

ALGEMENE BESCHOUWING OP DE BAKKERIJ

2025 en verder

Wageningen, 14 oktober 2025. Er zijn structurele geopolitieke spanningen; het klimaat laat met extremen steeds vaker van zich horen terwijl afspraken die hieromtrent zijn gemaakt (bv. Parijs akkoord) niet worden nagekomen; de energie- en grondstoffencrisis lijkt nog lang niet voorbij en de inflatie in Nederland lijkt hardnekkig en is hoger dan gemiddeld in de eurozone.

Maar er is ook goed nieuws. De inflatie laat een dalende trend zien, de koopkracht stijgt licht en consumenten zijn positiever over de economische en financiële situatie voor de komende 12 maanden. En na een moeilijk jaar voor supermarkten lijkt ook voor hen langzaam een herstel te komen. Al komt de verwachte omzetverhoging van 3% in 2025 (bron: ING) bijna volledig uit prijsverhogingen en niet direct uit een volumegroei.

De troonrede van dit jaar zette Nederland niet op z'n kop. Er zijn plusjes en minnetjes, maar de koopkracht lijkt ook in 2026 te blijven stijgen en wel met ruim 1%. Niet schokkend, wel een verandering met de jaren die achter ons liggen.

Wat is het effect van bovenstaande situatie voor de markt van brood- en banketproducten en dus voor de bakkerij? Frank Janssen, directeur van NBC geeft aan de hand van data die NBC verzamelt een beschouwing op de huidige situatie en kijkt ook naar de situatie voor de komende jaren.

Ontwikkelingen bakkerijen en bakkerijwinkels

Het aantal traditionele speciaalzaken zoals bakkers, slaggers en groentezaken blijft dit jaar en ook in 2026 dalen. En het aantal ambachtelijke bedrijven dat te koop staat groeit, mede veroorzaakt door de hoge gemiddelde leeftijd van ondernemers en het gebrek aan opvolging. Het aantal winkels, gekoppeld aan ambachtelijke brood- en banketbakkerijen is in 15 jaar met 22% gedaald naar 3.201 op 1 januari 2025 en de verwachting is dat dit aantal de komende jaren verder zal dalen.

Wel zien we een trend van nieuwe ondernemers, vaak in stedelijke gebieden en met gezondheid als extra verkoopargument. Met name de combinatie met zuurdesem, lokale granen of een lunchroom is hierbij populair.

“Een mooi voorbeeld hiervan is Bakkerista in Arnhem die met streekgranen en zuurdesembrood ook een eigen horecagelegenheid heeft. Onder het merk Graangeluk maakt hij naast brood ook pasta en bier,” aldus Frank Janssen.

Bij industriële bakkerijen zien we dat spanningen toenemen. Door de volumedaling bij supermarkten in 2024 zien we de druk op de marges toenemen. Het gevolg is dat supermarkten gevoeliger worden voor de factor prijs en makkelijk wisselen van bakkerij. Dit geeft onrust en onzekerheid onder industriële bakkerijen.

Ontwikkeling broodvolume

In de vorige algemene bakkerij beschouwing (september 2024) schatte NBC een totale volumedaling voor brood in 2024 in van -3%. Uiteindelijk lieten de cijfers van YouGov slechts een daling van -0,5% zien aan het einde van het jaar. Een daling die werd geremd door het herstel van de out-of-home markt met een volumegroei van 10%. Wat wordt de prognose voor 2025?

Supermarkten lieten in de eerste helft van 2025 een volumegroei zien in brood van 2%, een groei die, naar verwachting, ook in de 2 helft geconsolideerd zal worden.

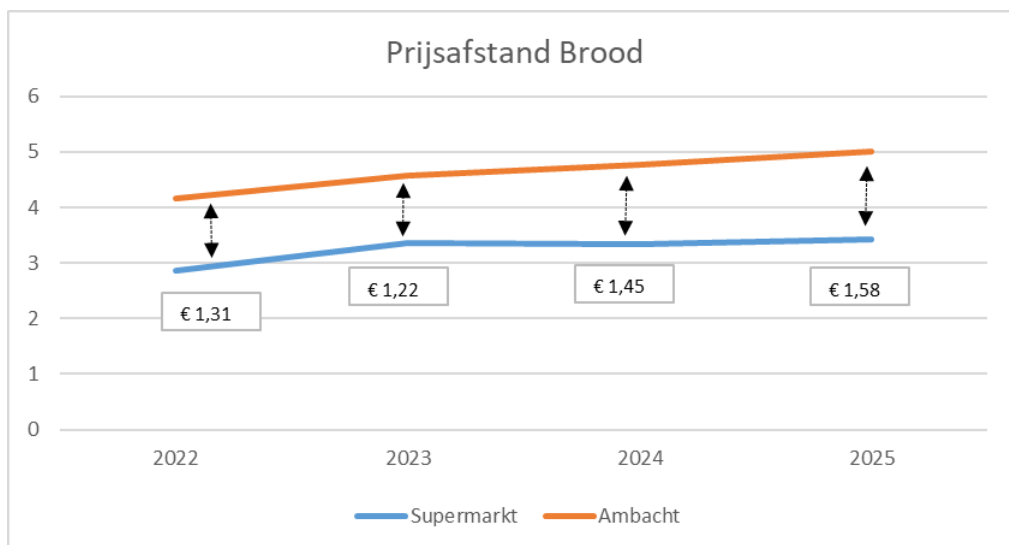
Daartegenover staat een forse daling van het volume bij het ambacht (- 6%). Een daling die mede wordt gerealiseerd omdat het aantal ambachtelijke winkels nog steeds daalt (maar liefst met 98 winkels in de afgelopen 12 maanden (juni 2024 – juni 2025).

Gemiddeld daalde het volume per bakkerijwinkel met -3,1%. Dit jaar (in 2025) zal het volume aandeel van brood voor het ambacht naar verwachting voor het eerst onder de 10% zakken. Een bijzonder laag percentage en het dieptepunt lijkt nog niet bereikt.

Janssen: “De vraag is nu wat de out-of-home markt voor brood in 2025 gaat doen. De verwachting is dat de groei voor brood in de out-of-home markt lager zal uitpakken dan in 2024. De out-of-home markt zit nagenoeg weer op het peil van vóór Corona en de consument houdt nog steeds de hand op de knip.” We gaan uit van een groei van de out-of-home markt van 2 tot 3% (inschatting op basis van cijfers FSIN). Als we deze cijfers doorrekenen komen we uit op een prognose van de" totale volumegroei van brood van tussen de 1 en 2% in 2025.

De broodprijs

Een andere ontwikkeling is dat het verschil in absolute verkoopprijs (de prijsafstand) tussen supermarkten en ambacht in 2025 verder stijgt naar € 1,58 per kilo brood, ten nadele van het ambacht. Het verschil met supermarkten wordt snel groter; dit helpt het ambacht niet.



Banket- en gebakontwikkelingen

Uit onderzoek blijkt dat de populariteit van banket en gebak iets afneemt (periode 2023 – 2025) en met name bij jongeren. En dit is opvallend. De jongere generatie is opgegroeid met gemak en genieten, en zichzelf verwennen is met name belangrijk voor hun mentale welzijn. Ze eten vaak ‘on the go’ en passend in een urban lifestyle waarbij veel buitenhuis gegeten wordt en er gekozen wordt voor het (samen) genieten op elk moment, op elke plaats maar wel met mate. Dit is tegenstelling met Belgische jongeren die juist de grootste banket- en gebak-eters zijn. De oorzaak van het verschil in het gedrag van jongeren in Nederland en België is niet onderzocht. Wel is te zien dat in Nederland anders dan in België iets minder banket en gebak gekocht wordt om samen van te genieten. Nederlanders kopen steeds iets vaker (klein) banket of gebak om alleen op te eten, waardoor het samen genieten iets onder druk staat.

Toch zijn er bij banket positieve ontwikkelingen. Het volume lijkt inde eerste helft van 2025 een nieuwe stimulans te krijgen (+ 5% afgelopen 12 maanden). We praten dan over producten als cake, appelflappen, berliner bollen, donuts, koffiebroodjes, gevulde koeken en eierkoeken. Bij gebak, waaronder klein gebak, taart en vlaai daalde het volume, al is de daling beperkt (- 5% afgelopen 12 maanden). Groter gebak, vooral gegeten in gezelschap, lijkt minder populair. Hierbij speelt ook de prijs een rol.

N.B.: Voor de duidelijkheid: bij banket en gebak meten we alleen het thuisverbruik. Out-of-home wordt, in tegenstelling tot brood, wordt niet meegenomen in de cijfers.

Groeiperspectief

Zoals eerder in deze publicatie aangegeven wordt een groei verwacht van het broodvolume van 1 tot 2%. Voor gebak en banket is het beeld tweeledig. De consument houdt de hand op de knip maar verwent zichzelf. Voor banket wordt in 2025 een groei

van 3 tot 5% verwacht. Voor gebak en dan met name door druk op de grotere porties wordt een daling verwacht van -0,5%.

Personeelstekorten staan groei in de weg

Zowel ambacht als industrie hebben te maken met grote personeelstekorten. Steeds vaker zijn ambachtelijke bakkerijen bepaalde dagen of uren gesloten en is gebrek aan medewerkers een reden om de winkel te sluiten of zelfs de organisatie te stoppen.

De instroom vanuit bakkerij-opleidingen daalt en de uitstroom door vergrijzing stijgt. Dit zorgt voor een groeiende kloof. Oplossingen dienen gezocht te worden in centralisering, efficiency, automatisering, robotisering, digitalisering, etc. Een kant- en-klare oplossing is er helaas niet, constateert Frank Janssen.

5 belangrijke ontwikkelingen op (lange) termijn

- 1. Arbeidskrapte:** Deze trend voerde ook in 2024 deze lijst aan en ook dit jaar neemt arbeidskrapte een nummer 1 positie in. We zullen ons moeten realiseren dat personeel niet langer de meest beschikbare oplossing is en dat we innovatiever moeten worden om onze bedrijfsvoering op peil te houden.
- 2. Eiwitten en vezels:** gezondheid blijft belangrijk bij de aankoop van voeding, maar de trend verschuift zich binnen het thema gezondheid meer richting (plantaardige) eiwitten en de consumptie van vezels. Er is zelfs een trend op TikTok met de naam Fibremaxxing. Een trend waarbij vezels centraal staan.
- 3. Verspilling:** Het weggooien van voeding is 'not done', zowel uit gezondheid, milieu als ethisch perspectief. Voedselverspilling zorgt voor onnodige uitstoot van broeikasgassen, onnodig land- en watergebruik, biodiversiteitsverlies en het onnodig gebruik van grondstoffen, geld en energie.
- 4. Energie:** is een belangrijk thema binnen bakkerijen om de eenvoudige reden dat het energiegebruik bij bakkerijen hoog is, en het aanbod van duurzame alternatieven beperkt. Dit staat duurzaam energiegebruik enigszins in de weg.
- 5. Betaalbare luxe:** consumenten zoeken meer dan voorheen unieke (soms hybride) smaakcombinaties. Vaak in de hoek van gezondheid, met zuurdesem, lokale en seizoensgebonden ingrediënten, maar dan wel tegen een betaalbare prijs. Ook zijn er via social media virale hypes gaande rondom lekkere en originele producten. Voorbeelden van het laatste zijn de cromptouce en crookie. De verwachting is dat deze trend zich de komende jaren verder zal voortzetten.