



10.05.2022 15:21:28 SDA 0140bsd

Schweiz / Bern (sda)

Vermischtes, Mysteriöses, Wirtschaft und Finanzen, Landwirtschaft/Agrar

## Über eine Milliarde Franken im 2021 für unser tägliches **Brot**

Schweizerinnen und Schweizer haben 2021 über eine Milliarde Franken für Frischbrot ausgegeben. In den letzten vier Jahren stieg die Nachfrage laut einem neuen Marktbericht stetig an.

Für sämtliche Brot- und Backwaren gaben Schweizer Haushalte sogar rund 2,4 Milliarden aus, wie aus dem am Dienstag publizierten Marktbericht **Brot** und **Getreide** des Bundesamt für Landwirtschaft (BLW) hervorgeht. Das entspreche rund acht Prozent des vom Schweizer Detailhandel erwirtschafteten Lebensmittelumsatzes.

Mit Abstand das stärkste Segment dieser Kategorien sind laut Marktbericht Frischbrote. Im letzten Jahr hätten Schweizer Haushalte über eine Milliarde Franken dafür ausgegeben. Fast ein Viertel dieser Ausgabe fielen auf Bio-Brote. Im Schnitt beträgt der Bio-Anteil bei Lebensmitteln 11 Prozent.

Wie die Marktanalysten weiter feststellten, hielt der Trend zu Spezialbroten wie Stangen- oder Vollkornbroten an. Dazu passt der ebenso steigende Absatz an Spezialmehl, etwa Dinkel- oder Zopfmehl. Hingegen sei der Weissmehl-Konsum 2021 rückläufig gewesen.

### Auswirkungen von Krieg und Pandemie

Aus dem Marktbericht lassen sich auch Einflüsse der Corona-Pandemie herauslesen. Insbesondere mit dem zunehmenden Homeoffice seien Veränderungen im Nachfrageverhalten der Haushalte einhergegangen, heisst es im Bericht.

So stiegen etwa 2020, im ersten Pandemiejahr, die Nachfrage nach haltbaren Broten sowie nach **Mehl**. Im Gegenzug nahm 2020 die Nachfrage nach Kleinbroten - die häufig unterwegs konsumiert werden - stark ab.

Auf eine Prognose für die künftige Entwicklung verzichtete das BLW. Allerdings wird im Bericht darauf verwiesen, dass aufgrund des Krieges in der Ukraine künftig mit höheren Getreidepreisen zu rechnen sei. Zudem hätten in den letzten Wochen Logistik-, Energie- und Produktionskosten teils stark zugenommen.