

C12331D

Check Up

N°8 30. JULI 2022

Back.**Business**

DAS ENTSCHIEDER-MAGAZIN
FÜR DIE BACKBRANCHE

DIE BRANCHE 2022

Daten ■ Analysen ■ Trends

EXKLUSIV: Die 1.000 größten
Deutschen Backwarenbetriebe



MITTELGROSSE BETRIEBE
liefern die beste Performance



MASCHINENBAU: Mehr
Umsätze als erhofft



BACKZUTATEN Ersatzstoffe für
Eier & Butter stärker gefragt

Gemeinsam –
aus Leidenschaft

MEISTERMARKEN

Pure Genusswelten

Trendbewusst und vielseitig



Und Ihr
Lieblings-
gebäck?



MEHR ERFAHREN AUF
THE WORLD OF BAKING

CSM Deutschland GmbH



www.csmingredients.com |  www.theworldofbaking.com

CSM
INGREDIENTS

INHALT

Branche

Umsatzsteuerstatistik: Mittelgroße Betriebe haben Marktanteile gewonnen 4

Branchenanalyse: Die Gewinnmarge der Bäckereien sinkt kontinuierlich 8

Die Top 25 Backwarenhersteller: Preisabsprachen mit LEH und Zulieferern werden zur Makulatur 24

Interviews mit Frank Kleiner, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb Harry-Brot, Peter Schmidt, Geschäftsführer Coppenrath & Wiese, Prof. Hermann Bühlbecker, Alleingesellschafter der Lambertz-Gruppe, Chris Plüss, Managing Director Aryzta Deutschland, Fabian Meiberg, Leiter Business Development und Marketing Kuchenmeister, Thomas Pusskeiler, Managing Director Germany Baker & Baker, Prof. Dr. Ulrike Detmers, Geschäftsführende Gesellschafterin Mestemacher Management

Bio-Handwerksbäcker: Discount-Biobrot erhöht den Wettbewerbsdruck 54

Interviews mit Volker Schmidt-Skörries, Geschäftsführer und Hauptinhaber Bäckerei Kaiser, Christine Kappenberger, Vertriebs- und Betriebsleiterin Herzberger Bäckerei, Peter Asche, Geschäftsführender Gesellschafter Bäckerei Bahde, Andreas Schomaker, Inhaber Biobäckerei Schomaker, Ralf Meder, Leiter Marketing und Vertrieb Beumer & Lutum, Michael Hiestand, Vorstand Meyermühle, Christian Sommer, Geschäftsführer Brotinsel

MÄRKTE

Außer-Haus: Wer Kunden zum Lachen bringt, verkauft mehr – trotz hoher Preise 36

Interview mit der Food-Expertin Karin Tischer, Inhaberin der Agentur food & more in Kaarst, über Trends und Strategien in preissensiblen Zeiten

KAFFEEBARS: Nachhaltigkeit & New Work stehen im Fokus der Cafés 42

Interviews mit Diane Klemm, Retail Brand Managerin Eurest Deutschland, Sonja Rosenheimer, Leiterin

Check Up Back.Business

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

Marketing und Kommunikation Chicco die Caffè, Juliane Wiedemann-Schmitt, Marketing Managerin Kanne Café, Alexander Weiß, Head of Communications Sodexo Germany

Die Top 15 Kaffeebars in Deutschland 43

Bio: Positiver Ausblick in die Zukunft trotz forderndem Marktumfeld 48

Top 10 Bio-Supermärkte 49

Top 25 Bio-Bäckereien (Frischbackware) 52

ZULIEFERER

Bäckereimaschinen: Mehr Umsätze im zweiten Pandemiejahr als erhofft 60

Kampf gegen Plagiate bleibt ein Dauerproblem 64

BÄKO: Umsatz fast wieder auf Vorpandemieniveau 68

BACKZUTATEN: Bäcker ersetzen vor allem Eier und Butter 70

Weniger Weizenmehl, mehr Teige und Körner – Absatzentwicklung von Malerzeugnissen und Backmitteln 72

RANKING TOP 1.000

Die größten Backwaren-Filialisten in Deutschland: Kleine Filialbetriebe sind am anfälligsten 74

Interviews mit Denise Weber, Operative Leiterin Haus der Bäcker, Jessica Jeworutzki, Co-Gründerin und CEO Brammibal's Donuts, Tim Lessau, Juniorchef Braaker Mühle

Impressum/Fotohinweis 119

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



**Integriertes
Pestizid
Monitoring**






**SPECIALTY
BROKERS**

Ihr Rohstoffmakler aus der Hansestadt Hamburg
Osterbrooksweg 69 | 22869 Schenefeld
Tel.: +49 40 84 00 46 57
www.specialtybrokers.de/ipm

Mittelbetriebe haben Marktanteile gewonnen

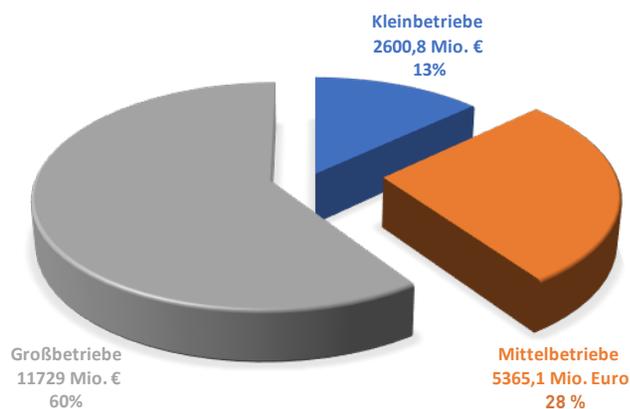
Wie sehr die Pandemie auch die Backwarenbranche bestimmt, zeigen die jüngst vom statistischen Bundesamt veröffentlichten Daten zur Umsatzsteuer 2020: Insgesamt mussten 606 Betriebe ihr Geschäft aufgeben – 55 Prozent mehr also zuvor. Und nur die Betriebe in der Umsatzgrößenklasse bis 25 Millionen erzielten ein kleines Umsatzplus. Was aber natürlich nichts über die tatsächlichen Gewinne aussagt. Nach dem Corona-Einbruch geht die Branche seit aber 2021 wieder auf Wachstumskurs. Text: Harald Henkel, Paola Rentsch, Isabell Köster

Das Jahr 2020 wird als das erste Corona-Jahr in die Geschichte eingehen. Die damit zusammenhängenden Einschränkungen des öffentlichen Lebens spiegeln sich auch in der jüngst vom Statistischen Bundesamt in Wiesbaden veröffentlichten Umsatzsteuerstatistik wider: Erstmals seit vielen Jahren musste die Backwarenbranche einen deutlichen Rückgang ihrer Umsätze hinnehmen. Das Sterben der Kleinbetriebe setzte sich in drastisch beschleunigtem Tempo fort. Doch mittlerweile hat sich der Negativtrend umgekehrt: Die Umsätze wachsen wieder und dem Schwinden alteingesessener Kleinbetriebe stehen mehr Neugründungen gegenüber. Sorgen bereitet jedoch nach wie vor die Ausbildungslage.

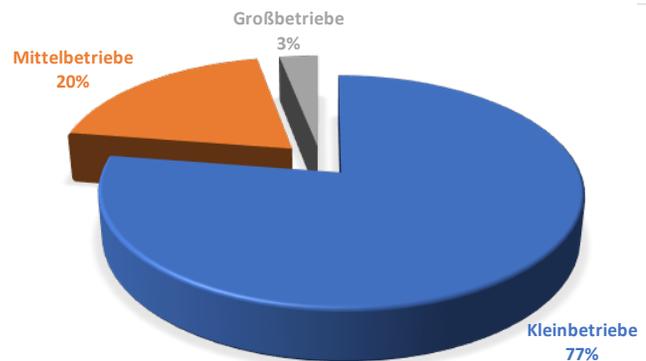
Das hatte es lange nicht gegeben: Während man sich mittlerweile an das Abschmelzen der Kleinst- und Kleinbetriebe im Bäckerhandwerk und die damit einhergehende Markt- und Umsatzkonzentration gewöhnt hatte, waren die Umsätze der Branche Jahr für Jahr stetig gewachsen. Doch mit dieser scheinbaren Gewissheit hat die Corona-Pandemie gründlich aufgeräumt: Im Jahr 2020 (die Zahlen der Umsatzsteuerstatistik veröffentlicht das Statistische Bundesamt jährlich mit circa 18 Monaten Zeitverzug) sanken die Branchenumsätze im Backwarenbereich erstmals seit vielen Jahren, und das massiv: Um fast fünf Prozent brachen die Erlöse im ersten Corona-Jahr ein und fielen damit wieder unter die Schwelle von 20 Milliarden Euro auf nun

MARKTANTEILE Umsatz & Betriebsanzahl 2020 in Prozent (%)*

Umsatz



Anzahl der Betriebe



*auf-/abgerundet. Im Großen und Ganzen ist die Verteilung der Marktanteile im ersten Pandemiejahr 2020 stabil geblieben. Die Mittelbetriebe konnten ihre Marktanteile etwas steigern: auf 28,3 Prozent beim Umsatz (2019: 26,6 Prozent, 2018: 27,1 Prozent, 2017: 27,6 Prozent) und auf 19,5 Prozent bei der Anzahl (2019: 19,1 Prozent, 2018: 18,7 Prozent, 2017: 18,4 Prozent).

UMSATZSTEUERSTATISTIK 2016 BIS 2020 Backwarenhersteller (ohne Dauerbackwaren)

Umsatzgrößenklassen in Euro	Anzahl der steuerpflichtigen Unternehmen						Umsatz der steuerpflichtigen Unternehmen in Millionen Euro						Marktanteile 2020 in Prozent	
	2016	2017	2018	2019	2020	VzJ 19/20 absolut	2016	2017	2018	2019	2020	VzJ 19/20 in %	Betriebe	Umsatzanteil
KLEINBETRIEBE														
bis 50.000	880	819	791	768	615	-153	27,7	25,7	25,2	24,5	21,4	-12,7	6,0	0,1
50.000 bis 100.000	1.030	1.024	961	906	856	-50	77,4	76,5	71,7	67,9	63,3	-6,8	8,4	0,3
100.000 bis 250.000	2.773	2.682	2.579	2.388	2.249	-139	475,0	459,5	442,1	410,4	383,0	-6,7	22,1	1,9
250.000 bis 500.000	2.748	2.629	2.567	2.427	2.341	-86	983,3	942,5	924,2	872,3	847,6	-2,8	23,0	4,3
500.000 bis 1 Million	1.956	1.908	1.883	1.923	1.836	-87	1.363,8	1.335,3	1.316,8	1.349,7	1.285,5	-4,8	18,0	6,5
Summe Kleinbetriebe	9.387	9.062	8.781	8.412	7.897	-515	2.927,2	2.839,5	2.779,9	2.724,8	2.600,8	-4,6	77,4	13,2
MITTELBETRIEBE														
1 Mio. bis 2 Mio.	1.170	1.154	1.126	1.095	1.073	-22	1.616,9	1.610,8	1.565,5	1.537,0	1.496,0	-2,7	10,5	7,6
2 Mio. bis 5 Mio.	678	687	693	691	655	-36	2.110,1	2.131,3	2.146,0	2.123,5	2.048,8	-3,5	6,4	10,8
5 Mio. bis 10 Mio.	277	278	270	274	257	-17	1.937,0	1.929,3	1.887,0	1.904,1	1.820,3	-4,4	2,5	9,7
Summe Mittelbetriebe	2.125	2.119	2.089	2.060	1.985	-75	5.664,0	5.671,4	5.598,5	5.564,6	5.365,1	-3,6	19,5	28,3
GROSSBETRIEBE														
10 Mio. bis 25 Mio.	191	203	208	205	202	-3	2.923,3	3.115,3	3.164,5	3.158,8	3.160,9	0,1	2,0	16,0
25 Mio. bis 50 Mio.	64	67	72	80	69	-11	2.177,6	2.248,9	2.467,0	2.721,7	2.303,2	-15,4	0,7	11,7
50 Mio. bis 100 Mio.	38*	40*	39*	40*	39*	-1	3.503,8*	3.714,5*	3.679,8*	3.505,2*	3.465,7*	-1,1	0,4	17,6
100 Mio. bis 250 Mio.														
> 250 Mio.	5	5	5	6	5	-1	2.934,1	2.971,7	2.985,8	3.266,1	2.799,2	-14,3	0,05	14,2
Summe Großbetriebe	298	315	324	331	315	-16	11.538,8	12.050,4	12.297,0	12.651,8	11.729,0	-3,84	3,1	59,5
Gesamt	11.810	11.496	11.194	10.803	10.197	-606	20.130,0	20.561,3	20.675,4	20.941,2	19.694,9	-4,74	100,0	100,0

Die Anzahl der Bäckereien hat sich im ersten Pandemiejahr 2020 um 5,6 Prozent auf 10.197 reduziert. Bisher betrug der Schwund jährlich rund drei Prozent. Im Gegensatz zu den Vorjahren hat sich die Anzahl der Betriebe in allen Umsatzgrößenklassen reduziert – erstmals sogar bei den Großbetrieben um minus 16 auf 315 Unternehmen. Diese bestimmen nach wie vor den Markt mit 59,5 Prozent Umsatzanteil (2019: 60,4 Prozent). Die beste Performance legten Betriebe mit bis zu 25 Millionen Umsatz hin: Sie erzielten als einzige ein Umsatzplus von 0,1 Prozent. Die Mittelbetriebe konnten insgesamt ihre Marktanteile erhöhen: die Umsatzanteile um 1,7 Prozentpunkte auf 28,3 Prozent (2019: 26,57 Prozent), und im Bereich Betriebsgröße um 0,4 Prozentpunkte auf 19,5 Prozent (2019: 19,0 Prozent). Auch wenn die Kleinbetriebe mit 7.897 Unternehmen die Mehrheit bilden (2020: 77,4 Prozent Marktanteil, 2019: 77,9 Prozent), erzielten sie nur 13,2 Prozent des gesamten Branchenumsatzes (2019: 13,0 Prozent). VÄ 19/20 = Veränderung im Jahr 2020 im Vergleich zu 2019; *Zur Wahrung des Steuergeheimnisses sind die Angaben für diese Betriebe (50 Millionen bis 100 Mio. und 100 Mio. bis 250 Mio.) gesperrt worden. Über die Berechnung der Differenzen lassen sich diese Werte jedoch ermitteln. Quelle: Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen. Für die leichtere Lesbarkeit wurden die Umsätze gerundet; die Prozentangaben wurden unter Berücksichtigung aller Kommastellen errechnet. Etwaige Abweichungen der Prozentzahlen in den Gesamtergebnissen können durch Ab- oder Aufrundungen entstehen. In der Statistik werden ausschließlich Unternehmen erfasst, die sich mit der Herstellung von Backwaren (ohne Dauerbackwaren) befassen und mehr als 17.500 Euro Umsatz (ohne Umsatzsteuer) erzielen. Dabei unerheblich ist, ob der Betrieb zum Handwerk oder der Industrie gehört. Nicht erfasst werden Unternehmen, die nahezu ausschließlich steuerfreie Umsätze tätigen. Abkürzung: VzJ = Veränderung zum Vorjahr.