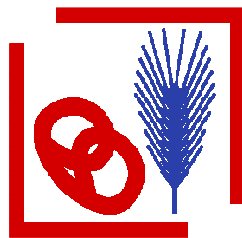


# **Branchenbericht 2009 einschl. 1. Halbjahr 2010 des Backgewerbes**



**GEWERKSCHAFT NAHRUNG-GENUSS-GASTSTÄTTEN**

## **Backgewerbe**

### ***Weiterhin Umsatzplus***

**2009** war umsatzmäßig für das Backgewerbe durchaus ein gutes Jahr. Der Duft von frischen Backwaren lockte die Verbraucher in die Backstationen des LEH, zu den Filialbäckern und in die traditionellen Handwerksbäckereien. Der **Umsatz** stieg um 2,0 Prozent auf 10,5 Mrd. EUR. Dennoch haben Strukturwandel und der intensive Wettbewerb im Backgewerbe nicht nachgelassen. Hohe Rohstoff-, Verpackungs- und Energiepreise prägten u. a. das Bild insbesondere in der ersten Jahreshälfte. Die anstehende Konjunkturkrise verunsicherten die Verbraucher, die sehr preissensibel reagierten. Auch die Discounter ließen nicht nach. Sie boten vermehrt Teilbereiche des Frischegeschäftes (Brot und Brötchen) an und heizten damit den Preiswettbewerb auf der Verbraucherebene an. Das Bäckerhandwerk ist insgesamt gesehen der eigentliche Verlierer dieser Entwicklung. Ihre Marktanteile gingen Zugunsten der Großen weiter zurück. Das Backgewerbe trug rd. 8 Prozent zum Umsatz des Ernährungsgewerbes bei. Das Ernährungsgewerbe schrumpfte in 2009 um 4,2 Prozent.

Im **ersten Halbjahr 2010** wurde ein Umsatzplus im Backgewerbe von 2,8 Prozent erreicht, im Ernährungsgewerbe dagegen nur von 0,3 Prozent.

### ***Beschäftigung weiter steigend***

Die Zahl der **Beschäftigten** stieg in **2009** um 4,6 Prozent auf 114.033. Die Beschäftigtenzahl ist nicht in Vollzeitkräfte umgerechnet. Im Ernährungsgewerbe nahm die Beschäftigtenzahl in 2009 um 0,9 Prozent zu.

Im **ersten Halbjahr 2010** stieg die Zahl der Beschäftigten um 3,7 Prozent, im wurde ein Plus von 1,4 Prozent registriert.

### ***Änderungen des StBA***

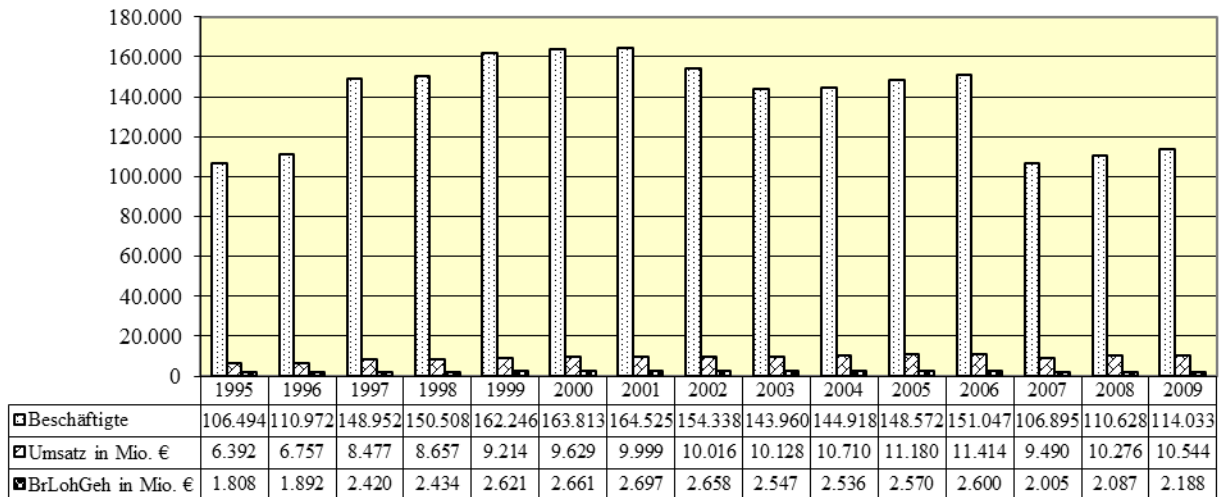
In 2007 wurde erneut vom StBA (Statistische Bundesamt, neu Destatis) eine Umstellung des Erfassungskreises der Betriebe (Abschneidegrenze der erfassten Einheiten) vorgenommen. Das Statistische Bundesamt erfasst aus Gründen der Vergleichbarkeit in der EU und wegen einer Kostenentlastung des Mittelstandes nicht mehr Betriebe von Unternehmen ab 20 Beschäftigte sondern es werden die Betriebe von Unternehmen nur noch ab 50 Beschäftigten erfasst. Von daher sind die Zeitreihen nur bedingt vergleichbar.

Besonders macht sich die Umstellung an der Anzahl der erfassten Betriebe deutlich. Im Backgewerbe wurden in 2006 2.323 Betriebe erfasst, in 2007 ging diese Zahl auf 750 zurück. Dies ist ein Rückgang von gut 60 %. Im Ernährungsgewerbe dagegen belief sich der Rückgang der erfassten Betriebe auf 55 %. Diese veränderte Abschneidegrenze der erfassten Betriebe hat natürlicherweise Auswirkungen auf weitere Kennzahlen wie z. B. die Höhe des Umsatzes, der Beschäftigtenzahl, Bruttolohn- und -gehaltssumme.

In 2008 fand eine weitere Anpassung der Statistiken der Wirtschaftszweige (WZ) 2003 des StBA an die EU statt. Die Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008) bauen jetzt rechtsverbindlich auf der statistischen Systematik der Wirtschaftszweige der EU (NACE Rev. 2) auf, die ihrerseits auf der internationalen Systematik der WZ (ISIC Rev. 4) der Vereinten Nationen basiert. Einige WZ erhielten dadurch eine neue Zuordnung von Unterklassen.

Bei der Herstellung von Backwaren (WZ 10.71) wurde eine Änderung vollzogen und zwar wurde die Untergruppe Herstellung von Sandwiches u. ä. frischen

Backwaren herausgenommen und dem WZ Herstellung von sonstigen Nahrungsmitteln (WZ 10.8) zugeordnet.



Quelle: StBA, ab 1997, 2002 und 2007 jeweils erweiterter Berichtskreis und 2008 an die EU angepasst Wirtschaftszweige, WZ 2008

### **Betriebeanzahl**

Seit 2000 bis 2006 ist ein leichter Rückgang der **Anzahl der Betriebe** festzustellen, obwohl in 2002 der Kreis der berichtspflichtigen Betriebe erweitert wurde. In 2000 wurden 2.384 Betriebe erfasst und in 2006 2.323. In 2007 ging die Betriebeanzahl durch die drastische Umstellung der Statistik auf 750 zurück. In 2009 wurde ein Zuwachs von 3,0 Prozent auf 796 festgestellt.

### **Pro-Kopf-Verbrauch auf hohem Niveau**

Viele Verbraucher schätzen besonders „ihr gutes Brot“. Dies ergab eine Umfrage, dass 83 Prozent aller Deutschen „ihr gutes Brot“ vermissen, sobald sie im Ausland sind. (LM Zeitung 29, 18. Juli 2008) Auch heute noch herrscht diese Einstellung bei den meisten Verbrauchern vor.

Die Sortimentsbreite von Brot- und Backwaren ist besonders in Deutschland groß. 300 verschiedene Brotsorten und mehr als 1200 unterschiedliche Arten an Klein- und Feingebäck werden hergestellt und angeboten.

Der **Pro-Kopf-Verbrauch** an Getreide betrug im Wirtschaftsjahr 1995/96 74,6 kg ausgedrückt in Mehlwert, im Zeitraum bis zum Wirtschaftsjahr 2004/05 stieg der Pro-Kopf-Verbrauch um gut 12 Prozent auf 83,2 kg. Im Getreidewirtschaftsjahr 2006/07 lag der Pro-Kopf-Verbrauch bei 87,0 kg und stieg in 2007/08 auf das bisherige Rekordniveau von 89,1 kg (+2,4 Prozent). Im Wirtschaftsjahr 2008/09 sank der Pro-Kopf-Verbrauch um 0,9 Prozent auf 88,3 kg (Quelle: Stat. Jahrbuch 2010, S 564).

### **Umsatz pro Beschäftigtenstunde niedrig**

Der **Umsatz pro Beschäftigtenstunde** (Hilfsgröße für die Entwicklung der Arbeitsproduktivität, vorausgesetzt es sind keine nennenswerten Preissteigerungen vorhanden) nahm von 1995 bis 2009 um gut 82 Prozent zu. In 2009 erreichte diese

Kennziffer ein Niveau 62 EUR pro Stunde. Im Ernährungsgewerbe lag der Umsatz pro Beschäftigtenstunde bei 193 EUR. Seit 2001 entwickelte sich die Umsatzproduktivität im Backgewerbe stärker als im Ernährungsgewerbe.

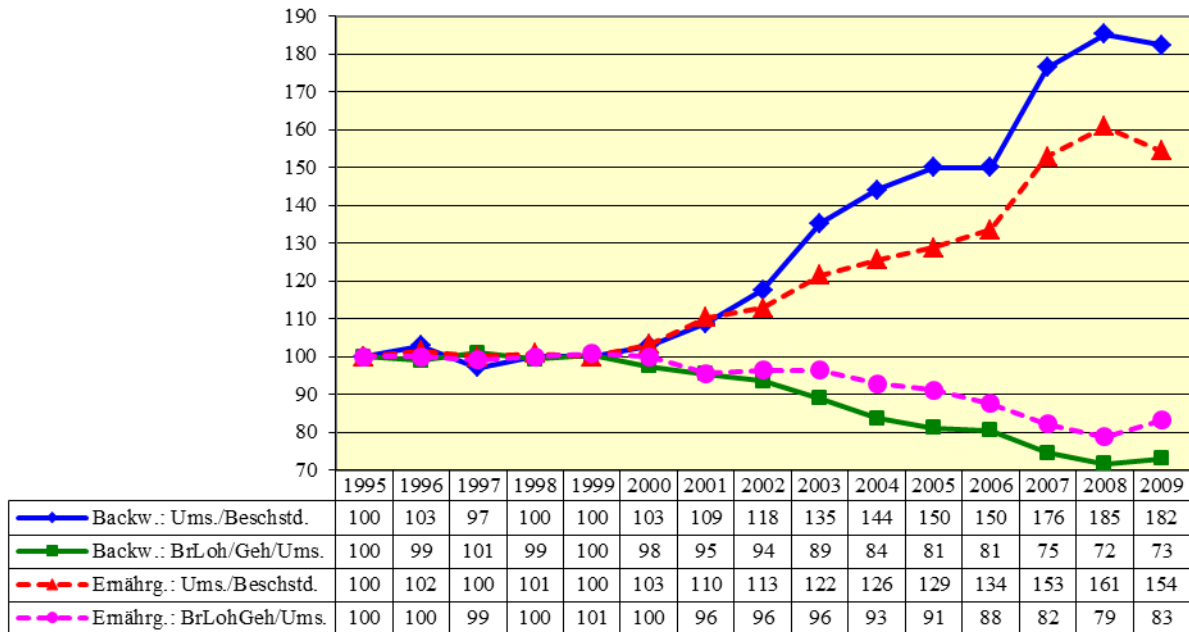
**Preisentwicklung** Der **Verbraucherpreisindex für Brot und Getreideerzeugnisse** blieb im Jahresvergleich von 2005 zu 2004 nahezu unverändert. Im Vergleich von 2006 zu 2005 nahm der Verbraucherpreisindex um 0,6 Prozent zu. 2007 war im Vergleich zu den Vorjahren ein Jahr starker Preissteigerungen. Der Preisindex für Brot und Getreideerzeugnisse stieg um 3,2 Prozent an. Unterdurchschnittliche Getreideernten durch einen verregneten Sommer, höhere Rohstoff- und Energiekosten sowie stärkere Nachfrage von Getreide z. B. auch für die Biospritproduktion wirkten sich international Preis treibend aus. In 2008 stiegen die Preise noch stärker an und zwar um 7,9 Prozent. 2009 trat eine Preisberuhigung ein. Der Preisindex nahm um 0,7 Prozent zu.

Der Preisindex für **Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke** sank in 2004 um 0,3 Prozent, stieg in 2007 um 3,8 Prozent und in 2008 um 6,0 Prozent an. In 2009 wurde ein Rückgang von 1,2 Prozent registriert.

Der **Index für die gesamte private Lebenshaltung** nahm in 2006 um 1,6 Prozent, in 2007 um 2,3 Prozent und in 2008 um 2,6 Prozent zu. In 2009 stieg der Preisindex nur um 0,4 Prozent. (Quelle: Stat. Jahrbuch 2010, S. 517)

**Getreideerzeugung** Die **Getreideernte** in Deutschland nahm im Wirtschaftsjahr 2007/08 im Vergleich zur unterdurchschnittlichen Ernte des Wirtschaftsjahres 2006/07 um 23,3 Prozent auf 50,1 Mio. t Getreidewert zu. Im Wirtschaftsjahr 2008/09 sank die inländische Erzeugung um 0,2 Prozent auf 49,98 Mio. Tonnen. Nach Angaben des Jahresberichtes 2008/09 des Verbandes Deutscher Mühlen lag die Brotgetreideernte mit 29,8 Mio. t um 26,4 Prozent über dem Vorjahr. Auch der durchschnittliche Ertrag je Hektar erreichte mit 75,2 dt/ha 17,1 Prozent mehr als zum Vorjahr.

**Kapitalintensive und zugleich Personalintensive Betriebe** Die Herstellung von Brot- und Backwaren basiert in vielen Betrieben auf einem kapitalintensiven und technisch ausgereiften Produktionsstand. Hintergrund sind vor allem **Rationalisierungsprozesse** sowohl durch Ablaufoptimierung, verändertem Technikeinsatz und Einführung von Robotern und EDV gestützten Produktionsanlagen als auch von Ausgliederungen, was alles zusammengenommen zu erheblichem Beschäftigtenabbau in den Betrieben führte. Die Anzahl der Beschäftigten ist jedoch von 1995 von 106.494 auf 114.066 in 2009 angestiegen. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass viele Backunternehmen über Personal intensive Dienstleistungsbereiche wie Filialen und Fuhrparks verfügen, die einen hohen Anteil Teilzeitarbeitnehmer beschäftigen. Auch die verlängerten Ladenöffnungszeiten erhöhten die Zahl von Teilzeitbeschäftigten.



Quelle: StBA, ab 1997, 2002 und 2007 jeweils erweiterter Berichtskreis und 2008 an die EU angepasst Wirtschaftszweige, WZ 2008

**Hoher Dienstleistungsanteil**

Die **Bruttolohn- und –gehaltssumme in v.H. des Umsatzes** lag 2009 bei 20,8 Prozent und in 1995 bei 28,3 Prozent. Der hohe Lohnkostenanteil am Umsatz ist nicht mit dem des Ernährungsgewerbes, der bei 9,5 Prozent liegt, zu vergleichen, weil das Backwarengewerbe über einen ausgeprägten Dienstleistungsanteil verfügt (z.B. Filialen und teilweise noch eigene Logistik). Der hohe Dienstleistungsanteil macht sich auch bei der Arbeitsproduktivität bemerkbar. Der Dienst am Kunden lässt sich kaum durch moderne Technik und Automatisierung ersetzen, wobei viele Betriebe ein hohes technisches Niveau aufweisen. Backstationen und Backautomaten, die jetzt auch bei Discountern aufgestellt werden, ersetzt Personal. Deshalb bleibt eine freundliche und qualifizierte Bedienung sowie ein umfassender Kundenservice, der auch besondere Kundenwünsche aufnimmt, ein wichtiger Wettbewerbsparameter der Handwerksbäckereien.

**Export**

Der Export spielt im Backgewerbe eine untergeordnete Rolle. Die Exportquote lag 2009 bei 5,2 Prozent. Im Ernährungsgewerbe erreicht die Exportquote eine Höhe von 18,1 Prozent.

**anhaltender Strukturwandel**

Der Marktanteil der gesamten Brot- und Backwaren im LEH lag in 2004 bei 59,5 Prozent und nahm bis 2006 leicht auf 60,5 Prozent zu. Der Anteil der Discounter kletterte in diesem Zeitraum von 33,3 Prozent auf 35,2 Prozent. Die Bäckereien verloren Marktanteile und schrumpften von 38,8 Prozent auf 36,9 Prozent. (Quelle: LZ 43, 26. Okt. 2007)

Der starke **Strukturwandel** im Backgewerbe hält weiter an. Durch die tägliche Anlieferung halbgebackener Produkte kann der LEH sehr flexibel auf die Kundenwünsche nach frischen Produkten reagieren und diese zu einem

günstigeren Preis als die Handwerksbäcker anbieten. Vermehrt wird auch ein „Frontbaking“ eingerichtet. Dabei können sich Kunden ein Bild von der Herstellung von gewissen Backwaren machen. Frischteig wird vor den Augen der Kunden verarbeitet (LZ 45, 6. Nov. 2009). Begünstigt wurde diese Entwicklung durch technologische Innovationen, die es ermöglichten, dass im industriellen Maßstab Backerzeugnisse vorgefertigt werden konnten, die dann vor Ort verkaufsfertig aufzubacken waren.

Der Ausbau der Tiefkühlsparte hat einen entscheidenden Anteil an dieser Entwicklung. Sie verbesserte die industrielle Herstellung, die Logistik und den Verkauf von Backwaren vor Ort. 1996 wurden 210.000 Tonnen tiefgekühlte Backwaren vermarktet, 2005 waren es schon 534.500 Tonnen, 2007 568.200 Tonnen, 2008 606.300 Tonnen, ein Plus von 6,7 Prozent zum Vorjahr und 2009 626.100 Tonnen, ein Plus von 3,3 Prozent. (Quelle: Stat. Jahrbuch 2010, S. 564) Von 1996 bis 2009 hat sich demnach die Tonnage verdreifacht!

Im Wettbewerb um Marktanteile verzeichnen die Discounter weitere Marktanteilsgewinne gegenüber Handwerksbäckereien. Der Verkauf von frischem Brot und Backwaren war bisher eine der letzten Lebensmittelgruppen, die noch nicht flächendeckend von den Discountern vermarktet wurden. Diese Entwicklung scheint jetzt mit der Einführung von Backstationen bei Discountern zu Ende zu gehen. Weitere zum Teil heftige Preiskämpfe werden damit einhergehen.

Handwerksbäcker können trotzdem noch durch Sortenvielfalt, Produktinnovationen (z.B. Angebote von Bioerzeugnissen, Snacks), Frische, Qualität und transparenter Hygiene beim Verbraucher punkten. Am liebsten kaufen die Deutschen Bio-Brote in Bäckereien, bei SB-Bäckern sowie Bäckern in der Vorkassenzonen der Supermärkte. Ihr Absatzanteil beträgt zusammen 45 Prozent, in 2006 40 Prozent. Die Bäckereien konnten ihren Umsatz mit Bio-Brot um 41 Prozent steigern. (LZ 29, 2008)

Des Weiteren bauen die Handwerksbäcker stärker das Snackgeschäft als einen weiteren Absatzkanal aus. Die Bäcker entwickeln sich somit zu Konkurrenten zur Systemgastronomie. „Mit Pasta, Rührei und belegten Brötchen wollen norddeutsche Traditionsbäckereien den Fast-Food-Ketten Marktanteile abnehmen“. Es wird erwartet, dass Betriebe in den Ballungsgebieten mit dem Sofortverzehr zukünftig etwa die Hälfte ihres Umsatzes machen können (Hamburger Abendblatt, 16. März 2010).

**Hintergründe** zu diesem Strukturwandel sind u. a. auch die veränderte demografische Entwicklung hin zu mehr Single und Kleinhaushalten sowie zu einer älter werdenden Gesellschaft, die einen großen Wert auf (bezahlbare) Gesundheitsprodukte legt. Aber auch die Veränderung in der Arbeitswelt hin zu mehr zeitlicher und räumlicher Mobilität der Arbeitnehmer lässt die Zahlen der Berufspendler wachsen und führt zu einer stärkeren Nachfrage nach Convenienceprodukten mit einem hohen Veredelungsgrad wie z. B. nach Snacks und Fertigprodukten, die dem Gesundheitstrend nicht wider entsprechen dürfen. Bedienungsware verliert beim Verbraucher allmählich an Bedeutung – das Einkaufen darf nicht zu zeitaufwendig sein!

Schließlich bewirkt auch die noch relativ hohe Arbeitslosigkeit, das nur leicht steigende Haushaltseinkommen, die höheren Ausgaben für Energieerzeugnisse und auch die anstehenden Sparbeschlüsse der Bundesregierung, dass viele Verbraucher preissensibler geworden sind und den Discountvertriebsweg

bevorzugen (müssen). Verbesserte Lohnabschlüsse und ein weiter anhaltender Konjunkturaufschwung können auch zu einer stärkeren Nachfrage nach Brot- und Backwaren mit höherer Wertschöpfung führen.

**Konzentrations-  
prozess hält an**

Der **Konzentrationsprozess** im Brot- und Backwarengewerbe ist deutlich im Bäckerhandwerk spürbar. In den vergangenen zehn Jahren sank die Zahl der Handwerksbetriebe um 33 Prozent, gleichzeitig stieg der Umsatz um gut 20 Prozent und die Zahl der Beschäftigten um 16 Prozent. Die Bäcker verlieren derzeit wohl bei der Vermarktung von Brot und Brötchen (Der Marktanteil der Bäcker an verkauften Brotmengen lag 2006 nur noch bei 22,9 Prozent), trotzdem halten sie noch eine starke Stellung bei Feinen Backwaren, wobei erste Ansätze von Discontern zeigen, dass sie auch in dieses Segment vorstoßen. Aller Voraussicht nach wird der Marktanteil des Handwerks auch in den kommenden Jahren weiter abnehmen. Gewinner sind und werden in nächster Zeit die Discounter sowie die anderen Vertriebsseinheiten im Lebensmitteleinzelhandel mit ihren neu aufgenommenen Backstationen und „Brötchen auf Knopfdruck“ sein. Damit wird die Vermarktung von Brot und Backwaren in den Vorkassenzonen, was bisher u.a. von Bäckern ausgeführt wurde, vermehrt von Seiten des Handels übernommen.

Der Konzentrationsprozess führt nicht nur zu veränderten Strukturen bei der Herstellung und beim Verkauf von Brot- und Backwaren, sondern auch die Logistikstrukturen werden optimiert und neu gestaltet. „Mit der Lieferung an Zentralläger statt an einzelne Filialen werden sich auch die Logistikkonzepte grundlegend verändern“, bekräftigte die Gewerkschaft NGG auf einer Betriebsrätetagung.

Der **europäische Backwarenmarkt** befindet sich ebenfalls im Umbruch. (LM 24, 2008) Im Juni 2008 wurde berichtet, dass die niederländische Continental Bakeries B. V. (2007 250 Mio. Umsatz) den schwedischen Feingebäckhersteller Gillebagaren AB (2007 40 Mio. Umsatz) übernommen haben. Die Irische Großbäckerei IAWS plc. und die A. Hiestand Holding AG wollen durch einen Aktientausch zur Aрызta AG dem künftig größten Anbieter im Bereich TK Backwaren fusionieren. Die Unternehmen gehen von knapp 2,4 Mrd. Umsatz aus.

**Ausblick**

Die BBE Unternehmensberatung GmbH kommt in einem Branchenreport zu dem Schluss, dass der Brot- und Backwarenmarkt mengenmäßig allmählich an seine Grenzen stößt. Weiteres Wachstum sei vor allem durch das Schaffen von Mehrwert in Form von weiterverarbeiteten Produkten, Convenience und Bio zu realisieren (LZ 3, 19. Jan. 2007). Der Ausblick der BBE Unternehmensberatung GmbH von 2007 hat sich durch die bisherige Entwicklung bestätigt.