

PRESSEMITTEILUNG

Leiter External Affairs
Michael Steinhauser
m.steinhauser@markenverband.de

Tag der Markenwirtschaft 2025

Markenunternehmen sehen Bürokratie als größtes Wachstumshindernis

Berlin, 9.10.2025. Zu viel Bürokratie, zu wenig Tempo bei Digitalisierung und Infrastruktur: Das sind die zentralen Hemmnisse, die Markenunternehmen in Deutschland derzeit bremsen. Das zeigt eine aktuelle Umfrage des Markenverbandes unter seinen Mitgliedsunternehmen in Kooperation mit Table.Briefings anlässlich des Tags der Markenwirtschaft.

Die befragten Unternehmen bewerten die Attraktivität des Wirtschaftsstandorts Deutschland im internationalen Vergleich mit **3,2 von 5 Punkten**. Noch deutlicher fällt das Urteil über die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen aus: Sie erhalten lediglich 2,3 Punkte.

Aus Sicht der Markenwirtschaft sind die wichtigsten **Impulse für Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit** der Abbau übermäßiger Bürokratie, der Ausbau der digitalen Infrastruktur sowie Entlastungen bei Steuern und Energiepreisen.

Die größten **Risiken für den Geschäftserfolg** liegen nach Angaben der Befragten in der zunehmenden Bürokratie und regulatorischer Komplexität, der Spaltung der Gesellschaft und dem sich verstärkenden Fachkräftemangel.

Trotz dieser Herausforderungen treiben viele Markenunternehmen den digitalen Wandel aktiv voran: Fast zwei Drittel der Unternehmen nutzen oder erproben bereits **KI-Technologien** – vor allem in Markenführung, Kundendialog und Prozessoptimierung. Viele Unternehmen erwarten dadurch eine spürbare Produktivitätssteigerung.

„Markenunternehmen investieren in Qualität und Innovationen. Dafür brauchen sie verlässliche und klare Rahmenbedingungen“, sagt **Franz-Olaf Kallerhoff, Präsident des Markenverbandes**. „Es geht nicht um weniger Regulierung, sondern um bessere Regulierung – mit praxisnahen Regeln, die Wachstum und nachhaltiges Wirtschaften ermöglichen.“

Die Markenunternehmen sehen **drei zentrale Aufgaben** für die Politik:

1. **Innovation fördern statt hemmen:** Bürokratieabbau und schnellere Genehmigungen für Investitionen.
2. **Digitale Infrastruktur und KI gezielt ausbauen:** Datenzugang, Förderung mittelständischer KI-Anwendungen, technologische Souveränität sichern.
3. **Fachkräfte sichern:** Bildung und Zuwanderungspolitik so gestalten, dass Unternehmen die besten Köpfe gewinnen und halten können.

Diese drei Punkte seien entscheidend, um den **Standort Deutschland** zu stärken und Investitionen im Land zu halten. „Die Ergebnisse zeigen: Die Unternehmen wollen wachsen, sie brauchen dafür aber schnellere Verfahren und eine moderne Infrastruktur“, so Kallerhoff weiter.

Seite 2/2

Die Umfrage wurde im September 2025 unter Mitgliedsunternehmen des Markenverbandes durchgeführt. Befragt wurden Vertreterinnen und Vertreter aus den unterschiedlichsten Branchen, von Konsumgütern bis Dienstleistungen.

Bei Rückfragen helfen wir Ihnen gerne weiter.

Ansprechpartner

Michael Steinhauser
Leiter External Affairs

Tel.: +49 30 206168-37

E-Mail: m.steinhauser@markenverband.de

Über den Markenverband

Die Markenwirtschaft steht in Deutschland für einen Markenumsatz in Höhe von knapp 1,1 Billionen Euro und rund 5,2 Millionen Arbeitsplätze. Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft und mit seinen rund 300 Mitgliedern der größte Verband dieser Art in Europa. Mitglieder sind sowohl mittelständische, familiengeführte als auch internationale Unternehmen aus vielfältigen Branchen – insbesondere aus der Nahrungs- und Genussmittel- sowie der Gebrauchsgüterbranche. Darunter finden sich führende Marken wie Abus, Beiersdorf, Bell Food Group, Hugo Boss, Coca-Cola, Gardena, Haribo, Henkel, Hochland, Kärcher, Melitta, Merz Consumer Care, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Ritter Sport, Rotkäppchen-Mumm, Unilever, Vileda und viele weitere renommierte Firmen.