

Backwarenverluste in Bäckereien Aufkommen und Einflussfaktoren

Dominik Leverenz, Daniela Schmid, Gerold Hafner, Martin Kranert

Hintergrund

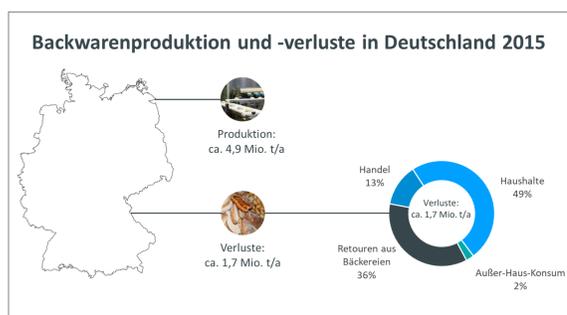


Abb. 1: Backwarenverluste in Deutschland

Verluste an Backwaren

Jährliche Backwarenherstellung in Deutschland:

- ca. 4,9 Millionen Tonnen pro Jahr

Jährliche Backwarenverluste in Deutschland:

- ca. 1,7 Millionen Tonnen pro Jahr
(davon ca. 36 % in Bäckereien)

Zielstellung

- Aufbau vergleichbare Datenbasis
- Identifikation von Schwachstellen
- Ableitung von Lösungsansätzen
- Umsetzung mit Praxispartnern
- Ökologische Bewertung

Praxispartner

Insgesamt 6 Bäckereibetriebe, davon

- Zwei Einzelfilialbäcker
- Zwei Bäckereien mit 6 - 8 Filialen
- Zwei Bäckereien mit 40 – 60 Filialen



Bilanzraum

- Bäckereien unterschiedlicher Größe
- Daten aus insgesamt über 100 Filialen
- Bilanzierung:
Produktionsmenge und Retouren
- Messzeitraum:
mind. 4 Wochen bis zu einem Jahr

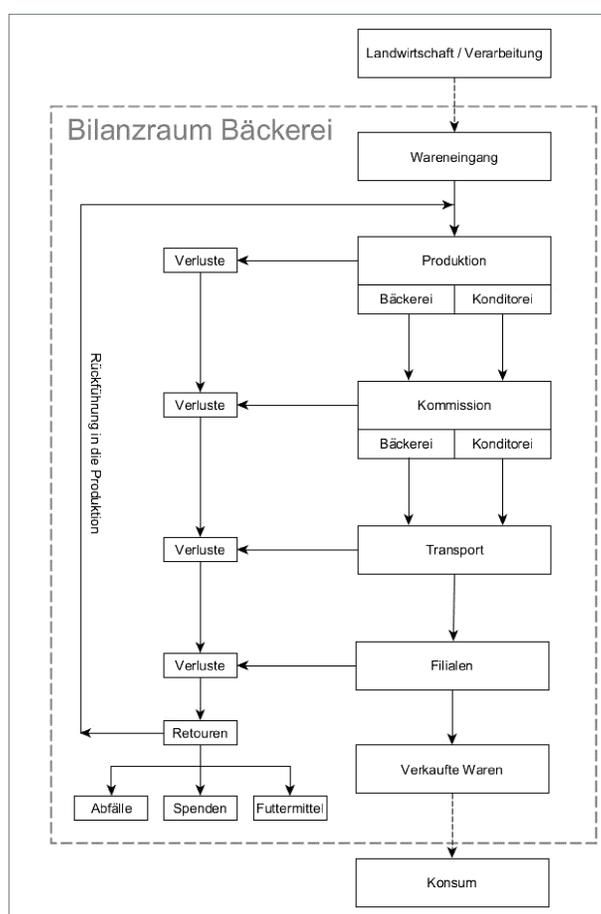


Abb. 2: Bilanzraum Bäckerei

Methode

Messungen und Datenerhebung:

- Protokollführung in Einzelfilialbäckereien
- Wiegung der Retouren
- Datenerfassung in größeren Betrieben über Warenwirtschaftssysteme

Ergebnisse

Retourquoten

- Retourquoten in Bäckereibetriebe liegen zwischen ca. 4,85 % und ca. 18,5 %
- Einzelfilialbäcker mit geringsten Retouren

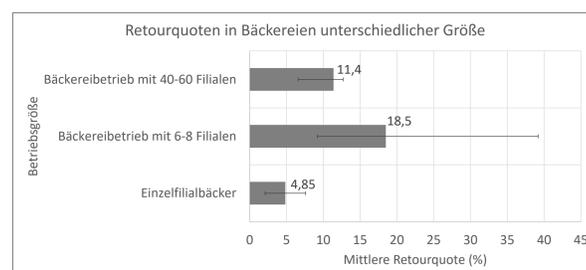


Abb. 3: Durchschnittliche Retourquote in Betrieben unterschiedlicher Betriebsgröße

Monetäres Potenzial

Monetärer Gegenwert der Retouren pro Filiale und Jahr (in Verkaufspreisen):

- Einzelfilialbäcker: ca. 35.000 EUR
- Bäckereibetrieb: ca. 77.000 EUR (6-8 Filialen)
- Bäckereibetrieb: ca. 65.000 EUR (40-60 Filialen)

Einflussfaktoren auf Retouren

Aufkommen von Retouren u. a. abhängig von:

- Betriebsgröße (vgl. Abb.3)
- Filialgröße und Liefermenge (vgl. Abb.4)
- Lage und Filialtyp
- Sortiment / Angebot

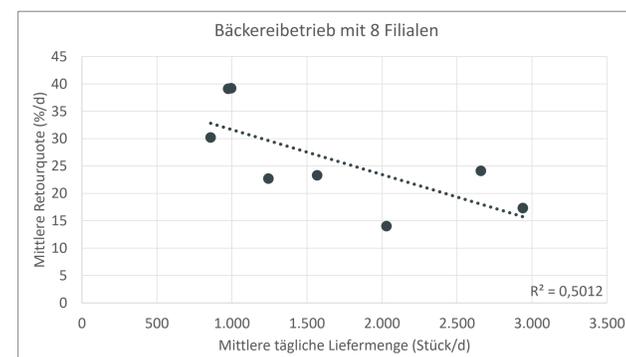


Abb. 4: Verhältnis der Retourquote in Abhängigkeit der Liefermenge (Filialgröße)

Backwarenverluste in Bäckereien Maßnahmen und Optimierungsansätze

Dominik Leverenz, Daniela Schmid, Gerold Hafner, Martin Kranert

Zielstellung

- Ermittlung von Einsparpotenzialen
- Identifikation von Hemmnissen
- Ableitung von Lösungsansätzen
- Umsetzung mit Praxispartnern
- Ökologische Bewertung

Methode - Datenerhebung

- Hemmnisanalyse
- Kundenbefragung
- Potenzialermittlung

Ergebnisse Kundenbefragung

70% der Befragten würden Backwaren vom Vortag kaufen, davon wären 69% bereit den halben Preis zu bezahlen.

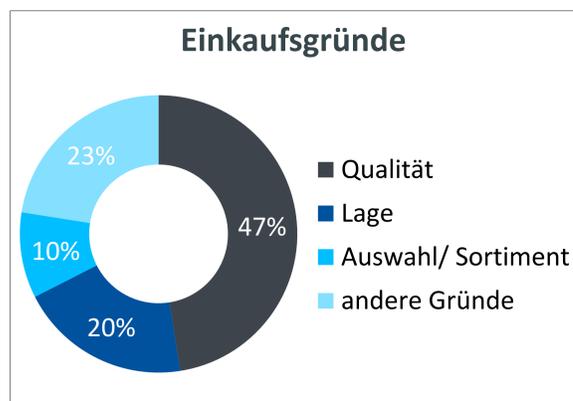


Abb. 1: Einkaufsgründe Backwaren

Erkenntnisse Hemmnisanalyse

- Kundenakzeptanz hat Priorität
 - Wirtschaftlichkeit (Kosten-Nutzen)
 - Verhältnismäßigkeit
- Hohe Akzeptanz für optimiertes Warenbestellsystem und Prognosen

Lösungsansätze

Produktionsmenge optimieren

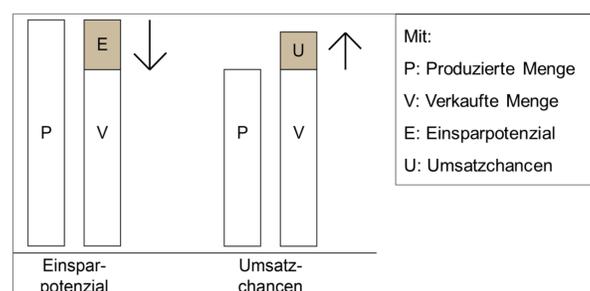


Abb. 2: Einsparpotenzial und Umsatzchancen von Backwaren

Retouren vermeiden

Vortagsbackwaren laden

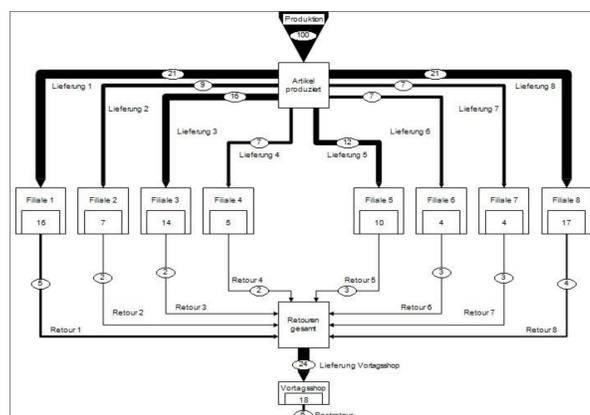
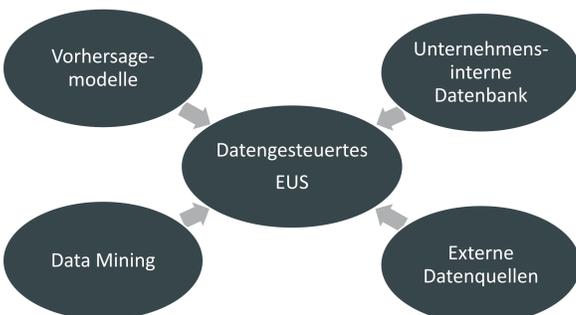


Abb. 3: Stoffströme optimieren - Szenario Vortagsbackwaren laden

Vortagsbackwaren werden zum halben Preis angeboten. Retourquote sinkt auf ca. 6 %.

Entscheidungsunterstützungssysteme (EUS):



Potenziale:

- Reduzierung der Retourquote um 12% im Messzeitraum (Opal Analytics, 2017)
- Steigerung von Produktverfügbarkeit und Umsatz

Ökologische Bewertung

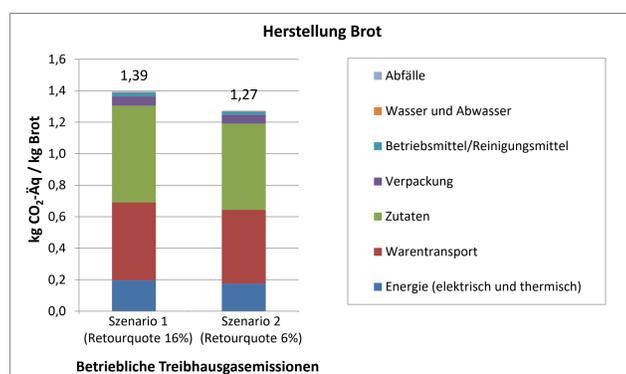


Abb. 4: Betriebliche Treibhausgasemissionen (Szenarioanalyse)

Umweltauswirkungen in Bäckereien:

- Zutaten und Warentransport verursachen den Großteil der Treibhausgasemissionen bei der Herstellung von Backwaren.
- Einsparpotenziale an Treibhausgasen durch Vermeidung von Verlusten.

Szenario (vgl. Abb. 4):

Reduzierung der mittleren Retourquote von 16 % auf 6 % führt zu betrieblichen Einsparungen an Treibhausgasemissionen von etwa 9 %.

Fazit

- Retourmenge von verschiedenen Faktoren abhängig (Filialgröße, Lage, Liefermenge, Sortiment, Filialtyp, etc.)
- Vermeidungskonzepte erfolgreich getestet

Reduktion von Backwarenverlusten ist möglich und rentabel!

