

## Pressemappe zur Wirtschaftspressekonferenz Anuga 16. September 2025



Agenda

[2 >>](#)

Rede Gerald Böse

[3 >>](#)

Anuga in Zahlen

[7 >>](#)

PM 17 "Größte Anuga aller Zeiten: Rund 8.000 Aussteller aus 110 Ländern belegen gesamtes Messegelände"

[13 >>](#)

Hallenplan Anuga 2025

[17 >>](#)

Statement BVLH

[18 >>](#)

PM BVE Halbjahresbilanz

[19 >>](#)

Statement DEHOGA Ingrid Hartges

[21 >>](#)

DEHOGA Zwischenbilanz

[29 >>](#)

Anuga

04.10. - 08.10.2025

[www.anuga.com](#)

## Wirtschaftspressekonferenz

Anuga 2025  
16. September 2025, 11 Uhr, digital



**Ausführungen**

**Gerald Böse**  
Vorsitzender der Geschäftsführung, Koelnmesse GmbH

**Olivier Kölsch**  
Geschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE),  
Berlin

**Franz-Martin Rausch**  
Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels e.V.  
(BVLH), Berlin

**Ass. Jur. Ingrid Hartges**  
Hauptgeschäftsführerin des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes e.V.  
(DEHOGA), Berlin

**Moderation**

**Peggy Krause**  
Strategic Marketing Communications Managerin

**Weitere Gesprächsteilnehmer**

**Jan Philipp Hartmann**  
Director Anuga

**Bastian Mingers**  
Geschäftsbereichsleiter Ernährung und Ernährungstechnologie bei der Koelnmesse  
GmbH

Stand: 15.09.2025  
Kürzel: sctz

## Ausführungen von Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH

Anuga 2025  
16. September 2025, 11 Uhr, digital



Anuga  
04.10. - 08.10.2025  
[www.anuga.de](http://www.anuga.de)

Sehr geehrte Damen und Herren,

es ist mir eine große Freude, Sie heute zur Wirtschaftspressekonferenz der Anuga 2025 zu begrüßen.

Die Anuga ist seit Jahrzehnten die unangefochtene Nummer eins der weltweiten Fachmessen für Lebensmittel und Getränke. Sie ist mehr als eine Ausstellung - sie ist Marktplatz, Business-Plattform, Impulsgeber und Taktgeber für eine Branche, die in Deutschland, Europa und weltweit eine enorme wirtschaftliche Bedeutung hat.

### Größte Anuga aller Zeiten

Vom 4. bis 8. Oktober wird Köln erneut zur Welthauptstadt der Ernährungswirtschaft. Die Anuga 2025 ist ausgebucht - und ist mit Blick auf Ausstellerzahl und Fläche die größte Anuga aller Zeiten. In Zahlen bedeutet dies:

- Rund 8.000 Aussteller aus 110 Ländern
- eine Bruttofläche von rund 290.000 m<sup>2</sup>, zu der auch unser neues Confex-Kongresszentrum beiträgt und das Messeangebot perfekt ergänzt.

Auf Besucherseite erwarten wir über 140.000 Fachbesucherinnen und -besucher aus nahezu 195 Ländern.

Mit einem Auslandsanteil von 94 Prozent auf Ausstellerseite ist die Anuga so international wie nie zuvor. Sie vereint unter einem Dach zehn Fachmessen - von Fine Food bis Dairy, von Drinks bis Chilled & Fresh Food - und bildet so die gesamte Wertschöpfungskette der globalen Food-Branche ab.

Diese Dimensionen markieren eine Größenordnung, die insbesondere in punkto Ausstellerzahl und Internationalität im weltweiten Fachmessevergleich, ihresgleichen sucht. Sie sind ein sichtbares Signal für die Wirtschaftskraft und die Rolle der Anuga als wichtigste Business-Plattform der globalen Food & Beverage-Industrie.

### Globale Wirtschaftskraft

Die größten Länderbeteiligungen kommen aus Italien, Spanien, China, Deutschland, Frankreich, Griechenland, den Niederlanden, Polen, der Türkei und den USA. Sie bringen zusammen mehrere tausend Unternehmen nach Köln - von Weltmarktführern

bis hin zu hochspezialisierten Nischenanbietern.

Seite  
2/4

174 Gruppenbeteiligungen aus 78 Ländern verdeutlichen die enorme internationale Resonanz. Allein die fünf größten Pavillons - aus der Türkei, China, Italien, Spanien und den USA - belegen Flächen von jeweils bis zu 6.000 Quadratmetern.

Für viele Unternehmen ist die Anuga der entscheidende Ort, um neue Märkte zu erschließen, Geschäftsabschlüsse vorzubereiten und globale Trends live zu erleben.

Studien des AUMA zeigen, dass auf deutschen Leitmessen jährlich Aufträge im Wert von mehreren hundert Milliarden Euro vorbereitet werden. Übertragen auf die Anuga bedeutet das, dass zusammengenommen die Aussteller und Besucher Märkte mit einer jährlichen Kaufkraft von über 9 Billionen US-Dollar repräsentieren - und die Anuga ist das Schaufenster und die Drehscheibe dieser enormen Wirtschaftsleistung.

#### **Neue Hallenstruktur und Themenbereiche**

Die Anuga 2025 bringt einige sichtbare Neuerungen mit sich. Dazu gehört die überarbeitete Hallenstruktur, die Besucherinnen und Besuchern noch mehr Klarheit und Orientierung verschafft. Segmente, die inhaltlich eng miteinander verbunden sind, rücken näher zusammen. So wird die neu geschaffene **Anuga Alternatives** künftig in Halle 1 angesiedelt - mit direkter Anbindung an den größten Bereich der Messe, die **Anuga Fine Food**, die sich traditionell über mehrere Hallen erstreckt. Gleichzeitig sind die Bereiche der **Anuga Meat** nun in den Hallen 6, 7 und 9 räumlich gebündelt. Diese Neustrukturierung ist mehr als eine logistische Anpassung - sie trägt dazu bei, Inhalte stärker zu verzähnen und den Austausch zwischen Ausstellern und Fachbesuchenden noch effizienter zu gestalten.

#### **Boulevard of Innovations - Puls der Messe**

Die Anuga 2025 ist nicht nur die größte Messe der Lebensmittelwirtschaft weltweit, sondern steht auch wieder für Innovationen aus aller Welt.

Mit der neuen Fachmesse Anuga Alternatives rücken wir erstmals Produkte aus alternativen Proteinquellen ins Zentrum - von pflanzenbasierten Innovationen bis zu zellkultivierten Lebensmitteln.

Herzstück dieses Bereichs ist die Anuga Horizon Stage. Dort werden Expertinnen und Experten aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft diskutieren, wie künstliche Intelligenz, Kreislaufwirtschaft oder Nachhaltigkeit die globale Ernährung verändern.

Der Boulevard of Innovations mit über 100 Start-ups, die Trend Zone mit den neuesten Marktdaten und die Anuga taste Innovation Show machen die Messe zum Hotspot für Ideen und Investitionen. Hier entstehen Impulse, die weit über den Messestandort Köln hinaus wirken und zeigen, welche Produkte demnächst in den Handel kommen könnten.

## Kongresse und Eventprogramm

Seite  
3/4

Die Anuga wäre nicht die Anuga ohne ihr umfangreiches Kongress- und Eventprogramm. Besonders hervorheben möchte ich das 1. Anuga Halal Forum, das wir gemeinsam mit der Islamic Chamber for Halal Services veranstalten. Unter dem Titel „Halal Food: A Global Gateway to Growth“ wird es zum zentralen Treffpunkt für eine Branche, die weltweit enorme Wachstumsraten verzeichnet.

Mit der International Frozen Food Conference, die in Kooperation mit dem International Frozen Food Network (IFFN) und der Global Cold Chain Alliance (GCCA) bereits zum zweiten Mal stattfindet, setzen wir einen weiteren Akzent. Gemeinsam mit dem Deutschen Tiefkühlinstitut feiern wir zudem im Rahmen der Anuga 70 Jahre Tiefkühlkost in Deutschland! Auch in diesem Segment war die Anuga führend, denn 1955 präsentierten eine Handvoll Hersteller hier in Köln erstmals tiefgekühlte Lebensmittel für den deutschen Handel.

Ergänzt wird das Programm durch das Forum Systemgastronomie des DEHOGA, das mittlerweile zur festen Institution geworden ist und Impulse für den Außer-Haus-Markt liefert.

## Partnerland Korea

Ein Höhepunkt ist unser Partnerland Korea. Unter dem Motto „Flavour meets Trends“ präsentieren mehr als 100 Aussteller am Gemeinschaftsstand in der Halle 5.2 und einem Live Cooking Stand im Boulevard eine der dynamischsten Food-Nationen weltweit - von traditionellen fermentierten Spezialitäten bis zu modernen Food-Tech-Lösungen. Wir freuen uns zudem besonders, dass die Ministerin für Landwirtschaft, Ernährung und ländliche Angelegenheiten Miryung Song, die Anuga mit eröffnen wird. Darüber hinaus können Besuchende und Pressevertreter an täglich stattfindenden Guided Touren teilnehmen. Korea verbindet Tradition und Innovation auf einzigartige Weise und wird für Fachbesucher zu einem echten Erlebnis.

## Politische und ökonomische Bedeutung

Die Anuga ist aber nicht nur eine Messe, sie ist ein wirtschaftspolitisches Forum. Themen wie Ernährungssicherheit, resiliente Lieferketten, Nachhaltigkeit und internationaler Handel werden hier praxisnah diskutiert - und mit konkreten Lösungen verknüpft.

In Zeiten geopolitischer Spannungen zeigt die Anuga: Köln ist ein Ort des Dialogs, der Brücken baut und gemeinsame Lösungen ermöglicht.

Wir freuen uns auch auf den Besuch politischer Größen wie den Bundesminister für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat Alois Rainer, sowie die Botschafter unter anderem aus den USA, Brasilien, Paraguay, Italien, Griechenland oder der Türkei.

## Internationale Dimension der Anuga

Die Stärke der Anuga liegt nicht nur in Köln, sondern auch in ihrem weltweiten Netzwerk. Mit Satellitenveranstaltungen in Brasilien, China, Indien, Japan und Thailand sowie den jüngsten Neuzugänge Tuttofood in Mailand und der Anuga Select Ibérica in Madrid, wächst die Marke kontinuierlich. Heute umfasst das Portfolio 10 internationale Formate mit rund 16.000 Ausstellern und 400.000 Fachbesuchenden pro Jahr.

Unser Leitgedanke „Global denken, lokal umsetzen“ zieht sich durch all diese Veranstaltungen. Asien bringt Dynamik in Convenience und Digitalisierung, Lateinamerika überzeugt mit Vielfalt und starken Gastronomiemärkten, Europa setzt Maßstäbe in Qualität und Nachhaltigkeit. Gemeinsam bilden diese Formate ein Ökosystem, das die Ernährungswirtschaft weltweit vernetzt und fördert.

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Anuga 2025 zeigt auch in Zeiten wirtschaftlicher und geopolitischer Herausforderung, dass sie zum wichtigsten weltweiten Business-Netzwerk der Ernährungsbranche gehört. Sie ist die Bühne der globalen Ernährungswirtschaft, ein Treffpunkt für Entscheider aus aller Welt und ein Impulsgeber für Milliardenumsätze. Sie zeigt eindrucksvoll: Die Zukunft der Ernährung wird in Köln sichtbar - und verhandelt.

Zum Abschluss möchte ich gern einen organisatorischen Hinweis für alle, die zur Anuga anreisen, geben. In diesem Jahr haben wir das einmalige Ereignis, dass am 5. Oktober neben der Anuga auch der Köln Marathon stattfindet. Da treffen zwei Großereignisse in Köln aufeinander, die nicht nur immens viele Menschen begeistern, sondern auch Bewegung, Gesundheit und diesbezüglich fördernde Produkte unter dem Dach dieser zwei Großereignisse vereint. Wir empfehlen daher aber auch, frühzeitig anzureisen, auf den ÖPNV zu setzen und sich über die Anuga-Website regelmäßig dazu informieren.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit - und freue mich sehr darauf, Sie alle im Oktober auf der Anuga in Köln begrüßen zu dürfen.

Vielen Dank.

Stand: 15.09.2025

Kürzel: sctz



# Anuga 2025

## Wirtschaftspressekonferenz

## Zahlen und Fakten

**Anzahl Aussteller**  
8.015

**Anteil Ausland**  
94 Prozent

**Anzahl Länder**  
110

# Größte Länderbeteiligungen

Belgium



China



Germany



France



Greece



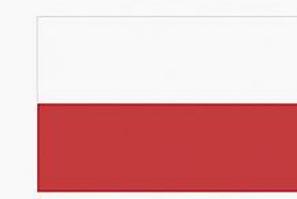
Italien



Niederlande



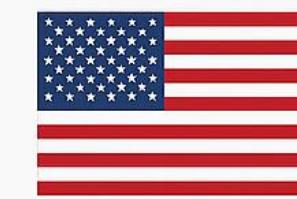
Polen



Spanien

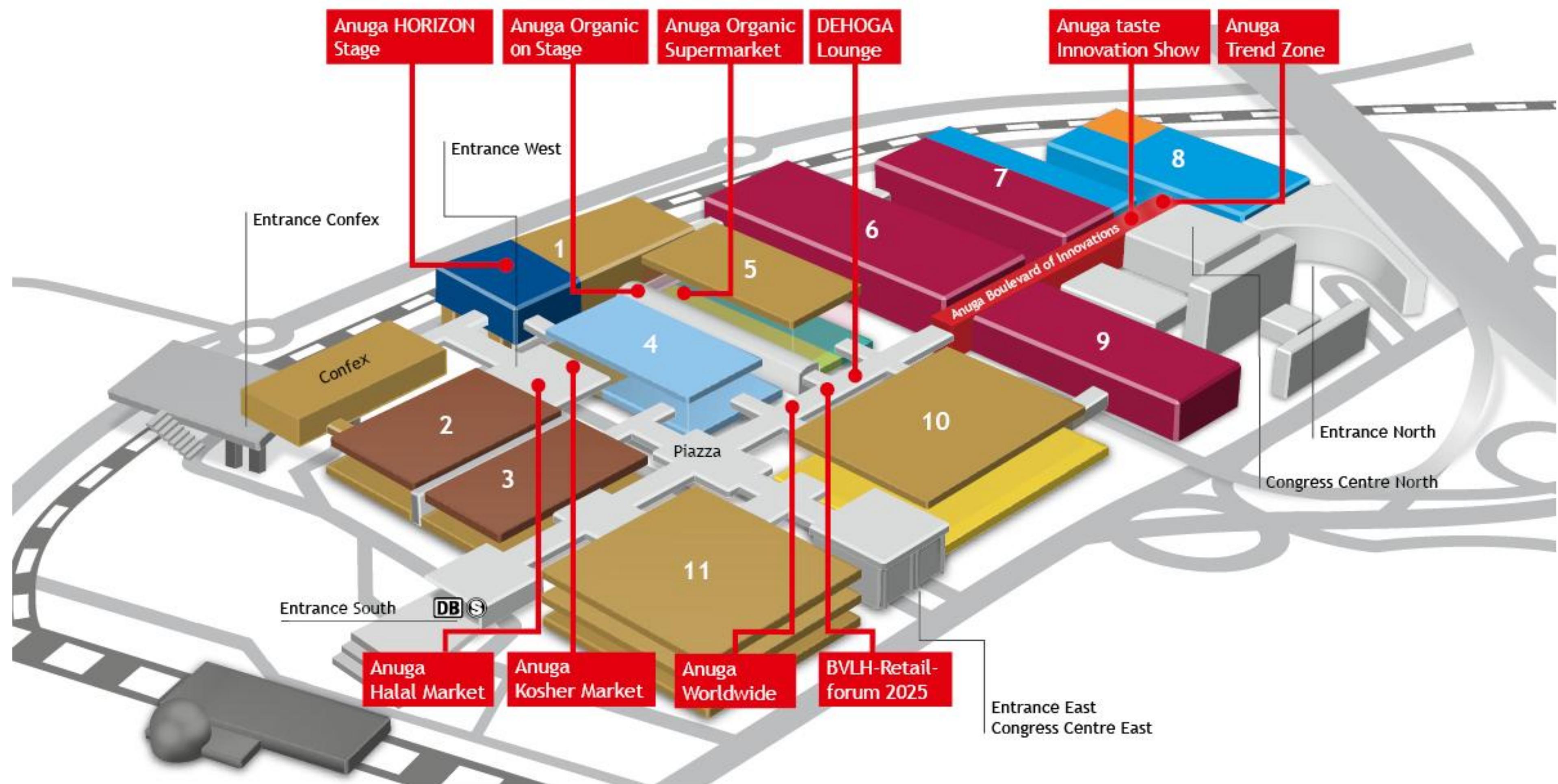


USA



# Tabellarische Übersicht der Länderbeteiligungen

Land	Anzahl Aussteller	Fläche in m <sup>2</sup>
Belgien	180	5.088
China	631	5.842
Deutschland	475	18.219
Frankreich	209	4.455
Griechenland	291	6.525
Italien	882	23.547
Niederlande	270	8.610
Polen	257	5.835
Spanien	607	13.201
Türkei	396	9.102
USA	173	4.054





Kontakt

## Peggy Krause

---

[p.krause@koelnmesse.de](mailto:p.krause@koelnmesse.de)

+49 17612562817



Nr. 17 / September 2025, Köln  
#weareanuga #sustainablegrowth

## Größte Anuga aller Zeiten: Rund 8.000 Aussteller aus 110 Ländern belegen gesamtes Messegelände

Über 140.000 Fachbesucherinnen und -besucher erwartet +++ Korea als Partnerland mit über 100 Ausstellern+++ Vielseitiges Event- und Kongressprogramm



Anuga  
04.10. - 08.10.2025  
[www.anuga.de](http://www.anuga.de)

Mit rund 8.000 Ausstellern aus 110 Ländern und einer Bruttofläche von rund 290.000 m<sup>2</sup> ist die Anuga 2025 die größte Ausgabe in ihrer Geschichte. Vom 4. bis 8. Oktober wird Köln erneut zur Welthauptstadt der Ernährungswirtschaft und zum Treffpunkt von über 140.000 Fachbesucherinnen und -besuchern aus nahezu 200 Ländern. Mit einem Auslandsanteil von 94 Prozent setzt die Anuga neue Maßstäbe in Internationalität und Branchenbedeutung.

Die größten Länderbeteiligungen kommen aus Italien, Spanien, China, Deutschland, Frankreich, Griechenland, den Niederlanden, Polen, der Türkei und den USA. Insgesamt präsentieren 174 Gruppenbeteiligungen aus 78 Ländern ihr Portfolio - allein die fünf größten Pavillons aus Istanbul, China, Italien, Spanien und den USA umfassen Flächen von bis zu 6.000 Quadratmetern.

„Die Anuga ist weit mehr als eine Messe - sie ist Marktplatz, Impulsgeber und Taktgeber für die globale Ernährungswirtschaft. In Köln treffen sich die führenden Köpfe der Branche, um Innovationen zu präsentieren und die Trends von morgen zu diskutieren. Damit wird die Zukunft der Ernährung hier sichtbar - und zugleich verhandelbar“, sagt **Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH**.

Mit einer überarbeiteten Hallenstruktur schafft die Anuga 2025 zudem mehr Übersicht und Nähe zwischen verwandten Segmenten. Segmente, die inhaltlich eng miteinander verbunden sind, rücken näher zusammen. So wird die neu geschaffene Anuga Alternatives künftig in Halle 1 angesiedelt - mit direkter Anbindung an den größten Bereich der Messe, die Anuga Fine Food, die sich traditionell über mehrere Hallen erstreckt. Gleichzeitig sind die Bereiche der Anuga Meat nun in den Hallen 6, 7 und 9 räumlich gebündelt.

### Neue Fachmesse und Innovationen

Innovationen aus aller Welt stehen erneut im Mittelpunkt. Mit der neuen Fachmesse Anuga Alternatives werden pflanzenbasierte und zellkultivierte Produkte in den Fokus gerückt. Darüber hinaus bilden die Anuga Trend Zone Bühne mit aktuellen Marktdaten, die Anuga taste Innovation Show mit den Top Innovationen der Anuga 2025 sowie eine Fläche von über 100 Start-ups den Boulevard of Innovations als Hotspot für Food-Trends und Investitionen.

Ihr Kontakt bei Rückfragen:  
Patrick Schmitz  
Telefon  
+49 221 821-3083  
E-Mail  
[p.schmitz@koelnmesse.de](mailto:p.schmitz@koelnmesse.de)

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Postfach 21 07 60  
50532 Köln  
Deutschland  
Telefon +49 221 821-0  
Telefax +49 221 821-2574  
[info@koelnmesse.de](mailto:info@koelnmesse.de)  
[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Geschäftsführung:  
Gerald Böse (Vorsitzender)  
Oliver Frese

Vorsitzende des Aufsichtsrats:  
Oberbürgermeisterin Henriette Reker

Sitz der Gesellschaft und  
Gerichtsstand: Köln  
Amtsgericht Köln, HRB 952

**Das Event- und Kongressprogramm umfasst zahlreiche Höhepunkte:**

Seite

2/4

- Halal Forum in Kooperation mit der Islamic Chamber for Halal Services unter dem Titel „Halal Food: A Global Gateway to Growth“.

- Anuga Horizon Stage mit Paneldiskussionen Best Practices zu künstlicher Intelligenz, Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit

- International Frozen Food Conference (mit IFFN und GCCA) sowie Feierlichkeiten zu 70 Jahren Tiefkühlkost in Deutschland.

- Forum Systemgastronomie DEHOGA mit Impulsen für den Außer-Haus-Markt.

**Korea präsentiert sich als Partnerland**

Ein besonderer Höhepunkt der Anuga 2025 ist das Partnerland Korea. Unter dem Motto „Flavour meets Trends“ präsentieren mehr als 100 Aussteller eine der dynamischsten Food-Nationen weltweit.

**Korea überzeugt mit einer einzigartigen Kombination aus Tradition und Innovation:**

- Traditionelle Küche mit fermentierten Spezialitäten wie Kimchi, Sojasaucen oder Gochujang, die längst weltweite Food-Trends setzen.

- Moderne Food-Tech-Lösungen aus dem Bereich alternative Proteine, Smart Farming und digitale Lieferketten.

- Starke Exportwirtschaft, die Korea zu einem Motor der globalen Ernährungsindustrie macht.

Das Partnerland-Programm umfasst darüber hinaus kulturelle Veranstaltungen, Kochshows und Verkostungen, die den Messebesuch für Fachpublikum zu einem besonderen Erlebnis machen. Ergänzt wird der Auftritt durch Delegationen aus Politik und Wirtschaft, die die internationale Bedeutung Koreas als Innovations- und Handelspartner unterstreichen. „Mit Korea als Partnerland gewinnen wir eine Food-Nation, die wie kaum eine andere Tradition und Hightech verbindet. Dieser Auftritt wird nicht nur Genuss, sondern auch Inspiration für die ganze Branche bieten“, erklärt Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH.

**Anuga - Eine globale Wirtschaftskraft**

Neben Branchenentscheidern werden auch hochrangige politische Gäste erwartet, darunter der Bundesminister für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat, Alois Rainer, sowie Vertreterinnen und Vertreter der koreanischen Regierung, u.a. die Ministerin für Landwirtschaft, Ernährung und ländliche Angelegenheiten Miryung Song. Auch Botschafter unter anderem aus den USA, Brasilien, Italien und Griechenland haben sich angekündigt.

Darüber hinaus wächst das Anuga-Netzwerk weltweit: Mit neun Satellitenveranstaltungen unter anderem in Brasilien, China, Indien, Japan, Thailand und neu Italien und Spanien sowie der Anuga in Köln umfasst das Portfolio rund 16.000 Ausstellende und 400.000 Fachbesucherinnen und -besucher.

#### Organisatorischer Hinweis

In diesem Jahr haben wir das einmalige Ereignis, dass am 5. Oktober neben der Anuga auch der Köln Marathon stattfindet. Da treffen zwei Großereignisse in Köln aufeinander, die immens viele Menschen begeistern und unsere Stadt von ihrer vitalsten Seite zeigen. Wir empfehlen daher, frühzeitig anzureisen, auf den ÖPNV zu setzen und sich über die Anuga-Website regelmäßig dazu informieren.

#### Koelnmesse - Fachmessen für die Lebensmittelbranche und Lebensmittelproduktion:

Die Koelnmesse ist ein internationaler Marktführer in der Organisation von weltweiten Fachmessen für die Lebensmittel- und Getränkebranche sowie die Lebensmittelproduktion. Mit Veranstaltungen wie der Anuga, Anuga FoodTec, ISM und ProSweets Cologne deckt die Koelnmesse ein breites Spektrum ab - von den Zutaten über die Produktion und Verpackung bis hin zur fertigen Ware sowie den neuesten Technologien und Innovationen. Diese weltweit führenden Fachmessen, die in Köln stattfinden, setzen Maßstäbe in ihren jeweiligen Bereichen. Darüber hinaus organisiert die Koelnmesse zahlreiche Fachmessen mit branchenspezifischen Schwerpunkten in weiteren wichtigen Märkten weltweit, darunter Brasilien, China, Indien, Italien, Japan, Kolumbien, Thailand und die Vereinigten Arabischen Emirate. Durch diese globalen Aktivitäten bietet die Koelnmesse ihren Kund:innen maßgeschneiderte Veranstaltungen und führende regionale Fachmessen in einer Vielzahl von Märkten, was die Grundlage für nachhaltige internationale Geschäfte schafft. Die Koelnmesse ist somit bestens positioniert, um Innovationen und Entwicklungen sowohl in der Lebensmittelbranche als auch in der Lebensmittelproduktion voranzutreiben.

Weitere Infos: <https://www.anuga.de/die-messe/anuga/branchenmessen/>

#### Die nächsten Veranstaltungen:

Anuga - Die Leitmesse für die globale Ernährungswirtschaft, Köln 04.10. - 08.10.2025  
LogiMAT & LogiFOOD Southeast Asia - The Premier Trade Show for Intralogistics, Process Management and Cold Chain Solutions, Bangkok 15.10. - 17.10.2025

#### Anmerkung für die Redaktion:

Fotomaterial der Anuga finden Sie in unserer Bilddatenbank im Internet unter <https://www.anuga.de/presse/multimedia/bilddatenbank/>.  
Presseinformationen finden Sie unter <https://www.anuga.de/presse/presseinformationen/presseinformationen-der-anuga/>.  
Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.

#### Anuga im Social Web:

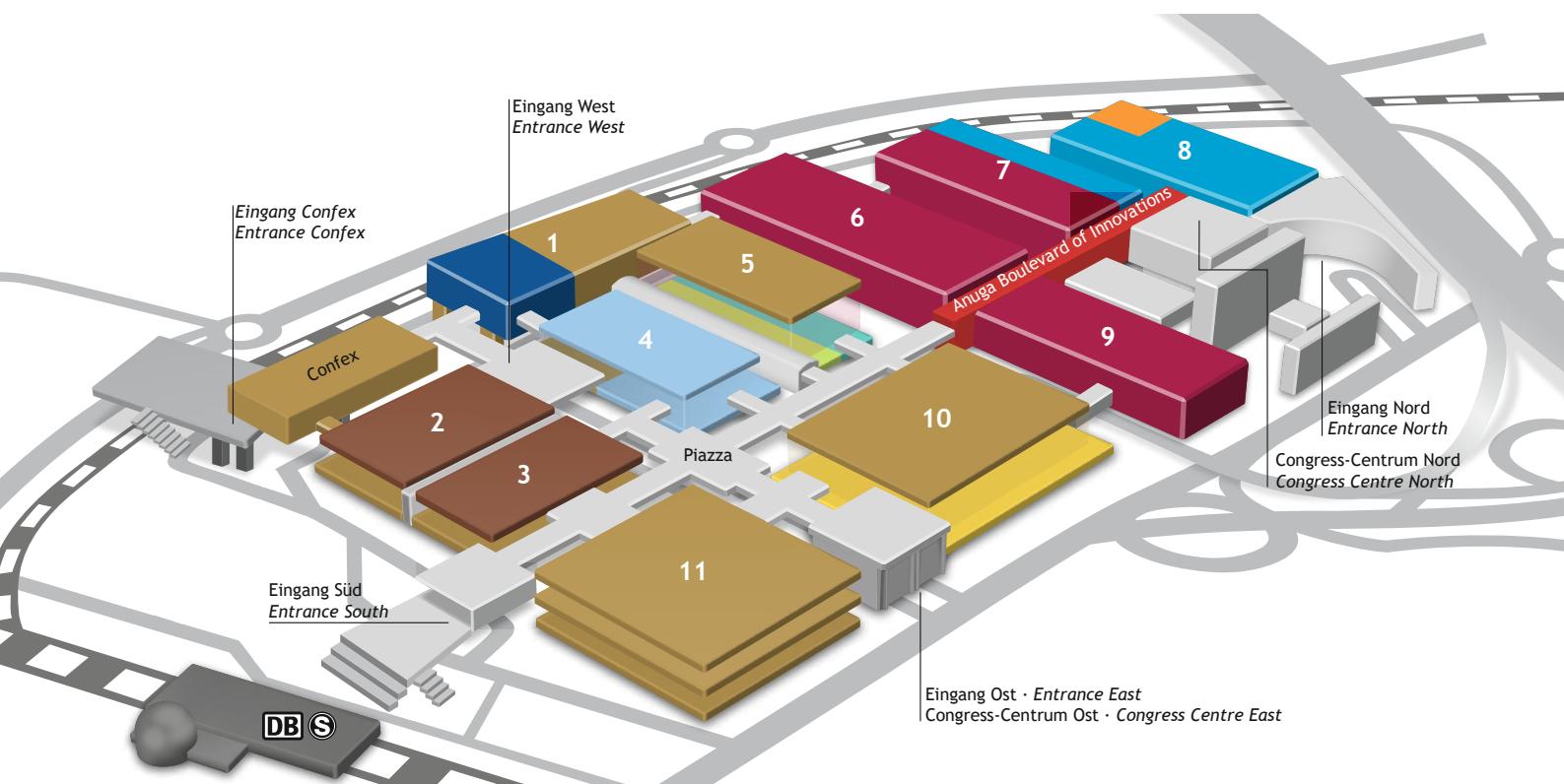
<https://www.facebook.com/anugacologne>  
<https://www.instagram.com/anugacologne/>  
<https://www.linkedin.com/company/anugashowcase>

#### Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Patrick Schmitz  
Public and Media Relations Manager

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Deutschland  
Telefon: +49 221 821 3083  
E-Mail: [p.schmitz@koelnmesse.de](mailto:p.schmitz@koelnmesse.de)  
[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Seite  
4/4



Hallen   Halls	Fachmessen   Specialized trade shows
Confex, 1, 2.1, 3.1, 4.1, 5.2, 10.2, 11, Passage 4/5	<b>ANUGA FINE FOOD</b> Feinkost, Gourmet und Grundnahrungsmittel <i>Gourmet and delicatessen products and general provisions</i>
4.1, 4.2	<b>ANUGA FROZEN FOOD</b> Tiefkühlkost und Eiskrem-Erzeugnisse <i>Frozen food and ice cream products</i>
6, 7, 9	<b>ANUGA MEAT</b> Fleisch, Wurst, Wild und Geflügel <i>Meat, sausage, game and poultry</i>
5.1	<b>ANUGA CHILLED &amp; FRESH FOOD</b> Frische Convenience, Frische Feinkost, Fisch, Obst und Gemüse <i>Fresh convenience and delicatessen products, fish, fruit and vegetables</i>
10.1	<b>ANUGA DAIRY</b> Milch- und Molkereiprodukte <i>Dairy products</i>

Hallen   Halls	Fachmessen   Specialized trade shows
2.2, 3.2	<b>ANUGA BREAD &amp; BAKERY</b> Brot, Backwaren und Brotaufstrich <i>Bread, baked goods and spreads</i>
8	<b>ANUGA HOT BEVERAGES</b> Heißgetränke <i>Hot beverages</i>
7, 8	<b>ANUGA DRINKS</b> Getränke <i>Drinks</i>
5.1	<b>ANUGA ORGANIC</b> Bio-Produkte, Anuga Organic Supermarket, Anuga Organic on Stage (Pass. 4/5) <i>Organic products, Anuga Organic Supermarket, Anuga Organic on Stage (Passage 4/5)</i>
1	<b>ANUGA ALTERNATIVES</b> Alternative Fleisch-, Fisch-, Molkerei- und Ei-Produkte, Anuga Horizon Stage <i>Alternative Meat, Fish, Dairy and Egg Products Anuga Horizon Stage</i>
	<b>ANUGA BOULEVARD OF INNOVATIONS</b> Start-Ups, Trend Zone, Anuga taste Innovation Show

# PRESSESTATEMENT

## Franz-Martin Rausch, BVLH-Hauptgeschäftsführer

Trotz weltweiter Krisen, geopolitischer Spannungen und wirtschaftlicher Unsicherheiten zeigt sich der deutsche Lebensmitteleinzelhandel (LEH) als bemerkenswert stabil, innovationsfreudig und nachhaltig aufgestellt. In einem global herausfordernden Umfeld beweist die Branche nicht nur ihre Versorgungssicherheit, sondern auch ihre Fähigkeit, ökonomische Tragfähigkeit mit ökologischer und sozialer Verantwortung zu verbinden. Die ANUGA 2025, die in wenigen Tagen ihre Tore öffnet, wird erneut zur internationalen Bühne, auf der diese Stärken sichtbar werden.

Unter dem Leitthema „Sustainable Growth“ widmet sich die ANUGA einer der drängendsten Fragen unserer Zeit: Wie kann wirtschaftliches Wachstum nachhaltig gestaltet werden? Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel zeigt konkrete Antworten. Mit einem Jahresumsatz von über 211 Milliarden Euro allein im Jahr 2024 ist die Branche nicht nur ein wirtschaftliches Schwergewicht, sondern auch ein gesellschaftlicher Stabilitätsanker. Discounter, Supermärkte und SB-Warenhäuser leisten einen zentralen Beitrag zur zuverlässigen Versorgung der Bevölkerung – und das trotz steigender Kosten für Energie, Logistik und Personal.

Die aktuellen globalen Herausforderungen – vom Klimawandel über Rohstoffknappheit bis hin zu internationalen Handelskonflikten – wirken sich spürbar auf die Lebensmittelversorgung aus. Dennoch gelingt es dem LEH, flexibel und zukunftsorientiert zu handeln: Unternehmen investieren in resiliente Lieferketten, kooperieren verstärkt mit regionalen Produzenten und setzen auf pflanzenbasierte, nachhaltige Sortimente. Damit wird nicht nur die Importabhängigkeit reduziert, sondern auch ein aktiver Beitrag zum Klimaschutz geleistet.

Die Struktur der Branche zeigt eine einzigartige Vielfalt: Globale Markenhersteller treffen auf regionale Erzeuger, industrielle Verarbeitung steht im Austausch mit bäuerlicher Landwirtschaft. Besonders in den Bereichen Tierhaltung und Milchwirtschaft ist der Wandel deutlich spürbar – mit Herausforderungen, aber auch mit großem Potenzial. Der Lebensmitteleinzelhandel übernimmt hier Verantwortung, setzt auf Partnerschaften, Qualitätstransparenz und den Dialog mit Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Gleichzeitig formuliert die Branche klare politische Erwartungen: Es braucht eine europäisch koordinierte Handelspolitik, die Marktbarrieren abbaut und nachhaltige Produktionsstrukturen fördert. Die Stärkung regionaler Wirtschaftskreisläufe, gezielte Anreize für mehr Tierwohl sowie gute Rahmenbedingungen für die landwirtschaftliche Urproduktion sind zentrale Bausteine für ein zukunftsfähiges Ernährungssystem.

Der deutsche Lebensmitteleinzelhandel ist damit weit mehr als ein wirtschaftlicher Akteur – er ist ein Treiber für Innovation und Nachhaltigkeit sowie ein Vorbild für andere Länder.

# PRESSEINFORMATION

## Deutsche Ernährungsindustrie im dritten Jahr der Rezession

Bundesvereinigung der  
Deutschen Ernährungsindustrie e. V.  
Claire-Waldhoff-Straße 7  
10117 Berlin  
Telefon +49 30 200786-167  
[numrich@ernaehrungsindustrie.de](mailto:numrich@ernaehrungsindustrie.de)  
[www.ernaehrungsindustrie.de](http://www.ernaehrungsindustrie.de)

**Berlin, 16. September 2025.** Die deutsche Ernährungsindustrie erwirtschaftete zwischen Januar und Juni 2025 118,8 Milliarden Euro. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ist das ein realer Rückgang um 0,9 Prozent. Damit verzeichnen die Lebensmittelhersteller erneut ein Minus und die Branche befindet sich im dritten Jahr der Rezession.

Im Inland lag der Umsatz bei insgesamt 74,8 Milliarden Euro, was einem preisbereinigten Rückgang um minus 1,9 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum entspricht.

Im Ausland stieg der nominale Umsatz um deutliche 8,1 Prozent und betrug 44,0 Milliarden Euro. Real legte das Auslandsgeschäft damit noch um 1,1 Prozent zu, was den Gesamtrückgang jedoch nur geringfügig abfederte. Vor dem Hintergrund der schwachen Inlandsnachfrage gewinnt das Exportgeschäft für die Branche weiter an Bedeutung, die Exportquote stieg leicht auf 37,1 Prozent.

Während die Verkaufspreise der Lebensmittelhersteller an die Händler im Inland um 3,3 Prozent anzogen, stiegen sie im Ausland mit 6,9 Prozent deutlich stärker.

### Schwache Inlandsnachfrage und belastete Exportstimmung

Die wirtschaftliche Lage war geprägt von Unsicherheiten durch die vorgezogenen Neuwahlen im Februar 2025 und durch die Ankündigung neuer Zölle durch die US-Administration. Hohe Arbeits- und Energiekosten sowie bürokratische Belastungen setzten die deutsche Ernährungsindustrie zusätzlich unter Druck. Zwar konnte sich das Auslandsgeschäft vorerst behaupten, doch waren die positiven Effekte teilweise Sondereffekten im Zusammenhang mit den erwarteten US-Zöllen geschuldet. Im März kam es zu einem sprunghaften Anstieg der Exporte, insbesondere in die USA und nach China, womit es sich um Vorzieheffekte handeln dürfte.

Insgesamt beurteilen die Unternehmen ihre Wettbewerbsposition auf Auslandsmärkten zunehmend kritischer. Dies zeigen sowohl das BVE-Exportbarometer als auch die ifo-Konjunkturumfrage vom Juli. Auch die Erwartungen an das Exportgeschäft für die nächsten drei Monate zeigten sich zuletzt laut ifo-Konjunkturumfrage stark eingetrübt. Im August fiel das Barometer für die Exporteinschätzung der nächsten drei Monate sogar auf den niedrigsten Stand seit April 2020 – dem Beginn der Corona-Pandemie!

Auch der ifo-Geschäftsklimaindex für die Ernährungsindustrie zeigte sich zuletzt im August deutlich eingetrübt und fiel mit 89,5 Punkten auf den niedrigsten Stand seit Februar 2023. Noch stärker als die Bewertung der aktuellen Geschäftslage rutschten dabei die Geschäftserwartungen in den Keller. Die Einschätzung der aktuellen und zukünftigen Ertragslage hat sich danach bei den deutschen Lebensmittelherstellern ebenfalls verschlechtert. Ein nachhaltiger Wachstumstrend für die deutsche Ernährungsindustrie ist immer noch nicht in Sicht.

### **Keine Entlastung bei Rohstoffpreisen**

Die Erzeugerpreisindizes landwirtschaftlicher Produkte sind weiter gestiegen und lagen im Vergleich zum Vorjahreshalbjahr bei plus 1,8 Prozent, wobei sich tierische und pflanzliche Produkte gegenläufig entwickeln. Produkte tierischer Erzeugung verteuerten sich um 9,1 Prozent, wobei die Preise für Milch sowie für Rinder und Kühe besonders stark stiegen. Pflanzliche Produkte wurden dagegen um 8,6 Prozent günstiger; hier gaben vor allem Kartoffeln, Zuckerrüben und Braugerste nach. Gegen den Trend legten Futterweizen, Getreide und Obst im Preis zu.

„Für unsere Unternehmen zählt vor allem die Verlässlichkeit der politischen Entscheidungen. Die angekündigten Entlastungen müssen jetzt schnell und umfangreich kommen. Auch die überbordende Bürokratie auf deutscher und europäischer Ebene muss zurückgestutzt werden“, sagt Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE).

**In der Ernährungsindustrie erwirtschaften knapp 6.000 Betriebe einen jährlichen Umsatz von 232,7 Mrd. Euro. Mit rund 658.000 Beschäftigten ist diese Branche bei den Beschäftigtenzahlen der viertgrößte Industriezweig Deutschlands und nach Umsatz sogar der drittgrößte. Dabei ist die Branche klein- und mittelständisch geprägt: 90 Prozent der Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie gehören dem Mittelstand an. Die Exportquote von 36 Prozent zeigt, dass Kunden auf der ganzen Welt die Qualität deutscher Lebensmittel schätzen.**

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Oliver Numrich  
Leiterin der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Tel. +49 30 200786-167  
E-Mail: [numrich@ernaehrungsindustrie.de](mailto:numrich@ernaehrungsindustrie.de)

# PRESSEKONFERENZ

## Statement

### **Ingrid Hartges**

Hauptgeschäftsführerin  
des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes e.V.  
(DEHOGA Bundesverband)

anlässlich der

### **Wirtschaftspressekonferenz zur Anuga 2025**

Berlin, 16. September 2025

(Stand 15. September 2025)

**Es gilt das gesprochene Wort.**

Meine sehr verehrten Damen und Herren,  
auch beim DEHOGA Bundesverband laufen die  
**Vorbereitungen** für die Anuga auf Hochtouren.  
Mit großer Vorfreude blicken wir auf das  
**Branchenhighlight im Herbst.**

Seit Jahrzehnten ist der DEHOGA **starker Partner** der Anuga und der Koelnmesse. Wir freuen uns auf das Wiedersehen, die Gespräche und den Austausch – heute wichtiger denn je.

### **Lage der Branche bleibt angespannt**

---

Das Gastgewerbe steht im Herbst 2025 unter **massivem Druck**. Die Zahlen sind eindeutig.

Im ersten Halbjahr verzeichnete die Branche laut dem Statistischen Bundesamt ein **reales Minus von 15,1 Prozent** gegenüber 2019 und **3,7 Prozent weniger als im Vorjahr**. Besonders schwer hat es die Gastronomie: Im ersten Halbjahr sanken hier die Umsätze gegenüber Vorjahr um **4,1 Prozent**. Verglichen mit 2019 schlug ein Minus von **17,4 Prozent** zu Buche.

Die Gründe: **Steigende Kosten und sparsame Gäste**. Die Inflation trifft Verbraucher wie Betriebe gleichermaßen. Preissensibilität und Konsumzurückhaltung nehmen zu. Viele Menschen gehen seltener essen, wählen günstigere Gerichte oder verzichten zum Beispiel auf Vorspeisen oder Desserts.

Zusätzlich sind unsere **Kosten** in den letzten Jahren explodiert: **+37,4 Prozent bei den Arbeitskosten** seit Januar 2022, **27 bis 33 Prozent** bei Lebensmitteln, Getränken und Energie.

In klassischen Restaurants liegen die **Personalkosten längst über 40 Prozent**, der **Wareneinsatz bei über 30 Prozent** vom Umsatz – dazu steigende Pachten, Versicherungen und Gebühren. Höchste Zeit, dass sich etwas ändert.

## **7% Mehrwertsteuer – endlich Steuergerechtigkeit**

**Und umso wichtiger ist dieses starke Signal aus Berlin:** In der vergangenen Woche hat das Bundeskabinett, wie im Koalitionsvertrag vereinbart, beschlossen, dass ab **1. Januar 2026** dauerhaft der **Mehrwertsteuersatz von 7 Prozent** auf Speisen in der Gastronomie gilt.

**Endlich Steuergerechtigkeit. Endlich Gleichbehandlung gegenüber anderen Essensanbietern** – wie das Essen zum Mitnehmen, das Essen zur Lieferung, das verzehrfertige Gericht aus dem Supermarkt, von der Tankstelle, vom Bäcker oder Metzger, das seit **jeher mit 7 Prozent** besteuert wird.

Meine Damen und Herren,

es geht um nicht weniger als um die **Zukunftssicherung unserer kleinen und mittelständischen, vielfach familiengeführten Betriebe**.

87 Prozent haben **weniger als zehn Beschäftigte**. Sie sind **fest verwurzelt** in den Regionen, schaffen hier **Arbeits- und Ausbildungsplätze**, vergeben **Aufträge** an Bäcker, Fleischer, Handwerksbetriebe und Hersteller im Umkreis.

Unsere Betriebe sind **unverzichtbar für Lebensqualität in den Städten und ländlichen Räumen**,

## **Visitenkarte des Reiselandes Deutschland**

und sichern **Wertschöpfung vor Ort.**

Doch gerade sie spüren das **veränderte**

**Ausgabeverhalten** besonders stark:

Der **Trading-down-Effekt** trifft unsere Branche mit voller Wucht. Die Verbraucher weichen auf das Essen zur Mitnahme oder den Lebensmitteleinzelhandel aus.

**Leidtragende** sind **unsere Restaurants und Gasthäuser**, die höhere Kosten schultern müssen und gleichzeitig im harten Wettbewerb bestehen wollen.

**Deshalb sind die 7 Prozent so wichtig:**

Sie sind ein entscheidender Beitrag zum Erhalt unserer Betriebe als **Orte der Gastfreundschaft, der Begegnung und des Austausches.**

Sie bewahren die **regionale wie internationale Vielfalt, die unsere Gäste schätzen.**

Meine Damen und Herren,

Und so heißt es auch in der Begründung zum Referentenentwurf: Ziel der Maßnahme ist die **wirtschaftliche Unterstützung** der Gastronomiebranche. Außerdem sollen **Wettbewerbsverzerrungen** vermieden und bestehende **Abgrenzungsschwierigkeiten** im Cateringbereich beseitigt werden.

**Davon profitieren alle:**

Gäste wie Mitarbeiter, Zulieferer und Partner der Branche, Städte und Kommunen. Das zeigt auch unsere jüngste DEHOGA-Umfrage. 74 Prozent der Betriebe geben an, dass ihre Lieferanten, Handwerker und Dienstleister direkt aus der Nachbarschaft kommen – aus einem Umkreis von gerade einmal 50 Kilometern.

Lassen Sie mich klar festhalten:

**Wo Spielräume bestehen, werden unsere Gastronomen sie nutzen – für Investitionen, höhere Gehälter an die Mitarbeiter sowie für attraktive Preise, um damit verlorene Gäste zurückzugewinnen.**

Aber ebenso klar ist:

**Die Kosten steigen weiter.** Der Mindestlohn erhöht sich zum 1. Januar 2026 auf **13,90 Euro** – ein Plus von 8,4 Prozent, nur ein Jahr später steigt er auf **14,60 Euro** – noch einmal 5 Prozent mehr. Diese zusätzlichen Belastungen müssen die Betriebe erst einmal erwirtschaften. Ob und inwiefern Preise sinken können, hängt deshalb maßgeblich von der weiteren Kostenentwicklung ab.

## **Perspektiven schaffen**

---

Meine Damen und Herren,

**Steuergerechtigkeit ist wichtig.** Und genauso wichtig ist eine Politik, die die **Bedürfnisse der Wirtschaft** wieder in den Fokus rückt und **Perspektiven** schafft.

So begrüßen wir ausdrücklich, dass Union und SPD die **Umstellung von der täglichen auf die wöchentliche Höchstarbeitszeit** auf den Weg bringen wollen. Für mehr Flexibilität für Betriebe wie Beschäftigte.

Arbeit muss sich wieder lohnen. Das heißt **mehr Netto vom Brutto und Anerkennung von Leistung**.

Ebenso entscheidend sind:

**Abbau von Bürokratie, Stärkung der Ausbildung und schnellere Verfahren bei der Erwerbsmigration.**

Weniger Hürden, mehr Tempo, mehr Effizienz – das zählt.

Doch statt Entlastung drohen neue Belastungen wie etwa durch die geplante **verpflichtende Kennzeichnung der Tierhaltung** – auch für die Gastronomie.

Diese Vorgaben gehen an der **Realität** vorbei:  
Was passiert bei **Tagesgerichten oder Lieferengpässen**, wenn kurzfristig umgestellt werden muss? Was ist mit **Mischprodukten** wie Hackfleisch? Und wer garantiert, dass Fleisch bestimmter Haltungsformen jederzeit verfügbar ist?

Wie kann es sein, dass **Fleisch aus dem Ausland** nicht unter die Tierhaltungskennzeichnung fällt. Ausweichreaktionen sind vorprogrammiert. Ist das gewollt?

Unsere Position ist klar: Wir setzen auf **Freiwilligkeit**. Schon heute geben unsere Betriebe gerne direkt auf Nachfrage Auskunft – und das reicht.

Wir brauchen **nicht mehr Bürokratie**, sondern endlich die **Abschaffung überflüssiger Dokumentationspflichten**. Und das sofort!

Meine Damen und Herren,  
die Zeit der Ankündigungen ist vorbei – der **Herbst 2025 muss der Herbst des Handelns sein**.

## **DEHOGA mit Lounge und Forum auf der Anuga**

---

Damit kommen wir zur Anuga. Zusammen mit der Koelnmesse und unserem Landesverband DEHOGA NRW laden wir wieder in die **DEHOGA Lounge** ein, dieses Mal zentral auf dem **Boulevard**.

Hier wollen wir mit unseren Mitgliedern, Partnern und Branchenkennern ins **Gespräch kommen**, Ideen austauschen und Zukunftsthemen diskutieren – und Gastgeber sein!

Fest verankert im Anuga-Kalender ist das **32. Forum Systemgastronomie & Catering** vom DEHOGA-Initiativkreis Gastgewerbe am **Dienstag, 7. Oktober**.

Erstmals um den **Schwerpunkt Catering** erweitert, erwartet die Teilnehmer ein kompaktes Programm mit spannenden Insights und wertvollen Impulsen.

Nach dem Auftakt von **Gerald Böse** und dem Bericht aus Berlin von DEHOGA-Präsident **Guido Zöllick** zeigt HeimWerk-Gründer **Archibald Graf von Keyserlingk**, wie regionale Küche und Nachhaltigkeit zu Erfolgsfaktoren werden.

**Jörg Rutschke**, Geschäftsführer von SV Deutschland und DEHOGA-Fachabteilungsvorsitzender, beleuchtet die Chancen und Herausforderungen im Catering.

Marktexperte **Jochen Pinsker** von Circana liefert in bester Tradition mit seiner Gastronomie-Bilanz 2025 aktuelle Zahlen und Trends.

Gastgeberin **Frieda Lekscha** aus Borkum und TNC-Marketingexperte und Gastronom **Michi Kuriat** präsentieren, wie Künstliche Intelligenz in der Gastronomie zum Gamechanger im Unternehmeralltag werden kann.

Mehr zum Programm und zur Anmeldung auf **dehoga.de**

Meine Damen und Herren,

die Anuga ist die Plattform für **Ideen, Innovationen und Inspirationen** zu den Themen der Zeit von Nachhaltigkeit über Digitalisierung bis zu den Foodtrends von morgen.

In diesem Sinne: Auf zur Anuga 2025!

Wir sehen uns.

Vielen Dank.

# ZAHLEN DATEN FAKten

ZWISCHENBILANZ  
2025

Pressekonferenz, 2. September 2025, Berlin

# Wirtschaftskraft & Jobmotor Gastgewerbe

## 202.110 Unternehmen

84,9% der steuerpflichtigen Unternehmen haben weniger als 10 Beschäftigte.

---

## 2,2 Mio. Beschäftigte

Das Gastgewerbe zählt 1,1 Millionen sozialversicherungspflichtig und 1,1 Millionen geringfügig Beschäftigte.

---

## 115,2 Mrd. Euro Nettoumsatz

Der Nettoumsatz im Jahr 2023 betrug 76,5 Mrd. Euro in der Gastronomie und 38,7 Mrd. Euro im Beherbergungsgewerbe.

---

## 42,9% mit ausländischer Staatsangehörigkeit

Das Gastgewerbe ist die Branche der Chancen und Integration.

---

## 50.738 Auszubildende

Das Gastgewerbe ist eine der größten Ausbildungsbranchen in Deutschland.

---

# Inhalt

<b>DEHOGA-Umfrage August 2025</b>	4
■ Wie hat sich Ihr Nettoumsatz im Juli 2025 bzw. von Januar bis Juli 2025 im Vergleich zum Vorjahr entwickelt?	4
■ Wie stellt sich Ihre Buchungslage für die Monate August und September 2025 dar?	4
■ Befürchten Sie, im Jahr 2025 mit Ihrem Betrieb in die Verlustzone zu geraten?	5
■ Konnten Sie alle für Ihren Betrieb notwendigen Investitionen in den letzten Jahren durchführen?	5
■ Auf welche Bereiche würde sich die ab 1. Januar 2026 geplante Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes in Ihrem Gastronomiebetrieb/Gastronomiebereich auswirken?	6
■ Was sind für Sie die größten Herausforderungen in Ihrem Betrieb?	6
<b>Daten des Statistischen Bundesamtes</b>	7
■ Umsatzentwicklung im Gastgewerbe 1. Halbjahr 2025 (Veränderung ggü. 2019)	7
■ Umsatzentwicklung im Gastgewerbe 1. Halbjahr 2025 (Veränderung ggü. Vorjahr)	7
■ Umsatzentwicklung 2024 und 2025 in der Gastronomie nach Monaten (Veränderung ggü. 2019)	8
■ Umsatzentwicklung 2024 und 2025 in der Gastronomie nach Monaten (Veränderung ggü. Vorjahr)	9
■ Kosten- und Preisentwicklung laut Statistischem Bundesamt	10
■ Umsatzentwicklung 2025 im Beherbergungsgewerbe nach Monaten (Veränderung ggü. 2019)	11
■ Umsatzentwicklung 2025 im Beherbergungsgewerbe nach Monaten (Veränderung ggü. Vorjahr)	11
■ Ankünfte und Übernachtungen im Beherbergungsgewerbe im 1. Halbjahr 2025	12
■ Beschäftigten- und Umsatzgrößenklassen im Gastgewerbe	13
■ Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Gastgewerbe	13
■ Bestehende und neu abgeschlossene Ausbildungsverhältnisse	14
■ Impressum	15

## DEHOGA-Umfrage

Wie hat sich Ihr Nettoumsatz im Juli 2025 bzw. von Januar bis Juli 2025 im Vergleich zum Vorjahr entwickelt?

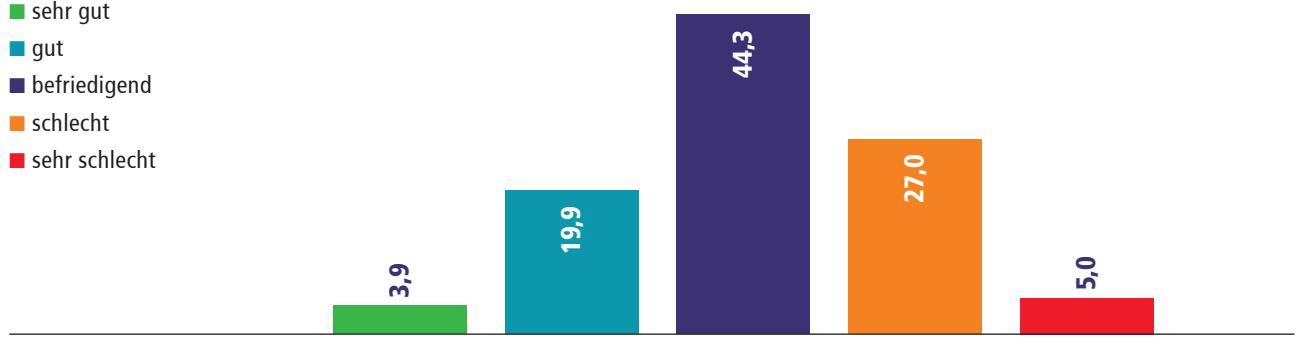


DEHOGA-Umfrage (1. bis 17. August 2025; 3.941 Teilnehmer)

Wie stellt sich Ihre Buchungslage für die Monate August und September 2025 dar?

In Prozent

- sehr gut
- gut
- befriedigend
- schlecht
- sehr schlecht



DEHOGA-Umfrage (1. bis 17. August 2025; 3.941 Teilnehmer)

## Befürchten Sie, im Jahr 2025 mit Ihrem Betrieb in die Verlustzone zu geraten?

In Prozent

- Ja
- Nein
- Weiß (noch) nicht

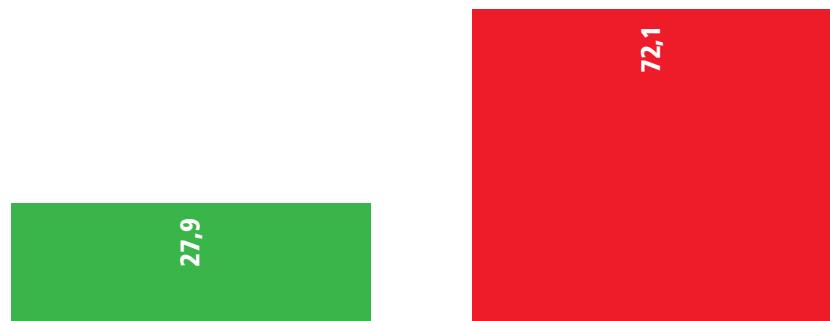


DEHOGA-Umfrage (1. bis 17. August 2025; 3.941 Teilnehmer)

## Konnten Sie alle für Ihren Betrieb notwendigen Investitionen in den letzten Jahren durchführen?

In Prozent

- Ja
- Nein



DEHOGA-Umfrage (1. bis 17. August 2025; 3.941 Teilnehmer)

# DEHOGA-Umfrage

**Auf welche Bereiche würde sich die ab 1. Januar 2026 geplante Reduzierung des Mehrwertsteuersatzes in Ihrem Gastronomiebetrieb/Gastronomiebereich auswirken?**

	Positiver Effekt	Geringer Effekt	Kein Effekt
Stabilisierung der betriebswirtschaftlichen Situation	76,2%	15,6%	8,2%
Sicherung/Ausbau der Arbeitsplätze	59,1%	22,8%	18,1%
Steigerung der Investitionstätigkeit (z. B. Modernisierung, Ausbau der Kapazitäten, Digitalisierung des Betriebes etc.)	58,6%	23,5%	18,0%
Höhere Innovationsfähigkeit durch mehr Handlungsspielraum	52,6%	28,3%	19,2%
Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Betriebes	47,9%	31,3%	20,8%
Verbesserung des Preis-Leistungs-Verhältnisses	44,1%	34,2%	21,7%
Verbesserung der Kreditwürdigkeit	43,8%	26,5%	29,7%
Verbesserte Ausgangsbasis für eine anstehende Betriebsübergabe/Nachfolgeregelung	39,5%	20,3%	40,2%

**Was sind für Sie die größten Herausforderungen in Ihrem Betrieb (Mehrfachantworten möglich)?**

Beantwortung

Steigende Personalkosten	85,4%
Steigende Kosten bei Lebensmitteln und Getränken	85,2%
Steigende Energiekosten	76,6%
Zunehmende Bürokratie	76,0%
Sinkende Gewinne	71,2%
Erhöhung der MwSt. auf Speisen seit 1. Januar 2024	69,5%
Mindestlohn von 13,90 Euro ab 1. Januar 2026	62,4%
Umsatzrückgänge (Nettoumsätze)	61,3%
Weniger Gäste	55,5%
Mitarbeitermangel	51,0%
Wirtschaftliche Folgen der Corona-Krise	37,2%
Rückzahlung von Corona-Hilfen	35,8%
Erschwerte Finanzierungen	25,9%

# Daten des Statistischen Bundesamtes

## Umsatzentwicklung im Gastgewerbe

### 1. Halbjahr 2025 (Veränderung ggü. 2019)

Nach Angabe des Statistischen Bundesamtes setzten die Hoteliers und Gastronomen im ersten Halbjahr 2025 real -15,1% weniger um als im Jahr 2019, dem letzten Jahr vor der Corona-Krise (nominal +10,9%). Damit droht der Branche das sechste Verlustjahr in Folge.

Betriebsart	1. Halbjahr 2025 (Veränderung ggü. 2019)	
	nominal	real
Hotellerie (Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen)	14,3%	<b>-8,1%</b>
<b>Beherbergungsgewerbe insgesamt</b>	15,7%	<b>-4,9%</b>
speisengeprägte Gastronomie	12,7%	<b>-16,2%</b>
getränkegeprägte Gastronomie	<b>-12,0%</b>	<b>-35,4%</b>
<b>Gaststättengewerbe</b>	10,4%	<b>-18,0%</b>
<b>Caterer und sonstige Verpflegungsdienstleistungen</b>	17,7%	<b>-12,5%</b>
<b>Gastgewerbe</b>	10,9%	<b>-15,1%</b>

## Umsatzentwicklung im Gastgewerbe

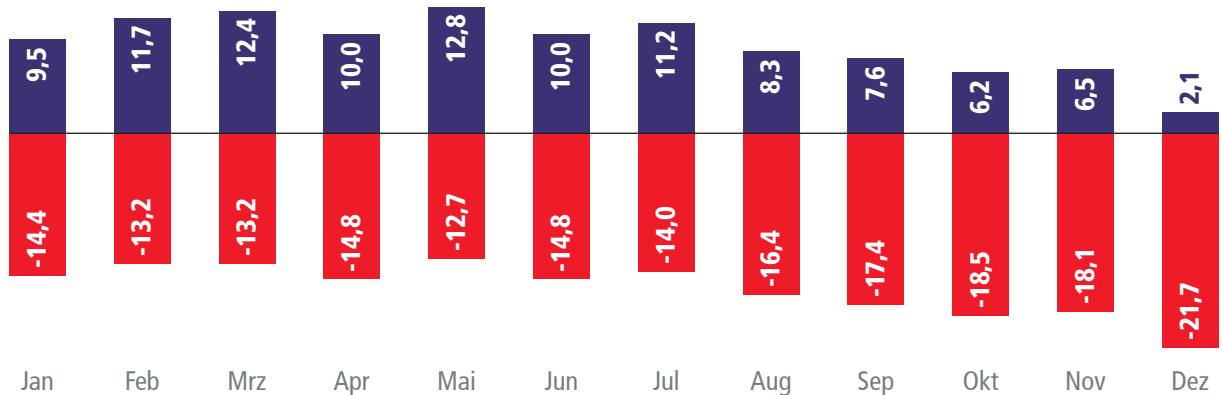
### 1. Halbjahr 2025 (Veränderung ggü. Vorjahr)

Gegenüber dem Vorjahreszeitraum musste die Branche mit einem preisbereinigten Minus von 3,7% ebenfalls Verluste verbuchen (nominal -0,1%).

Betriebsart	1. Halbjahr 2025 (Veränderung ggü. Vorjahr)	
	nominal	real
Hotellerie (Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen)	-0,3%	<b>-2,6%</b>
<b>Beherbergungsgewerbe insgesamt</b>	<b>-0,2%</b>	<b>-2,6%</b>
speisengeprägte Gastronomie	<b>-0,2%</b>	<b>-4,2%</b>
getränkegeprägte Gastronomie	<b>-2,0%</b>	<b>-5,9%</b>
<b>Gaststättengewerbe</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-4,4%</b>
<b>Caterer und sonstige Verpflegungsdienstleistungen</b>	1,9%	<b>-3,0%</b>
<b>Gastgewerbe</b>	<b>-0,1%</b>	<b>-3,7%</b>

## Umsatzentwicklung 2024 in der Gastronomie ggü. 2019 in %

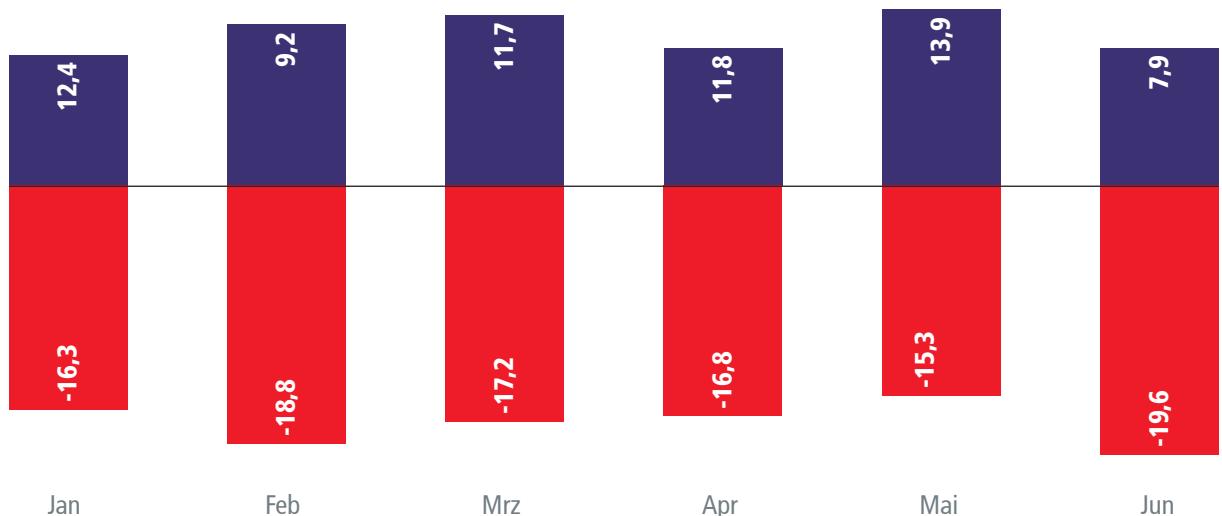
Insbesondere die Gastronomie verzeichnet bis heute Monat für Monat hohe reale Umsatzverluste gegenüber dem Vorkrisenjahr 2019.



Quelle: Statistisches Bundesamt

■ nominal ■ real

## Umsatzentwicklung 2025 in der Gastronomie ggü. 2019 in %

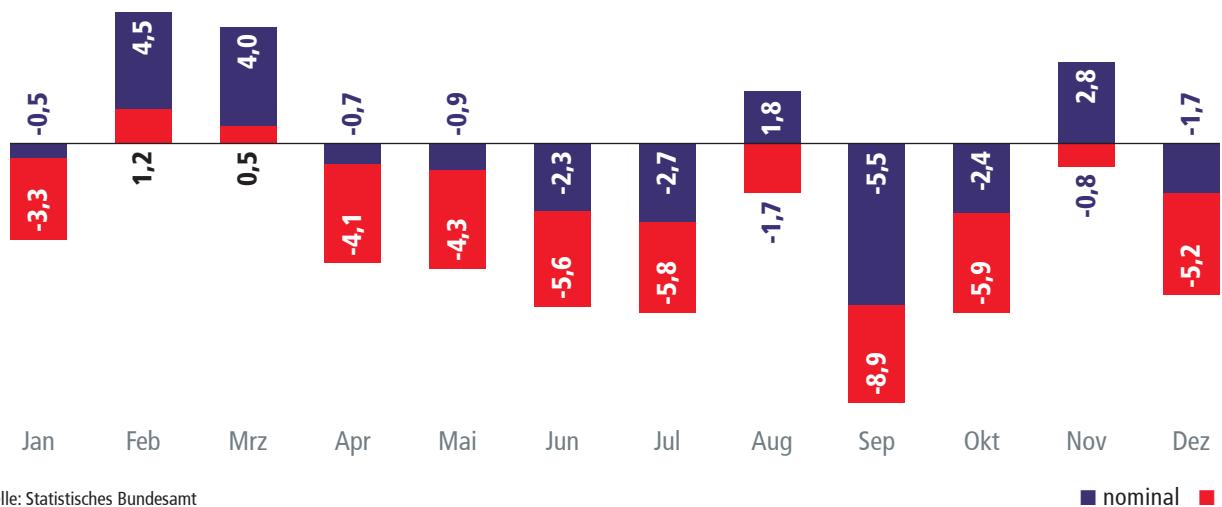


Quelle: Statistisches Bundesamt

■ nominal ■ real

# Umsatzentwicklung 2024 in der Gastronomie ggü. Vorjahr in %

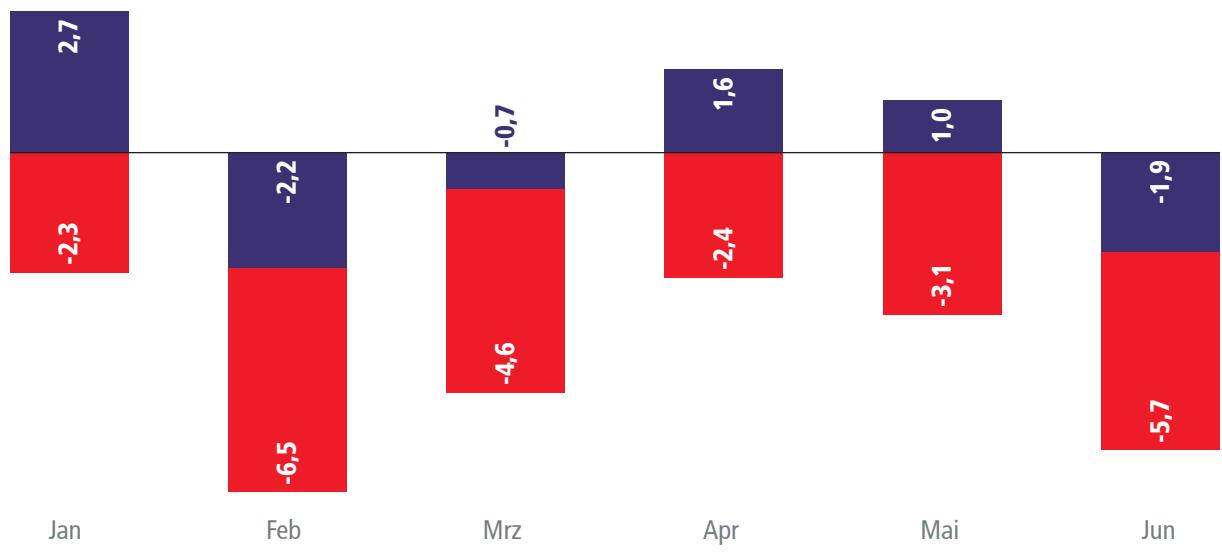
Im Vorjahresvergleich gab es in der Gastronomie im Jahr 2024 und im ersten Halbjahr 2025 sogar in elf Monaten nominale Umsatzverluste.



Quelle: Statistisches Bundesamt

■ nominal ■ real

# Umsatzentwicklung 2025 in der Gastronomie ggü. Vorjahr in %



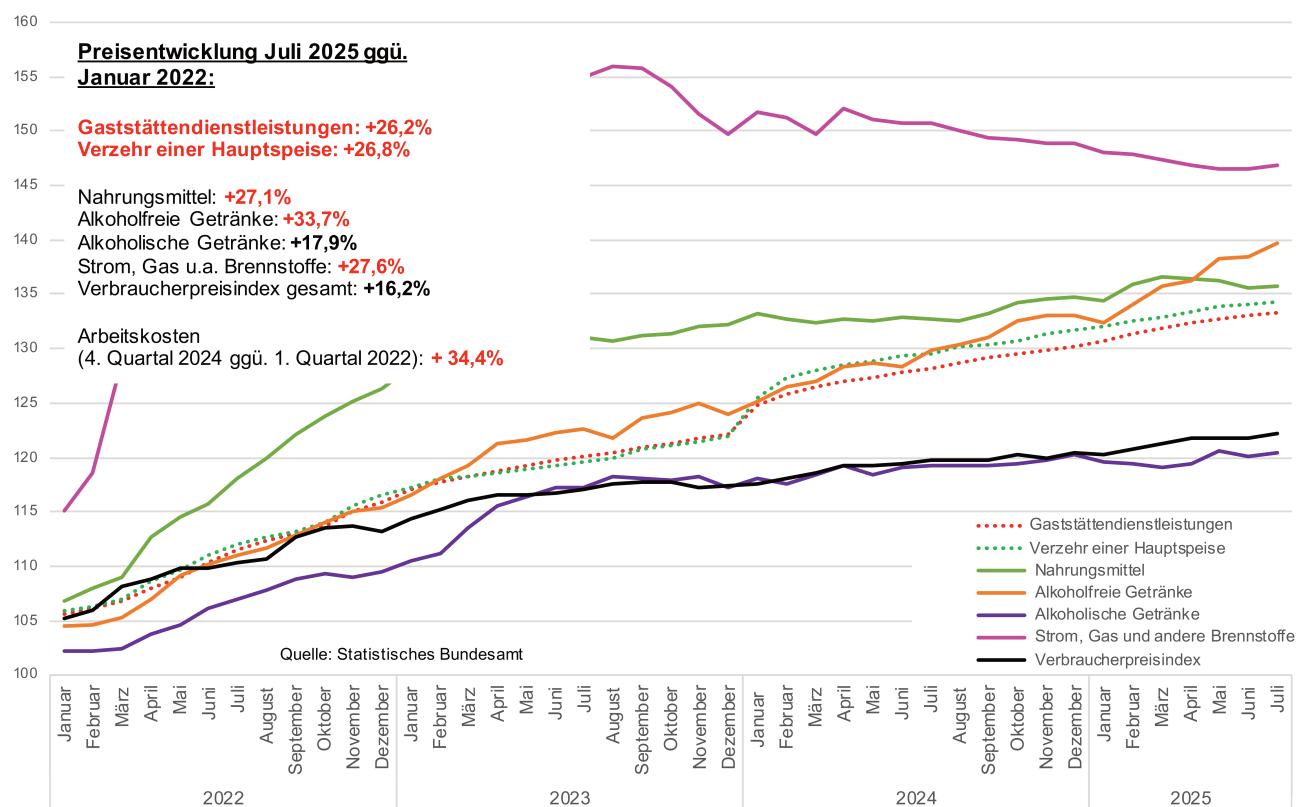
Quelle: Statistisches Bundesamt

■ nominal ■ real

# Kosten- und Preisentwicklung laut Statistischem Bundesamt

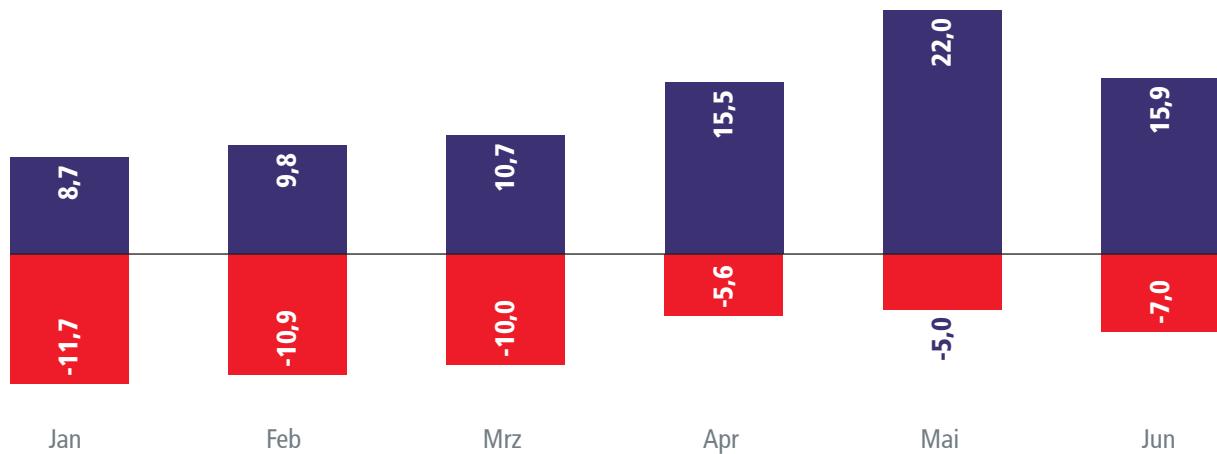
Zeitgleich zu den sinkenden Umsätzen explodierten die Kosten in der Gastronomie: So stiegen laut Statistischem Bundesamt die Personalkosten seit Januar 2022 um 34,4%, Lebensmittel um 27,1%, alkoholfreie Getränke um 33,7% und Energie um 27,6%. Die Preissteigerungen bei Gaststättendienstleistungen lagen mit 26,2% darunter.

Zum 1. Januar 2024 wurde die Mehrwertsteuer auf Speisen von 7% wieder auf 19% erhöht. Die Preissteigerung bei Gaststättendienstleistungen betrug im Januar 2024 gegenüber dem Vorjahr 6,6%.



## Umsatzentwicklung 2025 im Beherbergungsgewerbe ggü. 2019 in %

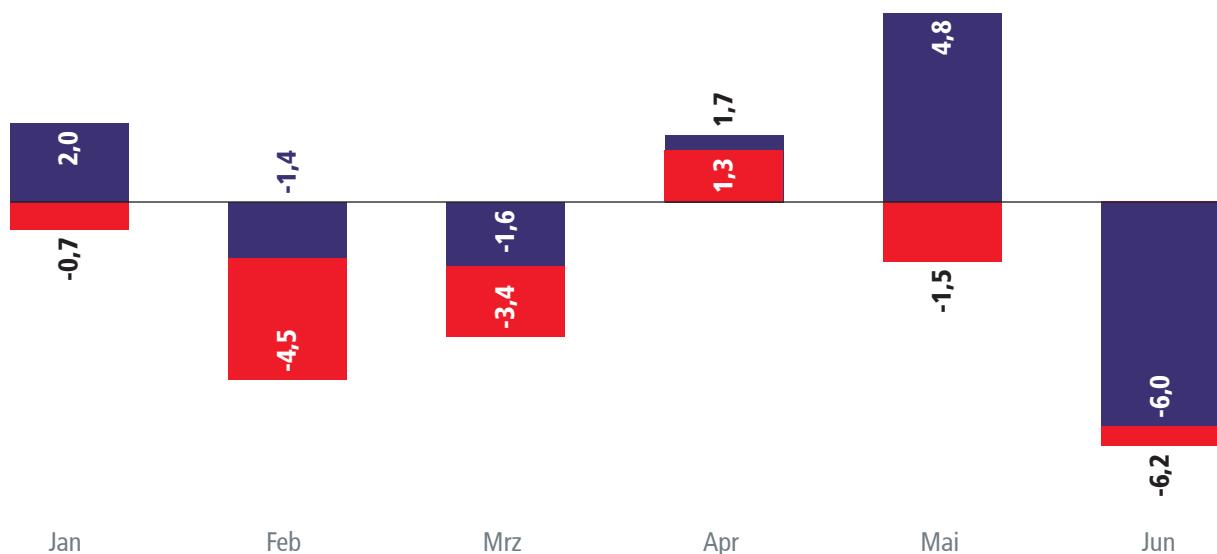
Das Beherbergungsgewerbe verbuchte im ersten Halbjahr 2025 in allen Monaten reale Umsatzverluste im Vergleich zum Vorkrisenjahr 2019.



Quelle: Statistisches Bundesamt

■ nominal ■ real

## Umsatzentwicklung 2025 im Beherbergungsgewerbe ggü. Vorjahr in %



Quelle: Statistisches Bundesamt

■ nominal ■ real

# Ankünfte und Übernachtungen im Beherbergungsgewerbe im 1. Halbjahr 2025

Die Anzahl der Übernachtungen lag im ersten Halbjahr 2025 mit einem Plus von 0,5% nur leicht über dem Vorkrisenniveau des Jahres 2019. Insbesondere die ausländischen Gäste fehlen der Branche weiterhin.

Anzahl und Veränderung	Januar bis Juni 2025					
	Ankünfte			Übernachtungen		
	Anzahl	ggü. 2024	ggü. 2019	Anzahl	ggü. 2024	ggü. 2019
<b>Beherbergungsgewerbe</b>	<b>87.532.615</b>	<b>1,1%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>223.246.310</b>	<b>0,1%</b>	<b>0,5%</b>
davon Inländer	71.430.297	1,8%	1,7%	186.925.364	0,8%	2,4%
davon Ausländer	16.102.318	-1,9%	-8,7%	36.320.946	-3,3%	-8,6%

Quelle: Statistisches Bundesamt

## Beschäftigtengrößenklassen im Gastgewerbe

Anzahl der Unternehmen

0 abhängig Beschäftigte	19,2%
1 bis 4 abhängig Beschäftigte	48,8%
5 bis 9 abhängig Beschäftigte	17,0%
10 und mehr abhängig Beschäftigte	15,1%

Quelle: Statistisches Bundesamt (Unternehmensregister)

## Umsatzgrößenklassen im Gastgewerbe

Anzahl der Unternehmen

bis 100.000 Euro	29,4%
100.000 bis unter 500.000 Euro	48,5%
500.000 bis unter 1 Mio. Euro	12,5%
1 Mio. Euro bis unter 10 Mio. Euro	9,2%
10 Mio. Euro und mehr	0,4%

Quelle: Statistisches Bundesamt (Umsatzsteuerstatistik 2023)

## Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Gastgewerbe

Beschäftigte

<b>Gastgewerbe gesamt</b>	<b>1.120.700</b>
---------------------------	------------------

Quelle: Bundesagentur für Arbeit (Stand Juni 2025)

## Bestehende Ausbildungsverhältnisse

Beruf	2023	2024	Entwicklung
Koch/Köchin	15.318	16.308	+6,5%
Fachkraft Küche	1.107	1.636	+47,8%
Hotelfachmann/-frau	14.893	15.059	+1,1%
Kaufmann/Kauffrau für Hotelmanagement bzw. Hotelkaufmann/-frau	631	636	+0,8%
Fachmann/-frau für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie bzw. Restaurantfachmann/-frau	6.913	8.147	+17,9%
Fachkraft im Gastgewerbe/ für Gastronomie	4.462	5.773	+29,4%
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	3.171	3.179	+0,3%
<b>Gastgewerbliche Ausbildungsberufe insgesamt</b>	<b>46.495</b>	<b>50.738</b>	<b>+9,1%</b>

Quelle: DIHK (März 2025)

## Neu abgeschlossene Ausbildungsverhältnisse

Beruf	2023	2024	Entwicklung
Koch/Köchin	7.319	7.339	+0,3%
Fachkraft Küche	815	997	+22,3%
Hotelfachmann/-frau	6.941	6.157	-11,3%
Kaufmann/Kauffrau für Hotelmanagement	282	239	-15,2%
Fachmann/-frau für Restaurants und Veranstaltungsgastronomie	3.828	3.717	-2,9%
Fachkraft für Gastronomie	2.868	3.381	+17,9%
Fachmann/-frau für Systemgastronomie	1.368	1.426	+4,2%
<b>Gastgewerbliche Ausbildungsberufe insgesamt</b>	<b>23.421</b>	<b>23.256</b>	<b>-0,7%</b>

Quelle: DIHK (März 2025)

# Impressum

**Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V.  
(DEHOGA Bundesverband)**

Verbändehaus Handel-Dienstleistung-Tourismus

Am Weidendamm 1A

10117 Berlin

Fon 030 726252-0

Fax 030 726252-42

[info@dehoga.de](mailto:info@dehoga.de)

[www.dehoga.de](http://www.dehoga.de)

**Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (DEHOGA Bundesverband)**  
Verbändehaus Handel-Dienstleistung-Tourismus · Am Weidendamm 1A · 10117 Berlin  
Fon 030 726252-0 · Fax 030 726252-42 · [info@dehoga.de](mailto:info@dehoga.de) · [www.dehoga.de](http://www.dehoga.de)