

BRANCHENFOKUS BROT- UND BACKWAREN

JAHRGANG 2016



DR. SUSANNE EICHHOLZ-KLEIN
NICOLE RÖBEN

EINE GEMEINSCHAFTSSTUDIE VON
IFH KÖLN UND BBE HANDELSBERATUNG GMBH



IMPRESSUM

HERAUSGEBER

IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH
Dürener Str. 401b / D-50858 Köln
Telefon +49(0)221 943607-68
Telefax +49(0)221 943607-64
info@ifhkoeln.de
www.ifhkoeln.de

BBE Handelsberatung GmbH
Brienner Str. 45 / D-80333 München
Telefon +49(0)89 55118-145
Telefax +49(0)89 55118-153
info@bbe.de
www.bbe.de

KONTAKT

Dr. Susanne Eichholz-Klein
Telefon +49(0)221 943607-46
s.eichholz@ifhkoeln.de

Nicole Röben
Telefon +49(0)221 943607-815
n.roeben@ifhkoeln.de

COPYRIGHT

Die Vervielfältigung, der Verleih, die Vermietung sowie jede sonstige Form der Verbreitung oder Veröffentlichung auch auszugsweise bedarf der ausdrücklichen Zustimmung der **IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln**.
Dieses Projekt wurde nach bestem Wissen und Gewissen, mit aller gebotenen Sorgfalt, jedoch ohne Gewähr erstellt.

Titelfoto: Fotolia.com

Eine Gemeinschaftsstudie von IFH Köln und BBE Handelsberatung GmbH

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Inhaltsverzeichnis	I
Übersichtsverzeichnis	V
Editorial	1
Kapitel I	5
Der deutsche Brot- und Backwarenmarkt	5
A Brot und Backwaren als Teil des Lebensmittelmarktes	6
B Produktion, Import, Export, Inlandsmarktversorgung	11
C Die Hersteller: Der Brot- und Backwarenmarkt zwischen Industrie und Kleinbetrieben	14
D Marktentwicklung Brot und Backwaren	18
1 Das Marktvolumen von Brot und Backwaren im Inner- Haus-Verzehr (auf Endverbraucherebene)	18
2 Mengen-, Preis- und Verbrauchsentwicklung	21
3 Warengruppen im Inner-Haus-Verzehr	24
4 Das Marktvolumen von Brot und Backwaren im Außer- Haus-Verzehr	29
5 Brot und Backwaren aus Sicht der Verbraucher	32
E Die Vertriebssebene	39
1 Vertriebswegeprofile	39
2 Vertriebsstrukturen von 2008 bis 2015	44
3 Das Bäcker- und Konditorhandwerk: Größenstrukturen und Formate im Profilierungswettkampf	50
4 Hauptakteure auf dem deutschen Brot- und Backwarenmarkt auf Vertriebssebene	54
5 Das Bäckereihandwerk im Umfeld des Außer-Haus-Verzehrs	57

Kapitel II	Prognose für den deutschen Brot- und Backwarenmarkt	64
A	Die wichtigsten Einflussfaktoren	64
B	Das Marktvolumen auf Endverbraucherebene	71
C	Die Entwicklung der Warengruppen	72
D	Die Entwicklung der Vertriebssebene	73
E	Die Entwicklung der Vertriebswege im Detail	76
F	Erfolgsfaktoren im Backgewerbe	79

Übersichtenverzeichnis

Übersicht 1:	Strukturwandel des Brot- und Backwarenmarktes	5
Übersicht 2:	Umsatz Lebensmittelmarkt 2008-2015, Angaben in Mio. EUR	6
Übersicht 3:	Umsatz Sortimentsbereiche Lebensmittelmarkt 2008-2015, Angaben in Mio. EUR	7
Übersicht 4:	Umsatz Sortimentsbereiche Lebensmittelmarkt 2008-2015, Angaben in %	7
Übersicht 5:	Umsatzentwicklung Brot und Backwaren, Lebensmittelmarkt und Frischwarengruppen 2008-2015, Index 2008=100, Angaben in %	8
Übersicht 6:	Pro-Kopf-Ausgaben Frischwarengruppen 2015, Angaben in EUR	9
Übersicht 7:	Anteil Konsumenten in Deutschland, die mind. 3- bis 5- Mal die Woche folgende Lebensmittel konsumieren, Angaben in %	10
Übersicht 8:	Produktion, Import und Export Brot und Backwaren 2008-2015, Angaben in Mio. EUR, Index 2008=100, Angaben in %	12
Übersicht 9:	Top 10 Hersteller Brot und Backwaren	15
Übersicht 10:	Umsatz (industrielle) Betriebe 2008-2015, Angaben in Mio. EUR	16
Übersicht 11:	Anzahl der (industriellen) Betriebe 2008-2015	16
Übersicht 12:	Umsatz pro (industriellen) Betrieb 2008-2015, Angaben in TEUR	17
Übersicht 13:	Umsatz Inner-Haus-Verzehr Brot und Backwaren 2008-2015, Angaben in Mio. EUR, Veränderung zum Vorjahr, Angaben in %	19
Übersicht 14:	Strategischer Branchenüberblick Brot und Backwaren	20
Übersicht 15:	Pro-Kopf-Verbrauch in kg 2008-2015	21
Übersicht 16:	Mengennachfrage und Umsatzentwicklung Brot und Backwaren 2008-2015, Index 2008=100, Angaben in %	22
Übersicht 17:	Verbraucher- und Erzeugerpreise Brot und Backwaren 2008-2015, Index 2008=100, Angaben in %	23
Übersicht 18:	Erzeugerpreisentwicklung landwirtschaftlicher Produkte, Brotweizen und Brotroggen 2008-2015, Index=2008	23
Übersicht 19:	Brotsorten nach Weizen- bzw. Roggenanteil	24

Übersicht 20: Das Marktvolumen von Brot und Backwaren im Inner-Haus-Verzehr insgesamt und differenziert nach Warengruppen, 2008 bis 2015 (in Mio. EUR zu Endverbraucherpreisen)	25
Übersicht 21: Das Marktvolumen für Brot und Backwaren insgesamt und differenziert nach Warengruppen und Segmenten, 2008 bis 2015 (Index 2008=100)	25
Übersicht 22: Umsatz Sortimente Brot und Backwaren Inner-Haus-Verzehr	28
Übersicht 23: Anteile Sortimente Brot und Backwaren 2008-2015, Angaben in %	28
Übersicht 24: Umsatz Außer-Haus-Verzehr mit Brot und Backwaren 2008-2015, Angaben in Mio. EUR	30
Übersicht 25: Umsatzentwicklung Außer-Haus-Verzehr alle Lebensmittelwarengruppen und Backwaren zu Herstellerabgabepreisen, Index 2008=100	30
Übersicht 26: Umsatzentwicklung Backwaren IHV und AHV sowie Snackumsatz Bäckereien, Index 2008=100	31
Übersicht 27: Umsatzentwicklung Tiefkühlbackwaren, Aufbackware/Backmischungen/Sonstiges, Backwaren IHV und AHV, Index 2008=100	31
Übersicht 28: Gastronomische Angebote im Lebensmittelhandel	32
Übersicht 29: Zustimmung zu der Aussage, dass beim Einkauf von Lebensmitteln eher auf Marke als auf Preis geachtet wird.	33
Übersicht 30: Leistungen des LEH aus Sicht der Verbraucher 2011/2015,	33
Übersicht 31: Sortimentsbreite und –tiefe aus Sicht der Verbraucher 2015, Angaben in %	34
Übersicht 32: Regionalität aus Sicht der Verbraucher, Angaben in %	34
Übersicht 33: Einschätzung der Bedeutung von Regionalität für einzelne Lebensmittelwarengruppen	35
Übersicht 34: Brotkorb der Deutschen 2009/2014, Angaben in %	36
Übersicht 35: Affinität für vegane/vegetarische Warengruppen, die regelmäßig gekauft werden, Angaben in %	37
Übersicht 36: Einkaufsstätten Brot, Angaben in %	38
Übersicht 37: Umsatz nach Formaten 2008-2015, Angaben in Mio. EUR	44
Übersicht 38: Anteile nach Formaten 2008-2015, Angaben in %	45

Übersicht 39: Umsatz Bäckerhandwerk nach Formaten 2008-2015, Angaben in Mio. EUR	45
Übersicht 40: Anteile Bäckerhandwerk 2008-2015, Angaben in %	46
Übersicht 41: Umsatz LEH mit Backwaren, Angaben in Mio. EUR	47
Übersicht 42: Umsatzanteil LEH Vertriebsformen mit Backwaren, Angaben in %	47
Übersicht 43: Umsatz Sonstige Anbieter 2008-2015, Angaben in Mio. EUR	48
Übersicht 44: Anteile Vertriebswege 2015, Angaben in %	48
Übersicht 45: Umsatzveränderung von 2014 auf 2015, Angaben in %	49
Übersicht 46: Anzahl und Umsatz Betriebe im Bäckerhandwerk in Deutschland 2008-2015	50
Übersicht 47: Anteile der Gesamtzahl der (industriellen) Betriebe zur Herstellung von Backwaren nach Umsatzgrößen, Angaben in %	51
Übersicht 48: Anteil am Gesamtumsatz der Betriebe zur Herstellung von Backwaren nach Umsatzgrößen, Angaben in %	52
Übersicht 49: Umsatzsteigerung der verbliebenden Unternehmen und Umsatzwegfall der wegfallenden Unternehmen im Handwerk 2009-2015, Angaben in Mio. EUR	52
Übersicht 50: Umsatzsteigerung der Verdränger 2009-2015, Angaben in Mio. EUR	53
Übersicht 51: Anzahl und Umsatz Konditorenhandwerk in Deutschland	54
Übersicht 52: Anzahl Filialen der Top 20 Filialisten in Deutschland 2014/2015	55
Übersicht 53: Umsatz Außer-Haus-Verzehr insgesamt und nach Segmenten, 2008-2015, Angaben in Mio. EUR, Veränderung zum Vorjahr, Angaben in %	58
Übersicht 54: Umsatzentwicklung Lebensmittelmarkt Inner-Haus-Verzehr und Außer-Haus-Verzehr 2008-2015, Index 2008=100, Angaben in %	59
Übersicht 55: Umsatzentwicklung 2008/ 2015, Angaben in %	60
Übersicht 56: Umsatz Außer-Haus-Verzehr Bäckerhandwerk 2008-2015, Angaben in Mio. EUR	61
Übersicht 57: Besuchshäufigkeit von Coffeeshops, Backshops, Cafés und Stehcafés, Angaben in %	62

Übersicht 58: Affinität zum Außer-Haus-Verzehr nach Alter, Angaben in %	63
Übersicht 59: Private Konsumausgaben, Ver- und Gebrauchsgüter, 2011 - 2020	67
Übersicht 60: Private Konsumausgaben und ihre Verwendung, 2011-2020	68
Übersicht 61: Einzelhandelsanteil an Konsumausgaben, 2011-2020	69
Übersicht 62: Umsatz Brot und Backwaren Inner-Haus-Verzehr 2010/2015- 2020, Angaben in Mio. EUR	71
Übersicht 63: Umsatz Warengruppen 2010/2015-2020, Angaben in Mio. EUR	72
Übersicht 64: Anteile Warengruppen 2010/2015-2020, Angaben in %	72
Übersicht 65: Umsatz Formate 2010/2015-2020, Angaben in Mio. EUR	74
Übersicht 66: Umsatz Formate 2010/2015-2020, Angaben in %	74
Übersicht 67: Anteile Vertriebswege 2020, Angaben in %	75
Übersicht 68: Umsatzveränderung von 2019 auf 2020, Angaben in %	75
Übersicht 69: Umsatz Bäckerhandwerk 2010/2015-2020, Angaben in Mio. EUR	76
Übersicht 70: Umsatz LEH 2010/2015-2020, Angaben in Mio. EUR	77
Übersicht 71: Umsatz andere Anbieter 2010/2015-2020, Angaben in Mio. EUR	78
Übersicht 72: Standorttypen mit Erfolgspotenzial: Der Back Spezialist	85
Übersicht 73: Standorttypen mit Erfolgspotenzial: Der Spezialisten Bäcker	85
Übersicht 74: Standorttypen mit Erfolgspotenzial: Der Snack Bäcker	86
Übersicht 75: Standorttypen mit Erfolgspotenzial: Der Convenience Bäcker	86
Übersicht 76: Standorttypen mit Erfolgspotenzial: Zusammenschluss mit anderen Lebensmittelhandwerkern	87
Übersicht 77: Standorttypen mit Erfolgspotenzial: Der 24 Stunden Bäcker	87
Übersicht 78: Standorttypen mit Erfolgspotenzial: Der flexible Bäcker	88