



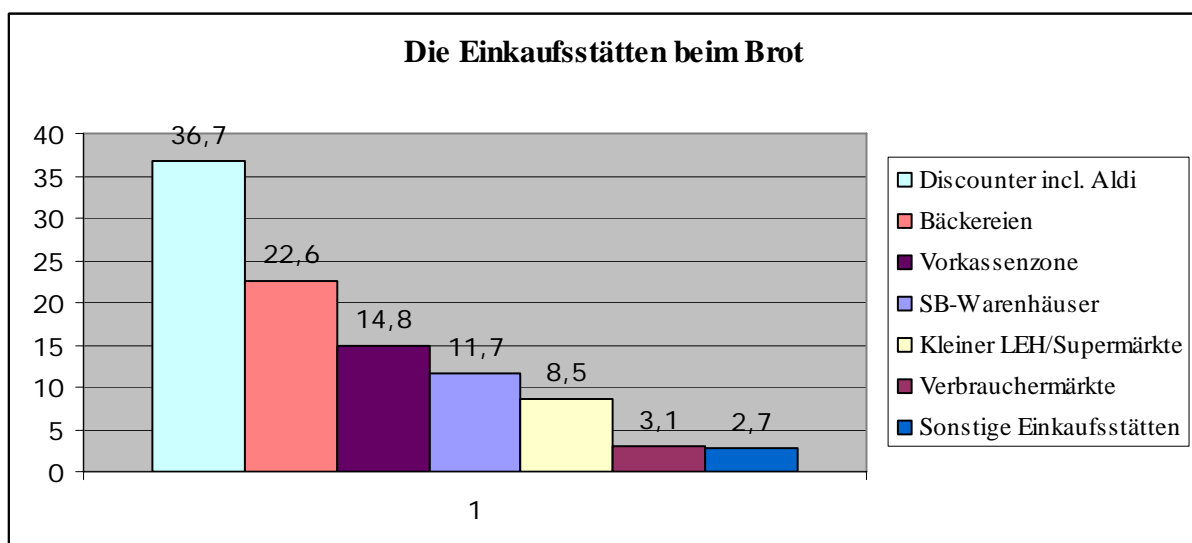
Der Markt für Brot und Backwaren in Deutschland

Düsseldorf, 22.10.2008. Der Markt für Brot unterteilt sich bezogen auf die Lieferanten in vier verschiedene Zweige:

- Lieferbäckereien beliefern vor allem den Lebensmittel-Einzelhandel. Sie gibt es in allen Größenordnungen, zum Teil auch als Spezialitäten-Bäckereien für bestimmte Brotsorten.
- Als Filialbäckereien bzw. Systembäckereien bezeichnen wir Bäckereien mit mehr als 20 Filialen, die ihre Produkte über eigene Filialen, zum Teil auch in Vorkassen-Bereichen des Lebensmitteleinzelhandels verkaufen.
- SB-Discount-Bäckereien verkaufen ihre Backwaren über Selbstbedienung im Niedrigpreis-Segment ebenfalls in eigenen Filialen.
- Einzel-Bäckereien sind mehr handwerklich orientierte Bäckereien, die aber ebenfalls bis zu 20 Filialen haben können.

Die Entwicklungen der letzten Jahre belegen, dass der Anteil des Lebensmitteleinzelhandels im Brot- und Backwarenmarkt zugenommen hat und weiter zunehmen wird. Lieferbäckereien werden ebenfalls zunehmen, während die Zahl der Einzelbäckereien weiter zurückgehen wird.

Untersuchungen von GfK/ZMP und CMA zeigen, dass inzwischen mehr als ein Drittel des gesamten Brotverzehrs bei den Discountern einschließlich Aldi gekauft wird.



Betrachtet man diese Zahlen über die Jahre 2005 – 2007, so stellt man fest, dass der Anteil der Discounter incl. Aldi um einen Prozentpunkt gestiegen ist, der Anteil der Bäckereien dagegen um rund zwei Prozentpunkte gesunken ist.

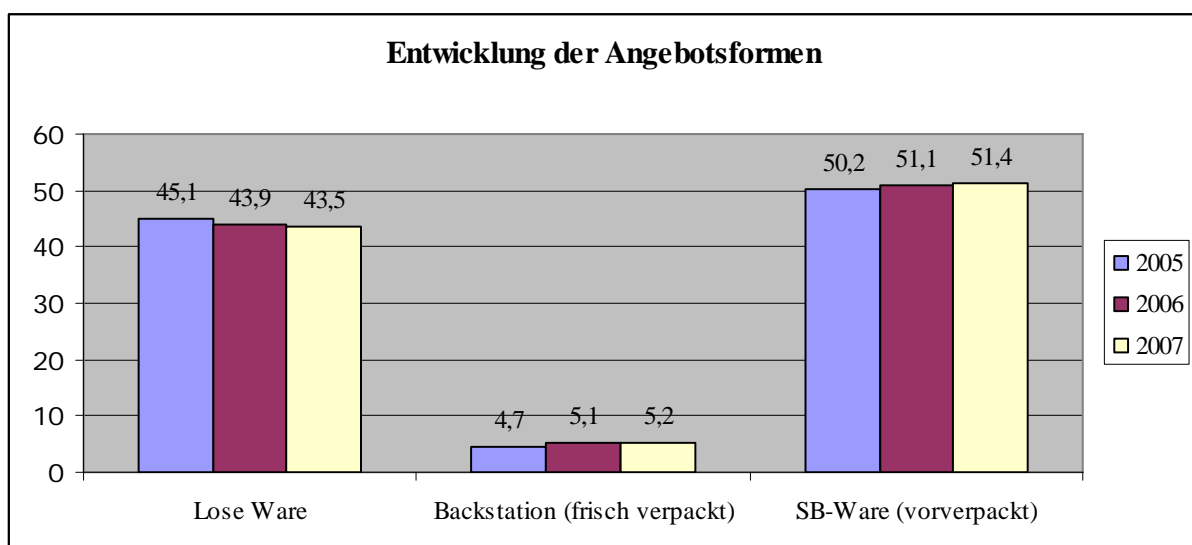
	2005	2006	2007
Discounter incl. Aldi	35,7	36,7	36,7
Bäckereien	24,7	24,1	22,6
Vorkassenzone	13,2	13,0	14,8
SB-Warenhäuser	11,4	11,4	11,7
Kleiner LEH/Supermärkte	8,5	8,7	8,5
Verbrauchermärkte	3,4	3,4	3,1
Sonstige Einkaufsstätten	3,1	2,8	2,7

Quelle: ZMP/GfK/CMA

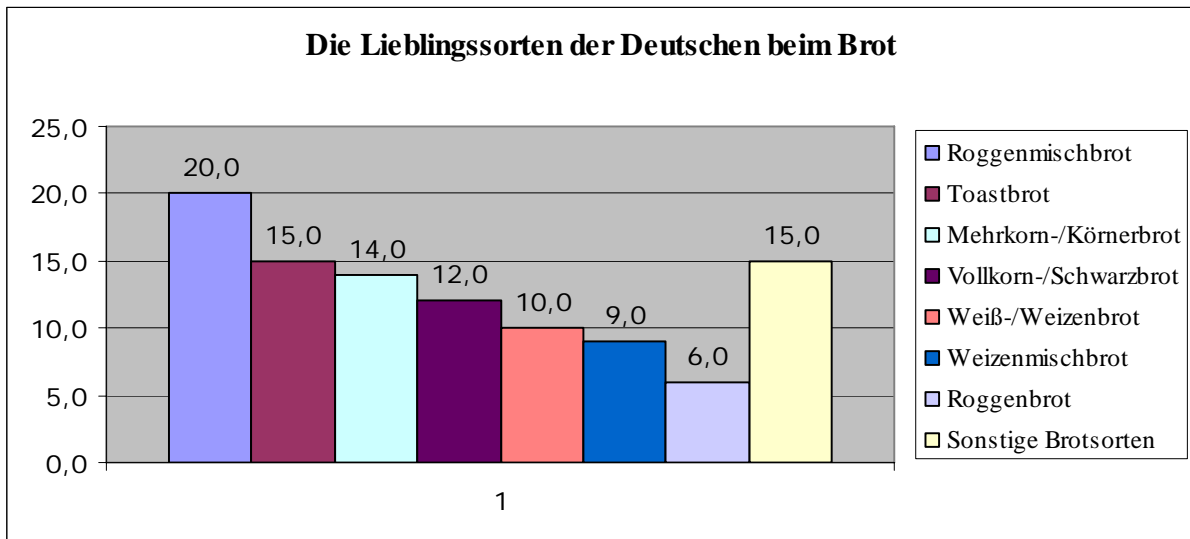
Die Zunahme des Absatzanteils des Lebensmitteleinzelhandels ist insbesondere auf folgende Gründe zurückzuführen:

- Das Brot- und Backwarenangebot im Handel ist deutlich vergrößert worden. Backshops in den Vorkassenbereichen, eigene Brotregale, Aufbackstationen oder zusätzliche Angebote in den Tiefkühltheken lauten hier die Stichworte.
- Die Verbraucher sind „bequemer“ geworden, das heißt, sie möchten möglichst viele Wareneinkäufe an einer Stelle erledigen. „One-stop-shopping“ lautet hier das Stichwort.
- Die Verbraucher sind auch aufgrund der geringeren Kaufkraft preisbewusster geworden. Eine solche Einstellung fördert Einkäufe beim Discounter.

Auch in der Entwicklung der Angebotsformen zeigen sich in den Jahren 2005 – 2007 Veränderungen: Leicht zugenommen hat in Bezug auf die eingekaufte Menge der Anteil der Backstationen (+0,5 Prozentpunkte), deutlicher gestiegen ist der Anteil der vorverpackten SB-Ware (+1,2 Prozentpunkte), während der Anteil der losen Ware um 1,6 Prozentpunkte zurückgegangen ist.



In Deutschland werden über 300 Brotsorten angeboten. Hinzukommen rund 1.200 verschiedene Klein- und Feingebäcke. Nach Untersuchungen von GfK/ZMP und CMA Consumer Scan waren beim Einkauf die beliebtesten Brotsorten der Deutschen:



Quelle: GfK Consumer Scan