern, weil er am Ende gesagt hat: Ich gebe, obwohl es mir schlecht geht, allen Ärzten, Krankenpflegern und Rettungswagenfahrern Backwaren kostenlos“, meint Kütscher. Botschaften wie ‚Uns geht es schlecht, doch wir denken trotzdem an andere‘ kommen in der Krise sehr gut an und ‚werden auch nachhaltig tragen‘, weiß Kütscher. Sein Standpunkt: „Positive Energie kommt irgendwann zurück!“

Ähnliche Beispiele gibt es viele, wie Gabenzäune, Restaurants, die für Bedürftige kochen oder Bäcker, die Mehl verkaufen und den Erlös an Kinderhilfswerke spenden. „Auch wir geben während der Corona-Krise und stellen unsere Online-Seminare kostenlos zur Verfügung“, so Kütscher.

## Produktchancen nutzen

In der Krise hat sich das Kaufverhalten der Verbraucher verändert. Die Menschen bevorzugen derzeit andere Produkte: Vor allem Nudeln, Toast- und Sandwichbrote sowie halbgebackene Produkte zum Aufbacken – die können Handwerksbäcker auch herstellen und verkaufen. Zudem laufen sehr gut: Vollkornbrote, länger haltbare Brote, vorge-

Foto: Bäckerei Kraus

packte Vorratstüten mit verschiedenen Produkten, Backzutaten wie Mehl oder Hefe (Bäckerei Hinkel verkauft beides zum Beispiel inklusive Rezept), langfristige „Bäcker-Retter-Gutscheine“ im Wert von 15 bis 25 Euro.

Allerdings ändert sich die Nachfrage auch hier je nach aktueller Nachrichtenlage. Umso wichtiger ist es, sein Sortiment je flexibel anzupassen. Und weil in Krisenzeiten Lachen gut tut, können Bäcker mit Witz die Krise nutzen und den Kunden ein Lächeln ins Gesicht zaubern, etwa mit einer Toilettenpapiertorte oder einem Amerikaner mit Smily- und Mundschutz-Dekor. Hier ist auf jeden Fall Fingerspitzengefühl gefragt.

## Sortiment überprüfen

Ein Drittel der Branche macht Verluste, schätzt Bernd Kütscher. Deshalb sei jetzt die Zeit, das Sortiment zu überprüfen und mutig zu kürzen, um Kosten zu sparen. Nicht immer ist der Deckungsbeitrag richtig kalkuliert, denn 80 bis 90 Produkte sind nicht wirtschaftlich. Kunden verzeihen es jetzt, wenn der Bäcker das Sortiment strafft. Das hätten Kunden vorher nie verzeihen. Daher die Krise nutzen und darüber nachdenken, welche Produkte tatsächlich die Bäckerei ausmachen und mit welchen am meisten Geld verdient wird. Kütschers Tipp: Mehr Produkte schaffen, die klassisch mit langer Fermentation hergestellt werden, mit eigenen Rezepturen, um mehr Wertschöpfung im eigenen Betrieb zu erzeugen.

## Prozesse verschlanken

Jetzt ist die Gelegenheit, mutig zu gestalten und Dinge zu wagen, die ein Bäcker vorher nicht gewagt hätte, etwa unrentable Filialen schließen und Öffnungszeiten auf ein gesundes Maß zu verändern. Kütscher weiß von Bäckereien, die jetzt ihre Flagship-Stores in der Innenstadt umbauen. „Vor der Krise hätten sie die Geschäfte niemals geschlossen, da sie wahnsinnig gut liefen und es ein enormer Verlust gewesen wäre.“ Jetzt investieren Bäckereien in die Zukunft, weil sie an die Zukunft glauben. Bernd Kütschers Ausblick für die Zeit nach Corona: „Wir werden Betriebe verlieren, aber die gut aufgestellten Bäckereien werden weiterhin gut aufgestellt sein und vielleicht hinterher mehr Chancen haben, weil andere schließen mussten.“

Paola Rentsch

KÖNIG

# Bei uns ist Ihr Produkt im Fokus.



## QUALITYVAC DAS SYSTEM FÜR OPTIMIERTE PRODUKTQUALITÄT

Mit der König QualityVac Vakuumtechnologie können Brote, Brötchen und Feingebäck zur weiteren Verwendung in nur wenigen Minuten gekühlt und stabilisiert werden. Dies ermöglicht eine enorm verbesserte Produktqualität, eine raschere (sofortige) Weiterverarbeitung des Gebäcks sowie die Optimierung von Betriebsabläufen.



Folgen Sie uns auf  
unseren digitalen Kanälen:

18. April 2020 | 13

Koenig Maschinen GmbH | A-8045 Graz | AUSTRIA  
info@koenig-rex.com, www.koenig-rex.com

## STUDIEN

# Globale Effekte von Corona auf die Wirtschaft

Eine genaue Berechnung der wirtschaftlichen Folgen ist erst nach dem Ende der Corona-Pandemie möglich. Doch bereits nach der ersten SARS-Pandemie im Jahr 2003 haben internationale Wirtschaftsinstitute die ökonomischen Auswirkungen eines erneuten Ausbruchs berechnet. Die Studie australischer Experten beziffern sogar weltweit bis zu 142 Millionen Tote und Kosten von 4.400 Milliarden Euro. Erschreckende Daten, die seit 15 Jahren der Regierung vorlagen.

Noch sind die weltwirtschaftlichen Folgen der Ausbreitung des Corona-Virus' nicht genau absehbar. In dem Pandemiereport 'Pandemie. Risiko mit großer Wirkung' der Allianz-Versicherung und des Rheinisch-Westfälischen Instituts für Wirtschaftsforschung (RWI) gehen die Analysten insbesondere auf die kurz- und mittelfristigen wirtschaftlichen Folgen einer Grippe-Pandemie ein. Grundlagen der Abschätzung bilden die Erfahrungen der Grippe-Pandemien im 20. Jahrhundert der sogenannten Spanischen Grippe 1918/19 mit weltweit rund 50 Millionen Toten und die SARS-Epidemie (das erste, gleich weltweite Auftreten des vom SARS-assoziierten Coronavirus hervorgerufenen Schweren Akuten Atemwegssyndroms) im Jahr 2003 mit 774 Toten in überwiegend asiatischen Ländern.

## Nachfrage sinkt unverhältnismäßig

Kurzfristig wird sich das Verbraucherverhalten stark ändern. Das betrifft sowohl den Konsum – abgesehen von den lebensnotwendigen Gütern – als auch das Sozialverhalten. Aufschiebbare Einkäufe, Besuche von Veranstaltungen und Urlaubsreisen werden verschoben. Die Menschen neigen zu großer Vorsicht und schätzen die Gefahren eher zu hoch ein, sodass nach Überwindung der Pandemie eine unverhältnismäßig starke Reaktion zu erwarten ist. Bestimmte Branchen sind besonders betroffen: große Teile des Einzelhandels, Gaststätten, touristische und Freizeiteinrichtungen sowie der öffentliche Verkehr. Langfristig könnte bei einer schwer verlaufenden Pandemie mit vielen Todesfällen die Nachfrage über einen längeren Zeitraum verringert bleiben. Bei einem milden

**Schwerwiegender wirtschaftliche Einbruch, aber nur von kurzer Dauer sein.** Laut der internationalen Unternehmensberatung Boston Consulting ist eine reale Rezession, ausgelöst durch eine Katastrophe wie Covid-19-Erkrankungen, tendenziell harmloser als politische Rezessionen oder solche, die durch eine Finanzkrise ausgelöst werden. Sie sind zwar potenziell schwerwiegender, stellen aber im Wesentlichen nur vorübergehende Nachfrage- oder Angebots-Schocks dar. Zu demselben Ergebnis kommen auch führende Wirtschaftsforschungsinstitute in ihrem Frühjahrsgutachten für Deutschland: Die Wirtschaftsleistung wird in diesem Jahr um 4,2 Prozent schrumpfen. Für das kommende Jahr sagen sie eine Erholung und ein Wachstum von 5,8 Prozent voraus.

Verlauf wird mit einer schnellen Erholung der Märkte gerechnet.

## Mitarbeiter glänzen durch Abwesenheit

Kurzfristig sind die Belegschaften der Firmen durch Krankheit und Absentismus verringert. Letzteres bedeutet, dass Mitarbeiter, aber auch Führungskräfte, öfter aus persönlichen Gründen nicht zur Arbeit gehen. Termine, Verpflichtungen oder Vereinbarungen werden nicht eingehalten, obwohl es keine tatsächlichen Verhinderungsgründe dafür gibt. Das macht die Personaleinsatzplanung für Betriebe komplizierter. Deshalb werden auch Produkt- und Dienstleistungsangebote kleiner. Dies kann zum Teil die reduzierte Nachfrage kompensieren.

Durch innerbetriebliches Umsetzen von Beschäftigten und den Einsatz von externem Personal sowie verstärkter digitaler Kommunikation kann der Betrieb verhältnismäßig flexibel auf erhöhte Fehlzeiten von Mitarbeitern reagieren. Der volkswirtschaftliche Schaden ist daher vermutlich auf der Nachfrageseite höher. Allerdings bleibt der Absentismus eine unbekannte Größe.

## Kosten & Nutzen von Präventionen

Da aufgrund der kollektiven Risikovermeidung, verbunden mit staatlichen Interventionen, das öffentliche Leben zum Erliegen gekommen ist, können bestimmte Notfall- und Präventionsmaßnahmen die volkswirtschaftlichen Kosten verringern:

Foto: Pixabay

Quelle/Grafiken: RKI, Landesgesundheitsamt Baden-Württemberg im Regierungspräsidium Stuttgart Bundesamt für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe



► **Bereitstellung von Atemschutz für die Bevölkerung:**

Die Kosten werden auf zehn Milliarden Euro geschätzt. Sie würden sich allerdings amortisieren, wenn bei einer leichten Pandemie die Erkrankungsrate durch das Verteilen von Atemschutzmasken von 15,0 auf 5,0 Prozent, bei einer schwer verlaufenden Pandemie von 50 auf 40 Prozent reduziert werden könnte. Allerdings liegen keine Untersuchungen über die Wirksamkeit der Maßnahme vor. Auch die **Weltgesundheitsorganisation** (WHO) empfiehlt in ihrem Pandemieplan den Atemschutz nicht, da der weit verbreitete Mund-Nasen-Schutz oder chirurgische Mundschutz laut Studien nicht ausreichend ist, um sich selbst vor Viren zu schützen. Allerdings halten Mediziner und Virologen den Einsatz von Mundschutz für sinnvoll, um andere vor Ansteckung zu schützen. Denn durch den Atemschutz kann man andere Menschen zumindest einigermaßen vor den Viren schützen, die man möglicherweise selbst beim Sprechen, Husten oder Niesen ausstößt.

► **Versorgung der Bevölkerung mit antiviralen Medikamenten:**

Die Medikamente können, therapeutisch eingesetzt, eine Erkrankung nicht verhindern, sondern bestenfalls abkürzen. Die Kosten von 100 Millionen Euro (leichte Pandemie) beziehungsweise 300 Millionen Euro (schwere Pandemie) können durch eine kürzere Krankheitsdauer (um 1,0 Prozent)

ausgeglichen werden. Zu bedenken ist jedoch, dass gegen die Covid-19-Erkrankung bisher noch kein Medikament entwickelt wurde. Mediziner testen derzeit Arzneimittel, die schon gegen eine andere Krankheit zugelassen sind, wie HIV, Malaria und Ebola.

► **Vermehrung der verfügbaren Intensivbetten.**

Die Kosten betragen bis zu 2,9 Milliarden Euro. Ein wirtschaftlicher Kostenausgleich kommt aber nur zustande, wenn sowohl die Todesrate absinkt als auch die Krankheitsdauer deutlich verringert wird. Aktuelles Problem bei der Behandlung von Covid-19-Patienten: Viele Länder wie Italien, Frankreich oder auch die USA haben nicht genügend Beatmungsgeräte, sodass die Todesfälle auch deshalb zunehmen. In den USA lagern Krankenhäuser die Verstorbenen bereits in Zelten und Kühl-lastwagen, weil sie nicht genügend Platz für die Toten haben.

► **Fazit:**

Die erhöhte Nachfrage nach Schutzausrüstung, wie Atemschutzmasken, Einmalhandschuhe und Desinfektionsmittel, sowie der Einsatz von Medikamenten wirken sich positiv auf das Bruttoinlandsprodukt (BIP) aus. Ohne Notfallmaßnahmen wird in einem Szenarium mit einer milde verlaufenden Pandemie eine Angebotsabnahme von 0,7 Prozent, bei einer schwer verlaufenden Pandemie von 2,4 Prozent errechnet. Auf der Nachfrageseite

lauten die Zahlen 0,3 beziehungsweise 1,2 Prozent. Das BIP würde demnach um 1,0 Prozent (leicht) oder 3,6 Prozent (schwer) absinken.

Das **Lowy-Institute for International Policy** (LIIP) an der **Australian National University** in Sydney hat in der Analyse 'Global Macroeconomic Consequences of Pandemic Influenza' mit vier Szenarien untersucht, welche Folgen verschieden schwere Influenza-Pandemien auf die Weltwirtschaft beziehungsweise auf

verschiedene Wirtschaftsregionen der Erde haben könnten. Die allgemeinen Folgen wären ein Rückgang der Arbeitsleistung in unterschiedlichem Ausmaß für verschiedene Regionen, steigende Wirtschaftskosten, eine Veränderung des Verbraucherverhaltens weg von den besonders betroffenen Wirtschaftszweigen und eine Neueinschätzung der wirtschaftlichen Risiken für Investoren in den verschiedenen Staaten als Folge des Agierens der nationalen Regierungen und Verwaltungen in der Pandemie.

**Weltweit 142,2 Millionen Tote und 4.400 Milliarden Euro Kosten**

In einem mathematischen Modell mit 20 Ländern und sechs Wirtschaftszweigen werden die Auswirkungen verschiedener Schweregrade einer Pandemie auf die Wirtschaft in den verschiedenen Ländern und Regionen errechnet. Dazu werden die Auswirkungen auf die Arbeitsleistung, Angebot, Nachfrage und das Investitionsrisiko bewertet.

Vier Szenarien werden gebildet: mild (entsprechend der Hongkong-Grippe 1968/1969), mäßig (entsprechend der Asiatischen Grippe 1957), schwer (entsprechend der Spanischen Grippe 1918/1919 mit rund 50 Millionen Todesopfern weltweit) und ultra (entsprechend der Spanischen Grippe 1918/1919, ohne die ungewöhnlich hohe Überle-

**Globale Gesamtfolgen der Pandemie**

In der Tabelle werden wenige ausgesuchte Werte für die Regionen Europa (ohne Vereinigtes Königreich) und USA vorgestellt:

		mild	mäßig	schwer	ultra
<b>Todesfälle</b> (pro 100 000)	Europa	10	100	500	1 000
	USA	7	70	350	700
<b>Arbeitsleistung</b> (Veränderung in %)	Europa	- 0,60	- 0,64	- 0,82	- 1,04
	USA	- 0,50	- 0,52	- 0,62	- 0,74
<b>Bruttoinlandsprodukt</b> (Verlust in %)	Europa	- 0,7	- 1,9	- 4,3	- 8,0
	USA	- 0,6	- 1,4	- 3,0	- 5,5
<b>Export</b> (Veränderung in %)	Europa	- 0,63	- 1,48	- 3,58	- 6,64
	USA	- 0,99	- 1,97	- 5,19	- 9,50
<b>Inflationsrate</b> (Veränderung in %)	Europa	0,46	0,77	1,62	2,83
	USA	0,58	0,77	1,37	2,22

bensrate bei alten Menschen). Das Ultra-Szenario entspricht demnach am ehesten der Corona-Pandemie mit einer hohen Mortalität bei Senioren. Die globalen Gesamtfolgen werden beim Ultra-Szenario auf 142,2 Millionen Tote und 4,4 Billionen US-Dollar, also 4.400 Milliarden Euro, geschätzt.

Laut der LIIP-Studie zeigt sich insgesamt, dass die Entwicklungsländer von einer Pandemie in besonderer Weise getroffen werden: Nicht nur die Rate der zu erwartenden Todesfälle liegt höher. Auch die wirtschaftlichen Folgen sind für diese Länder in allen Szenarien schwerwiegender. Gravierend sind die Folgen einer Pandemie für hochentwickelte Zentren für Produktion und Dienstleistungen.

Paola Rentsch

**NACHFRAGE-RÜCKGANG BEI INFLUENZA-PANDEMIE (IN PROZENT)**

Wirtschaftszweig	Pandemie	
	schwer verlaufend	milde verlaufend
Landwirtschaft	10	3
Bergbau	10	3
Dienstleistungen	0	0
Bauwirtschaft	10	3
Produzierendes Gewerbe	10	3
Großhandel	10	3
Einzelhandel	10	3
Transportdienste Luft	67	17
Transportdienste Schiene	67	17
Transportdienste Straße	67	17
Informationsmedien	0	0
Finanzwesen	0	0
Industriedienstleistungen	0	0
Schule und Erziehung	0	0
Gesundheitswesen	-15*	-4*
Unterhaltung	80	20
Gastgewerbe	80	20
Restauration	80	20
Andere Dienstleistungen	5	1
Staatliche und kommunale Dienste	0	0

Das **Rheinisch-Westfälische Institut für Wirtschaftsforschung** (RWI) hat den Nachfrageausfall für verschiedene Wirtschaftszweige errechnet und kommt zu dem gleichen Ergebnis wie das US-amerikanische **Congressional Budget Office** (CBO). Die Einbußen betragen zwischen 5,0 und 80,0 Prozent. Nur der Medizinsektor boomt: Plus 15,0 Prozent.

\* ein negativer Nachfragerückgang bedeutet einen Nachfragezuwachs (bezogen auf das ganze Jahr)



**Deutsche Wirtschaft kann sich schnell erholen:** Im zweiten Quartal diesen Jahres bricht das Bruttoinlandsprodukt als Folge des Shutdowns um 9,8 Prozent ein. Dies seit Beginn der Vierteljahresrechnung im Jahr 1970 der stärkste Rückgang in Deutschland und mehr als doppelt so groß wie jener während der Weltfinanzkrise im ersten Quartal 2009. Laut ifo-Konjunkturchef Timo Wollmershäuser bringt Deutschland jedoch „gute Voraussetzungen mit, den wirtschaftlichen Einbruch zu verkraften und mittelfristig wieder das wirtschaftliche Niveau zu erreichen, das sich ohne die Krise ergeben hätte.“

## HÖHERE GEWALT

# Lieferausfälle: Wer zahlt?

**Trotz der derzeit erschwerten Situation innerhalb der Lieferkette, pochen einige Unternehmen auf die Einhaltung von Verträgen. Die rechtliche Grundlage ist mitunter dafür nicht gegeben.**

Wegen der weltweiten Corona-Pandemie erhalten viele Unternehmen die bestellten Waren nicht oder nur verspätet, Lieferanten wollen Preise nachverhandeln und immer wieder stellt sich die Frage, wer für den entstandenen Schaden aufkommt. Das Argument „höhere Gewalt“ oder „Force Majeure“ scheint das Verhalten der Vertragsparteien in die eine oder andere Richtung zu rechtfertigen. Wie die Corona-Pandemie rechtlich zu bewerten ist und wie sie sich auf die Vertragsbeziehungen auswirkt, wird nachfolgend kurz dargestellt.

## Befreit von der Leistungspflicht

Zum Teil enthalten Lieferverträge sogenannte Force Majeure-Klauseln, wonach die betroffene Vertragspartei von ihrer Pflicht zur Leistung befreit wird, wenn sie aufgrund von höherer Gewalt, wie Krieg, Streik, behördlichen Anordnungen oder Epidemien, an der Leistung gehindert ist und dieses Leistungshindernis nicht zu vertreten hat. Sofern die Force Majeure-Klausel ausdrücklich vorsieht, dass ein Fall der höheren Gewalt bei Epidemien, Pandemien, Krankheiten oder Quarantäne gegeben ist, stehen die Chancen gut, dass sich die infolge des Coronavirus nicht oder nur verzögert liefernde Vertragspartei erfolgreich auf höhere Gewalt berufen kann und von der Lieferpflicht befreit ist. Gleiches gilt in dem Fall, wenn die Klausel behördliche Anordnungen und Warnungen erfasst und der Lieferant aufgrund behördlicher Anordnung den Betrieb schließen musste.

Enthält der Liefervertrag eine Force Majeure-Klausel jedoch ohne Verweis auf ein Ereignis, das die Corona-Pandemie erfasst, muss die vertragliche Bestimmung ausgelegt werden. Wenn die Aufzählung der Ereignisse höherer Gewalt abschließend

formuliert ist, wird es schwierig werden, sich erfolgreich auf höhere Gewalt zu berufen. Der Vertragspartner kann nämlich argumentieren, dass sich die Vertragsparteien einig waren, wann ein Fall höherer Gewalt vorliegen soll und wann nicht. Wenn die Ereignisse nur beispielhaft genannt sind, muss geprüft werden, ob die Vertragsparteien den Fall einer Pandemie unter den Begriff der höheren Gewalt erfassen wollten.

Im Regelfall werden sich die Vertragsparteien darüber bei Vertragsschluss wenig Gedanken gemacht haben. In diesem Fall erfolgt die Auslegung auf der Basis der Rechtsprechung. Nach dem **Bundesgerichtshof** (BGH) handelt es sich bei höherer Gewalt um ein „von außen kommendes, keinen betrieblichen Zusammenhang aufweisendes, auch durch äußerste vernünftigerweise zu erwartende Sorgfalt nicht abwendbares Ereignis“. Dies ist bei der Corona-Pandemie wohl der Fall. Entsprechend hat auch das Amtsgericht Augsburg 2004 entschieden und bei einer Epidemie einen Fall höherer Gewalt angenommen (AG Augsburg, 9.11.2004 – 14 C 4608/03, BeckRS 2004, 16212, Rn. 14). Wenn also der Liefervertrag eine Force Majeure-Klausel enthält und der Lieferant wegen der Corona-Pandemie nicht leisten kann, wird er für die Dauer der höheren Gewalt von seiner Leistungspflicht befreit. Der Kunde hat dann in der Regel keinen Anspruch gegen den Lieferanten auf Ersatz des entstandenen Schadens.

## Regelung ohne Force Majeure-Klausel

Wenn der Vertrag keine Force Majeure-Klausel enthält, ist entscheidend, welches geltende Recht die Vertragsparteien vereinbart haben. Wurde zum Beispiel bei einem internationalen Vertrag „deutsches Recht“ vereinbart, dann findet UN-Kaufrecht

(CISG) und ergänzend deutsches Recht Anwendung. Es sei denn, die Anwendbarkeit von UN-Kaufrecht wurde ausdrücklich ausgeschlossen. Haben die Vertragsparteien keine Rechtswahl getroffen, gilt in der Regel UN-Kaufrecht (Art. 1 Abs. 1 CISG) und ergänzend das lokale Recht des Verkäufers.

## Gute Chancen bei UN-Kaufrecht

Liegt das UN-Kaufrecht zu Grunde, stehen die Chancen gut, dass ein Lieferant sich auf höhere Gewalt berufen kann, wenn er die vereinbarte Warenlieferung nicht einhalten kann (Art. 79 CISG). Dazu muss er nur beweisen, dass die Lieferung infolge des Coronavirus unterblieben oder verzögert ist – etwa mit einem Force-Majeure-Zertifikat, welches zum Beispiel die chinesische Regierung den betroffenen Unternehmen ausgestellt hat, oder durch Nachweis, dass eine behördliche Anordnung zur Schließung der Produktion vorliegt. In diesem Fall kann sich der Lieferant von seiner Leistungspflicht befreien und schuldet in aller Regel auch keinen Schadensersatz.

## Wenn die Lieferung unzumutbar ist

Nach deutschem Recht kann der Lieferant die Leistung verweigern, wenn ihm die Leistung unmöglich ist oder wenn die Leistungserbringung für ihn unzumutbar ist. Darüber hinaus gibt es im Einzelfall das Recht für beide Vertragsparteien, eine Anpassung des Vertrages zu verlangen, wenn aufgrund der Corona-Pandemie die Geschäftsgrundlage gestört ist. Sofern eine Vertragspartei aufgrund von Hindernissen eine Leistung nicht erbringen kann, liegt ein Fall der Unmöglichkeit vor (§ 275 Abs. 1 BGB), wenn also die Fertigung aufgrund der Corona-Pandemie nicht mehr möglich ist. In diesem Fall ist der Lieferant von der Erbringung seiner Leistung so lange befreit wie diese unmöglich ist. Für denselben Zeitraum ist die andere Vertragspartei von der Verpflichtung zur Gegenleistung befreit. Sollten sich die Vertragsparteien allerdings auf einen festen Termin zur Leistungserbringung geeinigt haben und die Lieferung nur für genau diesen Zeitpunkt von Interesse sein, kann ein Fall der dauernden Unmöglichkeit der Vertragserfüllung vorliegen. In diesem Fall endet die Leistungspflicht und entsprechend ist auch keine Gegenleistung (Zahlung) geschuldet. Im Hinblick auf Geldschulden gilt übrigens, dass die Erfüllung einer Zahlungspflicht niemals „unmöglich“ ist im Sinne des § 275 BGB.

Wenn die Leistung zwar möglich ist, aber nur bei unzumutbaren Anstrengungen, hat der Lieferant gegebenenfalls ein Leistungsverweigerungsrecht (§ 275 Abs. 2 BGB). Dies ist der Fall, wenn es zu einem groben Missverhältnis zwischen den Kosten und dem Interesse des Kunden an der Lieferung kommt. Wo hier die Grenze liegt, wird das Gericht entscheiden. Die Tatsache, dass die Fertigung oder der Transport Mehrkosten verursacht, führt in aller Regel nicht zu einem Leistungsverweigerungsrecht.

## Anpassung oder Kündigung des Vertrags

Das Coronavirus kann auch eine Störung der Geschäftsgrundlage darstellen (§ 313 Abs. 1 BGB) und einen Anspruch begründen, den Liefervertrag anzupassen oder zu kündigen. Die Störung der Geschäftsgrundlage greift in den Inhalt beziehungsweise Bestand des Liefervertrages ein, hat aber – ebenso wie der Fall der Unmöglichkeit – keine direkten Auswirkungen auf die Haftung für die wirtschaftlichen Folgen der verzögerten oder unterbliebenen Lieferung. Eine Anpassung des Liefervertrages setzt voraus, dass das störende Ereignis nicht das Risiko einer Partei ist. In der Regel trägt der Lieferant für die Herstellung und Lieferung von Produkten das Risiko, weshalb er meist keinen Anspruch hat, eine Anpassung des Vertrages einzufordern.

## Großzügige Rechtsordnungen

Ist ausländisches Recht anwendbar, kommt es auf die jeweilige Rechtsordnung an: So bejahen angelsächsische Rechtsordnungen oder auch die chinesische höhere Gewalt grundsätzlich großzügiger als kontinentaleuropäische Rechtsordnungen.

Die Frage, ob die infolge des Coronavirus unterbliebene oder verzögerte Lieferung höhere Gewalt darstellt, lässt sich somit nicht einheitlich beantworten – es hängt von den Umständen des Einzelfalls ab. Unternehmen sollten in jedem Fall die Vertragsbestimmungen prüfen und ermitteln, welche Rechte und Pflichten die Parteien im konkret vorliegenden Fall haben. Zugunsten der Rechtsicherheit ist es ratsam, in zukünftige Verträge eine Force-Majeure-Klausel für Epidemien und andere nicht vorhersehbare Ereignisse aufzunehmen.

Die Autorin Katharina Spenner ist Rechtsanwältin bei Baker McKenzie in München.

## RECHT

# Zahlungsnot: Neues Gesetz gibt Firmen mehr Spielraum

**Mit den wirtschaftlichen Folgen der Pandemie werden Unternehmen noch lange zu kämpfen haben. Um Firmen mehr Zeit zu geben, Sanierungslösungen zu finden, hat die Regierung das Covid-19-Insolvenz-Aussetzungsgesetz beschlossen. Die wichtigsten Punkte für Schuldner und Gläubiger im Überblick:**

Vor allem Unternehmen, die ihre Rücklagen in aktuelle Investitionen gesteckt haben, etwa in neue Produktionsanlagen oder Niederlassungen, treffen die Betriebsschließungen aufgrund der Pandemie-Maßnahmen besonders hart. Schnell droht ihnen die Pleite wegen Zahlungsunfähigkeit und Überschuldung – mit erheblichen rechtlichen Konsequenzen. Damit überlebende Unternehmen nicht aufgrund von gesetzlichen Pflichten, die nur situativ bedingt sind, in die Insolvenz rutschen, hat die Bundesregierung das Covid-19-Insolvenz-Aussetzungsgesetz (CovInsAG) erlassen. Es befreit sowohl die Unternehmen als auch ihre Gläubiger von wichtigen Pflichten bei Zahlungsschwierigkeiten und gibt den Firmen bis zum 30. September Zeit, Sanierungsmaßnahmen umzusetzen. Der Zeitraum kann bei Bedarf auf den 31. März verlängert werden.

## Schuldner

### Insolvenzantragspflicht aufgehoben

Normalerweise muss ein Geschäftsführer einer GmbH beziehungsweise der Unternehmensleiter einer Kapitalgesellschaft innerhalb von drei Wochen einen Insolvenzantrag stellen, wenn die Firma zahlungsunfähig oder überschuldet ist. Die Insolvenzantragspflicht (§15a InsO zbd §42 Absatz 2 BGB) ist rückwirkend vom 1. März bis 30. September 2020 ausgesetzt und kann bei Bedarf bis zum 31. März 2021 verlängert werden. Denn „war der Schuldner am 31. Dezember 2019 noch zah-

lungsfähig, wird gesetzlich vermutet, dass die Insolvenzreife auf der Corona-Pandemie beruht“, erklärt **Rechtsanwalt Dirk Obermüller**. Er ist **Gesellschafter** und **Partner** der Bonner Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft **dhpg**. Obermüller weist darauf hin, dass die gesetzliche Vermutung, dass die Insolvenzreife auf der Corona-Pandemie beruht, nur an die Zahlungsunfähigkeit anknüpft, nicht an die insolvenzrechtliche Überschuldung. Sie kann relativ leicht rückblickend dargelegt werden. Ausgenommen von der neuen Regelung sind Unternehmen, deren Insolvenzreife nicht auf dem Corona-Virus beruht und wenn keine Aussicht darauf besteht, die Zahlungsunfähigkeit zu beseitigen.

„Bei einem Unternehmen mit Gastronomie ist das relativ einfach darzulegen, dass die Einkünfte wegfallen, weil aufgrund behördlicher Anordnungen der Laden oder ein bestimmter Bereich geschlossen werden musste. Wenn Unternehmen sich bereits in einer Restrukturierung befinden, ist das nicht so klar darstellbar. Betriebe, die bereits seit längerem in Schwierigkeiten sind, werden es schwer haben, finanzielle Probleme Corona-bedingt darzulegen“, sagt Restrukturierungs- und Sanierungsexperte Obermüller. Zudem können Umsatzrückgänge, Zahlungsausfälle oder Auftragsstornierungen branchenbedingt sein und mitunter zur Insolvenzreife führen. In solchen Fällen sollte alles sehr genau dokumentiert und Begründungen von den Kunden eingeholt werden, warum sie Aufträge storniert oder nicht erteilt haben und warum Forderungen nicht beglichen wurden. Bei späteren Auseinandersetzungen hilft die Vermutungsregelung. Allerdings ist nicht genau festgelegt, wer die Beweislast im Fall einer Streitigkeit zum Beispiel mit dem Insolvenzverwalter trägt.

### Persönliche Haftung erleichtert

Bisher galt: Der Geschäftsführer einer GmbH beziehungsweise der Unternehmensleiter muss beim Eintreten einer materiellen Insolvenz sicherstellen, dass keine Gläubiger begünstigt werden

und dass das Unternehmen nicht durch Auszahlungen geschädigt und die Insolvenzmasse ausgezehrt wird. „Jeder Verstoß dagegen führt zur persönlichen Haftung des Geschäftsführers“, erklärt Obermüller. Jetzt entfallen das Zahlungsverbot und die persönliche Haftung, sofern die Insolvenzgründe im Zusammenhang mit der Pandemie stehen. Das heißt: „Der Geschäftsführer darf Altverbindlichkeiten zum Beispiel an einen Lieferanten zahlen, weil der dringend zur Fortführung der geschäftlichen Tätigkeiten benötigt wird“, so Obermüller. Die Unternehmensleiter und Geschäftsführer haben durch die neue Regelung mehr Handlungsfreiräume. „Man möchte damit Panikreaktionen vermeiden, die in der jetzigen Situation unerwünscht sind“, kommentiert Dirk Obermüller das neue Gesetz. Er sieht allerdings in der neuen Rechtslage auch eine drohende Gefahr vor allem für die Gläubiger, denn Unternehmen können sich nun leichter überschulden und „sogenannte Zombie-Unternehmen werden künstlich am Leben gehalten.“ Obermüller prognostiziert ein höheres Ausfallrisiko und dass die Kreditvergabe der Banken wegen der schlechteren Absicherung schwieriger wird.

## Gläubiger

### Schutz vor Insolvenzanfechtung

Stehen Zahlungsschwierigkeiten und Insolvenzreife in Zusammenhang mit der Pandemie, ist das Risiko einer künftigen Insolvenzanfechtung bis zum 30. September 2023 weitgehend ausgeschlossen. „Es ist zum Beispiel auch möglich, dass ein Gesellschafter dem in Zahlungsschwierigkeiten befindlichen Unternehmen ein Darlehen gibt“, sagt Obermüller. Allerdings sollten auch für diesen Fall alle Gründe für Zahlungen, Kredite und Finanzschwierigkeiten penibel dokumentiert werden. Kann der Insolvenzverwalter nachweisen, dass der Gläubiger wusste, dass die Sanierungs- und Finanzierungspläne des Schuldners nicht geeignet waren, um die Zahlungsunfähigkeit zu beseitigen, kann der Insolvenzverwalter von den Gläubigern die Zahlungen zurückfordern, die sie erhalten haben.

### Recht auf Insolvenzantrag eingeschränkt

Das Recht der Gläubiger, die Eröffnung eines Insolvenzverfahrens zu beantragen, ist durch das neue Gesetz vorübergehend eingeschränkt. Das heißt: Wegen Verbindlichkeiten, die seit dem 1.

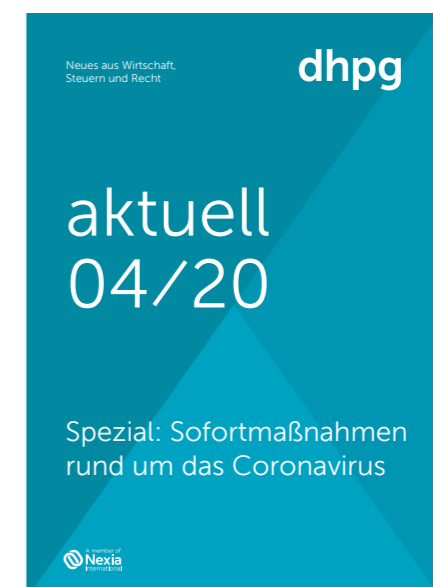
März aufgrund der Corona-Pandemie auflaufen, dürfen Gläubiger keinen Insolvenzantrag stellen. Aber: Der Corona-Kontext für Einnahmen-Ausfälle muss dokumentiert werden. Tipp: Die Buchhaltungspflicht penibel erfüllen und die Anwendbarkeit vom Wirtschaftsprüfer oder Steuerberater bestätigen lassen. Diese Sonderregelung gilt allerdings nicht für Unternehmen, die bereits Rückstände bei Steuerabgaben oder Sozialversicherungszahlungen für Januar und Februar haben. „Diese Firmen können sich nicht auf Corona berufen“, sagt Obermüller.

Wichtig: Liegt der Eröffnungsgrund für einen Insolvenzantrag vor dem 1. März, können Gläubiger weiterhin einen Insolvenzantrag stellen.

## Ausblick

Sanierungsmaßnahmen, wie operative Maßnahmen, Stakeholder-Beiträge, Förderdarlehen oder Staatshilfen, müssen individuell für das Unternehmen erarbeitet und bis zum 30. September 2020 finalisiert werden. Mitunter kann der Zeitraum verlängert werden. Ergänzend hierzu ist entscheidend, wie schnell Deutschland die EU-Initiative zum präventiven Restrukturierungsrahmen (beschlossen am 28. März 2019) in nationales Recht umsetzt. Diese Richtlinien sollen in Europa Firmensanierungen vereinfachen, um Insolvenzen zu vermeiden.

Paola Rentsch



**Corona-Hilfe:** Die Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaft **dhpg** hat für Unternehmen alle wichtigen Sofortmaßnahmen aufgelistet. Kostenlos als PDF zum Herunterladen auf [www.dhpg.de/de/downloads/](http://www.dhpg.de/de/downloads/)

BRANDSCHUTZ

# „Eine Versicherung ist nur die zweitbeste Lösung“

**Feuer gehört mit zu den größten Risiken für Bäckereien. Im Schadensfall addieren sich zu dem unmittelbaren finanziellen Sachschaden schnell Kosten für Marktanteilseinbußen und Wiederherstellung des Betriebes oder sogar Imagegeschäden. Auch der Verlust von Mitarbeitern ist möglich. Daher rät Oliver Freund, Versicherungsmakler der Nordias GmbH, sich für Groß- und Totalschäden ausreichend abzusichern. Eine umfassende Betriebsanalyse kann zudem dabei helfen, einen Brand gar nicht erst entstehen zu lassen.**

Es muss nicht immer gleich ein unerwarteter Blitzschlag oder eine Explosion in der Produktion sein, um ein Großfeuer im Betrieb auszulösen. Häufig sind die Gründe, warum ein Brand entsteht, viel banaler: Ein leinölgetränkter Lappen wird von einem Mitarbeiter in den Papiercontainer geworfen und entzündet sich, ein Back-

blech verkantet im Ofen oder es kommt zu einer Ölverpuffung in der Thermoölanlage, wie vor einiger Zeit bei der Traditionsbäckerei Braaker Mühle. Eine Stichflamme setzte das Dach der Backstube in Brand.

„Eigenes Verschulden, beziehungsweise nicht vorhersehbare Ereignisse können zu Problemfragen beim Versicherungsschutz führen und diesen nachhaltig gefährden“, weiß Oliver Freund, Prokurist und Vertriebsleiter der Nordias Versicherungsmakler. „Daher sollten geeignete Brandschutzmaßnahmen im Vorfeld mit einer sachverständigen Person besprochen werden.“ Wie verheerend die Sachschäden bei einem Feuer sein können, belegt das Beispiel der Groß Konditorei Pfalzgraf vor fünf Jahren. Die gesamte Produktion wurde zerstört. Es entstand ein Schaden von rund 40 Millionen Euro. Kunden konnten nicht mehr beliefert werden. Erst nach neun Monaten konnte das Unternehmen den vollen Betrieb wieder aufnehmen.

Feuerschäden gehören, nach Angaben des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV), mit zu den größten Sachschäden.

Die Auswirkungen für den jeweiligen Betrieb sind verheerend. Das Jahr 2015 sticht in diesem Zusammenhang besonders hervor. So ist in diesem Jahr als höchster Großschaden ein Feuerschaden mit einem Schadenaufwand von 265 Millionen Euro (davon 120 Millionen Euro Betriebsunterbrechung) gemeldet worden. Dieser Schaden in einem Schlachthof gehört – auch inflationsbereinigt – zu den zehn größten Schäden seit Erfassung der Großschäden, das heißt seit 1962. Zusätzlich sind in 2015 weitere mittelgroße Feuergroßschä-

Grafiken: Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft, Nordias GmbH

**Hauptursachen für den Schadenumfang Feuer**

Großschadenstatistik 2004–2013 (alle Gefahren; alle Sparten)

Hauptursache	Anzahl der Nennungen nur für 2013		Anzahl der Nennungen 2004–2013		Zugehöriger Schadenaufwand 2004–2013	
	Absolut	Anteil in %	Absolut	Anteil in %	Absolut	Anteil in %
Sonstiges/Unbekannt	138	33,9	1.354	36,8	2.723,3	37,4
Unzureichende Löschwasserversorgung	9	2,2	63	1,7	147,1	2,0
Explosion	15	3,7	176	4,8	624,8	8,6
Ungenügende bauliche Trennung	28	6,9	347	9,4	907,7	12,5
Bauteile aus/mit brennbaren Baustoffen oder mit unzureichender Feuerwiderstandsfähigkeit	71	17,4	717	19,5	1.333,4	18,3
Versagen von automatischer Brandmelde- oder Löschanlage	1	0,2	21	0,6	105,2	1,4
Anhäufung brennbarer oder explosionsgefährlicher Stoffe	89	21,9	904	24,6	2.600,5	35,7
Folgeschäden (z. B. durch Ruß, korrosive Gase, Verschmutzung mit giftigen oder radioaktiven Stoffen)	217	53,3	1.752	47,7	3.834,0	52,6
Späte Brandentdeckung oder späte/erschwerete Brandbekämpfung	50	12,3	542	14,7	1.292,3	17,7

Bei der Angabe der Hauptursachen sind Mehrfachnennungen zulässig, um dem Zusammenwirken mehrerer Gründe für die Entstehung eines Großbrandes Rechnung zu tragen.

**Hauptursachen für Feuer** Häufig sind die Ursachen für einen Brand unbekannt. Am häufigsten werden Folgeschäden durch Ruß oder radioaktive Stoffe genannt

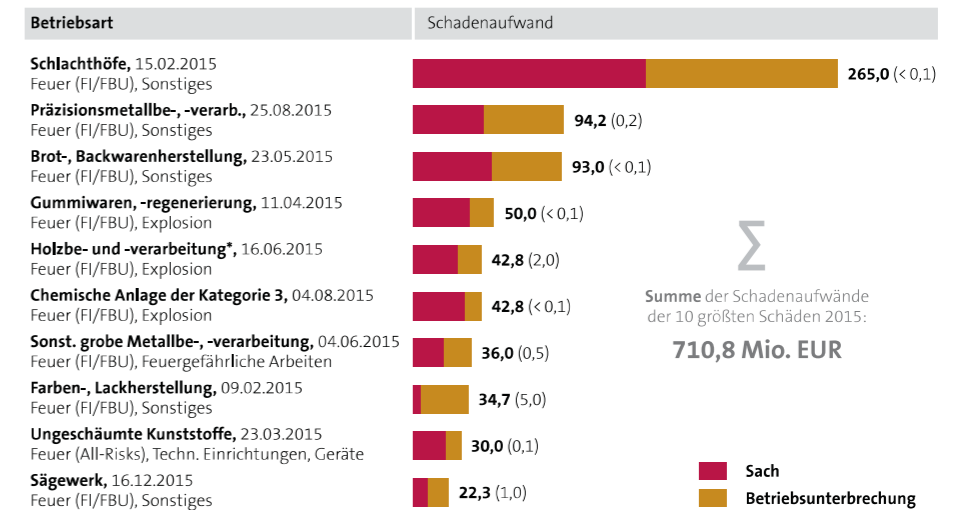
den zwischen 20 Millionen und 100 Millionen Euro aufgetreten, darunter auch in der Brot- und Backwarenherstellung (siehe Tabelle unten). Auch wenn in den Folgejahren die Zahl an Großbränden mit besonders hohen Sachschäden zurückgegangen ist, ist das Risiko eines Feuers für Betriebe der Nahrungsmittel verarbeitenden Industrie stets gegeben.

**Branchentypische Zusatzklauseln**

Oliver Freund empfiehlt daher, einen Versicherungsschutz zu wählen, der auch branchentypische Klauseln wie beispielsweise Nutzwärme- oder Rauchschäden beinhaltet. Insbesondere Brandrauch verursache, so Freund, neben erheblichen Sachschäden bedeutende Betriebsunterbrechungen – vor allem bei Produktionsanlagen und Produkten, bei denen besondere Anforderungen an Hygiene bestehen, was im Bäckereigewerbe der Fall sei. „Brände können sich innerhalb von Sekunden von einem überschaubaren Teilschaden

**Die zehn größten Schäden Januar bis Dezember 2015, vorläufiges Ergebnis**

Großschadenstatistik 2015 (alle Gefahren; alle Sparten), Schadenaufwand (davon Selbstbehalt in Klammern) in Mio. EUR



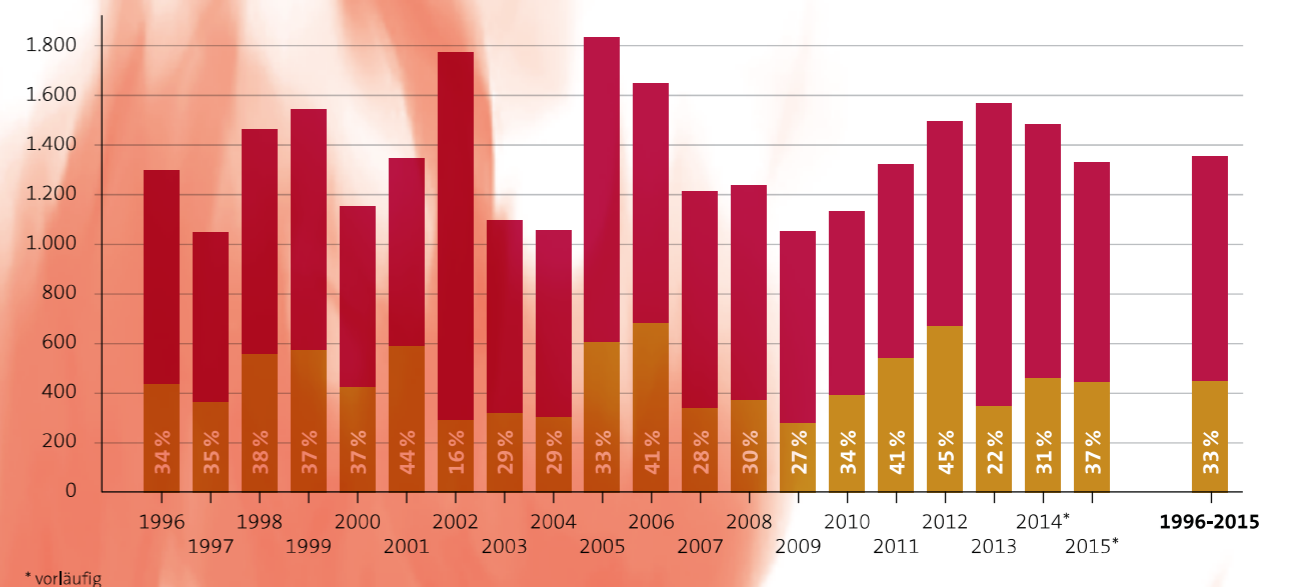
\* soweit nicht separat aufgeführt

**Feuerschäden:** Die Brot- und Backwarenherstellung war in 2015 stark betroffen. Der Sachschaden lag bei 93 Millionen Euro

zu einem existenzbedrohenden Millionenschaden entwickeln“, so Freund. „Vor einer umfassenden Absicherung dieser Schadensszenarien ist daher die Risikoanalyse beziehungsweise die Schadenprävention besonders wichtig. Unternehmer wie auch Versicherer haben dabei die gleichen Interessen: Sachschäden zu vermeiden und Betriebsunterbrechungen möglichst zu verhindern oder zumindest zu begrenzen.“

**Anteil Betriebsunterbrechung am Schadenaufwand insgesamt (Großindustrie, Gewerbe/Landwirtschaft)**

Großschadenstatistik 1996 bis 2015, je Jahr in Mio. EUR, inflationsbereinigt



**Betriebsunterbrechungen:** Bei den Großschäden nehmen die Betriebsunterbrechungen am Gesamtschadenaufwand einen hohen Anteil ein. 2015 lag dieser bei 37 Prozent

Für Bäcker empfiehlt Freund, ergänzend zur Feuerversicherung, immer auch eine Betriebsunterbrechungsversicherung für 24 bis 36 Monate abzuschließen, um in der Zeit der Wiederherstellung des Betriebes die laufenden Kosten sowie den entgangenen Gewinn decken zu können. Nach einem Brandschaden sei sie häufig weitreichender und länger andauernd als bei anderen versicherten Gefahren. Die Ermittlung erfolge hierbei nach dem Rohertrag, also dem Jahresumsatz des Betriebes abzüglich Waren- und Materialeinsatz.

### Risikobewertung ist das A&O

Eine umfassende Absicherung ist laut Freund aber immer nur die zweitbeste Lösung. Am besten sei es, wenn der Schaden gar nicht erst eintritt. Im Zuge einer Risikobewertung sollte der Bäcker daher zusammen mit Fachleuten folgende Fragen stellen: Welcher maximale materielle Zerstörungsgrad kann eintreten? Welcher maximale Schaden kann in der Nachbarschaft eintreten? Welcher finanzielle Schadenumfang ist möglich? Welcher Betriebsunterbrechungszeitraum ist denkbar?

Geeignete Brandschutzmaßnahmen sollten sowohl in technischer Hinsicht, als auch in organisatorischer Hinsicht in Betracht gezogen werden. „Verantwortung für den Brandschutz haben neben dem Unternehmer auch sonstige Führungskräfte, Arbeitnehmer, der Brandschutzbeauftragte aber auch Fremdfirmen. Durch ein auf den jeweiligen Betrieb abgestimmtes Brandschutzkonzept soll die Entstehung von Bränden verhindert und die Ausbreitung von Feuer und Rauch begrenzt werden“, so Freund. Maßnahmen des organisatorischen Brandschutzes seien nur wirksam, wenn sie von allen Personen im Betrieb gelebt werden. Die Umsetzung erfolgt über einen Brandschutzbeauftragten, der Gefahren beurteilt und die Unternehmensleitung darüber unterrichtet.

Kim Eberhardt

## INTERVIEW



Oliver Freund ist Prokurist und Versicherungsmakler und berät zum Thema Brandschutz im Betrieb.

## Verzicht auf Unterversicherung nützt wenig

**Oliver Freund ist Bereichsleiter bei Nordias. Sein Team berät Unternehmen beim Versicherungsschutz. Das beinhaltet auch aktuelle Themen wie Betriebsschließungen wegen Corona.**

**Herr Freund, worauf sollten Betriebe beim Abschluss einer Brandschutzversicherung achten?**

Da ein Feuer die Gefahr eines existenzzerstörenden Ereignisses zur Folge haben kann, sollte eine Unterversicherung im Großschadenfall unter allen Umständen vermieden werden. Das ist nur möglich, indem die Versicherungssummen für die Gebäude und Einrichtung sowie für Waren und Vorräte anhand von Gutachten, Anlagenverzeichnis sowie Warenliste regelmäßig ermittelt und auf dem Laufenden gehalten werden. Da hilft auch der in einigen Branchenkonzepten genutzte Begriff ‚Unterversicherungsverzicht‘ wenig, da die hier hinterlegte Höchstentschädigungssumme für die Absicherung von Groß- und Totalschäden in der Regel viel zu niedrig angesetzt ist. Nicht zu vernachlässigen sind die im Schadensfall eintretenden Kosten, zum Beispiel für Aufräumung, die zusätzlich bei der Berechnung berücksichtigt werden

Foto: Nordias

müssen.

**Was ist generell bei einer Brandschutzversicherung nicht mitversichert?**

Besondere Ereignisse wie Krieg, Bürgerkrieg, innere Unruhen oder Kernenergie können ebenso wenig mitversichert werden, wie der vorsätzlich herbeigeführte Schaden. Fahrlässiges Verhalten gehört zu den Obliegenheiten und kann im Ernstfall zu einer Verweigerung des Versicherungsschutzes führen. Unvorhergesehen sind dagegen Schäden, die der Versicherungsnehmer weder rechtzeitig vorhergesehen, noch mit dem für die im Betrieb ausgeübte Tätigkeit erforderlichen Fachwissen hätte vorhersehen müssen.

**Wie geht man bei einem Brand im Betrieb vor, welche Maßnahmen sind zuerst zu ergreifen?**

Zunächst sind die entsprechenden Behörden wie Feuerwehr, Polizei und gegebenenfalls der Rettungsdienst zu informieren. Nachdem die Brandstelle gesichert wurde, muss der Schaden unverzüglich der Versicherung gemeldet werden, damit weitere Maßnahmen getroffen werden können. Auch das Sachverständigenbüro der Lebensmittelbranche sowie Bausanierer sollten eingeschaltet werden.

**Zur Zeit stellt das Coronavirus eine große Bedrohung für Betriebe dar. Wie sind Bäcker beispielsweise bei behördlich angeordneten Betriebsschließungen versichert?**

Die Betriebsschließungsversicherung wurde meist als eigenständige Lösung oder im Rahmen einer Multi-Risikoversicherung abgeschlossen. In der Regel beträgt die Versicherungsleistung 30 vereinbarte Tagessätze an Fixkosten und entgangene Gewinne, um den Weiterbetrieb zu sichern. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass es Versicherungsbedingungen gibt, die den Versicherungsfall annehmen, wenn die Voraussetzungen des Infektionsschutzgesetzes Anwendung finden. Als Versicherungsmakler vertreten wir die Ansicht unserer Kunden, dass Versicherungsschutz gegeben ist. Eine einheitliche Vorgehensweise gibt es bis dato auf dem Markt leider noch nicht.

**Welche Problematik tritt bei Bäckern in Bezug auf das Coronavirus darüber hinaus häufig auf?**

Bei Bäckereien sind in der Regel die Filialen, nicht aber der Produktionsbetrieb von der Schließung betroffen. Je mehr Filialen die Bäckerei hat, desto größer wird also der finanzielle Schließungsschaden sein. Denn in den Versicherungsbedingungen heißt es: Wird eine der, durch die Versicherung gedeckten, Maßnahmen mehrmals angeordnet und beruhen die mehrfachen Anordnungen auf den gleichen Umständen, so wird die zu leistende Entschädigung nur einmal zur Verfügung gestellt. Unabhängig davon, wie jetzt über die Eintrittspflicht entschieden wird, wird später noch eine Entscheidung notwendig werden, wenn es nach einem Abklingen der Pandemie eventuell zu einer zweiten Welle kommen wird, die zu weiteren Schließungen führen könnte.

**Welchen Ratschlag geben Sie Ihren Kunden, wie sollten diese im Ernstfall vorgehen?**

Sofern eine Betriebsschließungsversicherung besteht, sollte der Schaden vorsorglich formlos beim Versicherungsmakler gemeldet werden. Bei einer Ablehnung des Versicherungsschutzes sollte Widerspruch eingelegt werden. Darüber hinaus ist es wichtig, dass auch andere Sparten, zum Beispiel Sachversicherungen, Cyberrisiken aktuell in die Gesamtbetrachtung mit aufgenommen werden.

Das Interview führte Kim Eberhardt

### CORONA-KRISE BETRIEBSSCHLIESSUNGEN

Sofern Innungsbäckereien eine Betriebsschließungsversicherung abgeschlossen haben, erhalten sie in der Regel Leistungen über ihre individuelle Police, wenn eine Behörde anordnet, dass der Betrieb zur Verhinderung der Verbreitung von meldepflichtigen Krankheiten und Krankheitserregern geschlossen werden muss oder wenn sämtliche Betriebsangehörige von der Behörde Tätigkeitsverbote erhalten. Es gibt allerdings auch Versicherer, bei denen im Rahmen einer Sachversicherung eine zusätzliche Infektionsschutzklausel mit abgeschlossen werden muss, um in diesen Fällen Versicherungsschutz zu haben. **Der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks** empfiehlt aufgrund der aktuellen Lage, generell zu prüfen, ob das Risiko einer Betriebsschließung im Rahmen des Infektionsschutzgesetzes bereits abgesichert ist. KE

## USA: Flowers Foods zahlt Pandemie-Bonus

**Flowers Foods**, das zweitgrößte Backunternehmen der USA, hat 11.757 Mitarbeitern, geleasteten Arbeitskräften und Vertragsarbeitern eine „Wertschätzungsprämie“ in Höhe von circa 5,6 Millionen US-Dollar (USD) gezahlt. Das sind umgerechnet rund 5,1 Mio. Euro. Der Bonus sei eine Anerkennung für den Einsatz der Arbeiter während der Covid-19-Pandemie. Die 46 Backfabriken produzieren derzeit non-stop. Vollzeitbeschäftigte erhalten 500 USD und Teilzeitbeschäftigte 250 USD. PR

## Weltweit 25 Millionen mehr Arbeitslose

Die Zahl der Arbeitslosen könnte durch die Corona-Pandemie weltweit um 25 Millionen Menschen steigen. Das zeigt die Statista-Grafik auf Basis einer Prognose der **International Labour Organization** (ILO). Die ILO-Experten haben ihrer Schätzung drei Szenarien mit unterschiedlichem



Alle in der Grafik gezeigten ILO-Szenarien können, aufgrund der sich schnell verändernden Infektionszahlen, Fehler enthalten. Die untere und obere Grenze dieser Fehler ist jeweils mit einem Strich in der Grafik markiert.

Rückgang des BIP-Wachstums zu Grunde gelegt: Beim Szenario „niedrig“ sinkt das BIP-Wachstum um 2,0 Prozent, bei „mittel“ um 4,0 Prozent und bei „hoch“ um 8,0 Prozent. Alle drei Szenarien deuten auf einen signifikanten Anstieg der Arbeitslosigkeit infolge der Corona-Krise hin. Zum Vergleich: Die globale Finanzkrise 2008/09 hat die Zahl

der weltweiten Arbeitslosen um 22 Millionen steigen lassen. Im vergangenen Jahr waren laut ILO-Schätzungen rund 174 Mio. Menschen ohne Arbeit. PR

## Europa: Frischteig bei Verbrauchern gefragt

Der Frischteighersteller **Wewalka GmbH Nfg. KG** mit Sitz in Sollenau hat seine Produktions- und Logistikkapazität hochgefahren. Da die Verbraucher während der Pandemie mehr zu Hause backen, sei die Nachfrage nach Frischteigen (unter anderem Pizza-, Blätter-, Flammkuchen- und Focacciateig) in Europa massiv gestiegen. Deshalb arbeitet das Unternehmen seit Anfang März im Dreischichtbetrieb auf Hochtouren und sucht weitere Mitarbeiter. Laut Firmenzentrale seien bereits mehr als 50 neue Arbeitsplätze geschaffen worden. Der Konditormeisterbetrieb wurde 1987 von **Johann Wewalka** gegründet und drei Jahre später von **Anton Gsellmann** übernommen. Das Familienunternehmen beschäftigt mittlerweile rund 680 Mitarbeiter und betreibt zwei Produktionsstandorte, einen in der Nähe von Wien und einen in Ungarn. Die Produkte werden in 30 Länder vertrieben. PR

## USA: Puratos erweitert Online-Angebot

**Puratos US**, der Marktführer in den Bereichen Bäckerei, Konditorei und Schokolade, hat die digitale Plattform MySolutions eingeführt, die MyAdvantage und MyLink umfasst - Online-Plattformen für Bäcker, die neue Herausforderungen im Zusammenhang mit Covid-19 meistern müssen. MyAdvantage konzentriert sich auf gebrauchsfertige Produkte und bietet Informationen zum Anpassen von Rezepten, um der Nachfrageverschiebung hin zu verpackten Waren und Online-Einkäufen Rechnung zu tragen. Mit den digitalen Diensten von MyLink können Kunden von Puratos US das technische Team kontaktieren, um Fragen zu beantworten und Demonstrationen durchzuführen. Für den Produktsupport stehen Ressourcen zur Verfügung, darunter ein direkter technischer Support, eine Online-Anfrage für interaktiven technischen Support sowie PuratosTV mit Schritt-für-Schritt-Rezeptvideos. PR

Grafik: Statista/ILO; Foto: Linde Verlag

## Schweiz: 2019 mit Plus bei Spezialgebäcken

Das Geschäft mit Schweizer Dauerbackwaren war 2019 rückläufig. Während sich der Inlandmarkt erholte, ging das Exportgeschäft erneut stark zurück. Seit 2010 ist der Exportumsatz um 37 Prozent geschrumpft. Gestiegen ist der Importanteil: Dieser kletterte zum ersten Mal auf mehr als 50 Prozent. Laut **Biscosuisse**, dem Herstellerverband Schweizer Backwaren, Zuckerwaren und verwandten Nahrungsmitteln, betrug 2019 der Absatz der industriell hergestellten Schweizer Dauerbackwaren 42.623 Tonnen (t). Dies sind 1,0 Prozent weniger als im Vorjahr. Der Absatz reduzierte sich um 0,8 Prozent auf 444,2 Millionen Schweizer Franken (CHF), umgerechnet rund 420,7 Mio. Euro. Zu den beliebtesten Dauerbackwaren gehörten Standardkekse (2019: Minus 1,3 Prozent) und Spezialitäten (Minus 1,6 Prozent). Positiv entwickelten sich Spezialfabrikationen (Plus 3,3 Prozent), brotähnliche Gebäcke (Plus 1,9 Prozent) sowie Apérogebäcke (kleine Häppchen) und Salzgebäcken (Plus 1,2 Prozent).

Im Exportgeschäft sind zwischen 2010 und 2019 Verkaufsmenge und Umsatz um je 37 Prozent zurückgegangen. 2019 wurden 7,4 Prozent weniger Dauerbackwaren (10.486 t) exportiert als noch im Vorjahr. Der Umsatz ging um 6,7 Prozent auf 92,2 Mio. CHF zurück, umgerechnet 87,3 Mio. Euro. Besonders stark war der Rückgang bei den Standardkekse und bei den Spezialitäten. Zuwachs gab es einzig bei den Apéro- und Salzgebäcken sowie Spezialprodukten. Der Exportanteil sank auf 24,6 Prozent. Auch die Anzahl der Exportländer sank 2019 auf 70 Länder (2018: 85 Länder). An der Spitze stand wieder Deutschland mit einem Exportanteil von 37,9 Prozent, gefolgt von Frankreich, Saudi-Arabien und China.

Das Ergebnis im Inlandgeschäft lag 2019 sowohl umsatz- wie mengenmäßig leicht über dem Vorjahr. Die Verkaufsmenge stieg um 1,3 Prozent auf 32.137 Tonnen (t) und der Umsatz erhöhte sich um 0,9 Prozent auf 351,9 Mio. CHF (333,2 Mio. Euro). In der Produktgruppe der Standard-Biscuits und Spezialitäten, inklusive Waffeln und lebkuchenähnlichen Gebäcken wurden mit 22.502 t quasi gleich viele Produkte importiert wie vergleichbare Waren aus Schweizer Produktion im Inlandmarkt verkauft wurden (22.424 t). Der Marktanteil der Importwa-

ren stieg auf 50,1 Prozent (Plus 1,0 Prozent). Der größte Teil kam aus Deutschland. Weitere wichtige Herkunftsländer: Italien, Holland und Belgien. Unter Berücksichtigung einheimischer und importierter Waren lässt sich ein Pro-Kopf-Verbrauch von 5,24 Kilogramm Keksen ableiten (Plus 80 Gramm). PR

## UK: Greggs nimmt Staatshilfen in Anspruch

Die Bäckerei **Greggs**, dessen Geschäfte wegen des Coronavirus geschlossen wurden, hat Kredite aus dem staatlichen Unterstützungsprogramm erhalten, um seinen Liquiditätsbedarf für den Rest des Jahres zu decken: 150 Mio. Britische Pfund (GBP), umgerechnet 171,02 Mio. Euro, mit einer Laufzeit von elf Monaten im Rahmen der Covid Corporate Financing Facility (CCFF) der Bank of England. Das Unternehmen gab bekannt, dass der Nettomittelabfluss bei geschlossenen 2.050 Einzelhandelsgeschäften bis Ende Juni etwa 3,5 Mio. GBP (3,99 Mio. Euro) pro Woche und ab Juli 4,5 Mio. GBP (5,13 Mio. Euro) betragen würde. Greggs verfügte vor Erhalt der CCFF-Mittel über ein Bargeldvolumen von 47 Mio. GBP (53,6 Mio. Euro).

## Österreich: Corona-Gesetze gratis per App

Die Verlage **Linde** und **LexisNexis** haben einen neuen digitalen Kodex-Sammelband mit allen relevanten Gesetzen und aktuellen Änderungen wie zum Beispiel die Erlassung der Pacht (§§ 1104-1108) zum Thema Covid-19 zusammengestellt: mit Gegenüberstellung der alten und neuen Bestimmungen. Übersichtlich nach Rechtsgebieten von Arbeits- über Straf- bis Verfassungsrecht strukturiert und laufend aktualisiert. Die digitale Gesetzesammlung Österreichs gibt Rechtssicherheit und ist kostenlos in der Kodex-App erhältlich. PR



Die Kodex-App mit Österreichs aktuellen Gesetzen zur Corona-Pandemie kann unter <https://kodexapp.info> kostenlos in die eigene Bibliothek heruntergeladen werden.

## KRISENMANAGEMENT

# Die Devise: **bestmöglich** durchkommen

**Familiäre Verbundenheit und Solidarität unter den Kollegen sowie zu den Geschäftspartnern stärken Unternehmen in der Krise. Sie unterstützen einander – auch bei finanziellen Engpässen. Aber es gibt auch Firmen, die wie gewohnt an Verträgen festhalten wollen. Wir haben Bäcker, Zutatenhersteller, Maschinen- und Backofenbauer sowie Rohstoffhändler befragt, wie sie die herausfordernde Zeit meistern. Die Antworten geben ein Stimmungsbild der gesamten Branche wieder. Die einen produzieren so viel wie nie. Bei den anderen ist das Geschäft nahezu komplett zusammengebrochen.**

Die gute Nachricht: Die Mehrheit der Unternehmen verhandelt individuell bestehende Verträge nach, um die wirtschaftliche Last durch die Pandemie bei Geschäftspartnern abzumildern. Zudem engagieren sich einige Firmen für Ärzte, Feuerwehren, Polizisten sowie Menschen, die nicht mobil sind. Allerdings gibt es auch Firmen, die wie gewohnt ihre Geschäfte weiterführen und keine mildernden Konditionen eingehen wollen – trotz der Corona-Pandemie, die weltweit alle betrifft und für viele Hersteller und Händler existenzbedrohend ist. Durch die Verbreitung der Seuche sind alle Firmen gezwungen, Arbeitsprozesse zu digitalisieren und noch mehr zu automatisieren, zumal bei einigen die Produktion aufgrund erheblicher Krankenstände nur eingeschränkt läuft. Die Subventionen der Bundesregierung für notleidende Unternehmen werden im Großen und Ganzen als positiv bewertet, jedoch mit Zweifel, ob die finanzielle Hilfe auch schnell genug ankommt und ausreicht, um eine Pleitewelle bei Selbstständigen und Betrieben ohne große Rücklagen abzuwenden. Denn Umsätze, die jetzt nicht

generiert werden, können nach der Pandemie auch nicht wieder herein geholt werden. Stundungen und Kredite verschieben nur den wirtschaftlichen Einbruch. Wir haben die Verantwortlichen von mehr als 50 Unternehmen befragt, wie sie ihren Betrieb durch die Ausnahmesituation manövrieren. Ein Auszug zur Situation in der Backwarenbranche und ihren Zulieferern:



**Johann Schäfer,**  
Prokurist, Schäfer  
Dein Bäcker GmbH  
& Co. KG, Limburg

**Welchen Einfluss hat die Pandemie derzeit auf Ihren Betrieb?**

Wir haben teils starke Umsatzrückgänge in den Fachgeschäften. Bis zu 60 bis 70 Prozent Umsatz fehlen in der Spitze. Über das gesamte Filialnetz sind es aktuell circa 25 Prozent.

**Wie ist die Situation hinsichtlich Produktions- und Lagerkapazität?**

Hier haben wir bisher keine Probleme. Wir haben jedoch die Lagerbestände erhöht, um mögliche Lieferengpässe unserer Lieferanten zu überbrücken.

**Erhalten Sie derzeit Sonderkonditionen oder Serviceleistungen von Ihren Zulieferern?**

Nein.

**Wie wird die Lieferkette abgesichert?**

Wir haben verschiedene Szenarien und die daraus resultierenden Maßnahmen in unserem Haus festgehalten, was die Zulieferung von Waren angeht. Falls es zu Lieferschwierigkeiten von Seiten unse-

rer Lieferanten kommen sollte, haben wir ein eingeschränktes Notfall-Sortiment festgelegt. Hierfür haben wir alle Rohstoffe für zwei bis vier Wochen im Lager – außer Mehl.

**Wie beurteilen Sie die Hilfsmaßnahmen der Deutschen Regierung?**

Es gibt viele gute Ansätze, wie zum Beispiel das Absenken der Anforderungen für Kurzarbeitergeld, welches wir beantragt haben. Auch das mögliche Stunden von Darlehenstilgungen und Steuerzahlungen ist eine gute Möglichkeit, um Liquiditätsengpässe zu vermeiden. Beides machen wir aber nicht. Das Problem ist nur, dass ein gestundetes Problem kein gelöstes Problem ist. Diese Kosten müssen, Stand heute, in der Zukunft nachträglich beglichen werden. Den Umsatz, den wir aber heute verlieren, bekommen wir nicht wieder. Hier müsste meiner Meinung nach den Unternehmen mit Steuererleichterungen geholfen werden.

**Wie sieht es mit der Versorgung mit Hygienemitteln aus?**

Wir haben immer wieder Engpässe mit Desinfektionsmittel und Desinfektionsseife. Bisher konnten wir unseren Bedarf aber immer noch decken. Als Beispiel über Apotheken, die Desinfektionsmittel selbst mischen.



**Petra Fuchs,**  
Leitung Marketing  
Deutschland, Ireks  
GmbH, Kulmbach

**Bieten Sie Ihren Kunden derzeit besondere Serviceleistungen und Sonderkonditionen an?**

Es ist das Bestreben der Ireks-Gruppe, die Kunden bei der Aufrechterhaltung ihrer Geschäftstätigkeit im besten Sinne zu unterstützen. Daher stehen wir den Kunden bei Anfragen aller Art zur Seite, auch zum Thema Corona. Egal ob betriebswirtschaftlich, backtechnisch oder werblich.

**Wie ist es um die Logistik bestellt?**

Zur Absicherung der uneingeschränkten Liefer-

fähigkeit beobachtet die Einkaufsabteilung die Rohstoffmärkte äußerst genau und hat bereits frühzeitig Maßnahmen ergriffen, um einer punktuellen Rohstoffknappheit vorzubeugen. Zum jetzigen Zeitpunkt sind daher die Erfüllung von zukünftigen Kundenbestellungen sowie die Einhaltung von bestehenden Kontrakten seitens Ireks nicht gefährdet.

**Was macht ihr Unternehmen in dieser besonderen Zeit stark?**

In dieser herausfordernden Zeit ist die familiäre Verbundenheit, die wir bewusst pflegen, besonders deutlich zu spüren. Somit sind zumindest die Voraussetzungen gegeben, gemeinsam bestmöglich durch diese Ausnahmesituation zu kommen.



**Sascha Hönig,**  
Rohstoffmakler  
und Inhaber von  
Specialty Brokers,  
Hamburg

**Welchen Einfluss hat die Pandemie derzeit auf Ihr Rohwarengeschäft?**

Im Bereich der Ölsaaten und der Sultanas sehen wir einen signifikanten Absatzzuwachs von mehr als 20 Prozent in Deutschland und Österreich. Um alle unsere Termin-Rohstoffkontrakte beziehungsweise Schlusscheine mit unseren ausländischen Verkäufern und hiesigen Käufern in gewohnter Weise abzuwickeln, haben wir unser Team dezentral aufgestellt, sodass wir vom Büro und Homeoffice arbeiten. Wir sind alle telefonisch und via Skype jederzeit erreichbar.

**Wie ist die Situation hinsichtlich Rohwaren-Lieferkette?**

Die Auftragsbücher sind voll. Aber die Vorlaufzeiten haben sich erheblich verlängert. So gibt es große terminliche Probleme mit Waren aus China. Schon kurz vor dem Chinese New Year Ende Januar wurde die Produktion von Kürbiskernen eingestellt. Die gesamte Rohwarenbelieferung geriet ins Stocken. Die Abladungen konnten erst kürzlich wieder aufgenommen werden, da bis vor kurzem die Schäl- und Reinigungsbetriebe nicht oder nur

auf kleiner Flamme produzieren durften. In den Chinesischen Verschiffungshäfen ging ebenfalls kaum etwas. Es gibt kaum Hafenspersonal und die Reedereien haben die Fahrpläne massiv zusammengestrichen.

Bei Sonnenblumenkernen aus Bulgarien müssen die Spediteure bis zu fünf Transitländer passieren. Die Grenzsperrungen verzögern die Transitzeiten um das Doppelte. Das ist ein Problem für die hiesige Industrie, die eine Just-in-Time-Belieferung gewohnt ist. Bei Türkischen Sultaninen gibt es ebenfalls Transport- und Produktionsengpässe.

#### **Bieten Sie Ihren Kunden derzeit besondere Serviceleistungen an?**

Normalerweise ist mit dem rechtsgültig unterschriebenen Schlusschein durch Käufer und Verkäufer unsere Arbeit als Makler getan. Wir begleiten jedoch alle Verträge von der Produktion über die Bestellung bis zur Auslieferung. Die gesamte Order-Tätigkeit wird durch uns abgewickelt bis hin zu eventuellen Reklamationen. Das hilft uns in der heutigen Corona-Krise, den wesentlich höheren Koordinierungsaufwand zu leisten.



**Wolfgang Mayer,**  
**Unternehmenssprecher von Backaldrin,**  
**Asten / Österreich**

**Welchen Einfluss hat die Corona-Krise derzeit auf die Geschäfte und Prozesse von Backaldrin?**

Das österreichische Innenministerium hat Backaldrin bereits 2019 zum sogenannten systemkritischen Infrastruktur-Betrieb erklärt, daher waren wir mit entsprechenden Krisenplänen vorbereitet. Wir sind dadurch zudem früh in der Informationskette eingebunden und können flexibel und rasch reagieren, was auch unseren Kunden zugute kommt.

Bis dato können wir auch überall hin exportieren, manche Staaten verkünden kurzfristig Einzelmaßnahmen, die wir bisher alle lösen konnten. In Österreich und Deutschland haben wir unser eigenes Vertriebsnetz und den Mitarbeitern ist bewusst, dass sie ihren Teil zur Versorgungssicherung der

Bevölkerung beitragen. Sie leisten großartige Arbeit und wir sind sehr dankbar für unsere Mitarbeiter, die jetzt noch mehr gefordert sind als sonst.

#### **Bieten Sie Bäckern derzeit besondere Serviceleistungen?**

Viele Kunden fragen bei uns an und wir helfen gern aus. So haben wir etwa eine Zusammenfassung der Hygienevorschriften erstellt, grafische Vorschläge der Gesundheitsbehörden aufgenommen und sie so bearbeitet, dass Kunden das auch weiterverwenden können.

#### **Welche Produkte sind derzeit gefragt?**

Grundsätzlich hören wir vom Markt, dass klassische Brote wieder vermehrt nachgefragt werden. Süße Gebäcke waren in den Zeiten der Bevorratung leicht rückläufig. Zu Beginn hat sich die Bevölkerung eingedeckt, jetzt wird sichtbar, dass die Versorgung gewährleistet ist und es entspannt sich wieder.

Zudem kommt es in dieser Zeit auf Brote an, die einfach und sicher gelingen sowie lange Verzehrfrische bieten. Dazu gehören etwa Roggen- und Roggenmischbrote. Dafür bieten wir eine Vielzahl an Rezeptideen in Kombination mit unserem bewährten BackAromaSauer (BAS). Ebenso gut umsetzen lassen sich Dinkelbrote mit unserem DinkelvollkornMix oder Vollkornbrote mit unserem PurPur®Mix. Auch für Eiweißbrote haben die Backaldrin-Bäckermeister verschiedene Rezepte mit unserem EWB-Mix.

#### **Wie stärken Sie derzeit den Gemeinsinn?**

Ein Lieferant lebt von seinen Kunden und wir müssen nun alle zusammenhalten und an einem Strang ziehen. Deshalb haben wir Ende März die Solidaritätskampagne #gemeinsambackenvirdas für die backende Branche gestartet. Diese macht darauf aufmerksam, dass der Bäcker ums Eck auch während der Corona-Krise täglich geöffnet hat und frisches Brot und Gebäck herstellt. In einem Video bedanken sich Olympia-Sieger Fabian Hambüchen, Biathlon-Ass Arnd Peiffer, Leichtathletik-Star Tatjana Pinto und Turnerin Tabea Alt per Video bei den Bäckern für ihren täglichen Einsatz und leisten im Gegenzug ihren Einsatz für die Bäcker, indem sie regional bei ihnen einkaufen.

Foto: Backaldrin

# **WIR LASSEN SIE NICHT HÄNGEN. GEMEINSAM SCHAUKELN WIR DAS.**



**Unsere kreativen Berater sind auch jetzt für Sie da:**

**Telefon +49 731 97 47 20 | E-Mail [info@uldo.de](mailto:info@uldo.de)**



*Backen ist unsere Welt*

[www.uldo.de](http://www.uldo.de)





**Florian Schmid,  
Geschäftsführer der  
Renosan Chemie &  
Technik GmbH,  
München**

**Welchen Einfluss hat die Pandemie derzeit auf Ihre Geschäfte und Prozesse?**

Die Corona-Pandemie hat zu einer nicht vorhergesehenen Nachfrage nach Desinfektionsprodukten und Seife geführt. Auf eine derartige Situation waren wir nicht vorbereitet. Seit einem Monat steht bei Renosan die Beschaffung, Produktion und Verteilung von Desinfektionsprodukten im absoluten Mittelpunkt – obwohl die reguläre Produktion auch parallel laufen muss. Zum Glück haben wir sowohl in der Verwaltung wie auch in Vertrieb und Produktion ein sehr flexibles und motiviertes Team.

**Wie ist die Situation hinsichtlich der Produktion?**

Problematisch ist die Versorgungslage an Desinfektionsrohstoffen. Viele Basis-Stoffe, die früher stabil in ausreichenden Mengen verfügbar waren, sind mittlerweile nur mit mehr als einem Monat Vorlauf verfügbar. Dann auch nur in begrenzten Mengen und zu stark gestiegenen Preisen. Wir bemerken auch, dass in dieser Phase vermehrt unser seriöse Angebote am Markt auftauchen. Alleine die Suche nach qualitativ guten Lieferquellen ist mittlerweile eine Vollzeitbeschäftigung. Wir sind aber guter Dinge, dass sich die Versorgungslage in den kommenden Wochen etwas entspannen wird.

**Bieten Sie Ihren Kunden derzeit besondere Serviceleistungen und Sonderkonditionen an?**

Unsere Kunden stehen immer im Mittelpunkt. Das ist keine Werbeaussage sondern bei Renosan gelebte Praxis. Wir versuchen so gut es geht, unseren Kunden zu helfen. Im Moment sind die Möglichkeiten aufgrund knapper Rohstoffe begrenzt. Wir haben aber beispielsweise spontan neue Desinfektionsmittel-Ständer und Tischaufsteller geschaffen, die unsere Kunden in den Geschäften aufstellen können.

**Wie beurteilen Sie die Hilfsmaßnahmen der Bundesregierung?**

Wir begrüßen ausdrücklich, dass die Regierung den

Mittelstand als Säule der Wirtschaft schützen will. Besonders kleine Firmen und Selbstständige wurden von der Situation überrascht. Ob die geplanten Maßnahmen sinnvoll und wirksam sind, wird erst die Praxis zeigen. Insgesamt wird es im Privaten wie auch in der Wirtschaft ein Vor und ein Nach der Corona-Krise geben. Ich hoffe, dass das Bäckerhandwerk mit einem blauen Auge davonkommt und vor allem, dass das Lebensmittelhandwerk langfristig mehr Wertschätzung in der Bevölkerung genießt!



**Susanne Erb-Weber,  
Marketingverantwortliche  
beim  
Bäckerhaus Veit,  
Bempflingen**

**Welchen Einfluss hat die Pandemie derzeit auf das Geschäft der Bäckerei Veit?**

Eine deutlich rückläufige Gesamtumsatzentwicklung, jedoch standortspezifisch unterschiedlich. Ein guter Mix an Standortkonzepten, den wir haben, wird jetzt auf einmal extrem wichtig.

**Bieten Sie Ihren Kunden derzeit besondere Serviceleistungen oder Sonderkonditionen?**

Ja, Gutes von Gestern zum halben Preis und rund um Bempflingen einen Lieferservice für Menschen, die nicht mobil sind und keine Veit Backwaren kaufen können.

**Simulieren Sie verschiedene Szenarien von möglichen Störungen in der Logistik, um im Fall des Falles schneller reagieren zu können?**

Rohwarensicherungstechnisch ja, mit Anpassung der Lagerbestände an die jeweilige Situation.

**Wie beurteilen Sie die Hilfsmaßnahmen der Deutschen Regierung?**

Schwierig derzeit zu beurteilen, ob das ausreichen wird. Es hängt einfach von der Dauer der einschränkenden Maßnahmen ab.



**Patrice Wiedemann,  
Geschäftsführer der  
Rancilio Group,  
Neu-Isenburg**

**Welchen Einfluss hat die Pandemie derzeit auf Ihren Betrieb?**

Unser Gastronomie- und Bäckergeschäft, also der Außer-Haus-Markt, ist fast vollständig zum Erliegen gekommen. Unser Homeline-Geschäft verzeichnet hingegen leichte Zuwächse.

**Wie ist die Situation hinsichtlich Produktion und Lagerkapazität sowie Ersatzteile?**

Unsere Produktion in Italien war seit Ende März bis einschließlich 17. April gestoppt. Seit dem 20. läuft sie wieder. Wir haben eine Menge Bestellungen aus Asien, was uns in eine positive Stimmung versetzt. Unser Lager in Deutschland ist allerdings komplett gefüllt und somit sind wir für unsere Märkte Deutschland, Österreich, Luxemburg und Belgien voll lieferfähig. Bei Ersatzteilen gibt es keinerlei Einschränkungen.

**Bieten Sie Ihren Kunden derzeit besondere Serviceleistungen und Sonderkonditionen an?**

Selbstverständlich lassen wir unsere Kunden nicht alleine stehen. Teilweise müssen hier individuelle Vereinbarungen wie Stundungen und so weiter getroffen werden. Andererseits haben wir uns dazu entschlossen, unsere Maschinen, welche in Krankenhäusern, Feuerwehren, auf Polizeirevieren und in Arztpraxen stehen, kostenfrei einmal zu warten.

**Wie ist es um die Logistik bestellt?**

Die läuft reibungslos und eher schneller als üblich. Ersatzteile liefern wir über Fedex und Maschine per Spedition.

**Simulieren Sie verschiedene Szenarien von möglichen Störungen, wie Verkehrsstörungen, im Voraus, um im Fall des Falles schneller reagieren zu können?**

Wir spielen die eine oder andere Situation durch, allerdings ohne jegliche digitale Unterstützung, sondern im Team mit unseren Partnern.



**Peter Hack,  
Geschäftsführer  
der Hack AG,  
Kurtscheid**

**Welchen Einfluss hat die Pandemie derzeit auf Ihr Unternehmen?**

Wir haben mit Umsatzeinbrüchen und Auftragsstornierungen zu kämpfen. Insbesondere der Kanal der Verkehrs- und Reisegastronomie, aber auch die Systemgastronomie sind von heute auf morgen eingebrochen. In dieser schwierigen Zeit gibt es aber Menschen, die es noch mehr getroffen hat als uns. Daher haben wir uns entschieden, über unsere [www.karl-hack-stiftung.de](http://www.karl-hack-stiftung.de) ein Notfall- und Versorgungslager einzurichten, um hilfsbedürftigen Menschen unter die Arme zu greifen. Über dieses Hilfslager werden zwölf Gemeinden der Region rund um Kurtscheid versorgt, denn für unseren ländlichen Landkreis gibt es keinerlei Plan für eine Notversorgung. In erster Linie haben wir die nicht-mobilen Menschen im Sinn, die nicht in Altersheimen untergebracht sind und von einer Versorgung von außen abhängig sind. Aber auch Sozialstationen und Altenpflegeeinrichtungen werden versorgt.

**Wie ist die Situation hinsichtlich Produktions- und Lagerkapazität?**

Aufgrund unserer Kundenstruktur wurden 70 Prozent unserer Produktions-Aufträge direkt storniert. Beide Zentrallager für die Backunion in Troisdorf und für die Teamback in Hamburg sind prall gefüllt!

**Bieten Sie Ihren Kunden derzeit Sonderkonditionen?**

Wir kommen unseren langjährigen Partnern entgegen und helfen sehr individuell. Von der Problemweiterleitung innerhalb der Wertschöpfungsketten halten wir aber nichts.

**Wie beurteilen Sie die Hilfsmaßnahmen der Deutschen Regierung?**

Ich finde, dass die aktuellen Minister inklusive Frau Dr. Merkel mit der großen Krise sehr gut umgehen. Vor allem parteiübergreifend. Ob die bis-

herigen Maßnahmen ausreichen, werden wir alle sehen!

#### Wie sieht es mit der Versorgung mit Hygienemitteln aus?

Die Versorgung mit Hygienemitteln ist mehr als angespannt. Aufgrund des eigenen Zentrallagers bei unserer Tochtergesellschaft Hack Gastro sind wir trotz der Engpässe gut versorgt.



#### Pierre Thein, Geschäftsführer bei Hein S. à r. L., Luxemburg

#### Welchen Einfluss hat die Pandemie derzeit auf Ihre Geschäfte und Prozesse?

Natürlich ist diese plötzliche Krise eine enorme Herausforderung für uns. Hein hatte sich aber durch strikte und klare Maßnahmen Anfang März auf diese Krise vorbereitet und hat somit eine mögliche Schließung wegen erhöhten Covid-19-Erkrankungen vermieden. Natürlich sind derzeit Mammutaufgaben von allen verantwortlichen Mitarbeitern zu bewältigen, um das ganze System, mit allen Krankmeldungen, Zusatzarbeiten, enormen Einschränkungen zu 60 Prozent am Laufen zu halten. Aber ein Großteil der Hein-Mannschaft hat verstanden, dass es erste Priorität ist, sowohl das eigene Unternehmen in dieser Ausnahmesituation zu unterstützen, als auch alle unsere Kunden schnell zu bedienen, damit weiterhin Brot gebacken werden kann! In dieser Zeit gilt vor allem Solidarität und gemeinsam die Sache anzugehen! Wir haben zum Beispiel einem Krankenhaus in Luxemburg eine größere Menge an Schutzkleidung kostenfrei geliefert. Man muss Solidarität leben!

#### Wie ist die Situation hinsichtlich Produktion und Lagerkapazität sowie Ersatzteile?

Was die Produktion angeht, müssen wir wegen erhöhter Krankmeldungen und der Kinderversorgung einige Liefertermine verschieben. Hinsichtlich Lagerbestände und Ersatzteile, sind wir sehr gut ausgestattet, da wir durch sehr hohe Fertigungstiefe einen Großteil der Ofenteile sowie Ersatzteile selbst produzieren. Des Weiteren haben

wir ein enorm großes Ersatzteillager, um hier schnell und effizient Öfen zu bauen und Ersatzteile zu liefern. Zudem haben unsere hausinternen und -externen Servicetechniker ein Notfall-Ersatzteil-Paket in allen europäischen Ländern, in denen wir aktiv sind.

#### Bieten Sie Ihren Kunden derzeit besondere Serviceleistungen an?

Derzeit ist die oberste Priorität, Kunden bei Pannen schnellstens zu helfen, um keine weiteren Ausfälle zu haben. Bis dato ist das uns gelungen, teilweise auch trotz geschlossener Grenzen.

#### Wie ist es um die Logistik bestellt?

Nur bei der Lieferung von Ersatzteilen muss man derzeit mit leichten Verzögerungen rechnen.



#### Frank Kleiner, Geschäftsführer der Harry-Brot GmbH, Schenefeld

#### Welchen Einfluss hat die Pandemie auf Ihr Geschäft?

Die Nachfrage nach SB-verpacktem Brot ist hoch. Die Harry-Frischbrotbäckereien backen rund um die Uhr. Hingegen spüren wir für Brot und Tiefkühl-Brötchen, die in Selbstbedienung aus den Backstationen verkauft werden, in den letzten Tagen einen deutlichen Rückgang.

#### Wie ist die Situation hinsichtlich Rohwarenbeschaffung?

Die Versorgung mit Rohstoffen ist gut. Der spontan gestiegene Bedarf an Verpackungsmaterial wird ebenfalls zufriedenstellend bedient.

#### Wie ist es um die Logistik bestellt?

Der tägliche Frischdienst der Harry-Bäcker ist für den Handel eine willkommene Leistung, wenn es darum geht, die Mehrmengen in der Regalbestückung zu bewältigen. Darüber hinaus haben die Direktlieferungen des Frischdienstes den Vorteil, die begrenzten Lagerkapazitäten des Handels nicht noch weiter zu belasten.

Fotos: Harry-Brot GmbH, Hein S.à r. L., Harry-Brot GmbH, Zeelandia, Colourfood GmbH

#### Wie beurteilen Sie die Hilfsmaßnahmen der Deutschen Regierung?

Nicht relevant, da wir keine beanspruchen.



#### Alexander Hautmann, Geschäftsführer der Colourfood GmbH, Gilching

#### Welchen Einfluss hat die Pandemie derzeit auf Ihr Unternehmen?

Einen sehr großen und einschneidenden Effekt. Unsere Kunden im Konditor- und Gastrobereich hat es durch die getroffenen Maßnahmen besonders hart getroffen, das merken wir natürlich auch selber an stark zurückgegangenen Bestellungen.

#### Wie ist die Situation hinsichtlich Produktion und Lagerkapazität?

Unsere wichtigsten Zutaten sind Rohwaren, wie Obst, Gemüse und essbare Pflanzen. Daher arbeiten wir ganz eng mit festen Vertragsbauern zusammen und leben eine vertikale Wertschöpfungskette. Von der Saat bis zum fertigen Produkt kommt bei uns alles aus dem eigenen Haus, sodass wir glücklicherweise keine Probleme bei der Rohwarenbeschaffung oder den Produktionskapazitäten haben. Zudem sind wir so aufgestellt, dass wir auch längere Perioden mit Ernteaussfällen kompensieren könnten und lieferfähig bleiben. Daher sind unsere Lager voll.

#### Bieten Sie Ihren Kunden derzeit besondere Serviceleistungen an?

Wir sind in unserer gewohnten Art als Partner für unsere Kunden da. Das heißt, dass wir natürlich auf die veränderte Situation mit noch mehr Flexibilität zur Verfügung stehen. Einige Kunden nutzen diese Zeit für Produktentwicklungen und Anwendungstests. Hier unterstützen wir mit entsprechenden Mustersets.

#### Wie ist es um die Logistik bestellt?

Aktuell haben wir keine Einschränkungen. Aber

wir alle wissen, dass man gerade nur von Tag zu Tag vernünftig planen kann.

#### Simulieren Sie verschiedene Szenarien von möglichen Störungen, um im Fall des Falles schneller reagieren zu können?

Wir haben uns auf dem Wege möglichst gut abgesichert, dass wir die möglichen Lieferwege zu den Kunden etwas breiter durchgeplant haben, um bei entsprechenden Einschränkungen trotzdem noch Ausweichmöglichkeiten nutzen zu können. Da für uns das Wichtigste die Warenversorgung zum Kunden ist und wir ein starkes, flexibles Team sind, würden wir einspringen und die Bestellungen im letzten Schritt auch selber ausliefern.



#### Hanna Neumann, Trade Marketing Manager, Zeelandia GmbH & Co. KG, Frankfurt

#### Welchen Einfluss hat die Corona-Krise derzeit auf die Produktion von Zeelandia?

Die Warenverfügbarkeit ist gesichert und wir können nach wie vor uneingeschränkt in unseren Produktionsstätten produzieren. Insgesamt macht sich auch bei uns die gestiegene Nachfrage nach Lebensmitteln bei vielen Bäckereien bemerkbar. Bezüglich unseres Sortiments steht die Nachfrage nach Rohstoffen für Brot und Brötchen im Fokus.

#### Bieten Sie Bäckern derzeit besondere Produkte an, die den Backprozess erleichtern?

Es gibt eine deutliche Nachfragesteigerung nach Schnittbrot, das mittels Pasteurisierung haltbar gemacht wird und somit von den Verbrauchern besser bevorratet werden kann. Wir bieten dazu zwei passende Konzepte an: ‚Jung Dinkel-Ernte‘ – eine Grundmischung zur Herstellung von Dinkel-Vollkornbrot. Und ‚Jung pure & JOY‘ – eine Grundmischung zur Herstellung von saatenreichem Gebäck mit 36 Prozent Flocken.



**Thomas Pelikan,**  
Vertriebsleiter Shop  
Brot, Treif Maschinenbau GmbH,  
Oberlahr

Welchen Einfluss hat die Pandemie auf Ihr Geschäft?

Wir verzeichnen einen deutlichen Rückgang bei der Investitionsbereitschaft und den Investitionsmöglichkeiten unserer Kunden. Im Industriebereich ist zu erkennen, dass der Weg weg vom Menschen hin zur Automatisierung erfolgen wird. Der Wegfall des Snack- und Sitzbereichs führt bei den Bäckern zu einem erheblichen Umsatzverlust, ebenso verzeichnen viele Metzgereien hohe Einbußen, da Partyservice und Mittagstisch zum Erliegen kommen.

**Wie ist die Situation hinsichtlich Produktions- und Lagerkapazität sowie Ersatzteile?**

Individualität und Flexibilität sind hier die Schlagworte. Aktuell schauen wir uns quasi jeden Einzelfall in der Produktion an und stimmen mit unseren Kunden eine Auslieferung oder eine Verschiebung ab. Die Produktion wird somit täglich angepasst. Tatsächlich fertigen wir in unserem Werk in Oberlahr mehr als 95 Prozent aller Teile selbst, inklusive unserer Messer, dem Herzstück der Maschinen. Da auch etliche unserer Kunden Teil der systemrelevanten Lieferkette sind, werden wir von den wenigen Lieferanten der restlichen Teile bevorzugt behandelt. Somit ist auch die Versorgung mit Ersatzteilen sichergestellt.

**Bieten Sie Ihren Kunden derzeit besondere Serviceleistungen oder Sonderkonditionen an?**

Wir bieten kontaktlose Inbetriebnahmen auf digitalem Weg, ebenso sind Leasing- und Finanzierungskonzepte ein adäquates Mittel, um der sinkenden Investitionsbereitschaft entgegenzutreten.

**Simulieren Sie verschiedene Szenarien von möglichen Störungen in der Lieferkette?**

Wir arbeiten insbesondere daran, den persönlichen Ausfall von Arbeitskräften, die zur Risikogruppe gehören, zu kompensieren, indem wir interne Redundanzen aufbauen, um weiterhin handlungsfähig zu bleiben. Ebenfalls versuchen

wir, die Lieferkette so schmal wie möglich zu halten, um im Fall der Fälle schneller und zielgenau nachsteuern zu können.



**Daniela Kapelari-Langebner,**  
Geschäftsführerin,  
Rudolf Ölz Meisterbäcker GmbH & Co. KG,  
Dornbirn/Österreich

Welchen Einfluss hat die Corona-Krise derzeit auf die Bäckerei Ölz?

Ölz der Meisterbäcker hat ein eigenes Präventionsteam bestehend aus acht Mitarbeitern. Wir haben uns bereits vor Beginn der allgemeinen Shut-Down-Ankündigungen durch die österreichische Bundesregierung auf die Situation vorbereitet und Präventionsmaßnahmen im Unternehmen gesetzt, die stetig verbessert und verstärkt wurden.

Unser umfangreicher Präventionsplan stellt die Sicherheit unserer Mitarbeiter an erste Stelle und umfasst zahlreiche Maßnahmen, dies gewährleistet die Produktions- und Liefersicherheit.

**Wie ist die Situation in der Zusammenarbeit mit Ihren Geschäftspartnern?**

Die Zusammenarbeit mit Lieferanten und Kunden ist mehr als je zuvor geprägt von großer Offenheit und Lösungsorientierung. Wir stehen im intensiven täglichen Kontakt mit all unseren Partnern, jeder gibt in dieser besonderen Situation sein Bestes.

**Gibt es bei der Logistik Probleme?**

Die Logistik nach Deutschland funktioniert reibungslos, das freut uns sehr.

**Gibt es eine veränderte Nachfrage?**

Gerade in Zeiten wie diesen merken wir, dass unsere feinen Backwaren, die hygienisch verpackt sind und daher über einen längeren Zeitraum einen hohen Genusswert haben, für Konsumenten besondere Bedeutung haben.



**Thomas Bertz,**  
Kommunikation und  
Marketing, Papperts  
GmbH & Co. KG,  
Poppenshausen

Welchen Einfluss hat die Pandemie auf die Bäckerei Papperts?

Wir können ausschließlich an der Theke verkaufen, die Sitz- beziehungsweise Gastronomiebereiche sind komplett gesperrt. Aber wir versuchen, in dieser Situation so normal wie möglich weiterzumachen. Wir verkaufen weiter Brot und Brötchen, Kuchen, Gebäck und Snacks. Und natürlich auch Getränke – aber ausschließlich zum Mitnehmen. Ansonsten stehen wir im engen Austausch mit den Behörden, um den Anforderungen gerecht zu werden und alle Abläufe abzusichern. Denn vieles ist im Fluss und Informationen sind schnell überholt.

**Wie ist die Situation hinsichtlich Produktion und Lagerkapazität?**

Die Produktions- und Lagerkapazität ist derzeit gesichert und auch die Lieferkette. Durch ein breites Netzwerk an Partnern sind wir gut abgesichert.



**Elke Preißler,**  
Leitung Marketing  
Management, Uniform  
GmbH & Co. KG,  
Dortmund

Welchen Einfluss hat die Corona-Krise derzeit auf Uniform?

Als systemrelevantes Unternehmen für die Herstellung von Hefe, Fermentationsprodukten und Backmitteln ist Uniform in der aktuellen Situation besonders gefordert. Es sind rechtzeitig die erforderlichen Maßnahmen zur Eindämmung des Infektionsrisikos umgesetzt worden. Die eingerichtete Taskforce prüft und bewertet die Situation stetig und passt Instrumente zur Einhaltung der Vorschriften kurzfristig an.

**Bieten Sie Bäckern derzeit besondere Serviceleis-**

**tungen oder Sonderkonditionen?**

Wir arbeiten gemeinsam mit unseren Kunden an individuellen Lösungen. Das ist ganz besonders während der Corona-Krise der Fall, da jeder Kunde mit anderen Herausforderungen konfrontiert ist.

**Gibt es eine veränderte Nachfrage?**

Aktuell steigen in der Beliebtheit halbgebackene Brote zum Fertigbacken für zu Hause. Handwerksbäcker bieten ihren Kunden mit dem verpackten Homebaking-Brot auch ein besonderes Erlebnis. Damit das Brot zu Hause fertiggebacken genauso schmeckt wie frisch aus der Backstube, muss besonderes Augenmerk auf die Frischhaltung und Krumenweichheit gelegt werden. Die Lösung dafür ist Uniform Frisch & Soft. Mit für diesen Zweck optimierten Rezepturen und Verfahrensempfehlungen helfen wir gerne.



**Axel Balke,**  
Geschäftsführer der  
F-B-S Balke  
International GmbH  
& Co. KG, Solingen

Welchen Einfluss hat die Pandemie derzeit auf Ihren Betrieb?

Bis jetzt noch gar keinen. Alles läuft normal weiter.

**Bieten Sie Ihren Kunden derzeit besondere Serviceleistungen oder Sonderkonditionen an oder erhalten sie diese von Ihren Zulieferern?**

Nein, in unserer Branche Stahl und Oberflächenveredlung gibt es solche Konditionen nicht. Daher ist auch unser Preisgefüge stabil.

**Wie wird die Lieferkette abgesichert?**

Wir haben den Lagerbestand an Roh- Hilfs- und Betriebsstoffen auf ein Zeitfenster von sechs Monaten vordisponiert und eingelagert.

**Wie beurteilen Sie die Hilfsmaßnahmen der Deutschen Regierung?**

Wenn diese dann auch beim Mittelstand ankomm-

men, wäre das hilfreich. Im Moment sehe ich das allerdings noch nicht. Die Mittel werden jetzt benötigt. Die Antragsverfahren über die Hausbanken dauern zu lange. Wenn diese Mittel bewilligt werden, könnte es für den Einen oder Anderen zu spät sein.



**Oliver Frey,**  
**Geschäftsführer**  
**der Wachtel GmbH,**  
**Hilden**

**Welchen Einfluss hat die Pandemie derzeit auf Ihre Geschäfte und Prozesse?**

Da wir auch auf dem asiatischen Markt aktiv sind, haben wir hier in Deutschland bereits im Februar die aktuellen Entwicklungen rund um das Coronavirus sehr ernst genommen. Aus diesem Grund haben wir schon früh Maßnahmen für alle Geschäftsbereiche unseres Familienunternehmens ergriffen. Wir versuchen, für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter individuelle Lösungen mit Kinderbetreuung und Homeoffice anzubieten. Die letzten Wochen haben wir schnell das digitalisierte Arbeiten mit Videokonferenzen gelernt und binden dies in unseren Alltag ein.

**Wie ist die Situation hinsichtlich Produktion und Lagerkapazität sowie Ersatzteile?**

Alle deutschen Bäckerkunden bekommen ihre Öfen und Kältezellen zu den vereinbarten Lieferterminen und können in Betrieb genommen werden. Unser Kundendienst hat auch jetzt alle Hände voll zu tun. Lediglich in unserem internationalen Ge-

schäft gibt es Verzögerungen aufgrund der Grenzschließungen.

Wir verfügen in beiden deutschen Werken über gut gefüllte Auftragsbücher mit einer Reichweite von knapp drei Monaten. Beide Standorte arbeiten momentan zum Schutz unserer Mitarbeiter im strikt getrennten Zwei-Schichtbetrieb. Insofern läuft die Fertigung, mit gewissen Einschränkungen, weiter.

Unsere Lagerbestände haben wir bereits zu Jahresbeginn hochgefahren. Da wir über eine sehr lokale Zulieferstruktur mit einer Vielzahl an deutschen Komponenten verfügen, erwarten wir keine Lieferengpässe. Lediglich eine lokale Behinderterwerkstätte, die uns mit elektrischen Kabelbäumen versorgt hat, wurde vom Gesundheitsministerium geschlossen. Ein Ersatzlieferant versorgt uns aber bereits mit entsprechender Elektronik und unsere Mechatronik-Auszubildenden packen hier mit an. Unser Ersatzteillager ist ebenfalls gut gefüllt mit Ersatzkomponenten wie Steuerungen, Schütze, Dichtungen und Lampen.

**Bieten Sie Ihren Kunden derzeit besondere Serviceleistungen oder Sonderkonditionen an?**

Wir helfen unseren langjährigen Kunden in Einzelfällen bei temporären Zahlungsschwierigkeiten. Die kulante Art unserer Kundendienst-Techniker, ihren Service mit Augenmaß abzurechnen, gab es bereits vor Ausbruch dieser Krise. Auch bei uns arbeiten, wie bei unserer Kundschaft dem Bäckerhandwerk, viele stille Helden: Wir sind nach wie vor 24/7 erreichbar. Aber Qualität hat ihren Preis – wir verramschen unsere Produkte auch jetzt nicht.

Die Interviews führten  
Paola Rentsch und Kim Eberhardt

Fotos: Wachtel GmbH, Schön

**IMPRESSUM**

Check Up Back.Business erscheint (16 Ausgaben pro Jahr) in der Verlagsgesellschaft Ottensen Stadteilmagazin UG (haftungsbeschränkt)

**Geschäftsführer:**  
Manfred Lehmann (v.i.S.d.P.)

**Redaktion:**  
Redaktion Good Word UG (haftungsbeschränkt)  
redaktion@back.business  
Paola Rentsch  
Telefon 040/306852-38  
rentsch@back.business

Kim Eberhardt  
Telefon 040/306852-42  
eberhardt@back.business

**Anzeigenverwaltung:**  
Verlagsgesellschaft Ottensen Stadteilmagazin UG (haftungsbeschränkt)  
Telefon 040/306852-54

**Abo-Service:**  
Verlagsgesellschaft Ottensen UG Stadteilmagazin (haftungsbeschränkt)  
Telefon 040/306852-13  
Fax 040/306852-10  
abo@back.business  
www.back.business

**Gestaltung:** Uwe Rohe

**Druck und Vertrieb:**  
Verlagsgesellschaft Ottensen Stadteilmagazin UG (haftungsbeschränkt), Ottensener Str. 8, 22525 Hamburg

**Lizenzgeber:**  
Good Word Publisher Ltd. London, United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland

**Bezugspreis:**  
Jahresabonnement (16 Ausgaben) 186 Euro zzgl. Versand und Mehrwertsteuer. Die Kündigung des Abonnements ist mit einer Frist von acht Wochen zum Ende des Bezugszeitraumes möglich. Gerichtsstand ist Hamburg. Check Up Back.Business dient nur der persönlichen Information des Empfängers und darf nicht vervielfältigt werden. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Quellenangabe und Genehmigung des Verlages. Alle Informationen nach bestem Wissen, aber ohne Gewähr.

**WIE KRIEGEN**

**SIE'S GEBACKEN?**

**Nach jeder Niederlage gibt es eine Erfolgsgeschichte**



**HELMUT SCHÖN**  
**Betriebs- und Produktions-**  
**berater, Inhaber der**  
**JhD-Bäckereitechnologie**



Was gibt es bei Ihnen zum Frühstück?	Ein sehr ausgiebiges Frühstück mit unterschiedlichem Brot sowie Brötchen, Hefezopf und Laugengebäck, gern mit Kaffee und frischem Wasser. Das Frühstück ist in der Regel meine Hauptmahlzeit beziehungsweise die Hauptmotivation für den Tag, dafür nehme ich mir ganz besonders viel Zeit.
Wie beginnt für Sie ein guter Arbeitstag?	Zeit zum Nachdenken und Gebet, am liebsten bei Sonnenschein und innerlicher Ruhe.
Wie verdienten Sie Ihr erstes Geld?	Mein Vater war Schreiner und führte viele Umzüge mit einem alten Hanomag durch, sodass ich mir mein Taschengeld mit Möbelab- und Aufbau verdient habe.
Was wollten Sie mit 18 Jahren machen?	Mein Leben selbst in die Hand nehmen, beruflich erfolgreich werden, Motorrad und Auto fahren. Dazu hatte ich den Wunsch, eine Familie so jung wie möglich zu gründen, damit ich noch ein junger Vater und Opa sein werde, was mir dann auch gelungen ist.
Was war der beste Rat, den Sie je bekommen haben?	Im Leben nicht aufgeben, nach jeder Niederlage gibt es auch immer wieder eine Erfolgsgeschichte. Das ganze gepaart mit einem weltoffenen und gesunden Glaubensleben als Christ.
Wen würden Sie gern kennenlernen?	Mich faszinieren alle persönlichen Lebensgeschichten verschiedener Menschen, die es gelernt haben, ihr Leben so anzunehmen wie es ist und jeden Tag als eine neue Herausforderung meistern.
Wem wären Sie lieber nie begegnet?	Ich freue mich bis heute noch über alle unangenehmen und auch angenehmen Begegnungen in meinem Leben, weil sie mein Leben geprägt haben und aus mir die Person geworden ist, die ich heute bin.
Gibt es noch etwas, das Sie erreichen möchten?	Für andere Menschen ein Vorbild sein zu können und jungen Menschen gerne Erfahrung und Wissen weiter geben.
Verraten Sie uns eine interessante/lustige Tatsache über sich, die die meisten Menschen nicht kennen.	Als ich noch in einer Bäckerei als Geselle gearbeitet habe, wollte ich nach Arbeitsschluss mit meinem Vespa-Roller nach Hause fahren. Der Roller wollte einfach nicht anspringen, sodass ich ihn anschieben musste. Das gute war, der Roller sprang an. Aber ich habe den Sprung auf den Roller verpasst, sodass der Roller allein weiterfuhr und ich langgestreckt auf der Straße lag. Und das ganze passierte direkt vor dem Schaufenster der Bäckerei ...

# PREISAUSSCHREIBEN

MESTEMACHER PREIS



GEMEINSAM LEBEN

Förderer  
Gleichstellung

Frau  
+  
Männ

[www.mestemacher.de/  
gleichstellungsaktivitaeten](http://www.mestemacher.de/gleichstellungsaktivitaeten)



„Egozentrik und Doppelmoral  
schwächen nachhaltigen Wertzuwachs.  
Leben nach dem Wir-Prinzip  
bewirkt das Gegenteil.“

Prof. Dr. Ulrike Detmers  
Initiatorin Mestemacher Preis  
„GEMEINSAM LEBEN“

Bewerbungsfrist:

**1. Januar bis 31. August 2020**

[www.mestemacher.de/gleichstellungsaktivitaeten/mestemacher-preis-gemeinsam-leben/](http://www.mestemacher.de/gleichstellungsaktivitaeten/mestemacher-preis-gemeinsam-leben/)

Sieger 2019



Familie Schmitz, Bitburg-Prüm  
„Großfamilie“



SOLWODI DEUTSCHLAND E.V.,  
Boppard  
„Anderer Lifestyle-Modell-Typ“



Hofgemeinschaft Heggelbach,  
Herdwangen-Schönbach  
„Lebensgemeinschaft/Hofgemeinschaft“



Lebensräume in Balance e.V.,  
Köln-Ostheim  
„Institutionalisiertes Mehrgenerationenhaus“



Mestemacher GmbH · 33254 Gütersloh  
Telefon +49 (0) 5241 / 8709-68  
[www.mestemacher.de](http://www.mestemacher.de)