



Zentralverband des
Deutschen Bäckerhandwerks e.V.

Das deutsche Bäckerhandwerk

Daten und Fakten 2011



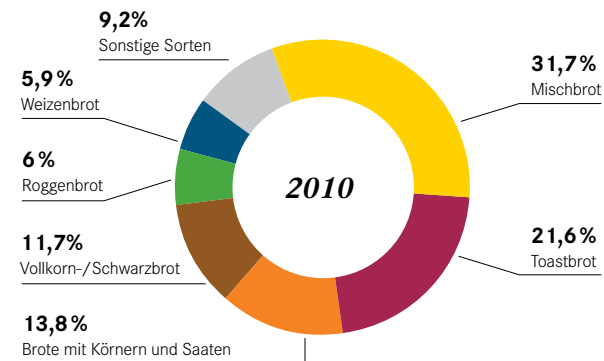


Deutschland – Land des Brotes, Land des Bäckerhandwerks

Brot zählt zu den ältesten und beliebtesten Grundnahrungsmitteln der Welt. In Deutschland hat sich daraus mit mehr als 300 Sorten Brot und 1200 Sorten Kleingebäck eine weltweit einzigartige Backwarenviefalt und Backkultur entwickelt.

Regionale Spezialitäten von der schwäbischen Seele bis zum Christstollen aus dem Erzgebirge sind fester Bestandteil der Esskultur in Deutschland. Dazu kommt ein reichhaltiges Sortiment feiner Backwaren wie Torten, Blechkuchen, Plunder- und Blätterteiggebäck, das auf keiner Kaffeetafel fehlen darf. Deshalb ist Deutschland nicht nur das Land des Brotes. Es ist das Land des kreativen und innovativen, gleichzeitig modernen wie traditionellen Bäckerhandwerks.

Der Brotkorb der Deutschen

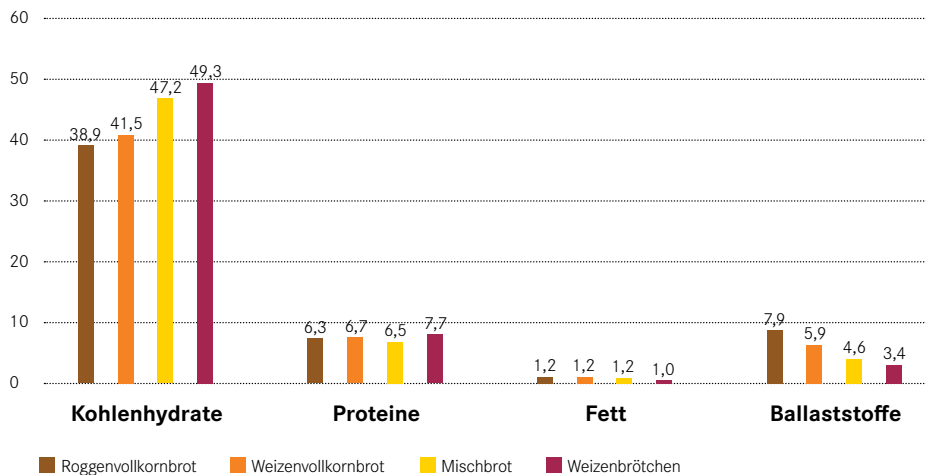


Brot – Grundnahrungsmittel für Genießer

Brot – insbesondere Vollkornbrot – trägt maßgeblich zu einer ausgewogenen Ernährung bei und fördert das körperliche Wohlbefinden. Doch was steckt eigentlich im knusprigen Laib? Brot enthält wertvolles pflanzliches Eiweiß, Vitamine und Mineralstoffe. Fettarm, kohlenhydrat- und ballaststoffreich sorgt es dafür, dass unser Körper über einen längeren Zeitraum gleichmäßig mit Energie versorgt wird, und beugt dem Leistungstief zwischendurch vor. Und eine frische Scheibe Brot lässt auch das Herz des Genießers höher schlagen: Längst zählt das Grundnahrungsmittel Brot auch zu den Genussmitteln für Feinschmecker.

Kein Wunder also, dass der Pro-Kopf-Konsum von Brot und Gebäck seit vielen Jahren konstant ist. 2010 wurden am heimischen Tisch rund 53 kg Brot und Backwaren pro Haushalt verzehrt. Und auch der Außer-Haus-Verzehr von Backwaren gewinnt weiter an Bedeutung. Am beliebtesten in Form von frisch belegten Brötchen – lecker garniert mit Salat und frischen Gurken- und Tomatenscheiben. Sie sind auf dem Weg zur Arbeit schnell gekauft und ermöglichen auch Spätaufstehern einen ausgewogenen Start in den Tag.

Durchschnittlicher Nährstoffgehalt (g/100 g)



Das Bäckerhandwerk

Bäcker/in und Bäckereifachverkäufer/in – Starke Berufe im Handwerk

Brot backen ist mehr als Mehl, Wasser, Salz und Hefe zu einem Teig zu kneten und anschließend zu warten, bis der leckere Duft aus dem Ofen steigt. Bäckermeister zu sein bedeutet ein Unternehmen zu leiten, effizient zu wirtschaften, und dabei stets den handwerklichen Traditionen treu zu bleiben. Wer mit Leib und Seele Bäcker ist, arbeitet gerne im Team, ist kreativ, engagiert und will Leistung bringen. Auch das Verkaufsteam leistet dazu seinen entscheidenden Beitrag. Als Gesicht des Unternehmens bestimmt es das Erscheinungsbild der Bäckerei mit. Denn kompetente Beratung und freundliches Auftreten werden für den anspruchsvollen Kunden immer wichtiger.

Mit 14.594 Meisterbetrieben, einem Gesamtumsatz von 12,93 Milliarden Euro und 293.300 Mitarbeitern zählt das deutsche Bäckerhandwerk heute zu den wichtigsten Wirtschaftsfaktoren des Landes – insbesondere auch bei der Ausbildung: In deutschen Backstuben absolvieren zurzeit ca. 33.000 junge Menschen ihre Ausbildung zur/m Bäcker/in oder Bäckereifachverkäufer/in. Das sind etwas mehr als 11 % der Beschäftigten im Bäckereihandwerk!

Entwicklung des Bäckerhandwerks von 2005–2010

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Betriebe ¹	16.741	16.280	15.781	15.337	14.993	14.594
Filialen ²	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
Bäckereifachgeschäfte	47.000	47.000	46.000	45.500	45.000	44.500
Beschäftigte	274.000	275.700	283.900	287.800	292.500	293.300
davon Auszubildende	34.753	36.209	36.871	36.057	35.257	32.928 ³
Gesamtumsatz in Mrd. € ⁴	11,89	11,88	12,34	12,88	12,87	12,93
Ø Mitarbeiterzahl je Betrieb	16,4	16,9	18,0	18,8	19,5	20,1
Ø Jahresumsatz je Betrieb in €	710.232	729.730	781.953	839.799	858.401	885.920

Quelle: Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e.V., Berlin, 2011,

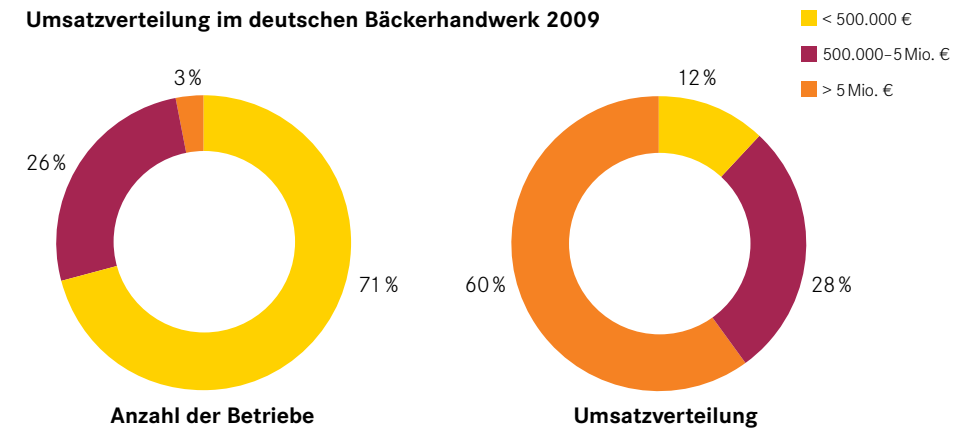
¹ Stand: jeweils zum 31.12. (Handwerksrolle), ² Hochrechnung, ³ Vorläufiger Wert, ⁴ Ohne Mehrwertsteuer

Von der kleinen Backstube zur Filialisierung – ein Markt im Wandel

Gab es in den 1950er Jahren überwiegend kleine Familienbetriebe, in denen der Verkauf an die Backstube angeschlossen war, so geht der Trend heute vermehrt zu zentralen Produktionsstätten mit einem lokalen oder regionalen Netz von Verkaufsstellen. Häufig werden Meisterbetriebe übernommen und in das Filialnetz einer größeren Bäckerei eingegliedert, wenn der frühere Besitzer in den Ruhestand geht. Dementsprechend ist die Zahl der Bäckereibetriebe in den letzten 60 Jahren von rund 55.000 (im alten Bundesgebiet) auf 14.594 Betriebe mit rund 44.500 Verkaufsstellen (Stand: 31.12.2010) in ganz Deutschland gefallen.

Dass der Verbraucher diesem schleichenden Prozess durchaus kritisch gegenübersteht, zeigt der aktuelle Trend zurück zur Backstube. Im Kielwasser der Naturkost- und Biowelle erfreuen sich Brot und Gebäck aus eingesessenen Familienbetrieben zunehmender Beliebtheit. Eine Entwicklung, die auch Discountbäckereien nicht ungenutzt an sich vorbeiziehen lassen möchten: Profitierten sie anfänglich hauptsächlich von ihrem schmalen Sortiment und reduziertem Service, findet man mittlerweile immer häufiger Backstationen, die im Nostalgiegewand zumindest optisch traditionellen Bäckereien nacheifern.

Umsatzverteilung im deutschen Bäckerhandwerk 2009



Die Grafiken verdeutlichen die Umsatzverteilung im deutschen Bäckerhandwerk: Die mit 3% kleine Gruppe der Bäckereien mit mehr als 5 Mio. € Jahresumsatz erwirtschaftet einen Umsatzanteil von 60%. Die Betriebe mit 500.000 bis 5 Mio. € Jahresumsatz können einen Umsatzanteil von 28% verbuchen und die Bäckereien mit weniger als 500.000 € Jahresumsatz (71% aller Betriebe) erwirtschaften 12% des Gesamtumsatzes.



Handarbeit mit modernster Technik

Mehl- und Siloanlagen, Teigstraßen, EDV-gesteuerte Wiegesysteme und Kühlanlagen – jährlich investieren deutsche Bäcker rund 500 Millionen Euro in neue Maschinen, Fuhrpark und Einrichtung. Technische Innovationen ermöglichen eine größere Backwarenvelfalt bei effizienterer, flexiblerer Produktion.

Für Bäcker und Bäckereifachverkäuferinnen bedeutet diese Entwicklung lebenslanges Lernen. Eine Herausforderung, bei der sie auf die Unterstützung der Institutionen des Zentralverbandes des Deutschen Bäckerhandwerks bauen können. Ob Betriebswirtschaft, Unternehmensführung oder Qualitätsmanagement, Hygiene, Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit – die Akademie Deutsches Bäckerhandwerk bietet für alle Unternehmensbereiche zukunftsorientierte Weiterbildungen an. Gemeinsam mit den anderen Organisationen des Bäckerhandwerks – von der Werbegemeinschaft über Landesinnungsverbände und Innungen bis zu den BÄKO – bietet der Zentralverband den Handwerksbäckern Rückhalt und Unterstützung in einer starken Gemeinschaft.



Unsere Leistungen – von der Ausbildung bis zur Altersvorsorge

Die Organisationen des deutschen Bäckerhandwerks bieten ihren Mitgliedern ein umfangreiches Servicepaket: Sie beraten Innungsmitglieder zu wirtschaftlichen und technischen Themen, geben Auskunft bei Rechtsfragen, begleiten sie auf dem Weg zur Zertifizierung von Umwelt- und Qualitätsmanagement und unterstützen sie bei Werbemaßnahmen und Marketing.

Aus- und Weiterbildung

Die Anforderungen an Bäckermeister und andere Führungskräfte in Produktion und Verkauf werden immer komplexer. Die Akademie Deutsches Bäckerhandwerk Weinheim e. V. und die Landesfachschulen unterstützen Bäckereibetriebe bei der fachlichen Weiterbildung mit einem umfangreichen Seminarangebot:

- **Arbeits- und Steuerrecht**
- **Lebensmittelrecht und Ernährungswissenschaft**
- **Betriebstechnik**
- **Betriebswirtschaft**
- **Produktentwicklung**
- **Vertrieb und Marketing**

Für die praktische Ausbildung steht ein Technologiezentrum mit eigenem Labor, Lehrbäckerei, -konditorei sowie -verkaufsräumen zur Verfügung.

Ausführliche Informationen unter: www.akademie-baeckerhandwerk.de.

Werbung und Öffentlichkeitsarbeit

Die Aktivitäten der Werbegemeinschaft des Deutschen Bäckerhandwerks konzentrieren sich auf die vier Segmente Öffentlichkeitsarbeit, Imageförderung, Nachwuchswerbung, und die Frühstückskampagne. Ein kurzer Überblick:

• Öffentlichkeitsarbeit

Aktuelle Meldungen und vieles mehr: Die Öffentlichkeitsarbeit der Werbegemeinschaft unterstützt, berät und koordiniert die Kommunikation des Dachverbands nach innen und nach außen. Im Pressebereich des Internetauftritts finden interessierte Journalisten umfangreichen Presseservice, Publikationen und Datenbanken und informieren sich über kommende Veranstaltungen.

• Imageförderung

Für den Wettbewerb mit den Discontnern gerüstet: Mit individuellen Großplakaten werben Innungsbäcker für die eigene Bäckerei und das Bäckerhandwerk. Darüber hinaus unterstützt die Werbegemeinschaft die Innungsbäcker mit zahlreichen Aktivitäten von der Bilddatenbank mit kostenlosem Bildmaterial für eigene Marketingaktivitäten bis zum Messestand. Im weltweit ersten Brotregister entfaltet sich die deutsche Brotvielfalt und dokumentiert, warum Deutschland zu Recht das Land des Brotes genannt wird.

• Nachwuchswerbung

Social-Media-Aktivitäten, Interaktion, Videos und eine abwechslungsreiche Internetplattform – mit dem Slogan „Back dir deine Zukunft“ spricht die Werbegemeinschaft den potenziellen Bäckernachwuchs dort an, wo er hauptsächlich zu finden ist: im Internet. Präsentationen auf Jugend- und Bildungsfachmessen und Berufsinformationsschulungen zum Download runden das Angebot ab. Weitere Informationen unter: www.back-dir-deine-zukunft.de

• Frühstückskampagne

Frühstück? Natürlich vom Bäcker! Damit das auch so bleibt, wendet sich die Werbegemeinschaft mit zielgruppengerechten Kampagnen an alle Altersschichten von jung bis alt. Start war 2010 mit der Zielgruppe der Kindergartenkinder, 2011 folgen die Grundschüler.

Betriebstechnische und betriebswirtschaftliche Beratung

Experten der Landesinnungsverbände und des Zentralverbandes beraten und informieren Innungsmitglieder zu folgenden Themen:

- **Analyse von Unternehmenskennzahlen**
- **Investitionsentscheidungen**
- **Betriebsbörse**
- **Betriebsübergaben**
- **Hygieneschulungen und Belehrungen zum Infektionsschutzgesetz**
- **Qualitätsprüfung für Brot, Brötchen und Stollen**
- **Standortsuche**
- **Schwachstellenanalyse**
- **Umwelt- und Qualitätsmanagement, Zertifizierung**

Rechtsberatung

Gibt es Gesetzesänderungen im Lebensmittelrecht? Was ist bei einer Betriebsübernahme zu beachten? Und ab wann gilt die neue Regelung der Ausbildungsvergütung? Unsere Rechtsexperten bei Landesinnungsverbänden und Zentralverband beraten Handwerksbäcker zu diesen und folgenden Themen:

- **Arbeits- und Sozialrecht**
- **Handwerks- und Gewerberecht**
- **Lebensmittelrecht**
- **Steuerrecht**
- **Rechtsfragen der Aus- und Weiterbildung**
- **Wettbewerbsrecht**

• **Finanzielle Förderung für Bildungseinrichtungen**

Das Förderungswerk für die Beschäftigten im Deutschen Bäckerhandwerk e. V., eine gemeinsame Einrichtung des Zentralverbandes und der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten, unterstützt Einrichtungen zur beruflichen und staatsbürgerlichen Bildung, darunter die Akademie Deutsches Bäckerhandwerk Weinheim, die Landesfachschulen und die Bildungseinrichtungen der Innungen.

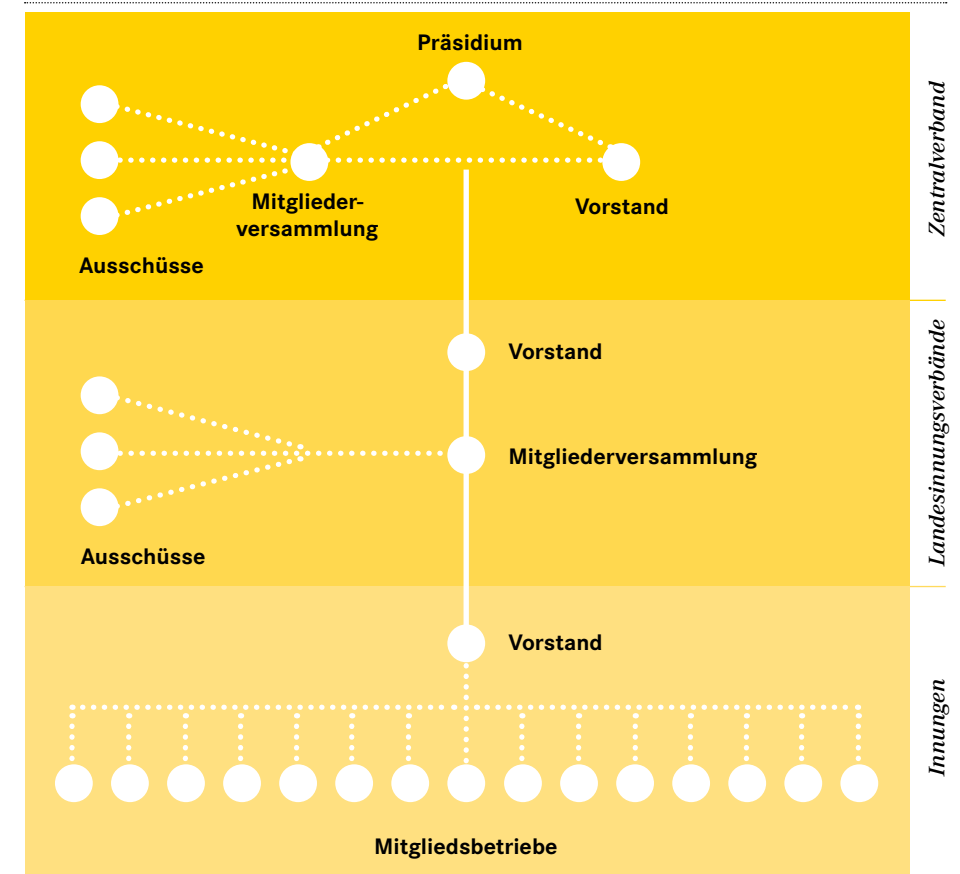
• **Betriebliche Altersvorsorge: Die Betriebsrente**

Innungsmitglieder profitieren von der speziell auf die Bedürfnisse von Betriebsinhabern und Mitarbeitern abgestimmten betrieblichen Altersvorsorge, die der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks in Zusammenarbeit mit der Signal-Iduna-Pensionskasse und dem Münchener Verein entwickelt hat.

• **Allgemeine Versicherungsleistungen**

In betrieblichen und privaten Versicherungsfragen steht den Mitgliedern die Sach- und Haftpflichtversicherung des Bäckerhandwerks VVaG (SHB) zur Verfügung. Das Sparwerk der Deutschen Bäckerjugend unterstützt Lehrlinge bei der Bildung von Rücklagen. In Not geratene Bäcker und ihre Familien können auf den Karl-Grüßer Unterstützungsverein zählen.

Organigramm



Verbandsstruktur des deutschen Bäckerhandwerks

Gut organisiert

Eine leistungsstarke und durchsetzungsfähige Interessengemeinschaft

Der 1948 gegründete Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks gehört zu den Verbänden des Handwerks mit dem höchsten Organisationsgrad: Von den 14.594 Handwerksbäckereien in Deutschland sind etwa 10.000 Mitglied in ihrer lokalen Bäckerinnung – das sind knapp 70%. Davon profitiert das Bäckerhandwerk in der politischen Diskussion genauso wie bei der öffentlichen Meinungsbildung. Seine dreistufige Verbandsorganisation bietet eine effiziente und nachhaltige Interessenvertretung auf lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Ebene.

Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e.V.

Als Dachorganisation vertritt der Zentralverband die Interessen seiner Mitgliedsbetriebe auf Bundesebene wie auch gegenüber den europäischen Institutionen. Dazu steht er im Dialog mit Abgeordneten des Deutschen Bundestages, dem Deutschen Bundesrat, obersten Bundesbehörden, Spitzenverbänden der Wirtschaft sowie Gewerkschaften und Genossenschaften. International vertritt er die Belange seiner Mitgliedsbetriebe gegenüber dem EU-Parlament und der EU-Kommission.

Werbegemeinschaft des Deutschen Bäckerhandwerks

Die 1971 gegründete Werbegemeinschaft des Deutschen Bäckerhandwerks e. V. pflegt und schützt das positive Image des Bäckerhandwerks und seiner Produkte beim Verbraucher. Preisgekrönte Werbespots und Anzeigenkampagnen unterstützen die Aktivitäten der handwerklichen Bäckereibetriebe vor Ort. Broschüren zur Nachwuchswerbung und Imageförderung sowie Lehrmaterialien für den Unterricht in der Primar- und Sekundarstufe stehen auf den Internetseiten zum Download bereit. Durch kontinuierliche Pressearbeit kommuniziert die Werbegemeinschaft Themen wie die Vielfalt und Qualität der Erzeugnisse und die Bedeutung des Bäckerhandwerks für Wirtschaft und Arbeitsmarkt.

Landesinnungsverbände

16 Landesinnungsverbände vertreten die deutschen Bäcker auf Landesebene. Sie arbeiten mit Landesparlamenten, Landesministerien, Landesämtern, Wirtschaftsverbänden und den Handwerkskammern zusammen und sind darüber hinaus Träger der Fachschulen der Akademie Deutsches Bäckerhandwerk. Eine weitere zentrale Aufgabe der Landesinnungsverbände ist die Betreuung der Innungen und der Betriebe: Hier finden die Bäcker Hilfestellung in allen betriebswirtschaftlichen, technischen und rechtlichen Fragen.

Innungen

Zurzeit gibt es in Deutschland 288 Bäckerinnungen, denen die selbstständigen Bäcker der Landkreise und kreisfreien Städte auf freiwilliger Basis beitreten können. Die Innungen sind Körperschaften des öffentlichen Rechts und vertreten die Interessen ihrer Mitglieder gegenüber örtlichen Ämtern, Behörden und Organisationen. Außerdem sind die Bäckerinnungen für die Betreuung und Organisation der Lehrlingsausbildung und die Abnahme der Gesellenprüfungen verantwortlich.

Akademie Deutsches Bäckerhandwerk

Erfolg beginnt mit Wissen: Die Akademie Deutsches Bäckerhandwerk (ADB) ist das Netzwerk der acht Landesakademien und der Bundesakademie des Deutschen Bäckerhandwerks. Sie bündelt das Fachwissen für Bäckereitechnologie, Produktentwicklung, Betriebswirtschaft, Verkauf und Marketing. Darauf aufbauend organisiert sie ein umfangreiches Seminar- und Beratungsangebot für die Weiterbildung im Bäckerhandwerk bis hin zum Meistervorbereitungskurs. Ausführliche Informationen über Angebot und Service der ADB finden Sie unter: www.akademie-baeckerhandwerk.de.

BÄKO – Die Wirtschaftsorganisation im Bäckerhandwerk

Die BÄKO ist mit zwei Landeszentralen, einem bundesweiten Netz von rund 35 deutschen Regionalgenossenschaften und 3.300 Mitarbeitern der zentrale Partner des Bäckerhandwerks für Rohstoffe, Halbfabrikate, Verpackungsmaterialien und Investitionsgüter. Kerngeschäft der BÄKO ist die weltweite Warenbeschaffung, die optimale Belieferung und Beratung der Backbetriebe sowie die Bereitstellung umfangreicher Serviceleistungen. Außerdem unterstützt die BÄKO die Arbeit der Werbegemeinschaft des Deutschen Bäckerhandwerks e. V.

Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e. V.

Neustädtische Kirchstraße 7a, 10117 Berlin

T +49 (0)30 · 20 64 55-0, F +49 (0)30 · 20 64 55-40

www.baeckerhandwerk.de, zv@baeckerhandwerk.de

Stand: April 2011

Design: Anja Teßmann, Text: Martina Loch, Druck: Druckerei Brandt