

# Das Tal der Tränen

Das Klima im deutschen Einzelhandel rutscht nach leichter Besserung zu Beginn des Jahres wieder deutlich in den Keller. Die Pessimisten behalten die Oberhand und wirkliche Besserung ist nicht in Sicht.

Die schlechte Nachricht zuerst: Bei einer von der BBE-Unternehmensberatungs-GmbH, Bad Homburg, durchgeführten Panelbefragung bewerten 63% aller Einzelhändler die konjunkturelle Entwicklung als schlecht bzw. sehr schlecht. Nur rund ein Drittel (36%) erwartet zumindest eine mittelmäßige Entwicklung der Konjunktur. Lediglich 1% der befragten Betriebe bewertet die konjunkturellen Rahmenbedingungen so, dass eine positive Entwicklung erwartet wird: Ein mehr als pessimistisches Bild für die mittelfristige Zukunft.

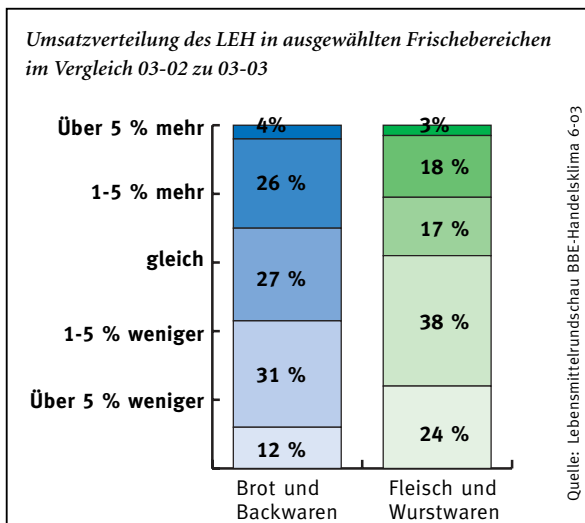
Zwar steigt seit Anfang dieses Jahres die Zahl der Optimisten auch im Lebensmittelhandel leicht an, von der Indexzahl 12 auf immerhin 25% im April, doch die Zahl der Pessimisten im Index wächst seit Jahresbeginn ebenfalls kontinuierlich.

Viele dachten sicherlich, dass die Euro-Teuro-Diskussion nun langsam zu Ende sein müsste, doch die Verbraucher sitzen immer noch auf ihrem Geld. Mit rund 11% des verfügbaren Einkommens weisen das Statistische Bundesamt und auch die Bundesbank eine nie dagewesene hohe Sparquote aus. Die Angst vor steigenden Abgaben und neuen Steuern zeigt Wirkung, der private Konsum stagniert und geht sogar zurück – überall im Handel außer im Discount. Nach Aussagen einer Studie der Unternehmensberatung Mercer Management ist der Anteil der Discounter am Handelsumsatz von 16% im Jahre 1985 auf 35% im vergangenen Jahr gestiegen.

Discounter haben nur wenige Markenartikel im Sortiment, doch je höher der Marktanteil der Discounter wird, desto heftiger wird der Preiskampf. Supermarktketten weichen deshalb verstärkt in Handelsmarken aus, um im Wettbewerb zu bestehen. 80% des Umsatzwachstums bei Privatlabels gehen nach Aussagen der Studie allein zu Lasten des Wettbewerbs mit dem Discount.

sich, dass immerhin 42% der von der BBE befragten Unternehmen im Bereich Backwaren weniger Umsätze erzielt haben. Beim Discount sieht das bekanntlich anders aus, hier gehören Backwaren zu den Produktgruppen mit zweistelligen Zuwachsraten. Allerdings konnten immerhin auch 30% der Lebensmitteleinzelhändler ihren Backwarenumsatz steigern.

Eine Erklärung dafür könnte die erfolgreicher Einführung von SB-Konzepten und die marktdurchdringung von sogenannten Bake-Off-Konzepten sein. Die klassische Regalware als Stand-alone-Lösung verliert anderen Studien zufolge fast überall. Frischekonzepte à la Metro (real und extra) scheinen sich zu profilieren und beim Kunden anzukommen. Noch einige Zahlen zur Ernüchterung: Der Gesamtumsatz des Einzelhandels ist bei 21% der befragten Betriebe um mehr als 5% rückläufig, bei 36% um bis zu 5%. Gehalten haben lediglich 19% der Unternehmen ihren Umsatz. Leichte Steigerungen mit bis zu 5% konnten gerade einmal 18% verbuchen. Nur schlappe 6% steigerten ihren Umsatz um mehr als 5%. Rechnet man die Inflation und die Kostensteigerung beim Handel hinzu, zeichnet sich ein mehr als düsteres Bild für die Zukunft. Bei Backwaren ist die Situation allerdings noch vergleichsweise gut, wie ein Vergleich mit den Zahlen aus dem Bereich Fleisch- und Wurstwaren zeigt. ■ KH



## Und die Frischeumsätze

Bei Brot und Backwaren ist der Handel offensichtlich im Frischebereich also sowohl bei Regalware und SB-Konzepten gespalten. Es gibt Gewinner und Verlierer. Gegenüber dem Vergleichsmonat des Vorjahrs zeigt

**brot + backwaren** erscheint 10 x im Jahr zum Einzelverkaufspreis von Euro 10,00. Jahresabonnementspreis Inland: Euro 70,00. Jahresabonnementspreis Ausland: Euro 80,00. Jahresabonnementspreis für Studenten (gegen Vorlage einer gültigen Bescheinigung) im Inland: Euro 45,00 und im Ausland: Euro 52,00. Alle Preise inklusive Versandkosten und gesetzlicher Mehrwertsteuer. Die Belieferung der Mitglieder der VDB und des IAB erfolgt im Rahmen der Mitgliedschaft. Abonnementkündigungen müssen drei Monate vor Ende des Bezugszeitraums dem Verlag schriftlich vorliegen.

Abonnementsbestellungen richten Sie bitte an die genannte Vertriebsadresse.

Bei Nichtlieferung ohne Verschulden des Verlages oder infolge von Störungen des Arbeitsfriedens bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlages strafbar. Zurzeit gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 43.

**brot + backwaren** ISSN 0172-8180  
**brot + backwaren** ist das offizielle Organ der Vereinigung Deutsche Backtechnik e.V.

**Redaktion:**  
 Behnstraße 61 · 22767 Hamburg  
 Tel. 040 | 39 90 12 27 · Fax 040 | 39 90 12 29  
 E-Mail info@foodmultimedia.de  
 ISDN 040 | 39 90 30 61

**Redaktionsmitglieder:**  
 Bastian Borchfeld, Telefon 040 | 39 90 12 28  
 E-Mail borchfeld@foodmultimedia.de  
 Hildegard M. Keil, Telefon 040 | 39 90 12 27  
 E-Mail keil@foodmultimedia.de  
 Stephan Musiol, Telefon 040 | 38 61 67 93  
 E-Mail musiol@foodmultimedia.de  
 Redaktion  
 E-Mail redaktion@foodmultimedia.de

**Schlussredaktion:**  
 Renate Höft, Telefon 04532 | 33 14

**Anzeigenabteilung:**  
 Behnstraße 61 · 22767 Hamburg  
 Telefax 040 | 39 90 12 29  
 E-Mail sales@foodmultimedia.de

**Anzeigenleitung:**  
 Klaus C. Sählhof, Telefon 040 | 38 61 67-92  
 E-Mail saehlhof@foodmultimedia.de

**Anzeigensachbearbeitung:**  
 Wilfried Krause, Telefon 040 | 38 61 67-94  
 E-Mail krause@foodmultimedia.de

**Vertriebsleitung:**  
 Willi Hesse · Führster Straße 8 · 31061 Alfeld  
 Telefon 051 81 | 80 04-60 · Telefax -90

**Gestaltung:**  
 Art Works! Werbeagentur GmbH, Hamburg

**Lithografie und Druck:**  
 Leinebergland  
 Druckerei und Verlagsges. mbH, Alfeld

**Verlag:**  
 f2m food multimedia gmbh  
 Behnstraße 61 · 22767 Hamburg

# Informationen ganz nach Ihrem Geschmack. Die neue backwelt.



[www.backwelt.de](http://www.backwelt.de)

Wir haben die **backwelt** gründlich überarbeitet. Jetzt finden Sie übersichtlich und aktuell alle Informationen aus und für Ihre Branche:

- Nachrichten über Rohstoffe, Technik, Verkauf, Marketing, BWL, Recht, Steuern
- neue Rezepte
- Termine von Messen, Seminaren, Workshops, Vorträgen, Weiterbildungen, Veranstaltungen
- eine gutsortierte Börse
- jeden Monat ein neues Themenpaket, z.B. Ladenbacken
- aktuelle Fotos und Informationen zum Downloaden. Sichern Sie sich den ultimativen Informationsvorsprung. Klicken Sie sich ein: [www.backwelt.de](http://www.backwelt.de)

 **backwelt**  
Informationen von Profis für Profis

Die neue Ofengeneration für Top-Produktion



# Professional-line

*Professional-line*



Schön, dass die neue Ofengeneration von WP-L  
einem die richtige Kaufentscheidung so leicht macht



**WP WERNER & PFLEIDERER**  
LEBENS MITTELTECHNIK

H T NNGROUP