

Check Up

Back.**Business**

DAS ENTSCHIEDER-MAGAZIN FÜR DIE BACKBRANCHE

900

DIE BRANCHE

2020

675

450

225

0



EXKLUSIV: DIE 1.000 GRÖSSTEN DEUTSCHEN BACKWARENBETRIEBE



Liebe Leserinnen und Leser,

unser aktuelles Sonderheft Check Up Back Business gibt wie jedes Jahr einen aktuellen Branchenüberblick und ist prall gefüllt mit den unterschiedlichsten Rankings, wie die exklusive Liste der 1.000 größten Backwarenfilialisten (ab Seite 70), die Top 20 der umsatzstärksten Backwarenerzeuger (Seite 14), die größten Kaffeebar-Anbieter und viele mehr.



Ergänzend hierzu berichten wir auch über die verschiedenen Zulieferermärkte, wie Backzutaten und Bäckereitechnik.

Zu erwähnen ist, dass die evaluierten Rankings den Status Quo vor dem weltweiten Ausbruch des Corona-Virus im

März dieses Jahres wiedergeben. Um die derzeit prekäre Geschäftssituation der Bäcker, gastronomischen Betriebe und Zulieferer genauer darzulegen, haben wir uns mit den unterschiedlichsten Experten unterhalten, um auch einen Ausblick auf das Geschäftsjahr 2020/2021 geben zu können. So haben zum Beispiel internationale Analysten des Konsumforschungsinstituts Nielsen verschiedene Szenarien ausgearbeitet, wie sich je nach Dauer der Pandemie, das Verbraucherverhalten verändern wird und mit welchen Strategien Hersteller und Händler sich am besten darauf einstellen (Seite 24).

Finanzexperten weisen auf besondere Fallstricke hin, wenn Unternehmen in Zahlungsnot geraten und welche Maßnahmen am besten getroffen werden sollten (Seite 10). Wie sich die Bäcker-Gastronomie ab besten für die Zukunft wappnet, verraten Gastro-Berater Jean-Georges Ploner und Food-Trendforscherin Karin Tischer. Die beiden Experten kennen sich bestens im Außer-Haus-Markt aus und wissen, worauf Gäste Wert legen (ab Seite 36).

Darüber hinaus liefern die verschiedensten Studien und Umfragen renommierter Institute interessante Erkenntnisse. Lesen Sie welche Bäcker die beste Qualität liefern und am innovativsten agieren (Seite 20) und wo sich die Verbraucher am fairsten behandelt fühlen (Seite 18).

Viel Spaß beim Lesen!



Paola Rentsch, Chefin vom Dienst

P. S.: Die Inhalte dieses Heftes sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in und Verleger keine rechtliche Verantwortung.

Check Up Back.Business

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



4

Mehr Umsatz mit weniger Brot und Personal:

Auch wenn mehr als 430 Bäckereien von der Bildfläche verschwunden sind, so war 2019 gesamtwirtschaftlich betrachtet ein Top-Jahr für die Handwerksbäcker. Premiumgebäck und Snacks kurbeln den Umsatz an.



10

Krisenfinanzierung: Die Corona-Pandemie hat viele Bäckereien in Bedrängnis gebracht. Mittelstandsexperten zeigen Lösungswege auf, wie Unternehmer Kosten senken und das Kapital erhöhen können.



34

Die Zukunft der Bäcker-Gastronomie: Wer sich agil auf die neuen Gegebenheiten der Pandemie einstellt, hat die größten Chancen am Markt zu bestehen. Gastro-Berater Jean-Georges Ploner und Food-Trendforscherin Karin Tischer erklären, welche Konzepte am erfolgsversprechensten sind.

Fotos: Pixabay, Uwe Rohe, Redaktion

INHALT

BRANCHE

Handwerksbäcker:
Mehr Umsatz mit weniger Brot & Personal 4

Umsatzsteuerstatistik:
Großbäcker wachsen am stärksten 6

Finanzen:
Strategien bei Zahlungsnot 10

Backwarenhersteller:
Eine enorme Dynamik prägt den Markt 14

Bäckereiketten: Bei Malzers und Back König fühlen sich Kunden am fairsten behandelt 18

Qualität: Die besten Bäckereien 20

Energie: Gutes Brot ist grün 21

Marktanalyse: Was Kunden wichtig ist 24

MÄRKTE

Außer-Haus: Bäcker haben höchste Kundenfrequenz im Quick-Service 26

Kaffeebars: Snacks & Kaltgetränke treiben Umsatz nach oben 30

Jan Erlebach, Tchibo Coffee Service:
Für jede Bäckerei das passende Konzept 34

Prognose: Zukunft der Bäcker-Gastronomie 36

Biobranche: Große Chancen für Bäcker 44

Tiefkühlbranche: Achterbahnfahrt der Gewinner und Verlierer 50

Zulieferer

Bäko: Umsatzrekord trotz Einbußen 56

Bäckereitechnik: Branche im Sinkflug 60

Plagiate: Jeder zweite Betrieb ist betroffen 64

Backzutaten: Erhöhter Wettbewerb 66

RANKING

Top 1.000 –Die größten Backwaren-Filialisten in Deutschland 70

Impressum 111

**Nachhaltig und sicher:
Weniger Pestizide!**



**Integrated®
Pesticide
Monitoring**

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

GESCHÄFTSJAHR 2019

Mehr Umsatz mit weniger Brot und Personal

Auch wenn einige Bäckereien bluten mussten und mehr als 430 Betriebe komplett von der Bildfläche verschwunden sind, so war 2019 gesamtwirtschaftlich betrachtet ein Top-Jahr für die Handwerksbäcker.

Die Daten des **Zentralverbands des Deutschen Bäckerhandwerks** (ZV) zur Entwicklung der Bäckerbranche im Jahr 2019 zeigen, dass der gegensätzliche Trend von sinkendem Brotkonsum und steigendem Backwarenumsatz anhält: Denn obwohl die privaten Haushalte laut der **Gesellschaft für Konsumforschung** (GfK) 4,2 Prozent weniger Brot (rund 1,6 Millionen Tonnen) kauften als im Vorjahr, verzeichnete das Bäckerhandwerk ein Umsatzplus von 3,7 Prozent (2018: plus 1,1 Prozent) auf 15,22 Milliarden Euro (2018: 14,68 Mrd. Euro). Denn die Bäckereien kompensierten den sinkenden Brotkonsum der Verbraucher unter anderem durch einen stärkeren Fokus auf Premiumgebäck und das Snackgeschäft. So hat sich zum Beispiel der durchschnittliche Kassenschein bei der **Wiener Feinbäckerei Heberer** (220 Filialen, Platz 13 im Ranking der Top 1.000 deutschen Backwarenfilialisten) im Jahr 2019 von 2,97 auf 3,09 Euro erhöht. Laut **Sandra Heberer, leitende Prokuristin**, hat sich diese Tendenz in den ersten zwei Monaten 2020 fortgesetzt.

Der sogenannte „Brotkorb der Deutschen“ war bunt gemischt, die drei beliebtesten Sorten waren Mischbrote, Toastbrote sowie Brote mit Körnern und Saaten. Die Käuferreichweite für Brot lag im Jahr 2019 bei 97,9 Prozent, das heißt von 1.000 Haushalten in Deutschland kauften 979 mindestens einmal Brot. Dieser Wert ist seit Jahren stabil. Die durchschnittliche Einkaufsmenge je Haushalt lag im Jahre 2019 bei 39,9 kg Brot.

Gesteigerte Produktivität

Trotz der positiven Umsatzentwicklung sank die Zahl der Beschäftigten um 1,6 Prozent auf rund 266.000 (2018: 270.325). Im Umkehrschluss heißt das aber auch, dass pro Beschäftigtem durchschnittlich ein Umsatz von 57.218 Euro erwirtschaftet wurde. 2018 waren es hingegen 54.293 Euro. Die Produktivität pro Beschäftigtem ist demnach 2019 um 5,4 Prozent gestiegen. Und beim Blick in die verschiedensten Geschäftsberichte der Bäckereien zeigt sich, dass in den vergangenen Jahren viele Betriebe in Maschinen und IT investiert haben, um Arbeitsprozesse zu verschlanken und effektiver zu gestalten – unter anderem durch Automatisierung und Herstellung von Tiefkühlteiglingen. Der ZV sieht zudem den fortschreitenden Konzentrationsprozess als Ursache für den Rückgang der Beschäftigungszahl. So ist die Anzahl der Bäckereien vergangenes Jahr um 4,0 Prozent auf 10.491 (2018: 10.928) gesunken, was sich gleichzeitig auf die durchschnittliche Anzahl der Beschäftigten pro Bäckerei auswirkte: Die stieg um 2,8 Prozent auf 25,4 Mitarbeiter (2018: 24,7).

Schlechte Bezahlung = Personalnot

Sorgen bereitet nach wie vor der Nachwuchsmangel im Bäckerhandwerk. Dem entgegenzuwirken bleibt ein wichtiges Thema, denn 2019 konnten nur 14.773 Ausbildungsplätze (2018: 15.866) besetzt werden – ein Minus von rund 6,9 Prozent. Im Ausbildungsberuf Bäcker/in sank die Zahl um 6,8 Prozent auf 5.587 Auszubildende (2018: 5.994), im Beruf Bäckereifachverkäufer/in ging die Anzahl auf 9.052 (2018: 9.871) zurück – ein Minus von 8,3 Pro-

zent. Der Zentralverband glaubt, dass die anhaltende demografische Entwicklung Schuld daran sei, dass immer weniger Menschen ihre Ausbildung in einer Bäckerei machen wollen. Dabei wird allerdings außer Acht gelassen, dass die Verdienstmöglichkeiten zum Beispiel von Auszubildenden im Lebensmitteleinzelhandel in der Regel höher sind als in einer Bäckerei.

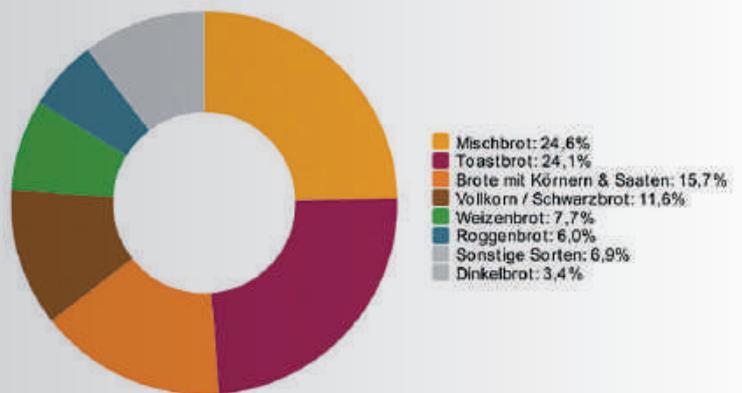
„Bäckereien haben seit Jahren mit der Abwanderung von Fachkräften zu kämpfen. Besonders das Verkaufspersonal wechselt im Lebensmitteleinzelhandel häufig. Supermärkte zahlen für die gleiche Arbeit nämlich rund einen Euro mehr pro Stunde“, berichtet **Michael Grundl, Geschäftsführer der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten Oberfranken**. Höhere Löhne seien ein wichtiger Beitrag, um diesen Trend zu stoppen. Seit Jahren kämpft die NGG dafür. So auch jetzt bei den aktuellen Tarifverhandlungen. „Wer im Bäckerhandwerk arbeitet, macht einen systemrelevanten Job. Der ist aber bislang unterdurchschnittlich bezahlt“, kritisiert Grundl. Die Gewerkschaft fordert für alle Berufsgruppen 150 Euro mehr im Monat. Außerdem soll die Arbeit an Verkaufstheken aufgewertet werden. Bäckereifachverkäufer/innen würden mit dem geforderten Plus künftig 14,05 Euro statt wie bisher 13,18 Euro pro Stunde bekommen. Zudem fordert die NGG eine neue Lohngruppe für Beschäftigte, die seit mindestens fünf Jahren im Bäckerhandwerk arbeiten. Für Azubis soll es künftig eine Übernahmegarantie geben. Natürlich gibt es auch Ausnahmen unter den Betrieben, wie etwa das Stuttgarter **Bäckerhaus Veit** (57 Filialen, 500 Angestellte, davon 28 Auszubildende, Platz 85 im Ranking der Top 1.000). Veit zahlt höhere Löhne, einen Führerscheinzuschuss und bietet sonstige Sonderleistungen sowie berufliche Förderungen. Mit Blick auf die Covid-19-Situation weist Gewerkschafter Grundl auf zusätzliche Belastungen hin. „Maskenpflicht und Abstandsregeln erschweren besonders die Arbeit an der Theke. Neben dem Verkauf, dem Säubern und Schmierern von Semmeln müssen sich die Beschäftigten auch noch um die Einhaltung der Hygieneregeln kümmern. Dafür erwarten sie Anerkennung.“ Die Verhandlungen laufen in München seit dem 24. Juni.

Trotz der kritischen Personalsituation im Bäckerhandwerk gibt es auch eine positive Entwicklung: Laut ZV sind die Zahlen der Gesellen- und Meisterprüfungen um knapp 5,0 beziehungsweise

10,0 Prozent gestiegen. „Hoffen wir, dass diese vorrangig junge, neue Generation an Bäckern trotz der aktuellen Widrigkeiten ihre Chance nutzen wird, sich mit einem eigenen Betrieb neue Kunden zu erschließen“, sagt **Michael Wippler, Präsident des Zentralverbands** mit Anspielung auf die schwierige Marktsituation aufgrund der Corona-Pandemie. Auch brachen deutlich weniger Azubis ihre Ausbildung ab, die Zahl sank um 12,1 Prozent. Und die Zahl der Auszubildenden mit nichtdeutscher Staatsangehörigkeit stieg weiter leicht, nach teils erheblichen Zuwächsen in den Vorjahren.

Sinkender Brotkonsum

Durchschnittlich kauften die Deutschen 4,2 Prozent weniger Brot und konsumierten im Jahr durchschnittlich 39,9 Kilogramm pro Haushalt. Misch- und Toastbrot bleiben die beliebtesten Sorten.



Post-Corona: Bessere Bedingungen

„Vielleicht wird die Corona-Krise 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**. Er hofft zudem, dass die Corona-Krise neue Perspektiven in Gesellschaft, Politik und Behörden auf die Systemrelevanz des Bäckerhandwerks eröffnen. Viele Betriebe erhoffen sich umfassende Erleichterungen von bürokratischen, energiepolitischen und steuerlichen Belastungen. Schneider: „Wir spüren gerade, wie wichtig die Nahversorgung der Bevölkerung und die Branche mit ihren kurzen Wegen für das soziale Leben in der Krise ist. Ich bin sicher, dass wir in der Post-Corona-Zeit einen anderen gesellschaftlichen Blick auf das Bäckerhandwerk erleben werden.“ Paola Rentsch