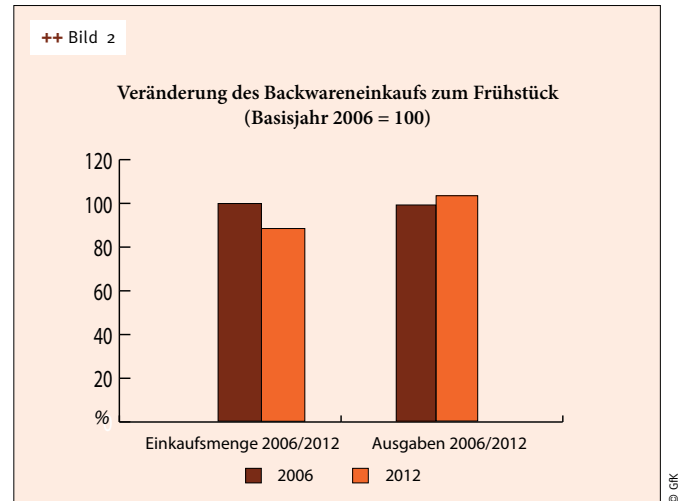
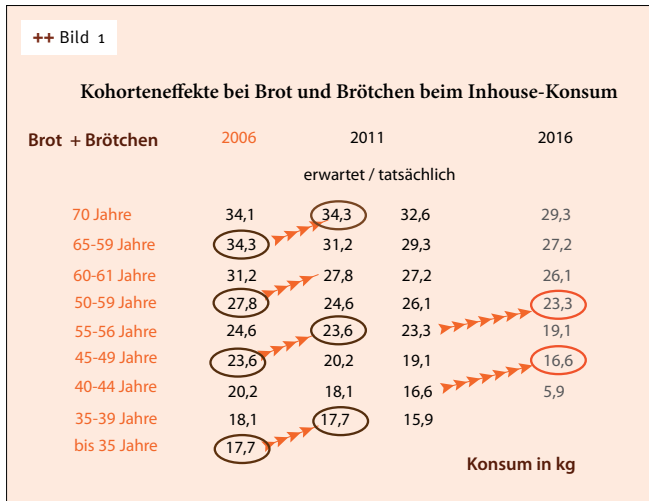


# Existenzprobleme oder Strukturwandel?

AUF DEM DEUTSCHEN BACKKONGRESS 2012 IN WIESBADEN REFERIERTE HELMUT HÜBSCH VON DER GFK SE, NÜRNBERG, ÜBER DIE ZAHLEN DER DEUTSCHEN BACKBRANCHE. BESONDERS DEUTLICH ZEIGT SICH DIE VERSCHIEBUNG HIN ZUM GASTRONOMISCHEN ANGEBOT UND DIE WACHSENDE BEDEUTUNG DES LEH ALS EINKAUFSTÄTTE.



**+** Die deutsche Gesellschaft altert, das ist bekannt. Aus Sicht der Konsumentenforscher der GfK bekommen wir es mit einer „Unterjüngung“ der Verbraucherschaft zu tun. Es wachsen weniger junge Verbraucher nach und wenn die älter werden, nehmen sie nicht die Verbrauchsgewohnheiten früherer Generationen an, sondern bleiben bei ihren Konsummustern. Für die Backbranche stellt das ein Problem dar. Denn seit vielen Jahren sinkt der in den eigenen vier Wänden praktizierte Konsum an Brot und Brötchen mit dem Lebensalter (siehe Bild 1). Ein 70-Jähriger aß 2011 32,6 kg daheim und ein damals 35—39 Lenze zählender Bundesbürger nur noch 15,9 kg, und das wird auch mit dem Älterwerden nicht mehr. Schon 2016 werden die über 70-Jährigen deshalb so viel essen wie 2011 die 65- bis 69-Jährigen, nämlich 29,3 kg, also gute 3 kg weniger. In einem Vierteljahrhundert dürfte sich auch dieser Wert halbiert haben. Verstärkt werden könnte dieser Effekt durch

die wachsende Mobilität und Flexibilität der Verbraucher. Beides hat die Zahl der Mahlzeiten, die zu Hause eingenommen werden, sinken lassen. Waren es 2005 insgesamt 77,1 % der vom GfK ConsumerScan befragten Personen, die wochentags zu Hause frühstückten, waren es 2011 nur noch 75,6 %. Das hinterlässt auch im Brotkorb Spuren. Die Einkaufsmenge für das Frühstück sank im Vergleich zu 2006 um 8,5 %. Allerdings gelang es den Backwarenanbietern, diesen Rückgang über Preiserhöhungen mehr als wettzumachen. Die Ausgaben für Frühstücksbackwaren stiegen von 2006 bis 2012 um 3,5 %. Nicht berücksichtigt dabei ist die Inflation in dieser Zeit, die die Mehrausgaben faktisch wieder aufgeessen hat (siehe Bild 2). Entsprechend steigt der Verzehr außer Haus. Vormittags finden 32 % aller Verzehrsakte außer Haus statt, mittags 40 %, nachmittags 35 % und erst abends wird wieder mehr zu Hause gegessen. Am höchsten ist die Quote der Heimverpflegung nachts, wenn

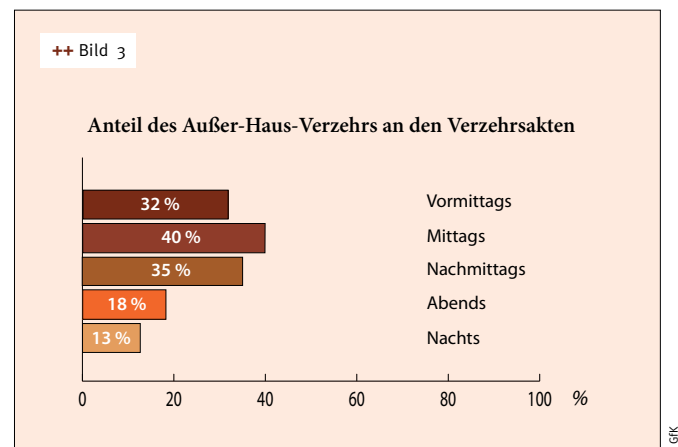
 Markenqualität und Frische aus Tradition.

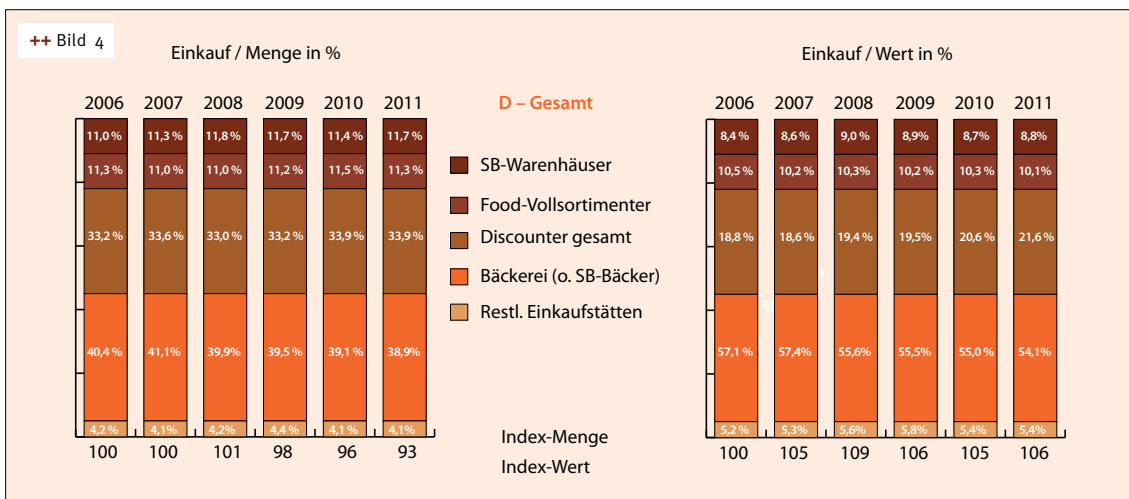
**KOENIG** The Nut specialists

*...einfach kernig!*

**Mandel-, Haselnuß- u. Erdnußkern-Präparate. Nußcken- und Bienenstich-Streusel, Haselnuß-Füllmassen und Multi-Crunch. Sonderanfertigungen nach Ihren individuellen Spezifikationen.**

KOENIG BACKMITTEL GMBH & CO. KG • Postfach 1453 • D-59444 Werl  
Tel. 02922/9753-0 • Fax 02922/9753-99  
E-Mail: info@koenig-backmittel.de • Internet: www.koenig-backmittel.de





außer dem heimischen Kühlschrank nur noch wenige Quellen an Tank- und Raststätten oder Bahnhöfen Nahrung bieten (siehe Bild 3).

Daran sind die Bäcker und ihre Filialen nicht ganz unschuldig. Mit immer ausgeklügelteren Gastronomiekonzepten mischen sie kräftig mit im Out-of-Home-Markt. Laut GfK stammen bereits 46,1 % ihres Umsatzes aus dieser Quelle, Tendenz steigend.

Quasi die Kehrseite der Medaille ist die Abwanderung der Einkäufe von Brot, Brötchen, Laugengebäck und Hörnchen in den Lebensmitteleinzelhandel. 2011 lag der Anteil des Bäckerhandwerks an der verkauften Warenmenge mit 38,9 % bereits unter der 40%-Marke, noch allerdings gepaart mit einem überdurchschnittlichen Anteil an den Verbraucherausgaben. Von den Euros für die Backwaren fließen immerhin noch mehr als die Hälfte in die Kassen der handwerklichen Bäckereien (siehe Bild 4).

Es sind vor allem die Backstationen im Lebensmittelhandel, die den Handwerksbetrieben die Kunden abspenstig machen. Vom gesamten Absatz im Lebensmittelhandel gingen im ersten Halbjahr 2011 bereits 10 % auf das Konto der Instore-Baking-Konzepte und es sind die Discounter, die von dieser Profilierung mit Frische profitieren. Kein Wunder, dass der Trend im LEH insgesamt und im Discount speziell ungebrochen ist. Mit Aldi Nord ist jetzt auch der letzte große Discounter auf den Zug aufgesprungen. Die Backstationen im Discounter haben 2011 bereits einen mengenmäßigen Marktanteil von 6,1 % bei Brot und Brötchen erreicht und das bei einer Käuferreichweite von inzwischen 42,8 %. (Die Käuferreichweite gibt an, wie viel Prozente aller potenziellen Käufer am Gesamtmarkt hier erreicht werden bzw. mindestens einmal im betrachteten Zeitraum (hier das Jahr 2011) eingekauft haben.) Auch hier gilt, dass die Veränderungen vor allem von den jungen Verbrauchern ausgehen. Während mehr als die Hälfte der älteren Verbraucher mehr als die Hälfte aller Brote und Kleingebäcke in der Bäckereifiliale einkaufen, spielt dieser Ort bei den Jüngeren mit 9,8 % aller gekauften Brote und Kleingebäcke nur eine untergeordnete Rolle. Das Mittelalter liegt mit 37,7 % aller Käufe, wie der Name nahelegt, im Mittelfeld. +++

ANZEIGE

**AktivePOS – das vielseitige Kassensystem!**

Vorteil: Direktanbindung an das Software-Programm.

FoxLogic – EDV für Backbetriebe · Tel. 0211/7103433 · Fax 0211/7182450  
Internet <http://www.FoxLogic.de> · E-mail: [FoxLogic@arcor.de](mailto:FoxLogic@arcor.de)



DIOSNA Bäckerei Technik

### Wir sorgen für viel Wirbel

Kneten, Mischen und Rühren.

Gute Teige sind mehr als die Summe aller Zutaten. Der DIOSNA Wendelknetter überzeugt bei der Bereitung von knettechnisch anspruchsvollsten Weizenteigen über Mischbrot- bis zu Vollkornteigen.

Umfassendes Know-how und ausgeprägtes Qualitätsbewusstsein sind die Basis für den weltweit erfolgreichen Einsatz unserer Anlagen.



**BOKU** Eine DIOSNA Marke für Bäckereimaschinen

[www.diosna.com](http://www.diosna.com)



## **Dies ist ein Artikel aus der Fachzeitschrift **brot+backwaren**, die 6-mal jährlich erscheint.**

Als Abonnent erhalten Sie die Fachzeitschrift mit Praxisreportagen, Berichten aus Forschung und Entwicklung, Marktanalysen und Firmenportraits sofort nach Erscheinen. Damit haben Sie einen fundierten und umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der Technik sowie der Backbranche.

**Interessierte können die Zeitschrift unter**  
**[www.brotundbackwaren.de](http://www.brotundbackwaren.de)**

**zum Kennenlernen kostenlos und unverbindlich**  
**zum Probelesen bestellen.**

In unserem Archiv auf dieser Homepage finden Sie sämtliche Berichte auch als PDF-Datei. Die Fachartikel finden Sie dort nach Jahrgängen sortiert; sie können per Volltextsuche durchsucht werden.

### **++ Copyrights, Texte zitieren und nutzen**

Bitte beachten Sie, dass das einfache Zitieren unserer Texte erlaubt ist, solange sich die Länge des Zitats im Rahmen hält. Dabei halten wir drei Sätze für eine gute Grenze. Verlinken Sie bitte auf unseren Text. Nur wenn Sie mit dem Zitat Werbung machen oder es gewerbsmäßig an Dritte weitergeben wollen, fragen Sie uns bitte erst unter [info@foodmultimedia.de](mailto:info@foodmultimedia.de).

Längeres Zitieren oder Übernehmen unserer Texte ist nur nach Übereinkunft mit f2m erlaubt. Bilder aus unseren Texten sowie Videos dürfen nur nach Lizenzierung mit den Rechteinhabern weiterverwendet werden.

Ansonsten gilt das übliche Copyright: Wir, die f2m food multimedia gmbh, behalten uns alle Rechte an den Beiträgen auf unserer Seite vor.

**++ Haben Sie noch Fragen? Dann wenden Sie sich bitte an uns.**