



Die Großbäcker konnten mit dem Jahr 2018 zufrieden sein. Die Vielfalt der Branche wird von den Konsumenten geschätzt. Nicht nur in Deutschland, auch der Export lief - wieder einmal - besonders gut.

Interview

Prof. Dr. Ulrike Detmers

„Steigende Preise sind unabdingbar“

Brot und Backwaren waren in den vergangenen Jahr stets ein Umsatzgarant. Sie sind inzwischen zu jeder Zeit und an jedem Ort für die Kunden verfügbar. Auch, weil die Konsumenten unabhängig von der Tageszeit gerne zu Snacks oder süßen Naschereien greifen. Das Angebot ist breit - und es wird immer internationaler, wie Prof. Dr. Ulrike Detmers, Präsidentin des Verbandes Deutscher Großbäckereien und gleichzeitig Mitglied der Geschäftsführung und Gesellschafterin der Mestemacher-Gruppe, im Interview mit dem TK-Report erklärt. Außerdem erläutert sie Absatzzahlen zu veganen und Bio-Produkten, äußert sich zur Reduktionsstrategie der Bundesregierung und urteilt, dass zuckerreduziert sich zwar gut anhört, aber nicht gut schmeckt.

Frau Prof. Dr. Detmers, die Backwarenproduzenten erfreuten sich in den vergangenen Jahren stets an steigenden Absatzzahlen. Hielt dieser Trend auch 2018 an?

Das Multi-Channel-Absatzsystem bzw. der Multi-Channel-Vertrieb macht Brote und Backwaren zum quasi ubiquitären Gut, das überall verfügbar ist. Damit erreicht die →



Dr. Ulrike Detmers, Präsidentin des Verbandes Deutscher Großbäckereien.



① Verband Deutscher Großbäckereien e.V.

Verband Deutscher Großbäckereien e.V.
In den Diken 33
40472 Düsseldorf
Internet: www.grossbaecker.de

Geschäftsführung: Armin Juncker (Hauptgeschäftsführer), Alexander Meyer-Kretschmer (Geschäftsführer)

Präsidium: Prof. Dr. Ulrike Detmers (Mestemacher-Gruppe, Präsidentin), Hans-Jochen Holthausen (Harry-Brot GmbH, Vizepräsident), Alexander Heberer (Wiener Feinbäckerei Heberer GmbH, Vizepräsident)

Gründungs-jahr: siehe Extra-Kasten

① Verbandsgeschichte

Die Anfänge des Verbandes gehen bis 1905 zurück. Nach dem 2. Weltkrieg gründeten sich auf Landesebene bald Fachverbände der deutschen Brot- und Backwarenindustrie neu. Am 16. Januar 1948 wurde in Wiesbaden zunächst die „Arbeitsgemeinschaft der Brot- und Backwarenindustrie in der Britisch-Amerikanischen Zone e.V.“ gegründet, die nach Aufnahme der Landesverbände Berlin und Baden-Württemberg zum „Gesamtverband der Deutschen Brotindustrie e.V.“ wurde. Diesem Verband schlossen sich die übrigen Landesverbände an. Am 10. Oktober 1978

wurde beschlossen, die bestehenden Regionalverbände und den Gesamtverband aufzulösen und stattdessen zum 1. Januar 1979 den „Verband der Deutschen Brot- und Backwarenindustrie e.V.“ mit Sitz in Düsseldorf zu gründen. Damit sollte einerseits der stärkeren betrieblichen Konzentration und der damit notwendigen Straffung von Organisationsaufgaben Rechnung getragen werden, andererseits aber auch der zunehmenden Bedeutung bundespolitischer Fragen. 1996 wurde der Verbandsname in „Verband Deutscher Großbäckereien e.V.“ geändert.

Branche einen sehr hohen Distributionsgrad im Vergleich zu anderen Nahrungsgütern. Primärquellen von Multi-Channel-Vertrieb sind die technischen Optimierungen tiefgekühlte Güter zu liefern und logistische Optimierungen, die z. B. Kombifahrzeuge aus TK-Transport und klassischem Transport mit fertig gebackener Ware, verpackt bzw. unverpackt bieten.

Zum Wachstum hatten in den vergangenen Jahren besonders Supermärkte und Discounter mit dem Angebot an verpackter Ware und den Backstationen beigetragen. Sind diese Angebotsformen nach wie vor beliebt? Wo kaufen die Verbraucher ihre Artikel?

Ja, das sind sie. Metropolisierung, Bevölkerungsdichte, Mehrfachbeschäftigung und Termindruck, wachsende Zahl an Berufspendlern - diese Zukunfterscheinungsbilder beflügeln Supermärkte und Discounter. Die Großfläche verliert. In den USA schließen aktuell reihenweise Shopping Center mangels Umsatz.

Großbäckereien bieten seit jeher Backwaren vom Preisseinstiegssegment bis hin zur Spitzenkategorie. Entwickeln sich alle Bereiche gleich oder lässt sich hier über die letzten Jahre eine Verschiebung beobachten?

Großbäcker lassen nichts aus und mischen in allen Preissegmenten mit. Damit greifen sie gezielt in Geldbörsen aller Verbrauchergruppen.

Was sind die neuesten Trends in der Branche und auf dem Markt? Was wird 2019 bei den Kunden besonders angesagt sein?

Brote und Backwaren mit Körnern sind nach wie vor total beliebt. Bio-Brote sind weiterhin auf stabilem Umsatzniveau top. Bei Mestemacher beträgt der Bio-Brotanteil am Gesamtumsatz seit Jahren bezogen auf das Inland und das Ausland 20 Prozent. Weizen- und Weizenmischbrote sind unter anderem bei Arbeitsmigranten aus den östlichen und südlichen EU-Mitgliedsstaaten beliebt. Grundsätzlich wird das Portfolio internationaler. Mestemacher stellt zur Biofach 2019 italienische Bio-Brote vor mit Dinkel und Olivenöl. Think global and local.

Sie sprechen das internationale Sortiment an, gleichzeitig fordern die Verbraucher Regionalität. Müssen die Betriebe auch künftig diesen Spagat bewältigen oder haben die Verbraucher mittlerweile eindeutige Vorlieben?

Regionalität ist Heimat und Romantik. Das läuft weiterhin gut. Aber global sourcing ist Versorgungssicherheit. So gut es geht, wird regional eingekauft. Das macht in jeder Hinsicht Sinn: Heimatförderung, kurze Transportwege, regionaler Support der Arbeitskräfte.

**Die Deutsche Brotkultur genießt Welt-
ruhm. Schlägt sich der gute Ruf auch in
guten Exportzahlen wieder? Und welche
konkreten Produkte sind im Ausland be-
sonders gefragt?**

Export läuft wie geschnitten Brot. Exportspe-
zialisten, die transportfähige Brote und Back-
waren in die EU-Staaten und Drittstaaten
liefern, wachsen. Insbesondere wachsen
sie dann, wenn sie länderspezifisches Kauf-
verhalten und Vorlieben im Marktauftritt in
Rechnung stellen. Mestemacher erzielt fast
30 Prozent der Umsätze (mit der Konzern-
tochter Benus in Polen) in EU-Staaten und
Drittländern. Korea ist sehr spannend. Dort
wird Made in Germany hochgewürdigt.

**Welche Rolle beim Export spielt Großbritan-
nien? Könnte der Brexit eine Rolle spielen?**

Das Thema spielt zumindest bei den deut-
schen Bäckern keine große Rolle. Ein No-
Deal-Brexit würde dazu führen, dass die

**„Die Lebensmittelampel ist äußer-
lich sichtbar, disziplinierenden
Verhaltenswandel hin zum gesunde-
ren Essen erzeugt sie eher nicht.“**

LMIV nicht mehr gilt und neue Standards
ausgehandelt werden müssten.

**2018 beschäftigte der heiße Sommer alle
Menschen, aber besonders die Bauern. Wie
war die Getreideernte? Wie entwickeln sich
die Rohwarenpreise? Ist überhaupt noch
alles verfügbar?**

Beim Getreide gab es ein Witterungsgefälle
zwischen Süd/West und Nord/Ost. Nord/
Ost war Dürre angesagt mit geringeren
Ernteerträgen. Süd/West war weniger be-
troffen. Steigende Preise sind 2018 wegen
der Dürre als Folge unabdingbar. Zutaten
wie Sesam etwa, der vermehrt in In- →



Mein Wohlfühlkuchen

über 130 Jahre Aerzener Brot und Kuchen





Künftig werden die Großbäcker wohl mit steigenden Rohstoffpreisen umgehen müssen.

dien gekauft wird, ist massiv im Einkaufspreis gestiegen. Ursächlich sind Hochwasserschäden. Aber summa summarum sind die Preise für Brot und Backwaren vergleichsweise stabil geblieben. Zu dem Ergebnis kommt auch der Preismonitor des Statistischen Bundesamtes im November 2018.

i Kurzvita Prof. Dr. Ulrike Detmers -

Aktuelle Positionen:

- Gesellschafterin, Mitglied der Geschäftsführung und Sprecherin der Mestemacher-Gruppe
- Professorin für Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Personalwirtschaft und betriebliche Organisation, FH Bielefeld, FB Wirtschaft und Gesundheit
- Erste Präsidentin des Verbandes Deutscher Großbäckereien e.V.

Auszeichnungen (Auswahl):

- Trägerin des Verdienstordens der Bundesrepublik

- Deutschland seit 2008
- Preisträgerin des „Victress Role Model Awards 2006“; verliehen durch die Initiative Victress e.V., Schirmherrschaft Bundeswirtschaftsminister
- Preisträgerin des Bürgerinnenpreises „Liberta 2008“
- Preisträgerin des „German Women Entrepreneurs Award“ 2007; verliehen durch den 17. Weltfrauengipfel
- als 1. Frau in der 60-jährigen Geschichte als Branchenpersonlichkeit im November 2018 mit dem „Goldenen Zuckerhut“ ausgezeichnet

Wie haben sich die Produktionskosten insgesamt entwickelt? Konnten Preissteigerungen weitergegeben werden oder müssen die Betriebe diese abfedern?

Maschine-Maschine-Kommunikation schreitet voran als Folge der Digitalisierung. Das ist auch eine Folge der Verknappung an Arbeitskräften. Mit elektronischer Kommunikation gehen steigende Investitionskosten einher. Diese müssen über kurz oder lang zurück verdient werden. Bäcker ohne Investitionsstau können grundsätzlich ihre Produktionskosten senken. Mit der so erzielten Ersparnis ergibt sich Potenzial, steigende Logistikkosten, Lohnkosten, Mietkosten, Rohstoffkosten, Kartonagenkosten auszugleichen.

Bio, vegan, glutenfrei, zuckerreduziert? Sind und bleiben diese Artikel in der Nische oder entwickeln sich hier mittlerweile echte Potenziale?

Bio läuft im In- und Ausland gut. Vegan findet insbesondere bei Menschen unter 45 gute Absatzmöglichkeiten. Besonders jüngere greifen zum fleischlosen Essen. Zuckerreduziert ist verbal top, beim Verzehr ein Flop. Wenn schon, denn schon, scheinen sich viele treu zu bleiben. Gluten-free wird durch Ballaststoffmangel von verschiedenen Ernährungsforschern infrage gestellt. Nur eine Minderheit der Bevölkerung muß sich medizinisch verordnet gluten-free ernähren.

Zucker, Fett, aber auch Salz wurden von der Politik und von Verbraucherorganisationen der Kampf angesagt. Inzwischen gibt es eine „Nationale Reduktionsstrategie“. Wie sehen Sie Ihre Mitgliedsunternehmen in diesen Fragen aufgestellt?

Bundesministerin Julia Klöckner greift das Thema sachlich und nachhaltig an. Und unsere Mitgliedsfirmen forschen und entwickeln salzreduziertes Brot ohne Geschmacksverlust. Fettreichtum betrifft uns grundsätzlich nicht so sehr. Beim Zuckerreduzieren tun die Großbäcker auch viel, oftmals in Kooperation mit renommierten Forschungsinstituten.

Iglo führt jetzt den Nutri-Score in Deutschland ein. Damit kommt wieder Bewegung in die Diskussion um die Lebensmittelampel. Wie steht der Verband Deutscher Großbäckereien zu dieser Art der Lebensmittelkennzeichnung?

Die Lebensmittelampel ist äußerlich sichtbar, disziplinierenden Verhaltenswandel hin zum gesünderen Essen erzeugt sie eher nicht. Gesundheitlich bessere Ernährungsweisen sollten bereits in Kitas, Schulen, Unis und Kantinen anerzogen werden. Das Ernährungsgrundgerüst sollte bewußt auf gutes Essen ausgerichtet sein, so dass ein „Über die Stränge schlagen“ ab und an gesundheitlich verkraftbar ist.

Ein Problem der letzten Jahre war der Arbeitskräftemangel. Wie hat sich diese Frage, gerade auch bei den Auszubildenden entwickelt? Helfen Lohnerhöhungen bei der Mitarbeiterfindung und -bindung?

Ausschlaggebend sind in Zukunft für Top-Arbeitgeber folgende Anziehungskräfte: 1. Das Gehaltsmanagementsystem mit Grundvergütung, Sonderzahlungen tariflicher und/oder freiwilliger Art. Außerdem 2. die Flexibilisierung der Arbeitsorganisation unter anderem mit alternierenden Telearbeitsplätzen. Und 3. geschlechterdemokratische Führungskulturen.

Wo sehen Sie die größten Chancen, wo die größten Probleme für die Backwarenindustrie, speziell im TK-Bereich?

Chancen: Steigende Erwerbstätigkeit bei Frauen, Rentnern, Erwerbsmigranten fördern die Nachfrage nach Convenience. Probleme: Witterungsbedingte Ertragseinbußen, Preissteigerungen, die zum Teil nicht an B2B und B2C weitergegeben werden können. Dazu Personalkostensteigerungen unter anderem für Truckfahrer, Spitzenpersonal in der Führung, Spezialisten.

mb

BACK SHOP

Die Tiefkühlbäcker



Wir haben das volle Programm!
best of bakery

BACK SHOP Tiefkühl GmbH
Leverkusenstraße 54 | 22761 Hamburg
Tel. 040-523 876-0 | Fax 040-523 876-18 | info@backshop-tk.de

www.backshop-tk.de