

Check Up

Nº2 31. JANUAR 2022

Back. **Business**

DAS ENTSCHIEDER-MAGAZIN
FÜR DIE BACKBRANCHE

BRANCHEN- BAROMETER 2022



**Marktentwicklung • Rohstoffkosten •
Verkaufspreise • Investitionen •
Personalmanagement**



the lifestyle-bakery

WESTFÄLISCHER Pumpernickel



Rezeptideen:
www.mestemacher.de/rezepte





32

Automatisation statt Facharbeiter Daniel Diepenbrock, Bäckermeister und Geschäftsführer der gleichnamigen Handwerksbäckerei im Münsterland, spielte schon seit Jahren mit dem Gedanken, eine Teigbandanlage für Spezialbrötchen anzuschaffen. Die Entscheidung fiel mitten in der Pandemie, als die Personalsituation für sein Team nicht mehr tragbar war: Kollegen sind häufiger und länger krank, neue Fachkräfte zu finden gestaltet sich als schwierig und die Nachfrage nach Brötchen steigt ... Für Diepenbrock hat sich die Anschaffung schon ab Tag Eins amortisiert – zumindest vom Gefühl her.



12

Die Perspektive fehlt! Eigentlich können sich die Bäckerinnen und Bäcker nicht beklagen. Die Geschäfte laufen gut. Doch die Pandemie macht müde. Die andauernde Ungewissheit saugt Energie. Scheint ein Ende in Sicht, kommt eine neue Virusvariante daher ... Zwölf Interviews zeichnen ein zerrissenes Stimmungsbild zwischen Unmut und anpackendem Optimismus.

INHALT

UNTER DIE LUPE GENOMMEN

Branchenbarometer	8
Stimmungslage: Die Perspektive fehlt! Zwölf Interviews mit Vertretern von Bäckereien und Verbänden	12

PRODUKTIONSTECHNIK

Tradition trifft Innovation – Teigbandanlage für Spezialbrötchen	28
---	----

MARKT-ANALYSE

Zehn Bäckerei-Ketten im Test: Nur eine schneidet mit ‚sehr gut‘ ab	30
---	----

KONSUMENTEN-ANALYSE

Die 10 wichtigsten globalen Verbrauchtrends 2022	36
---	----

RUBRIKEN

News/Branchenmeldungen	4
Internationale Kurzmeldungen	42
Produktneuheiten	50
Personalien und Termine	52
Handelsregister	53
Impressum/Fotohinweis	54
Wie kriegen Sie's gebacken?	55
Diesmal: Dr. Bertram Böckel, Geschäfts- führer von Erlenbacher Backwaren	

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



Integriertes
Pestizid
Monitoring



ÖZGÜR



SPECIALTY
BROKERS

Ihr Rohstoffmakler aus der Hansestadt Hamburg

Osterbrooksweg 69 | 22869 Schenefeld

Tel.: +49 40 84 00 46 57

www.specialtybrokers.de/ipm

Titandioxid-Verbot: bis Ende Juni Rezepturen anpassen!



Der gesundheitsschädigende, weiße Farbstoff Titandioxid wird in Lebensmitteln, Glasuren, Kosmetika, Arzneimitteln und Lacken verwendet. Ab Juli 2022 ist er EU-weit verboten.

Das Verbot des weißen Farbstoffs Titandioxid (E171) als Lebensmittelzusatzstoff ist im Januar in der gesamten EU in Kraft getreten, nachdem es von der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) als „nicht sicher“ eingestuft wurde. Die Hersteller von weißen Glasuren, Zuckerperlen, Dekoren, Suppen, Saucen, Brotaufstrichen, Nussprodukten und anderen Süßigkeiten haben jetzt nur noch bis Ende Juni Zeit, ihre Produkte neu zu formulieren. Auch die Bäckereien müssen ihre Backzutaten überprüfen und gegebenenfalls austauschen. Denn ab Juli gilt in der gesamten EU ein vollständiges Vermarktungsverbot für Lebens-

mittel, die E171 als Zusatzstoff enthalten. Die Regelungen lassen den Mitgliedstaaten bei der Umsetzung von EU-Recht keinen Spielraum, da sie rechtsverbindlich sind. Das Verbot von E171 kam nicht überraschend und hat seit langem eine Nachfrage nach Alternativen entzündet, da Unternehmen auf Neuformulierungen hinarbeiten, sodass die Industrie immer mehr auf pflanzenorientierte Zutaten setzt. Die Hinwendung zu mehr natürlichen Produkten spiegelt den Top-Ten-Trend Nummer zwei ‚pflanzenbasierte Produkte‘ von Innova Market Insights wider, da Verbraucher:innen pflanzliche Alternativen als gesünder betrachten. ■

Ireks baut Sauerteig-Kompetenz weiter aus

Gemeinsam mit der Meraner Mühle gründete Ireks, der Kulmbacher Hersteller von Backzutaten und Braumalz, 2021 das Joint Venture Mondo Lievito Madre zur Entwicklung und Herstellung innovativer Sauerteige. Lievito Madre, wörtlich übersetzt „Mutterhefe“, steht für italienische Backkultur. Der mild-aromatische und besonders triebstarke Weizensauerteig wird zur Herstellung von Brot, Kleingebäck, Pizza und auch Hefefeinteiggebäck eingesetzt. Traditionell soll Lievito Madre kaum säuern, sondern lockert den Teig geschmackvoll ohne den Zusatz von Backhefe und sorgt für unnachahmliche Aroma- und Geschmackserlebnisse. Lievito Madre wird ausschließlich aus Weizenmehl und Wasser herangeführt. Durch eine besonders schonende Trocknung wird er in eine Art Winterschlaf versetzt, sodass er später den Backwaren einen unverwechselbaren Charakter verleiht: Geschmeidige Teige, die einen beeindruckenden Ofentrieb entwickeln. Eine offenporige Krumenstruktur, die zart, locker und schmelzend den Gaumen erfreut. Und eine unnachahmliche Palette aus

Aroma- und Geschmacksnuancen – geprägt durch den langsamen und besonderen Fermentationsprozess. Im Startsortiment gibt es den Lievito Madre pur und in Form zweier erlesener Cuvées aus Hartweizenmehl und weiteren aufeinander abgestimmten Zutaten. ■

Mit dem Sauerteig Lievito Madre lassen sich italienische Brote und Gebäcke herstellen.

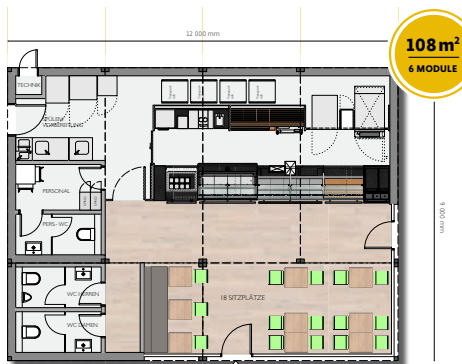


Malzers eröffnet auf Aldi-Parkplatz Bäckerei

Absolut nicht amüsiert ist Aldi-Süd über den Neubau auf dem angrenzenden Parkplatz des Discount-Standortes Trier-Heiligkreuz: Die Malzers

Backstube hat dort in nur vier Monaten ein neues Geschäft hochgezogen, bestehend aus sechs Containern mit Holzoptikverkleidung. Die neue Filiale ist 108 Quadratmeter groß und bietet genug Raum für Sitzplätze, WC, Personalraum, Backofen und Gärschrank. Im Februar soll Eröffnung sein. Das

passt Aldi gar nicht, arbeitet das Unternehmen doch an einer stetigen Verbesserung des eigenen Backwarensortiments. Der Parkplatz, auf dem Malzers Laden steht, soll einem luxemburgischen Investor gehören. Der Pachtvertrag läuft noch sieben Jahre. Danach kann die Container-Bäckerei auf Lkws verladen und binnen weniger Tage an einem anderen Standort wieder eröffnet werden. Das ist günstiger als bestehende Immobilien zu mieten und umzubauen. ■



Malzers Backstube hat auf einem Fachmarktgelände eine module Container-Bäckerei (links: Beispielfotos) aufgestellt. Kosten: ab 240.000 Euro.

Verdino startet mit veganen Pizzen im LEH

Das rumänische Unternehmen Verdino ist ein neuer Player auf dem deutschen Markt für vegane Produkte: Seit Januar sind fünf vegane Verdino-Pizzen bei Edeka gelistet. Die Tiefkühlpizzen sind mit Salami- und Bacon-Alternativen aus Erbsenprotein belegt. Folgen sollen diverse pflanzliche Aufschnitte und Grillprodukte. Verdino ist ein ehemaliger Wursthersteller und hat 2018 komplett auf pflanzenbasierte Produkte umgestellt. Ab Februar beginnt der Außendienst der deutschen Tochterfirma in mehreren Ballungsgebieten, unter anderem in Berlin, Stuttgart und Hamburg. Verdino Deutschland mit Sitz in Berlin vertreibt zudem die Fischalternativen der Marke Unfished, die bereits bundesweit im Handel ist. Verdino plant zudem den Bau eines Produktionswerks in Brandenburg und ist neben Rumänien auch in Serbien, Spanien, Großbritannien, in der Schweiz und in den Niederlanden vertreten. ■



Verdino, rumänischer Hersteller von veganen Pizzen und Fleischalternativen expandiert europaweit und will in zwei Jahren ein Produktionswerk in Brandenburg bauen.

Gesucht: Kreative Konzepte für Team-Arbeit

Aufruf zur Bewerbung für den Kreativpreis 2022



NEW (TEAM-)WORK

WIE BEGEGNEN SIE KREATIV DER VERÄNDERTEN ARBEITSREALITÄT?

Der Mittelstandsverbund würdigt dieses Jahr mit seinem ‚Kreativpreis 2022‘ Betriebe, die mit ihren Mitarbeitenden die veränderte Arbeitsrealität gemeinsam umgesetzt haben. Sieger wird das Unternehmen mit dem kreativsten Konzept für die Zusammenarbeit in zukunftsfähigen Teams. Gesucht werden die besten und vor allem kreativsten Ideen zum Leitthema „New (Team-)Work“. Prämiert werden Erfolgsgeschichten, die zeigen, wie die Bindung der Mitarbeitenden, ihre Motivation oder ihre Leistungsfähigkeit zum Nutzen der Verbundgruppe oder des Mitgliedsunternehmens deutlich verbessert werden konnten. Der Kreativpreis wird jeweils an eine Verbundgruppenzentrale und ein Anschlusshaus vergeben. Nominiert werden können Teams oder herausragende Persönlichkeiten aus dem Unternehmen, die sich engagieren, die Zusammenarbeit neu zu leben.

Die Entscheidungskriterien sind: Schaffen neuer Wege, um die Zusammenarbeit im Team, im Unternehmen oder im Unternehmensverbund zu verbessern. Sichern effizienter und reibungsloser Zusammenarbeit, gerade mit Blick auf die nun permanent veränderten Bedingungen. Dauerhafter Wirkungsgrad der Idee mit Multiplikations- oder Übertragbarkeitspotenzial. Wirtschaftlicher Beitrag, zum Beispiel durch finanzielle oder zeitliche Einsparungen, gesteigerte Mitarbeiterzufriedenheit oder Gesundheit, Freisetzen von Kapazitäten, etwa personell, räumlich oder ähnliches. Originalität der Idee sowie Qualität der Bewerbung insgesamt. Die Gewinnerinnen und Gewinner werden von einer unabhängigen Jury in Berlin am 05. Mai 2022 gekürt. Die Preisverleihung findet im neu gestalteten Wintergartenvariété statt. Bäcker und Konditoren können sich bis zum 7. März 2022 mit einer kurzen Konzeptvorstellung oder auch einem kurzen Videoclip bewerben: kreativpreis@mittelstandsverbund.de ■

Dr. Oetker Professional legt Fokus auf Backen

Weil sich die Nachfrage im Außer-Haus-Markt seit der Pandemie drastisch verändert hat, will Dr. Oetker Professional sich in Zukunft auf Pizza, Backen und Dessert fokussieren. In der Konsequenz soll das Werk in Ettlingen, in dem Soßen und Suppen für den HoReCa-Bereich produziert werden, schrittweise geschlossen werden. Ein gestrafftes Sortiment wird künftig an anderen Standorten hergestellt. Davon betroffen sind 190 Beschäftigte. Der Nahrungsmittelhersteller reagiert damit auf die sich abschwächende Nachfrage in Teilbereichen der würzigen Nahrungsmittelsortimente für Großverbraucher. Dieser Bereich musste angesichts geschlossener Kantinen und Restaurants einen erheblichen Umsatzrückgang hinnehmen. Starkes Wachstum verspricht sich das Unternehmen vor allem bei dem Thema Pizza mit den bereits exklusiv im Außer-Haus-Markt eingeführten Sortimenten Snacks, Blechpizza und runde Pizzen. Weitere Innovationen werden folgen. Bereits seit 2020 konnte mit der Einführung der Pizza Perfettissima, einer italienischen Steinofen-Pizza mit Hand-Made-Optik, ein beachtlicher Erfolg erzielt werden. ■

Brot des Jahres: Das Holzofenbrot

Laut der Jury, dem Wissenschaftlichen Beirat des Deutschen Brotinstituts, betont das originale Holzofenbrot mit seiner langen Vergangenheit die Wurzeln des Bäckerhandwerks. Auch die neuen Leitsätze für Brot und Kleingebäck waren ausschlaggebend: Denn das Holzofenbrot darf jetzt auch in Pellet-Holzofen gebacken werden – ein nachhaltiger Aspekt, da für dieses Verfahren kein Scheitholz, sondern gepresste Holzabfälle verwendet werden dürfen. ■



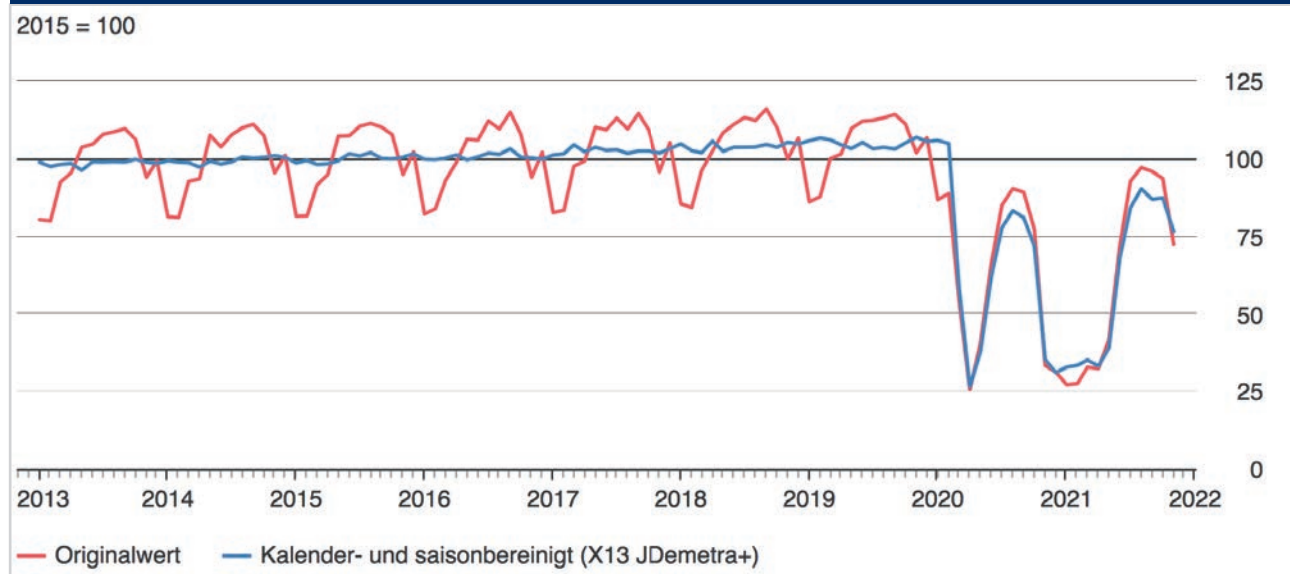
Erste digitale, ganzjährige Kaffeefachmesse

Unter www.coffee-business-platform.de hat der Deutsche Kaffeeverband eine digitale Kaffeefachmesse geschaffen, die 365 Tage im Jahr und rund um die Uhr geöffnet ist. Mit wenigen Klicks können Unternehmen sich hier schnell und unkompliziert über kaffeespezifische Produkte und Services informieren, neue Businesskontakte knüpfen und das eigene Geschäft effektiv vorantreiben. Der Zugang ist kostenfrei und ohne Anmeldung möglich. Rund 170 Mitgliedsunternehmen des Deutschen Kaffeeverbandes sind bereits mit einem virtuellen Messestand oder digitaler Visitenkarte auf der „Coffee Business Platform“ vertreten. Das Ausstellerangebot reicht von Kaffeeprodukten, wie Cold Brew, bis hin zu speziellen Kaffeedienstleistungen – darunter Rohkaffeehandel sowie die Zertifizierung, Lagerung oder Verpackung von Kaffee. ■

Getreidepreise: 44 Prozent über Vorjahresniveau

Laut Statistischem Bundesamt (Destatis) waren die Erzeugerpreise landwirtschaftlicher Produkte im November 2021 um 20,8 Prozent höher als im November 2020. Dies ist die höchste Preissteigerung gegenüber einem Vorjahresmonat seit Juli 2018. Gegenüber Oktober 2021 stiegen die Preise um 4,1 Prozent. Wie Destatis weiter mitteilt, erhöhten sich gegenüber dem Vorjahresmonat vor allem die Preise für pflanzliche Erzeugnisse. Sie lagen im November 2021 um 29,4 Prozent höher als im November 2020. Die Preise für tierische Produkte sind ebenfalls gestiegen und lagen um 14,9 Prozent höher als im Vorjahresmonat. ■

GASTGEWERBE: UMSATZ UM 40 PROZENT GESUNKEN in konstanten Preisen (real)



Laut Statistischem Bundesamt sind die Jahre 2020 und 2021 für das Gastgewerbe (Beherbergung und Gastronomie inklusive Catering) die umsatzschwächsten seit Beginn der Zeitreihe 1994. Im Vergleich mit dem Vor-Corona-Jahr 2019 ist der Gastgewerbeumsatz in beiden Jahren real (preisbereinigt) um rund 40 Prozent gesunken und nominal (nicht preisbereinigt) um nahezu 36 Prozent. Nach den enormen Um-

satzrückgängen im Frühjahr 2021 konnte das Gastgewerbe seit den Lockerungen der Pandemieschutzmaßnahmen im Mai 2021 seine Umsätze erheblich steigern. Die kumulierten Umsätze von Januar bis November 2021 lagen somit nur noch real 7,1 Prozent und nominal 4,8 Prozent unter dem Niveau des Vergleichszeitraums im Jahr 2020. Mit den Schätzungen für den Dezember dürften die Vorjahresver-

änderungsraten für 2021 real zwischen minus 1,5 Prozent und plus 1,5 Prozent sowie nominal zwischen plus 0,5 Prozent und plus 3,5 Prozent betragen. In der Gastronomie fiel der reale Umsatz im November 2021 im Vormonatsvergleich um 11,1 Prozent. Im Vergleich zum November 2020 stieg der Umsatz um 79,4 Prozent, lag allerdings noch immer 26,6 Prozent unter dem Niveau vom Februar 2020. ■

Modernisieren Expandieren Automatisieren

Die Mehrheit der Bäckereien erwartet eine stabile Marktentwicklung, so das Ergebnis des aktuellen Branchenbarometers. Jedes dritte Unternehmen will mehr investieren – in das eigene Filialnetz und in die Produktion.

Text: Paola Rentsch

Starke Preiserhöhungen auf den Rohstoff- und Energiemärkten, die damit verbundene höhere Inflationsrate und gestörte Lieferketten haben die Umsätze der Bäckereien im Jahr 2021 erheblich beeinträchtigt. Auch dieses Jahr werden diese Probleme nicht verschwinden, davon sind rund 97 Prozent der von uns befragten Unternehmen überzeugt. Sie lassen die Gewinne der Bäckereien schrumpfen. Die drastischen Energiepreiserhöhungen haben mehrere Gründe: Die gestiegene Nachfrage nach den harten Lockdowns und auch der kalte zurückliegende Winter 2020/21 haben die Lagerbestände geleert. Hinzu kommt der CO₂-Preis, der 2021 bei 25 Euro pro Tonne Kohlendioxid lag und nun 30 Euro beträgt. Das spiegelt sich in den Spritpreisen wieder: Diesel kostet derzeit im bundesweiten Schnitt 1,601 Euro je Liter – laut ADAC so viel wie nie – und ein Liter Super E10 kostet im Mittel 1,672 Euro. Vom Allzeithoch (1,709 Euro am 13. September 2012) ist das aber noch 3,7 Cent entfernt. Der Rohölpreis ist durch die Eskalation des Krieges im Jemen nach oben geschneit, der Preis je Barrel stieg von 84 auf 88 US-Dollar. Teurer war Rohöl zuletzt im Jahr 2014. Auch die Unruhen in Kasachstan, ein wichtiger Lieferant von Erdgas und Erdöl, treiben die Preise nach oben.

Eine Entspannung der Situation ist nicht in Sicht – auch nicht auf dem Rohwarenmarkt. Viele Bäckereien haben daher ihre Rezepturen angepasst (siehe Interviews, ab Seite 12). Das ist auch in den Regalen der Supermärkte und Discounter zu beob-

achten. Beispiel Aldi-Nord: Statt Rosinenstuten wird zum Teil nur noch Stuten angeboten. Den wahren Grund kann man nur vermuten: Die Sultaninen können nicht geliefert werden, deren Qualität stimmt nicht oder die Produktion ohne getrocknete Weinbeeren ist einfach günstiger. Durch die Pandemie haben sich die Verbraucher:innen bereits an eine Sortimentsverschiebung in den unterschiedlichsten Bereichen gewöhnt und passen ihre Konsumgewohnheiten an.

Insgesamt blicken die Bäckereien der Marktentwicklung positiv entgegen – zumindest was den eigenen Einzugsbereich angeht: 36 Prozent glauben an eine Verbesserung. Für die gesamte Branche rechnen jedoch nur 18 Prozent damit. Zumal die staatlichen Coronahilfen die Finanznot zahlreicher Unternehmen und deren Folgen auf einen späteren Zeitpunkt verschieben. Sie werden künstlich am Leben gehalten ■



PROGNOSEN & STRATEGIEN FÜR DAS JAHR 2022

	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
	bis 1 Mio. €		bis 5 Mio. €		bis 10 Mio. €		bis 25 Mio. €		bis 50 Mio. €		über 50 Mio. €	
Mein Unternehmen befindet sich in der Umsatzgrößenklasse ...	9,1	6,7	15,9	10,4	27,3	14,1	22,7	45,0	20,5	11,1	4,5	12,6
Die Marktentwicklung in der Backbranche wird 2021 ...	besser		gleich bleiben		schlechter							
Der Markt in unserem Einzugsgebiet entwickelt sich 2021 ...	2,0		32,7	36,4	49,0	40,0	14,3	24,2	2,0	0		
Ich investiere in die Produktion ...	sehr viel mehr		mehr		gleichbleibend		weniger		sehr viel weniger			
Ich investiere in das Filialnetz ...	0	0	20,4	33,3	40,8	42,4	32,7	21,2	6,1	4,0		
Der Gewinn meines Unternehmens wird sich ...	2,0	6,3	28,6	12,5	51,0	59,4	18,4	18,8	0	3,1		
Die Kosten für Rohstoffe und Energie werden ...	sinken		stabil bleiben		steigen		stark steigen					
Meine Verkaufspreise werden ...	4,1	0	36,7	3,0	53,1	21,2	6,1	75,8				
Die Mitarbeiterzahl wird 2021 ...	stabil bleiben		steigen		stark steigen							
Der Bereich Snack-Gastro-Kaffee ist für mein Unternehmen ...	2,0	0	14,3	15,2	53,1	48,5	24,5	30,3	6,1	7,0		
Die Verwendung von künstlichen Zusatzstoffen halte ich für ...	stark reduziert		reduziert		gleich bleiben		wachsen		stark wachsen			
	0	4,0	70,5	42,4	20,5	42,2	4,5	12,1	4,5	0		
	entscheidend		sehr wichtig		wichtig		nicht sehr wichtig		unwichtig			
	75,5	57,6	24,5	42,4								
	problematisch		unproblematisch									

Seit 2015 befragen wir jedes Jahr mehr als 2.500 Groß- und Filialbäckereien zur ihrer Einschätzung, wie sich der Markt und die Umsätze entwickeln werden. Ferner möchten wir von ihnen wissen, wie sich die Bereiche Investitionen, Personalplanung, Rohstoff- und Energiekosten sowie Verkaufspreise verändern. Auch fragen wir regelmäßig ab, wie die Unternehmen zu künstlichen Zusatzstoffen stehen. Die Fragen verschicken wir standardisiert per E-Mail und als Fax, die Antworten werden ausgezählt. Aus rechnerischen Gründen können in den Tabellen und Texten Rundungsdifferenzen auftreten. Alle Angaben in Prozent.