

ZV: zur Entwicklung des deutschen Bäckerhandwerks

Berlin. (08.09. / zv) Trotz Tendenzen, die auf eine wirtschaftliche Erholung im Bäckerhandwerk hindeuten, bleibe andererseits eine Entwicklung mit Gewinnern und Verlierern zu verzeichnen -- heißt es im jüngst erschienenen Geschäftsbericht 2005/2006 des Zentralverbands des Deutschen Bäckerhandwerks in Berlin. Ein Element, das die backende mit vielen anderen Branchen verbindet -- kurzum: reichlich durchwachsen.

Doch war der Optimismus im vergangenen Jahr noch betont vorsichtig, sprechen ZV-Präsident Peter Becker und Hauptgeschäftsführer Dr. Eberhard Groebel heute von «leichten Zuwächsen bei Umsatz und Beschäftigung». So weise das Statistische Bundesamt in Wiesbaden für das Bäckerhandwerk in 2005 ein Umsatzplus von 1,1 Prozent aus. Der Umsatz im ersten Quartal 2006 sei gegenüber dem Vergleichszeitraum 2005 gar um 2,2 Prozent gestiegen. Auch die Zahl der Beschäftigten im Bäckerhandwerk habe sich, wenn auch leicht (leicht!) um 0,5 Prozent verbessert. Die Zahl der in den Handwerksrollen eingetragenen Betriebe hingegen sei um 2,5 Prozent von 17.178 auf 16.741 in 2005 gesunken. Der Strukturwandel des Bäckerhandwerks halte in diesem Bereich unvermindert an. Nach ZV-Schätzungen betreibt eine durchschnittliche Bäckerei heute knapp drei Verkaufsgeschäfte. Wobei die Entwicklung der Betriebe, gemessen an den Größenklassen, durchaus unterschiedlich verläuft.

Umsätze: Für das Deutsche Bäckerhandwerk war das Jahr 2005 durch leichte Zuwächse bei Umsatz und Beschäftigung geprägt. Der seit längerer Zeit anhaltende Negativtrend konnte somit erstmals gebrochen werden. Das Statistische Bundesamt weist für das Bäckerhandwerk ein Umsatzplus von 1,1 Prozent auf 11,89 Milliarden Euro aus. Auch im 1. Quartal 2006 setzte sich der positive Trend fort. Der Quartalsumsatz stieg im Vergleich zum Vorjahresquartal

um 2,2 Prozent. Die Gründe für diese Trendwende sind vielfältig. Nach einigen Jahren harten Wettbewerbsdrucks haben sich die verbleibenden Bäckereien den neuen Bedingungen besser angepasst. Im kaufmännischen Bereich wurde vieles verbessert: Marketing, Controlling und Organisation haben in den Bäckereien deutlich professionellere Züge angenommen. Auch bei angebotenen Backwaren setzt sich immer deutlicher eine Premium-Strategie durch. Viele Bäcker haben erkannt, dass sie einen Preiswettbewerb mit der Industrie nicht gewinnen können und auch nicht gewinnen wollen. Die Bäckereien setzen nun verstärkt auf Spitzenprodukte, die sie dann zu gehobenen Preisen verkaufen können. Die bewusste Abgrenzung von den Billiganbietern öffnete vielen Betrieben die Möglichkeit, angemessene Gewinnmargen zu realisieren.

Bäckerhandwerk in Deutschland: Strukturzahlen 1999 bis 2005

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Anzahl handwerkliche Betriebe (am 31.12.)	20.604	19.813	18.888	18.169	17.580	17.178	16.741
Anzahl Beschäftigte	320.800	318.200	309.500	300.200	283.100	272.300	274.00
davon Auszubildende	36.194	34.884	32.988	31.482	31.481	32.968	34.753
Gesamtumsatz (ohne MwSt.)							
in Mrd. €	13,55	13,50	13,45	13,01	11,85	11,76	11,89
Ø Mitarbeiterzahl je Betrieb	15,8	16,3	16,6	16,8	16,3	15,9	16,4
Ø Jahresumsatz je Betrieb							
in 1.000 €	668	692	723	727	684	695	710

Quelle: Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e.V., Berlin

Beschäftigung: Auch die Zahl der Beschäftigten im Bäckerhandwerk stieg im Jahr 2005 leicht an. Im Jahresdurchschnitt waren 274.000 Betriebsinhaber, Familienangehörige und Mitarbeiter in den Betrieben tätig. Im 1. Quartal 2006 stieg die Beschäftigtenzahl leicht an: Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erhöhte sich die Zahl um 200 Beschäftigte oder 0,5 Prozent auf 273.500. Zu beachten ist dabei, dass hier auch die Aushilfen in geringfügigen Arbeitsverhältnissen erfasst werden. Die Entwicklung der Vollzeitarbeitskräfte kann sich regional unterschiedlich entwickelt haben.

Betriebszahlen: Die Zahl der in den Handwerksrollen eingetragenen Betriebe ist trotz der Trendwende beim Umsatz und der Beschäftigung weiterhin rückläufig. Die Zahl der Betriebe sank um 2,5 Prozent von 17.178 auf 16.741 im Jahr 2005. Der Strukturwandel des Bäckerhandwerks hält in diesem Bereich unvermindert an. Immer häufiger kommt es zu Übernahmen von Betrieben durch örtliche Kollegen. Die übernommenen Fachgeschäfte verbleiben dadurch im Bäckerhandwerk, doch die Zahl der Filialen je Betrieb erhöht sich dadurch immer mehr. Nach Schätzungen des Zentralverbands betreibt eine durchschnittliche Bäckerei heutzutage knapp drei Verkaufsgeschäfte.

Der Trend der zunehmenden Filialisierung wird auch in den nächsten Jahren weiter fortschreiten. Die zunehmende Betriebsgröße erlaubt bei guter kaufmännischer Führung eine deutlich kosteneffizientere Betriebsführung und ermöglicht den Inhabern die Erzielung von Gewinnen trotz eines harten Wettbewerbs auf dem Backwarenmarkt.

Brotverbrauch: Der Zentralverband arbeitet seit mehreren Jahren mit der Gesellschaft für Konsumforschung AG zusammen. Diese ermittelte für das Jahr 2005 eine von den privaten Haushalten eingekaufte Brotmenge in Höhe von 1.675 tausend Tonnen Brot, was einem Mengenrückgang von 1,5 Prozent oder 26 tausend Tonnen Brot entspricht. Der Wert dieser Einkäufe ging ebenfalls zurück mit minus 1,6 Prozent oder rund 50 Millionen Euro auf 3,024 Milliarden Euro. Daraus folgt ein leicht gesunkener Durchschnittspreis, der im Jahr 2004 von 1,81 Euro je Kilogramm Brot auf aktuell 1,80 (2002: 1,83) je Kilo Brot abnahm. Die Käuferreichweite für 2005 wird mit 99,4 angegeben; das heißt, dass von 1.000 Haushalten in Deutschland 994 Haushalte im Jahr 2005 mindestens einmal Brot gekauft haben.

Die GfK geht in ihrer Hochrechnung von 36,5 Millionen Haushalten in Deutschland aus. Die durchschnittliche Einkaufsmenge von Brot je Käuferhaushalt im Jahr 2005 lag demnach bei 47,4 Kilo (2004: 48,2 Kilo). Bei durchschnittlich 42,6 Einkaufsaktiven im Jahr je Haushalt wurden je Einkauf 1,1 Kilo Brot gekauft.

Preisentwicklung: In den letzten Jahren wurde eine dritte Preiserhebung von der Zentralen Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP) im Auftrag des Zentralverbands durchgeführt. Quartalsweise wurden die Preise mehrerer Backwaren in bundesweit etwa 300 Bäckerfachgeschäften erhoben und ausgewertet. Die Co-Finanzierung durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz ist jedoch ausgelaufen. Die ZMP war daraufhin nicht mehr in der Lage, ihr eigenes Netz an Markbeobachtern aufrechtzuerhalten und stellte die Preisermittlung ein. Mittlerweile gibt die ZMP wieder einen Preisspiegel heraus, der auf Basis der GfK-Zahlen ermittelt wird.

Die schwache Binnenkonjunktur, welche sich bereits 2004 dämpfend auf die Preisentwicklung für Backwaren auswirkte, hat auch in 2005 einen großen Einfluss ausgeübt. Insgesamt sind die Brotpreise bei den traditionellen Bäckereien moderat um 1,05 Prozent gestiegen.

Damit liegt die Preissteigerung deutlich unter der Inflationsrate von rund 2,0 Prozent. Berücksichtigt man den nur geringen Einkommenszuwachs in Inland von 0,2 Prozent, so haben die Bäcker einen Mittelweg zwischen Inflation und stagnierenden Einkommen gewählt. Premium-Bäcker mit einer hohen Qualität

Traditionelle Bäckerei			
	GfK/ ZMP Q1/ 06	Preisindex Q1/ 05	Steigerung in %
Roggenbrot	2,30	2,28	0,88 %
Roggenmischbrot	2,19	2,18	0,46 %
Weizenmischbrot	2,21	2,20	0,45 %
Baguette	3,79	3,71	2,16 %
Mehrkornbrot	3,10	3,06	1,31 %
Quelle: ZMP/ GfK 2006			Gesamt: 1,05 %

Discounter			
	GfK/ ZMP Q1/ 06	Preisindex Q1/ 05	Steigerung in %
Roggenbrot	-	-	-
Roggenmischbrot	0,98	0,97	1,03 %
Weizenmischbrot	1,42	0,95	49,47 %
Baguette	1,97	2,11	-6,64 %
Mehrkornbrot	1,75	1,77	-1,13 %
Quelle: ZMP/ GfK 2006			Gesamt: 8,55 %

und gutem Marketing müssen sich jedoch bei der Preisgestaltung nicht unbedingt an der Einkommensentwicklung orientieren. Wenn sie es schaffen, Trends wie Wellness, Bio, Regio etc. zu nutzen, lassen sich durchaus erfolgreich hohe Preissteigerungen am Markt durchsetzen.

Verbrauchermarkt			
	GfK/ ZMP Q1/ 06	Preisindex Q1/ 05	Steigerung in %
Roggenbrot	-	-	-
Roggenmischbrot	1,59	1,55	2,58 %
Weizenmischbrot	1,05	1,04	0,96 %
Baguette	2,46	2,49	1,20 %
Mehrkornbrot	2,10	2,11	0,47 %
Quelle: ZMP/ GfK 2006		Gesamt:	0,37 %

Bei der Preisentwicklung der Discounter lassen sich interessante Entwicklungen beobachten.

Zunächst ist festzustellen, dass die Preise für Backwaren bei Harddiscountern nur bei rund 45 Prozent der Preise von traditionellen Bäckereien liegen. Erwartungsgemäß führen die Discounter ihren Wettbewerb ausschließlich über den Preis. Besonders interessant sind jedoch die Preisänderungsraten bei den Discountern. Binnen eines Jahres ist der Preis für ein Kilo Weizenmischbrot um 49,47 Prozent gestiegen, während sich die anderen Preisbewegungen im Rahmen hielten. Da im gleichen Zeitraum die Baguettepreise gesunken sind, ist keine Teuerung der Materialkosten als Ursache anzunehmen. Vielmehr nutzen die Discounter geschickt die Möglichkeit, durch einzelne Preisänderungen ihre Gewinne zu steigern, ohne dass dies dem Verbraucher bewusst wird. Im ungewichteten Schnitt stiegen dadurch die Preise um 8,55 Prozent an.

Bei den Verbrauchermärkten stagnierten die Preise fast auf Vorjahresniveau. Das Preisniveau liegt bei rund 53 Prozent der Preise von Bäckereien, aber dennoch höher als bei den Discountern. Die Verbrauchermärkte haben sowohl den Bäcker, aber noch viel stärker den Discounter als Wettbewerber zu fürchten und wagten es deshalb nicht, eine Preiserhöhungsstrategie zu fahren. Ohne Strategiewechsel drohen die Verbrauchermärkte zwischen Premium- und Billiganbietern weiter an Boden zu verlieren.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Wettbewerb in einem leicht rückläufigen Markt sehr stark ist und von einigen Marktteilnehmern über die Preise geführt wird. Demgegenüber steht das Bäckerhandwerk, welches sich

mit seinen qualitativ hochwertigen, individuellen Produkten von den Wettbewerbern abhebt. Angesichts einer ausgeprägten Konsumzurückhaltung müssen gerade die Handwerksbäcker, die sich bisher nicht in ausreichendem Maß auf Spitzenqualität, Kundenservice und Individualität eingestellt haben, mit Umsatzeinbußen rechnen. Bäckereien, die sich den neuen Gegebenheiten anpassen, können für ihre bessere Qualität auch höhere Preise am Markt erzielen.

Umsatzsteuerstatistik 2004: Unter der Meldenummer 15.81 (Herstellung von Backwaren -- ohne Dauerbackwaren) wurden 17.707 umsatzsteuerpflichtige Betriebe registriert. Gegenüber dem Vorjahr bedeutet dies einen Rückgang um 438 Betriebe oder 2,4 Prozent und liegt damit etwas besser als der damalige Rückgang der Betriebszahlen basierend auf der Eintragung in die Handwerksrolle (hier: minus 3,0 Prozent). Die erfassten Umsätze betrugen 15,199 Milliarden Euro ohne Mehrwertsteuer und lagen somit um 60,6 Millionen Euro oder 0,4 Prozent höher als 2003. Damit konnte der positive Trend der Umsatzsteigerung fortgesetzt werden.

Bei der Zahl der Betriebe zeigt sich 2004 immer deutlicher der Konzentrationsprozess. Während über mehrere Größenklassen hinweg (zwischen 100.000 und zehn Millionen Umsatz) die Anzahl der Betriebe zurückging, konnten die großen Betriebe ab zehn Millionen Umsatz aufwärts zahlenmäßig zulegen. Im Jahr 2004 stieg die Zahl der Betriebe in den beiden kleinsten Größenklassen (bis 100.000 Euro) um 41 beziehungsweise 22 an.

Betrachtet man die Umsätze nach Größenklassen, so verlieren die Klassen der mittelgroßen Betriebe absolut gesehen weiter an Umsatz, während die Klassen der kleinen Betriebe leicht und die der ganz großen Betriebe sehr deutlich zulegen konnten. Aus absoluten Umsatzbetrachtungen nach Größenklassen lassen sich jedoch nur geringe Rückschlüsse auf das Marktgeschehen ziehen. Betrachtet man hingegen den durchschnittlichen Umsatz pro Betrieb, ergibt sich ein anderes Bild. Es zeigt sich, dass der Umsatzrückgang in den mittleren Größenklassen fast ausschließlich durch den zahlenmäßigen Rückgang der Betriebe erklärt werden kann, da die Umsätze je Betrieb im Vergleich zum Vorjahr nahezu konstant blieben. Nur die 47 ganz großen Betriebe der Größenklasse über 25 Millionen Euro konnten ihren durchschnittlichen Umsatz (plus 3,4 Prozent) nennenswert steigern.

Insgesamt bestätigen die Umsatzzahlen für das Jahr 2004 den Markttrend. Deutlich wird dies bei den Großbetrieben. Dem absoluten Umsatzwachstum von 4,6 Prozent, bezogen auf die Größenklasse (ab zehn Millionen Euro), steht ein durchschnittliches Umsatzwachstum je Betrieb von nur 2,8 Prozent gegenüber, da sich die Zahl der Betriebe in der größten Größenklasse von 125 auf 144 erhöht hat. Insgesamt bilden diese Zahlen einen Anhaltspunkt (jedoch noch

keinen hinreichenden Beweis, denn eine genaue Übernahmestatistik existiert nicht), dass die größten Unternehmen ihr organisches Wachstum durch Übernahmen kleinerer Konkurrenten ergänzen.

Quelle: *Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks 2006; Geschäftsbericht 2005/2006; Kapitel 3*

Ende des Artikels