

Deutsche Ernährungsindustrie 2025:

Ernährungsindustrie steht vor wachsenden Exporthindernissen

Berlin/Bonn, 03.06.2025

Die deutsche Ernährungsindustrie sieht sich im internationalen Geschäft mit zunehmenden administrativen Hürden konfrontiert. Laut dem aktuellen Exportindikator 2025, den die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) gemeinsam mit der AFC Management Consulting GmbH vorgelegt hat, behindern Bürokratie und komplexe Vorschriften den Marktzugang spürbar. Die vom Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) geförderte Studie zeigt: Über die Hälfte der befragten Unternehmen (54 %) ist in den letzten zwölf Monaten an Exportbarrieren gescheitert – vor allem an bürokratischen Anforderungen (22 %) und unrentablen Exportbedingungen (17 %). Besonders betroffen zeigen sich die Branchen Molkereiprodukte, Fleisch sowie alkoholfreie Getränke.

Das Exportklima der deutschen Ernährungsindustrie liegt im Frühjahr 2025 bei plus 17 Prozentpunkten und fällt damit im Vergleich zum Vorjahr um 8 Punkte. Während die aktuelle Geschäftslage auf den Auslandsmärkten mit einem Saldo von plus 25 Prozentpunkten weiterhin stabil eingeschätzt wird, haben sich die Geschäftserwartungen für die kommenden sechs Monate deutlich eingetrübt: Sie liegen nur noch bei plus 9 Prozentpunkten – ein Rückgang um 16 Punkte gegenüber 2024.

„Die aktuelle Geschäftslage der Ernährungsindustrie zeigt eine bemerkenswerte Robustheit. Dennoch sorgen zunehmende geopolitische Spannungen, steigende Kosten und eine zunehmende regulatorische Komplexität für Verunsicherung mit Blick auf die nahe Zukunft“, erklärt Anselm Elles, geschäftsführender Gesellschafter der AFC Consulting Group. „Die Unternehmen stehen vor der Herausforderung, sich in einem sich rasch wandelnden außenwirtschaftlichen Umfeld neu aufzustellen.“

Der Export bleibt für viele Unternehmen ein bedeutendes wirtschaftliches Standbein, wird jedoch zunehmend durch strukturelle Herausforderungen belastet. Die Erschließung neuer Auslandsmärkte ist laut der Studie für viele Unternehmen zeit- und kostenintensiver geworden. So berichten 56 Prozent der befragten Unternehmen über gestiegene Kosten bei der Markterschließung innerhalb der EU, in Drittländern liegt dieser Anteil sogar bei 63 Prozent. Gleichzeitig geben 37 Prozent an, dass sich der Zeitaufwand außerhalb der EU erhöht hat.

Die Unsicherheiten im Hinblick auf mögliche US-Zölle könnten den Außenhandel zusätzlich spürbar negativ beeinflussen. Unter den befragten Unternehmen rechnet ein Viertel im Falle einer Einführung von US-Zöllen mit deutlichen bis starken Umsatzverlusten. Zurückhaltender fallen die Einschätzungen in Bezug auf potenzielle EU-Gegenmaßnahmen aus: 76 Prozent der Befragten erwarten keine Auswirkungen auf ihre Umsätze, während 16 Prozent mit leichten bis deutlichen Einbußen rechnen.

„Die deutschen Lebensmittelhersteller sind international breit aufgestellt – doch die globalen Rahmenbedingungen verändern sich rasant. Politische Unwägbarkeiten und wachsende Anforderungen in Auslandsmärkten erschweren den Marktzugang“, betont Olivier Kölsch, Geschäftsführer der BVE. „Unsere Unternehmen brauchen jetzt mehr denn je verlässliche Rahmenbedingungen, um ihre Stärken – Qualität, Sicherheit und Zuverlässigkeit – auch international weiter ausspielen zu können. Dies ist nur möglich, wenn Wirtschaft und Politik Hand in Hand arbeiten und gemeinsam eine Diversifizierung internationaler Handelsbeziehungen der deutschen Ernährungsindustrie vorantreiben.“

Trotz aller Herausforderungen blickt ein Großteil der Branche auch optimistisch auf neue Möglichkeiten dank technischer Entwicklungen. Der digitale Außenhandel entwickelt sich zunehmend zu einem zentralen Hebel für die internationale Expansion: Zwar nutzen bislang nur 22 Prozent der Unternehmen aktiv B2B-E-Commerce-Plattformen im Außenhandel, doch 55 Prozent bewerten die Bedeutung digitaler Vertriebskanäle bereits als wachsend, insbesondere für die Erschließung neuer Partner in Drittländern.

Im Hinblick auf die geografische Expansion steht die Diversifizierung der Absatzmärkte im Vordergrund. Etwa ein Drittel der befragten Unternehmen plant, neue Exportmärkte zu erschließen. Im Fokus stehen EU-Länder außerhalb des DACH-Raums sowie Brasilien, China, Australien und die Region Südostasien. Ausschlaggebend sind die dortige Marktdynamik und das langfristige Wachstumspotenzial.

Weitere Informationen und der vollständige Exportindikator 2025 stehen unter folgendem Link zur Verfügung:

<https://www.ernaehrungsindustrie.de/publikation/bve-afc-exportindikator-studie-2025/>

Der Exportindikator der deutschen Ernährungsindustrie wird gefördert durch:

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages