

Check Up

N°8 11. AUGUST 2025 C12331D

Back.Business

DAS ENTSCHIEDER-MAGAZIN
FÜR DIE BACKBRANCHE

DIE BRANCHE 2025

EXKLUSIV

**Die 1.000 größten deutschen
Backwarenbetriebe**

Monatlich eine neue Folge unseres Podcasts

BACKGEFLÜSTER

1. Folge

PANEUM – Wunderkammer des Brotes

mit Peter Augendopler (Backaldrin)

Für Popularität des Backhandwerks sorgt auch das zweitälteste
Bäckerbuch der Welt

2. Folge

Forderungen des Brotbotschafters an die Politik

Der Fokus muss auf dem Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit liegen.

3. Folge

Zollshock aus den USA

Risiken und Chancen für die Branche

4 Folge

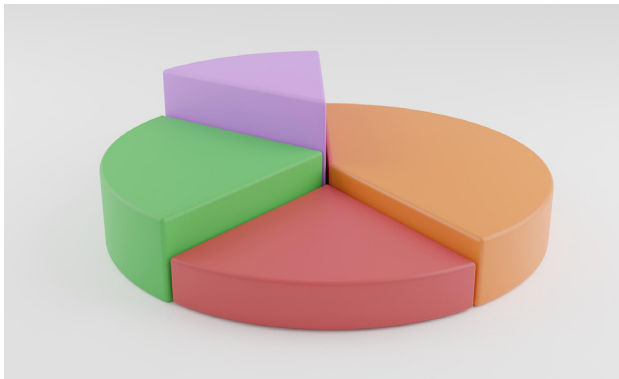
Kommt jetzt die Insolvenzswelle?

Unternehmer-Retter Ulrich Kammerer gibt Empfehlungen.



INHALT

BRANCHE



Umsatzsteuerstatistik:
Mittlere & große Betriebe bauen Marktanteile aus 4

Branchenreport:
Mut zum Wandel trotz multipler Widerstände 8

NACHGEFRAGT



Bäckereien nachgefragt
Bäckerei Schmidt: Expansion mit Köpfchen 24

Backwarenhersteller nachgefragt 26

MÄRKTE

Kaffeemarkt:
Zwischen Klimawandel & Kostendruck 30

Bio-Markt:
Biobackwaren 2025: Zwischen Tradition und Innovation 32

Bäckereimaschinen:
Positive Stimmung und Anzeichen für anziehendes Inlandsgeschäft 36

Backzutaten:
Rückläufige Absatzwerte 40

Bäko:
Umsatz bleibt auf hohem Niveau stabil 42

TOP 1.000 BACKWARENFILIALLISTEN



Filialverteilung:
Insgesamt weniger Filialen unter den Top-Betrieben 44

Ranking 2025:
Die 1.000 führenden deutschen Backwarenfilialisten 46

Impressum/Fotohinweis 83

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

Integriertes
Pestizid
Monitoring

FAIR TO FORK

zertifiziert nach
Sedex | SMETA

**SPECIALTY
BROKERS**

ÖZGÜR

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

Mittlere & große Betriebe bauen Marktanteile aus

Der Kostendruck auf die backenden Betriebe ist groß. Besonders die steigenden Lohnkosten belasten die Bäckereien zunehmend. Auch dadurch schreitet der Strukturwandel weiter fort und der Anteil der Kleinbetriebe geht weiter zurück, während die Mittel- und Großbetriebe immer mehr den Markt dominieren.

Text: Sarah Francke

Die strukturellen Veränderungen innerhalb der Backwarenbranche setzen sich weiter fort. Besonders tiefgreifend sind diese im Segment der Handwerksbetriebe, die im Jahr 2023 erneut einen starken Rückgang bei der Anzahl der Unternehmen verzeichneten. Laut aktueller Umsatzsteuerstatistik, die das Statistische Bundesamt in diesem Jahr veröffentlichte und aus der die Anzahl sowie die Umsätze der steuerpflichtigen Backwarenhersteller (ohne Dauerbackwaren) bis einschließlich 2023 hervorgehen, waren Ende 2023 nur noch 6.994 Kleinbetriebe auf dem Markt. Damit ist die Anzahl der Unternehmen mit Umsätzen bis maximal eine Million Euro erstmals unter 7.000 gesunken und ihr Marktanteil bei der Betriebsanzahl um 1,4 Prozent geschrumpft. Die mittleren Betriebe (Umsätze zwischen 1 Mio. und 10 Mio. Euro) als auch die Großunternehmen (Umsätze ab 10 Mio. Euro) konnten ihren Marktanteil in diesem Bereich hingegen weiter ausweiten. Zwar ist die

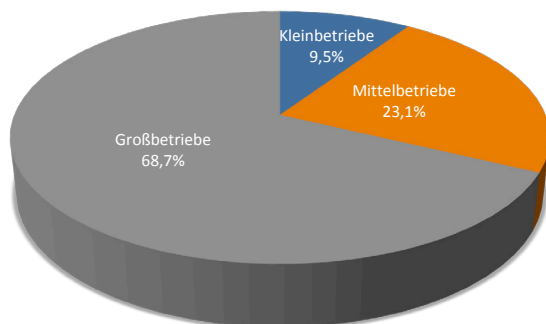
Gesamtzahl der Mittleren im Jahr 2023 nicht mehr so stark gestiegen wie noch im Jahr zuvor, ihren Marktanteil konnten diese jedoch um einen Prozentpunkt steigern. Bei den Großunternehmen betrug der Zuwachs lediglich 0,4 Prozent. Insgesamt 2.145 Mittelbetriebe und 390 Großbetriebe existierten laut Umsatzsteuerstatistik Ende 2023.

Steigende Lohn- und Materialkosten

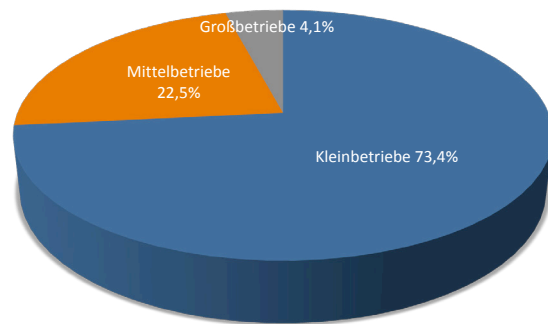
Ursächlich für das Verschwinden der Kleinbetriebe, insbesondere der Handwerksbetriebe, waren 2023 im Wesentlichen und wie bereits in den Vorjahren die hohen Kosten für Energie, Personal sowie Rohstoffe. Die Gaspreise sind in jenem Jahr zwar spürbar gesunken, nachdem sie 2022 durch den Ausbruch des Krieges in der Ukraine explosionsartig gestiegen waren, und das Inkrafttreten der Gaspreisbremse führte ebenfalls zu einer Entlastung der Verbrauchsstellen. Doch die Kosten

MARKTANTEILE Umsatz & Betriebsanzahl 2023 in Prozent (%)*

Umsatz



Anzahl der Betriebe



Während der Umsatz-Marktanteil der Großbetriebe im Jahr 2023 um 4,6 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr wuchs, ging der der kleinen (-1,5 Prozentpunkte) und mittleren (-1,8 Prozentpunkte) Unternehmen entsprechend zurück. Die Kleinbetriebe verloren in Bezug auf die Anzahl Filialen um 1,4 Prozentpunkten an Marktanteil. Die Mittleren sowie die Großen erhöhten hingegen ihren Anteil am Markt um ein Prozentpunkt beziehungsweise 0,4 Prozentpunkte.*auf-/abgerundet

UMSATZSTEUERSTATISTIK 2019 BIS 2023 Backwarenhersteller (ohne Dauerbackwaren)

Umsatz- größenklassen in Euro	Anzahl der steuerpflichtigen Unternehmen						Umsatz der steuerpflichtigen Unternehmen in Millionen Euro						Marktanteile 2023 in Prozent	
	2019	2020	2021	2022	2023	VÄ 22/23 absolut	2019	2020	2021	2022	2023	VÄ 22/23 in %	Betriebe	Umsatz- anteil
KLEINBETRIEBE														
bis 50.000	768	615	600	579	559	-20	24,5	21,4	20,9	20,6	19,7	-4,3	5,9	0,1
50.000 bis 100.000	906	856	830	795	759	-36	67,9	63,3	61,5	58,9	56,1	-4,7	8	0,2
100.000 bis 250.000	2.388	2.249	2.181	2.023	1.802	-221	459,5	383,0	372,6	347,8	310,9	-10,6	18,8	1,1
250.000 bis 500.000	2.427	2.341	2.241	2.144	2.064	-80	872,3	847,6	813,2	774,8	746,7	-3,6	21,7	3,0
500.000 bis 1 Million	1.923	1.836	1.801	1.834	1.810	-24	1.349,7	1.285,5	1.260,5	1.287,2	1.270,8	-1,2	19,0	5,1
Summe Kleinbetriebe	8.412	7.897	7.653	7.375	6.994	-381	2.724,8	2.600,8	2.528,7	2.489,3	2.404,2	-3,4	73,4	9,5
MITTELBETRIEBE														
1 Mio. bis 2 Mio.	1.095	1.073	1.075	1.141	1.134	-7	1.537,0	1.496,0	1.499,5	1.594,5	1.589,2	-0,3	11,9	6,3
2 Mio. bis 5 Mio.	691	655	659	701	725	24	2.123,5	2.048,8	2.046,4	2.167,4	2.237,4	3,2	7,6	8,9
5 Mio. bis 10 Mio.	274	257	264	273	286	13	1.904,1	1.820,3	1.827,3	1.911,4	1.973,6	3,2	3	7,9
Summe Mittelbetriebe	2.060	1.985	1.998	2.115	2.145	30	5.564,6	5.365,1	5.373,2	5.673,3	5.800,2	2,2	22,5	23,1
GROSSBETRIEBE														
10 Mio. bis 25 Mio.	205	202	209	214	226	12	3.158,8	3.160,9	3.280,5	3.300,2	3.448,3	4,4	2,4	16,3
25 Mio. bis 50 Mio.	80	69	75	93	100	7	2.721,7	2.303,2	2.491,5	3.081,0	3.388,7	9,9	1	12,4
50 Mio. bis 100 Mio.	40*	39*	41*	49**	64	9	3.505,2*	3.465,7*	3.723,5*	4.663,5**	10.048,6*	22,7	0,7	40,0
100 Mio. bis 250 Mio.														
> 250 Mio.	6	5	5	6			3.266,1	2.799,2	2.770,8	3.535,9				
Summe Großbetriebe	331	315	330	362	390	28	12.651,8	11.729,0	12.266,3	14.570,6	16.885,6	15,9	4,1	68,7
Gesamt	10.803	10.197	9.981	9.852	9.529	-323	20.941,2	19.694,9	20.168,2	22.733,2	25.090,0	10,6	100,0	100,0

Auch 2023 geht die Gesamtanzahl an Bäckereien zurück – diesmal um rund 3,3 Prozent. Wie bereits in den Jahren davor sind vorwiegend die kleinen Unternehmen betroffen. Ihr Marktanteil rutscht damit weiter auf 73,4 Prozent (2022: 74,8 Prozent). Dieser Rückgang ist allerdings vielmehr auf Fusionen und Firmenübernahmen als auf Insolvenzfälle zurückzuführen. Bei den Mittleren ist gemäß dem Trend der vergangenen Jahre ein Plus in der Betriebsanzahl (+1,42 Prozent) und in den Umsatzzahlen (+2,2 Prozent) zu verzeichnen. Ihr Marktanteil geht aber beim Umsatz um fast zwei Prozentpunkte zurück (2022: 24,9). Die Großbetriebe gewinnen weiterhin an Marktanteil: in Bezug auf Betriebe erhöhte sich dieser um 0,4 Prozent, beim Umsatz stieg er auf rund 70 Prozent (2022: 64,1 Prozent). *Zur Wahrung des Steuergeheimnisses sind die Angaben für diese Betriebe (50 Mio. bis 100 Mio., 100 Mio. bis 250 Mio. und über 250 Mio.) gesperrt worden. Über die Berechnung der Differenzen lassen sich die Werte jedoch ermitteln. **Der Vergleichswert bezieht sich auf die kumulierten Werte der Umsatzgrößenklassen 50 Mio. bis 100 Mio. und 100 Mio. bis 250 Mio. Quelle: Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen. Die Umsätze wurden 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 22.000 Euro Umsatz (ohne Umsatzsteuer) erzielen. Dabei unerheblich ist, ob der Betrieb zum Handwerk oder der Industrie gehört.

BÄCKERHANDWERK Strukturdaten von 2016 bis 2024

	Einheit	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Betriebe	Anzahl	11.737	11.347	10.925	10.491	10.181	9.965	9.607	9.242	8.912
Beschäftigte	Anzahl	273.400	273.700	270.400	266.000	255.300	240.800	238.200	235.200	235.000
davon Auszubildende	Anzahl	17.874	17.301	16.018	14.773	13.411	12.242	10.846	9.977	10.175
Gesamtumsatz	Mrd. €	14,29	14,48	14,67	15,22	14,45	14,89	16,27	17,55	17,92
Ø Mitarbeiterzahl je Betrieb	Anzahl	23,3	24,1	24,7	25,4	25,1	24,2	24,8	25,4	26,4
Ø Jahresumsatz	1.000 €	1.218	1.276	1.343	1.451	1.419	1.494	1.694	1.899	2.011

Die Backbranche konnte im Jahr 2024 den durchschnittlichen Jahresumsatz je Betrieb deutlich steigern und die Marke von zwei Millionen überschreiten. Auch der Gesamtumsatz gewann vergangenes Jahr trotz politischer und wirtschaftlicher Auswirkungen an Wert. Obwohl die Anzahl der Betriebe erneut abnahm und nun unter 9.000 liegt, blieb die Beschäftigtenzahl stabil. Positiv zu erwähnen ist der Anstieg an Auszubildenden gegenüber dem Vorjahr. Quelle: Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks, Gesamtumsatz ohne Mehrwertsteuer.

für den Energieträger bewegten sich weiterhin auf einem hohen Niveau und stellten die Betriebe vor finanzielle Herausforderungen. Im Personalbereich sind die Lohnkosten weiter gestiegen. Die Vergütungen für die Auszubildenden im Bäckerhandwerk wurden ab August 2023 deutlich erhöht: Von Plus 180 Euro bis 200 Euro monatlich reichen die Anpassungen, hinzu kommen eine monatliche Inflationsausgleichsprämie sowie ein ÖPNV-Ticket beziehungsweise Fahrkostenzuschuss für die Auszubildenden.

Weitere Faktoren für den Rückgang der Betriebe dürften unter anderem der anhaltende Fachkräftemangel, die deutsche Bürokratie, mangelnde Nachfolgeoptionen sowie ein sich änderndes Kaufverhalten der Verbraucher sein. Während der Brotkonsum der Deutschen laut einer aktuellen Yougov-Studie innerhalb der letzten fünf Jahre um zehn Prozent gesunken ist, haben sich auch die Gewohnheiten geändert, wo die Verbraucher ihre Backwaren einkaufen. Diese greifen immer mehr auf Backstationen im Supermarkt oder Discounter sowie auf verpackte Regalware zurück. Die Hauptfaktoren für den Rückgang des Brotkonsums sind laut Yougov-Studie die gestiegenen Verbraucherpreise, aber auch veränderte Essgewohnheiten. 2023 lag der Brotkonsum bei rund 1.616.000 Tonnen und ist im Vergleich zum Vorjahr um 1,9 Prozent gesunken.

Regelinsolvenzen nehmen drastisch zu

Die Gesamtzahl der Backwarenhersteller (ohne Dauerbackwaren) belief sich Ende 2023 auf 9.529 Betriebe, das sind 323 Unternehmen weniger als noch im Vorjahr. Dies entspricht einem Rückgang von rund 3,3 Prozent. Insolvenzfälle machen hierbei allerdings einen geringeren Anteil aus. Laut aktuellen Daten der Online-Plattform Statista wurden in 2023 im Bereich der Backwarenherstellung (ohne Dauerbackwaren) 86 Insolvenzverfahren in Deutschland eröffnet. Der Anteil abgelehnter Verfahren dürfte deutlich geringer ausgefallen sein. Daraus lässt sich schließen, dass der Rückgang vor allem auf Betriebsschließungen außerhalb der Insolvenz sowie auf Fusionen und Firmenübernahmen zurückzuführen ist. In Zukunft ist jedoch damit zu rechnen, dass die Zahl der Insolvenzfälle zunehmen wird. Diese Entwicklung zeichnet sich bereits seit dem vergangenen Jahr ab und hält auch in 2025 an. Bereits im ersten Quartal 2025 wurden 13,1 Prozent mehr Anträge auf Regelinsolvenz gestellt als noch im ersten Quartal des Vorjahres. Mit welchen Rekordwerten deutsche Ökonomen derzeit rechnen, erfahren Sie in der vierten Ausgabe unseres Podcasts „Backgeflüster“, in der es auch darum geht, wie sich Unternehmer schon in guten Zeiten für eine mögliche Krise wappnen können.

Umsatzplus trotz geringerem Brotkonsum

Während die Anzahl der Backwarenhersteller (ohne Dauerbackwaren) wie bereits in den vergangenen Jahren weiterhin rückläufig ist, ist der Umsatz in diesem Segment im Jahr 2023 insgesamt erneut gestiegen. Mit rund 25.090 Mio. Euro konnte die Branche ihren Umsatz um 10,6 Prozent steigern. Die Steigerung fällt jedoch geringer aus als noch im Vorjahr. 2022 realisierten die Betriebe insgesamt noch ein Plus von 12,7 Prozent. Den größten Anteil erwirtschafteten im Jahr 2023 erneut die Großbetriebe. Mit einem Umsatz in Höhe von rund 16.886 Mio. Euro trugen sie mit fast 70 Prozent zu den Gesamteinnahmen bei und konnten damit ihren Marktanteil in diesem Bereich deutlich ausbauen. Hingegen haben die kleinen als auch die mittleren Betriebe Marktanteile im Umsatzbereich verloren. Da der Brotkonsum in 2023 in Deutschland zurückgegangen ist und sich die Nahrungsmittel im Jahresdurchschnitt besonders stark verteuert haben, ist das Umsatzplus der Backwarenhersteller vor allem auf die Inflation zurückzuführen. Die Inflationsrate für 2023 fiel zwar geringer aus als noch im Vorjahr (2022: 6,9 Prozent), dennoch haben sich die Verbraucherpreise um 5,9 Prozent erhöht. Gestiegene Kosten für Personal, Energie und Rohstoffe dürften einen nicht unwesentlichen Teil der Einnahmen aufgezehrt haben, über den Gewinn der Betriebe lassen sich jedoch keine eindeutigen Aussagen treffen. Der aktuelle Ibisworld Branchenreport Backwaren geht von einer Gewinnmarge von 4,2 Prozent aus.

2024/25: zuverlässige Wirtschaftspolitik gefragt

Auch im Jahr 2024 fiel der Anstieg der Inflationsrate mit einem Plus von 2,2 Prozent geringer aus als im Vorjahr, die Preiserhöhungen bei den Nahrungsmitteln lagen bei 1,4 Prozent und waren damit deutlich moderater als in den Jahren zuvor (2022: +13,4 Prozent, 2023: +12,4 Prozent). Der Brotkonsum war dennoch weiter rückläufig. Er belief sich auf 1.548.000 Tonnen und ist damit im Vergleich zu 2023 um 4,3 Prozent gesunken. Da die gestiegenen Brotpreise die Verbraucher belasten und die Kosten für ein Brot in einer Bäckerei deutlich höher sind als für ein verpacktes Produkt im Supermarkt oder in einer Backstation, wirkt sich der Konsumrückgang vor allem bei den klassischen Bäckereien spürbar aus. Demgegenüber stehen

die weiterhin steigenden Lohnkosten, beim Mindestlohn gab es zum 1. Januar 2024 eine Erhöhung auf 12,41 Euro pro Stunde und im Juni 2025 hat die Mindestlohnkommission die größte sozialpartnerschaftlich beschlossene Lohnerhöhung seit Einführung des Mindestlohns verkündet. Diese erfolgt stufenweise: Zum 1. Januar 2026 auf 13,90 Euro (+8,42 Prozent) und zum 1. Januar 2027 auf 14,60 Euro (+5,04 Prozent). Insgesamt steigt der Mindestlohn damit um 13,88 Prozent. Die Ausbildungsvergütungen sind bereits in 2025 erneut erhöht worden und werden in 2026 nochmals angepasst. Als positiver Effekt könnte der Anstieg der Auszubildenden im Jahr 2024 von 9.977 auf 10.175 sein. Während in der Brotindustrie regelmäßig höhere Löhne gezahlt werden, wird die Anpassung des Mindestlohns zur Herausforderung für die Handwerksbetriebe. Im Mai 2025 erklärte der Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Bäckerhandwerks, Roland Ermer, im Podcast „Backgeflüster“, dass die Betriebe eine Erhöhung nicht stemmen könnten, ohne die Verbraucherpreise für ihre Produkte weiter anzuheben. Diese Aussage bezog sich insbesondere auf das im Koalitionsvertrag der CDU, CSU und SPD verankerte politische Ziel von 15 Euro pro Stunde im Jahr 2026. Zum nun von der zuständigen Kommission vereinbarten Mindestlohn äußerte sich Ermer in einer Pressemeldung vom 30. Juni 2025 wie folgt: „Wir begrüßen, dass Verantwortung und Augenmaß gezeigt wurden, das Problem ist jedoch nicht vom Tisch. Allein die jetzige Erhöhung ist für viele Betriebe nur schwer zu stemmen.“

Der Hauptgeschäftsführer des Zentralverbandes, Dr. Friedemann Berg, forderte in diesem Zusammenhang mehr Augenmaß von der Politik für die wirtschaftliche Realität der Handwerksbäckereien: „Wer weiter am Mindestlohn dreht, muss die Rahmenbedingungen für die Betriebe verbessern. Wir brauchen tragfähige wirtschaftspolitische Antworten und keine symbolischen Kompromisse.“ Inwieweit die neue Bundesregierung ihre im Koalitionsvertrag erklärten und für alle Backwarenhersteller wichtigen Ziele wie Bürokratieabbau, steuerliche Entlastungen, Förderprogramme für Investitionen und praxistaugliche Arbeitszeitregelungen umsetzen wird, bleibt abzuwarten. Unabhängig davon wird der Strukturwandel innerhalb der Branche weiter voranschreiten und zu einer weiteren Verdrängung der Kleinbetriebe führen. ■