



AUF DEM WEG IN EINE NEUE NORMALITÄT

Im zweiten Jahr in Folge muss sich der Einstieg in den „BäckerAlmanach“ nachdenklich mit den Effekten und Auswirkungen der Corona-Pandemie beschäftigen, die sich im Berichtsjahr nun auch massiv im Zahlenwerk niederschlagen. Anders als im Vorjahr, als der große Lockdown erst noch bevorstand, gibt es inzwischen aber manchen Silberstreif am Horizont.

Eine Publikation, die sich „Zahlen, Daten, Fakten“ auf die Fahnen geschrieben hat, kommt an diesen traurigen Statistiken nicht vorbei: Seitdem am 28. Januar 2020 in Deutschland der erste Fall des neuartigen Corona-Virus registriert wurde und sich am 9. März 2020 die ersten Todesfälle in diesem Zusammenhang ereigneten, haben sich hierzulande deutlich über 4,2 Mio. Menschen an der tückischen Krankheit infiziert und 93 711 sind daran gestorben – Zahlen vom 1. Oktober 2021, und leider, leider keine abschließenden.

Genauso wenig macht die Pandemie an irgendwelchen Ländergrenzen Halt: Weltweit liegt die Zahl bestätigter Infektionen bei mehr als 234 Mio. und die Zahl der Todesopfer bei mehr als

4,7 Mio. Menschen. Wie auch immer sich die Infektionslage in den kommenden Monaten und Jahren gestalten wird: Diese Zahlen bleiben und Covid-19 hat sich damit schon jetzt in die makabre Ahnenreihe der großen Pandemien der Menschheitsgeschichte wie Pest und Cholera eingereiht.

Aufbruchstimmung macht sich breit

Auf dem Höhepunkt der Pandemie von November 2020 bis Mai 2021 hatte sich teilweise eine lähmende Lethargie über das Land gelegt, doch seitdem ist viel passiert und zwischenzeitlich hat sich Aufbruchstimmung breit gemacht, wenn auch vor allem die Betriebe mit gastronomischem Angebot noch über eine große



Verbraucherzurückhaltung klagen. Natürlich war im Sommer mit der Möglichkeit der Draußen- bzw. Außer-Haus-Verzehrs einiges leichter – was wird der Herbst/Winter bringen? Aktuell, im Oktober 2021, erscheint es schwer vorstellbar, dass das Infektionsgeschehen nochmals einen Lockdown notwendig macht, aber Prognosen möchte dazu wirklich niemand abgeben und es wäre auch wirklich zu traurig, wenn der beginnende Aufschwung dadurch ausgebremst würde.

Onlinehandel floriert

Apropos Aufschwung: Der Handel mit Lebensmitteln gehört mit einem satten Umsatzplus im Jahr 2020 von 5,3% in Europa und sogar 7,9% in Deutschland eindeutig zu den Profiteuren der Covid-19-Pandemie. Allerdings verteilt sich dieser Zugewinn höchst unterschiedlich – und er ist auch beileibe nicht bei allen angekommen, die mit Lebensmitteln handeln. Zudem hat sich viel Wirtschaftsgeschehen – und zum Teil eben auch der Einkauf – in den Onlinebereich verschoben, was beim Lebensmittel-einzelhandel bereits nachhaltige Spuren bei den Margen hinterlässt. Nach Einschätzung einer Studie der Kreditversicherer Euler Hermes hat die Pandemie den Übergang zum elektronischen Handel in Europa, besonders im LEH, um vier bis fünf Jahre beschleunigt. Auch wenn der E-Commerce-Anteil in Deutschland mit 3% noch vergleichsweise gering ausfällt (in Großbritannien werden bereits 11% der Lebensmittel online geordert) und die Unternehmen des Bäcker- und Konditorenhandwerks davon we-

niger betroffen sind, lässt diese Entwicklung aufhorchen und sie mahnt dazu, sich mit den Möglichkeiten des Onlinehandels zu beschäftigen.

„Profiteure“ waren die Bäcker und Konditoren in der Pandemie sicher nicht: Aufgrund der viel beschworenen, aber auch wirklich intensiv gelebten Systemrelevanz sowie der Wirtschaftshilfen der Bundesregierung ist das deutsche Bäckerhandwerk aber im Vergleich zu anderen Branchen mit dem sprichwörtlichen „blauen Auge“ davongekommen; Konditoreiunternehmen waren ungleich stärker betroffen, ebenso alle jenen Branchenteilnehmer, die den Schwerpunkt immer stärker in Richtung Gastronomie verschoben hatten. Das Außer-Haus-Geschäft, in dem es jahrzehntelang nur aufwärts ging, hat einen empfindlichen Dämpfer erhalten, doch auch hier gibt es Ausnahmen und kreative Ideen, die Mut machen.

Keine Frage: Die Renaissance des Brotes vom Bäcker um die Ecke hat der Branche gut getan, aber Verbraucher sind vergesslich, und es wird einiges an guter Arbeit (und ebenso guter Kommunikation) notwendig sein, um das Wasser des Marktes langfristig auf die Mühlen des Bäckers zu lenken.

„Regional“ ist kaum zu toppen

Ein Megatrend, der dazu maßgeblich beitragen kann, ist „Regionalität“, also die zunehmende Nachfrage der Verbraucher nach vor Ort erzeugten Lebensmitteln, denn er ist wie gemacht für Handwerksbäcker mit ihrer guten lokalen und regionalen Vernetzung. Diesem Megatrend, der eng verwoben ist mit der unaufhaltsamen Entwicklung zu mehr Nachhaltigkeit, haben wir im diesjährigen BäckerAlmanach den Sonderteil gewidmet. Gleichzeitig gehen wir in mehreren Beiträgen der Frage nach, wie die „neue Normalität“ nach dem Abklingen der „heißen“ Pandemiephase aussehen könnte und wie sich die Märkte dadurch verändern.

Auf neuestem Stand

Wie schon bei der Zusammenstellung der drei vorhergehenden „BäckerAlmanach“-Ausgaben haben wir das Augenmerk darauf gelegt, die jeweils aktuellsten Zahlen und Informationen zu verwenden, die uns zugänglich waren, d. h. in der Regel Bilanzen für das Jahr 2020 (mit besonderem Dank für die Unterstützung durch die Marktforscher der npdgroup und der GfK in Nürnberg!). Nur punktuell oder um Kontinuitätslinien aufzuzeigen, wurden auch ältere Zahlen herangezogen. Wer einzelne Themen vertiefen möchte, findet die genauen Quellenangaben gebündelt am Ende dieser Veröffentlichung. Ebenso wurde größte Sorgfalt darauf verwandt, die Urheber des statistischen Materials korrekt zu dokumentieren; sollte dies in Einzelfällen nicht geglückt sein, bitten wir um Mitteilung. Und natürlich freut sich die Redaktion des BÄKO-magazins wie immer über Ihr Feedback, aber auch über Vorschläge, welche neuen oder vertieften Inhalte Sie sich für die nächste Ausgabe, den „BäckerAlmanach 2022/23“ wünschen, die im Herbst 2022 – dann zu einer hoffentlich in Präsenz stattfindenden Fachmesse Südback in Stuttgart – erscheinen wird.

Eine anregende und interessante Lektüre wünscht Ihnen

Falk Steins, Chefredakteur BÄKO-magazin
E-Mail: falk.steins@baeko-magazin.de