

Check Up

Back. Business

DAS ENTSCHÉIDER-MAGAZIN
FÜR DIE BACKBRANCHE



BRANCHEN- BAROMETER 2023

Marktentwicklung & Prognose



GUY FRENKEL: Der Brotzauberer aus Hollywood



Heimische Alternative zu **PALMÖL**



Die **TOP-TRENDS** für neue Produktideen

Liebe Leserinnen und Leser,

die Stimmung in der Branche für das aktuelle Geschäftsjahr ist ambivalent: Es gibt die Hoffnung auf eine weitere Normalisierung der Lage, aber auch die allzeit präsente Sorge um die Energie- und Rohstoffversorgung. Wilko Quant, Geschäftsführer des Backzutatenherstellers Uniform, spricht sicherlich vielen aus dem Herzen, wenn er in unserer Branchenumfrage sagt: „Um die Produktion kontinuierlich zu gewährleisten, bedarf es einer viel größeren Kraftanstrengung als in krisenfreien Zeiten.“ Insgesamt zwölf Vertreter:innen aus verschiedenen Bereichen der Backwarenbranche wie Maschinenhersteller, Franchise-, Handwerks- und Industriebäcker geben ihre Prognosen für das aktuelle Geschäftsjahr ab und verraten, was ihnen Kopfschmerzen bereitet (ab Seite 8).

In unserem aktuellen Branchenbarometer, für das wir mehr als 2.500 Bäckereien befragt haben, zeigt sich, dass die Kraft der Handwerks- und Filialbäckereien momentan vor allem darauf gerichtet ist, den Status Quo aufrechtzuerhalten. Weniger Betriebe als noch 2022 wollen zum Beispiel derzeit in die Produktion investieren. Wollte im vergangenen Jahr noch jeder dritte Betrieb mehr investieren, so ist es in diesem Jahr nur etwa jede sechste Bäckerei. Für Maschinenhersteller, Ladenbauer und andere Zulieferer ein deutliches Warnsignal.

Auch was die Marktentwicklung angeht, ist der Optimismus gebremst: Knapp die Hälfte der befragten Firmen erwartet dieses Jahr eine gleichbleibende Entwicklung wie 2022; und das Jahr war nicht unbedingt von positiven Meldungen gezeichnet... Jeder dritte Betrieb glaubt zudem, dass die eigenen Geschäfte schlechter laufen werden als im Vorjahr. So pessimistisch haben die Bäcker:innen seit Jahren nicht in die Zukunft geblickt. Das gesamte Branchenbarometer finden Sie ab Seite 4.

Gerade in herausfordernden Zeiten besteht konkreter Handlungsbedarf, findet Quereinsteigerin Isabella Krätz. Die Konditormeisterin und Gründerin von Isabella Glutenfreie Pâtisserie (neun Filialen) vertritt die Ansicht, dass sich die Branche nicht schnell genug weiterentwickelt,

um sich den Bedürfnissen der Kund:innen anzupassen. Dies zeige sich zum Beispiel daran, dass der vegane Trend vom Gros der Bäckereien bisher eher zögerlich angenommen wurde. Krätz stand uns Rede und Antwort in der Rubrik „Wie kriegen Sie's gebacken?“ (ab Seite 42).

Auch Guy Frenkel, der bei der US-amerikanischen Backwarenmesse IBIE unter anderem für das beste Brot ausgezeichnet wurde, findet, dass die Bäckerbranche oft zu sehr an Traditionen festhält. Seiner Einschätzung nach brauche es mitunter radikale Kräfte von außen, die den Status Quo in Frage stellen. Mit seinen aufwendigen Broten und seiner unkonventionellen Herangehensweise ans Handwerk setzt der in Los Angeles lebende Bäcker neue Maßstäbe – dabei ist er ursprünglich Drehbuchautor und hat das Bäckerhandwerk nie offiziell gelernt (Interview ab Seite 32).

Neue Inspiration für das Sortiment bieten aktuelle Analysen der Nutzerdaten von Pinterest, TikTok und Google. Wir haben uns angeschaut, was gerade bei der Generation X und den Millennials angesagt ist, also bei den 28- bis 58-Jährigen. Ab Seite 18 stellen wir die gefragtesten Food- und Aromentrends vor.

Weitere spannende Themen, die wir für Sie recherchiert haben: Forscher:innen vom Max Rubner Institut und der Technischen Universität Berlin haben eine Methode entwickelt, mit der Oleogele auf Rapsölbasis das umstrittene Palmöl ersetzen können – ohne Qualitätseinbußen. Mehr dazu auf Seite 38.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihr Redaktionsteam

Check Up

Back.Business

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

INHALT

UNTER DIE LUPE

Branchenbarometer: Sind die fetten Jare vorbei?	4
Interviews: Einschätzung des Marktes	8



08

Krisenmanagement: Da die Lage weiterhin in vielerlei Hinsicht unsicher ist, schätzt etwa die Hälfte der befragten Bäcker:innen, dass die Marktentwicklung sich 2023 auf einem gleichbleibenden Niveau entwickeln wird wie 2022.

MARKTFORSCHUNG

Mit topaktuellen Trends von Pinterest & Co. das Sortiment auffrischen	18
---	----



18

Blumen und Kräuter gehören laut Analyse der Pinterest-Suchanfragen aktuell zu den beliebtesten Zutaten, um Backwaren und andere Speisen aufzupeppen. Auch die Auswertung der Nutzerdaten von TikTok und Google liefern den Produktentwickler:innen kreative Ideen, die bei Konsument:innen gut ankommen. Darüber hinaus erklären Aromenhersteller, warum Bäckereien mit unkonventionellen Geschmacks-Mashups wie Tahini-Schokolade am Markt punkten können.



32

Der beste Bäcker aus den USA: Guy Frenkel wurde 2022 auf der internationalen Backwarenmesse IBIE in Las Vegas mehrfach für seine Brot- und Brötchenkreationen ausgezeichnet. Der ehemalige Drehbuchautor erzählt im Interview, wie er sich als Quereinsteiger relativ schnell am Markt etablieren konnte und was Bruce Lee und die Serie Game of Thrones damit zu tun haben.

ERFOLGSKONZEPT

Guy Frenkel: Der Brotzauberer aus Hollywood	32
---	----

ROHSTOFFE

Aktuelle Forschung: Heimische Alternative zu Palmöl bietet dieselbe Qualität	38
--	----

RUBRIKEN

Editorial	2
Internationale Kurzmeldungen	26
Produktneuheiten	39
Handelsregister	40
Impressum/Fotohinweis	41
Wie kriegen Sie's gebacken? Diesmal: Isabella Krätz, Geschäftsführerin von Isabella Glutenfreie Pâtisserie	42

**Nachhaltig und sicher:
Weniger Pestizide
in Ihren Rohstoffen!**

IPM Integriertes Pestizid Monitoring
zertifiziert nach Sedex | SMETA

SPECIALTY BROKERS ÖZGÜR
Ihr Rohstoffmakler aus der Hansestadt Hamburg
www.specialtybrokers.de/ipm

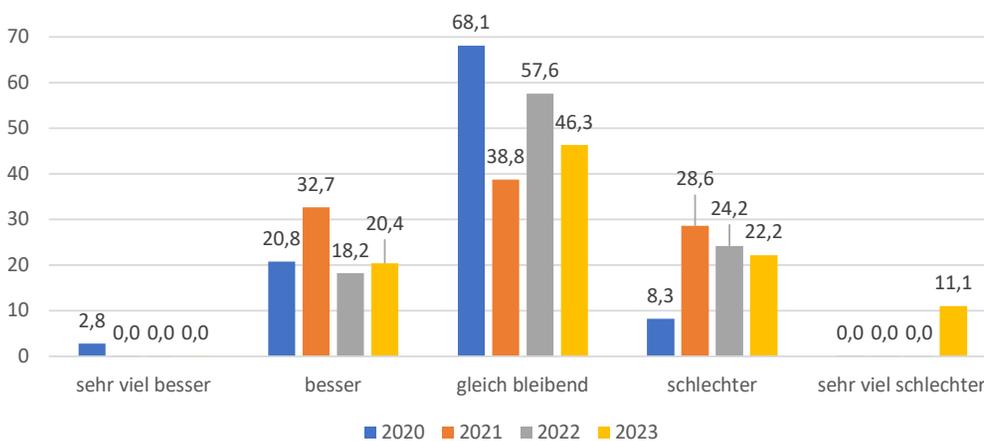
Sind die fetten Jahre vorbei?

Der Wettbewerb wird härter. Die hohen Rohstoff- und Energiepreise drücken die Stimmung bei vielen Handwerks- und Filialbäckereien nach unten. Wer hingegen in den vergangenen Jahren seinen Betrieb auf Effizienz getrimmt hat, blickt positiv in die Zukunft. Aber eines eint alle: Der Krisenmodus zehrt an den Kräften. Die Ergebnisse unserer jährlichen Umfrage zeigt, wie Bäcker:innen die Markt- und Geschäftsentwicklung in diesem Jahr einschätzen.

Text: Paola Rentsch

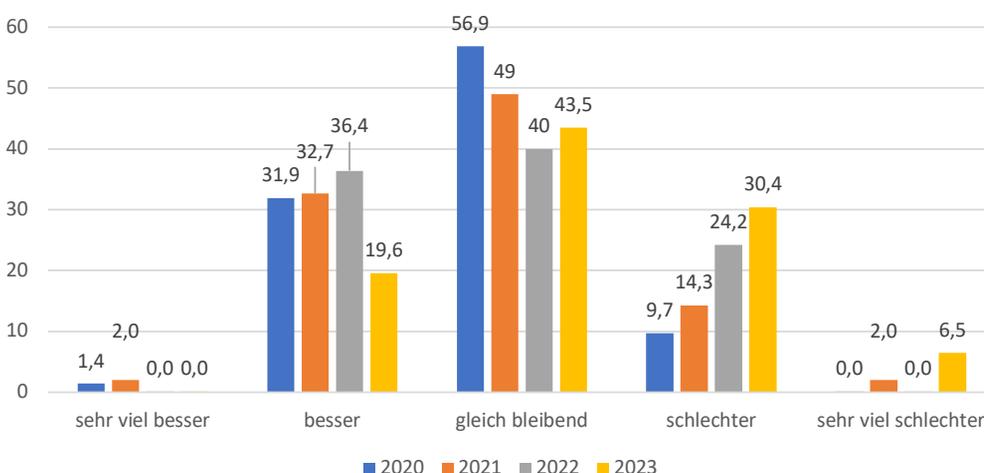
Freitags durchforstet meine Redaktionskollegin Isabell Köster immer das Handelsregister, um Insolvenzen und Neugründungen zu recherchieren. Letztere sind unter den Bäckereien kaum noch zu finden, dafür aber Geschäftspleiten. Immer mehr Bäcker ziehen vorher die Reißleine und schließen oder gehen früher als geplant in Rente – nach drei Jahren Krisenmodus offenbar die einzige Option. Noch gibt es dazu keine statistischen Zahlen, diese werden erst ab März/April veröffentlicht. Im Jahr zuvor standen jedoch 604 Schließungen 388 Neugründungen gegenüber – im Saldo 216 Betriebe, das sind minus 2,1 Prozent. Nimmt die Zahl der Neugründungen ab, weil das wirtschaftliche Umfeld als ungünstig erscheint, wird der Rückgang in der Betriebsstatistik größer sein. Aber Daniel Schneider, Hauptgeschäftsführer des Zentralverbands des Deutschen Bäckerhandwerks ist zuversichtlich: „Insgesamt erwarten wir, dass sich das Bäckerhandwerk behaupten wird. Auch wenn das verfügbare Einkommen der Verbraucher geringer wird, halten viele Kunden ihren Bäckern die Treue. Das Bäckerhandwerk ist als Grundversorger durchaus krisensicher.“ Dennoch sei entscheidend für die Branche, wie

MARKTENTWICKLUNG DER BRANCHE



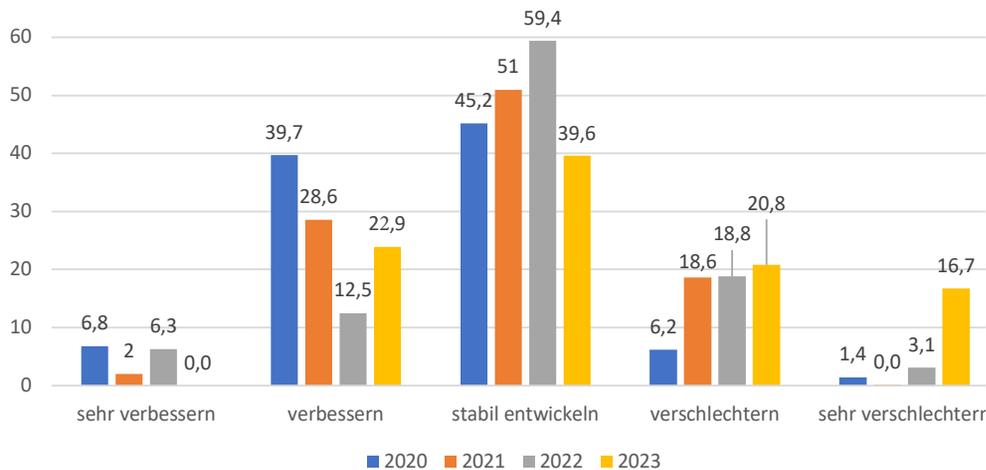
Jeder dritte befragte Bäckereibetrieb glaubt, dass sich die allgemeine Marktlage verschlechtern wird (33,3 Prozent). So pessimistisch schauten die Bäcker:innen in den Jahren zuvor nicht in die Zukunft – noch nicht einmal in der Lockdownphase der Corona-Pandemie 2020/21. Jeder fünfte Bäcker sieht die Lage allerdings positiver als seine Kolleg:innen und geht von einer allgemeinen Verbesserung aus (20,4 Prozent).

... IM EINZUGSBEREICH



Bezeichnend ist, dass sich die Stimmung unter den Bäckern erstmals auch innerhalb des eigenen Einzugsbereiches nicht aufhellt – Im Gegenteil: Rund 37 Prozent glauben, dass sich der Markt im Geschäftsgebiet verschlechtern wird. Etwa 44 Prozent setzen auf eine gleichbleibende Situation und jeder fünfte Betrieb geht davon aus, dass sich die Marktlage im eigenen Einzugsbereich verbessern wird so wie die der Branche generell.

DER GEWINN MEINES UNTERNEHMENS WIRD SICH ...



Das Diagramm zur Gewinnerwartung in den Jahren 2020 bis 2023 zeigt, in welcher Hochstimmung sich die Handwerks- und Filialbäcker:innen noch vor Ausbruch der Corona-Pandemie befanden. Es gab nur zwei Optionen: mehr Gewinn (47 Prozent) oder stabile Entwicklung (45 Prozent). Dieses Jahr sieht es anders aus: Aufgrund der extremen Preissteigerungen und der hohen Inflation gehen rund 38 Prozent der Befragten davon aus, dass sich ihre Gewinne verschlechtern bis sehr verschlechtern werden. Etwa 40 Prozent erwarten eine stabile Entwicklung und nur jeder Fünfte rechnet mit höheren Gewinnen.

sich die wirtschaftliche Situation und das Konsumklima insgesamt entwickelt. Und das wird maßgeblich vom weiteren Verlauf des Ukraine-Krieges und den daraus entstehenden Problemen beeinflusst. Das Ergebnis ist offen. Die aktuelle Stimmungslage unter den Bäcker:innen gibt dafür unsere Umfrage wieder, für die wir 2.500 Betriebe angeschrieben haben. Die Ergebnisse (siehe Tabelle auf Seite 6) zeigen die Marktendenzen der kommenden Monate und sind somit eine wichtige Referenz für Branchenpartner.

Abseits von den standardisierten Antworten konnten die Befragten sich auch individuell zu den wichtigsten Themen äußern. Ergänzend hierzu haben wir diverse Hersteller und Zulieferer interviewt (ab Seite 8). Daraus kristallisierten sich folgende Schwierigkeiten heraus: Mitarbeitende sind sehr schwer zu finden; wenige Betriebe haben ein richtiges Energiekonzept, der Sinn dafür wird nicht erkannt; noch weniger Bäckereien haben einen Notfallplan für einen Brownout. Aufgrund der unsicheren Rohstoffversorgung haben große Bäckereien ihre Vorratslager vergrößert, der Wareneinsatz wird optimiert bzw. reduziert, um Retouren zu minimieren. Allerdings eröffnen gleichzeitig immer mehr Läden mit Backwaren von gestern und die Too-good-to-go-App wird rege genutzt. Ein klares Signal dafür, dass zu viel produziert und somit Energie und Rohwaren verschwendet werden. Die Angst vor einem leeren Brotregal scheint größer zu sein. Doch Konsument:innen haben

sich an leere Regale im Supermarkt gewöhnt – hervorgerufen durch gestörte Lieferketten. Eine gute Gelegenheit für Bäcker umzudenken und ihr Angebot noch mehr zu straffen. Schon zehn Minuten weniger Backofenzeit helfen, immense Energiekosten zu sparen. ■



KONDITOREI
MASCHINEN







REGO® HERLITZIUS
The Bakery Equipment People





STUFENLOSE ELEKTRISCHE
HÖHENVERSTELLUNG

GENAUE KESSELPOSITIONIERUNG

PROBLEMLOSER STANDORTWECHSEL

www.rego-herlitzius.com

REGO® HEBEKIPPER UND KESSELHUBWAGEN

Sichere Hebe- und Transporttechnik
durch leichtes Handling