

Konjunkturbericht Polen

Juli 2025



Der Korrespondent der GTAI hat den Bericht im Auftrag des VDMA mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt.
Der VDMA übernimmt für Inhalt und Richtigkeit keine Haftung.

Herausgeber

VDMA

Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen

Lyoner Strasse 18

60528 Frankfurt am Main

Internet: Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen - vdma.eu - VDMA

Kontakt:

Daniel Dellemann

Telefon: 069 6603-1931

E-Mail: daniel.dellemann@vdma.eu

Polens Nahrungsmittelindustrie investiert in neue Anlagen

Steigende Preise setzten die Hersteller von Lebensmitteln und Getränken 2024 unter Druck. Die Aussichten sind dennoch positiv. Das Exportgeschäft bleibt eine wichtige Stütze. Der zunehmende Wohlstand trägt zur steigenden Nachfrage nach Kosmetika bei.

Gesamtwirtschaftlicher Ausblick (Stand: Juni 2025)

Die Regierungskoalition von Donald Tusk hat bei der Präsidentschaftswahl eine herbe Niederlage erlitten. Dennoch bleiben die wirtschaftlichen Aussichten positiv.

Top-Thema: Neuer Staatspräsident gewählt

Polen hat einen neuen Staatspräsidenten. Der Wahlsieger heißt Karol Nawrocki und stammt aus dem Lager der national-konservativen Oppositionspartei PiS. Der ebenfalls PiS-nahe Amtsinhaber Andrzej Duda konnte nach zwei Amtsperioden nicht erneut antreten. Für den Premierminister Donald Tusk und seine aus drei Parteien gebildete bürgerlich-liberale Koalition wird das Regieren damit nicht leichter. Der Staatspräsident kann nahezu jedes Gesetzesvorhaben mit einem Veto blockieren – ein Mittel, das bereits Duda gegen die Regierung einsetzte. Nawrocki wird diesen Kurs fortführen. Tusks liberal-konservative Partei PO und die PiS stehen sich unversöhnlich gegenüber.

Auch Wirtschaftsreformen könnten davon betroffen sein. So gilt es als unwahrscheinlich, dass Nawrocki einer anvisierten Lockerung der Abstandsflächen von Windrädern oder einem schnelleren Kohleausstieg zustimmen wird.

Einschränkungen für internationale Auftragnehmer

Nicht alle Reformprojekte sind jedoch so umstritten. Eine geplante Änderung des Vergaberechts gilt als konsensfähig. Die Regierung hat ein entsprechendes Gesetz auf den Weg gebracht, das staatlichen Auftraggebern erlaubt, bestimmte Unternehmen von Ausschreibungen auszuschließen. Die Novelle betrifft Firmen mit Sitz außerhalb der EU, der europäischen Freihandelszone oder des GPA-Abkommens der Welthandelsorganisation WTO. Tochtergesellschaften in Polen oder anderen EU-Staaten sind ausgenommen. Die Reform zielt unter anderem auf chinesische und türkische Bauunternehmen ab. Parlament und Staatspräsident müssen dem Gesetz noch zustimmen.

Polen überträgt damit ein Urteil des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) in nationales Recht. Bereits zum Jahresbeginn 2025 hatte der staatliche Schienennetzbetreiber PKP PLK bei einer Ausschreibung nicht-europäische Bewerber ausgeschlossen. Die Straßenbaubehörde GDDKiA ging beim Ausbau der Autobahn A2 einen ähnlichen Weg.

Die staatliche Projektgesellschaft hinter dem geplanten Großflughafen CPK behält sich hingegen vor, türkische Auftragnehmer bei Tiefbauarbeiten zuzulassen. Auch der staatliche Betreiber des Gasnetzes Gaz-System lässt ein Terminal für Flüssigerdgas von einem türkischen Unternehmen bauen.

Wirtschaftsentwicklung: Wachstum dank Investitionen

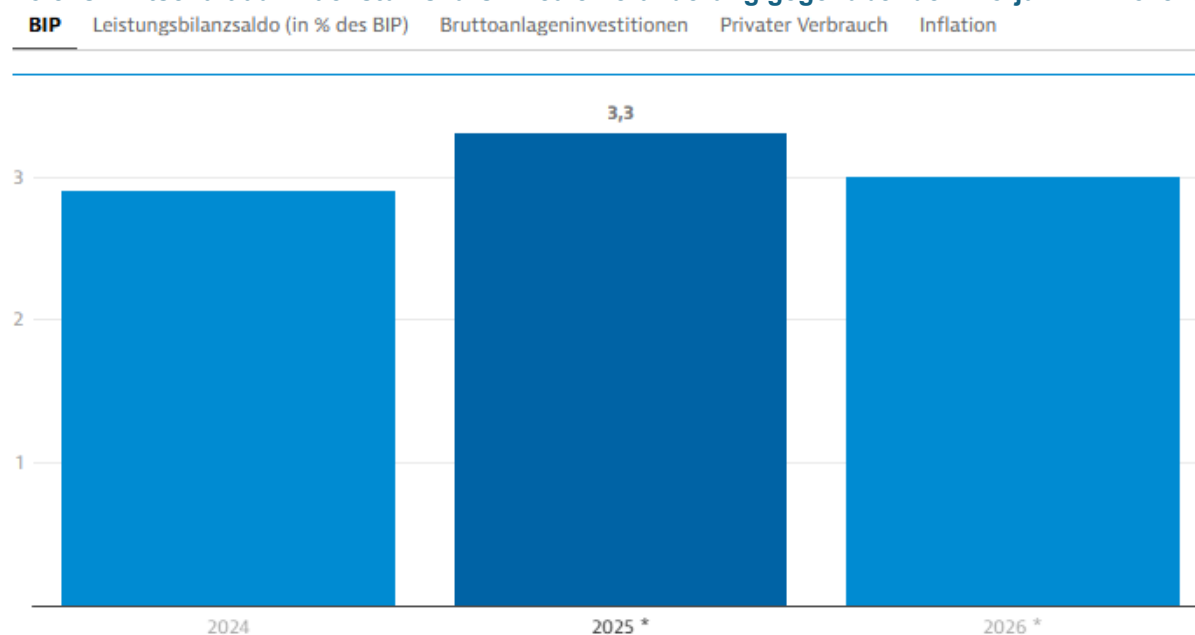
Öffentliche Investitionen tragen dazu bei, dass Polens Wirtschaft im Jahr 2025 mit einem Plus von 3,3 Prozent dreimal schneller wachsen wird als der europäische Durchschnitt. Zu diesem Schluss kommt die Europäische Kommission in ihrer Frühjahrsprognose.

Wichtige Impulse gehen vom Energiesektor aus. Die Installation der ersten Offshore-Windräder Polens läuft seit Anfang 2025. Auch der [Großflughafen CPK](#) macht Fortschritte. Die staatliche Projektgesellschaft hat den Bau des Passagierterminals ausgeschrieben und einen Auftragnehmer für das Bohren eines Zubringerbahntunnels unter der Stadt Łódź ausgewählt.

Erfreulich für Investoren: Die polnische Nationalbank NBP senkt den Leitzins um 0,5 Prozentpunkte auf 5,25 Prozent. Hintergrund ist die rückläufige Inflation. Damit werden Kredite für Investitionen günstiger. Auch [EU-Fördergelder](#) helfen bei Modernisierungsprojekten.

Neben den Investitionen tragen wachsende Konsumausgaben zum Wirtschaftswachstum bei. Der Einzelhandel in Polen meldete zwischen Januar und April 2025 ein Verkaufsplus von 3,3 Prozent. Treiber sind die steigenden Gehälter. Auch neue Sozialleistungen, wie das Programm "Aktive Eltern", spielen eine Rolle. Es übernimmt die Kosten für die Tagesmutter oder die Kindertagesstätte und entlastet den privaten Geldbeutel von Familien.

Polens Wirtschaft auf Wachstumskurs - Reale Veränderung gegenüber dem Vorjahr in Prozent



* Prognosen.

Quelle: Europäische Kommission (Frühjahrsprognose) 2025

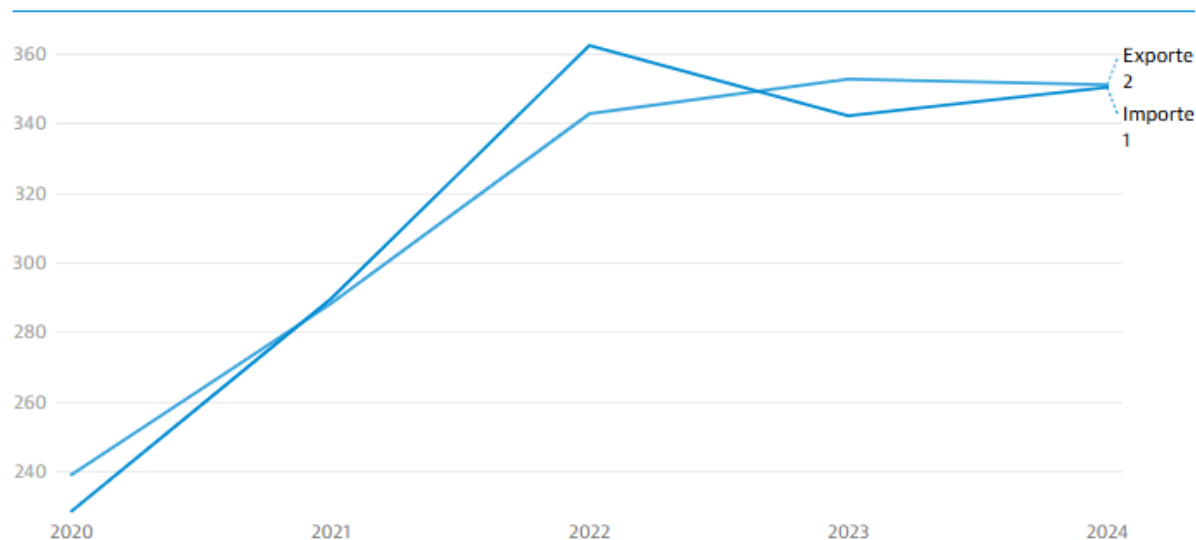
Maßnahmen gegen Neuverschuldung

Wachsende öffentliche Ausgaben bei moderat steigenden Steuereinnahmen setzen den Staatshaushalt unter Druck. Die Neuverschuldung in Polen wächst mit 6,2 Prozent des Bruttoinlandsprodukts (BIP) im Jahr 2025 fast doppelt so schnell im EU-Durchschnitt. Gemessen an der Wirtschaftskraft nimmt in der EU nur [Rumänien](#) mehr neue Schulden auf als Polen.

Steigende Rüstungsausgaben tragen ebenfalls zum Haushaltsloch bei. Die Regierung will darum Gelder aus dem europäischen Wiederaufbaufonds für Verteidigungsprojekte umwidmen. Eigentlich sollte der Fonds die wirtschaftlichen Folgen der Coronapandemie abmildern. Die Europäische Kommission hat den neuen polnischen Ausgabenplan Ende Mai 2025 akzeptiert.

Darüber hinaus hofft Polens Regierung, die Staatsverschuldung mit Reformen in den Griff zu bekommen. Ein Schlagwort lautet Bürokratieabbau. Premier Donald Tusk beauftragte eine Arbeitsgruppe rund um den polnischen Milliardär und Unternehmer Rafał Brzóska, Vorschläge auszuarbeiten. Einige Gesetzesvorhaben liegen bereits im Kabinett. Sie betreffen die Berichterstattungspflichten von Unternehmen, Fristen für das Inkrafttreten neuer Steuergesetze, den schnelleren Ausbau der erneuerbaren Energien oder die Digitalisierung der öffentlichen Verwaltung.

Gesamter Außenhandel Polens (in Milliarden Euro)



1 Cost, Insurance, Freight (cif); 2 Free on Board (fob); ohne Dienstleistungshandel.

Quelle: Eurostat 2025

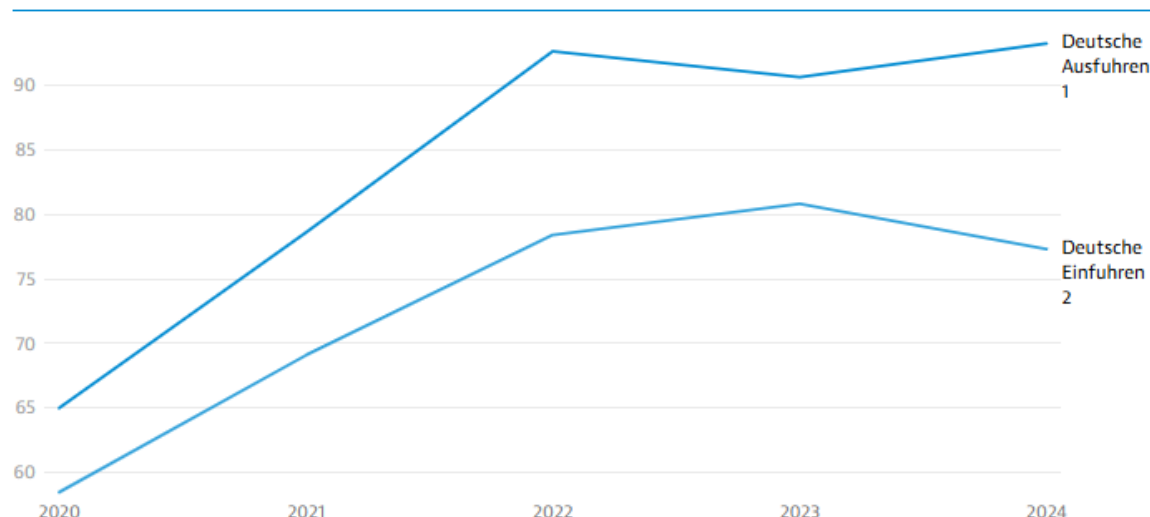
Deutsche Perspektive: Druck von chinesischer Konkurrenz

Eine Stütze der Wirtschaft Polens bleibt der Handel mit Deutschland. Im 1. Quartal 2025 importierten deutsche Kunden 6,5 Prozent mehr Waren aus Polen als im Vorjahreszeitraum. Auch die Exporte aus Deutschland in das östliche Nachbarland legten zu, um 3,6 Prozent. Besonders positiv entwickelt sich Polens Nachfrage nach neuen Pkw und elektrischen Haushaltsgeräten.

Allerdings wächst die internationale Konkurrenz. Die Einfuhren aus China, Südkorea und den USA stiegen im 1. Quartal 2025 zwischen 15 und 35 Prozent. Während Polen in den USA und in Südkorea vor allem Verteidigungsgüter einkauft, liefert das Reich der Mitte Maschinen, chemische Produkte und Konsumgüter.

China ist mittlerweile der zweitgrößte Importpartner Polens und holt rasant zu Deutschland auf. Analysten, darunter die Bank Credit Agricole Polska, befürchten, dass der Druck aus Asien im Zuge der US-Zölle auf chinesische Waren noch weiter steigen könnte. Möglich wäre, dass Exporteure aus China ihre Waren nach Europa umleiten - und damit auch nach Polen. Die Folge wären Preiskämpfe und sinkende Margen heimischer Hersteller.

Deutsche Ein- und Ausfuhren mit Polen (in Milliarden Euro)



1 Free on Board (fob); 2 Cost, Insurance, Freight (cif); ohne Dienstleistungshandel.

Quelle: Destatis 2025

Weitere Informationen (zum Beispiel Rechtsinformationen oder Branchenberichte) finden Sie auf der GTAI [Länderseite Polen](#).

Markttrends Ernährungswirtschaft

Polnische Lebensmittelhersteller investieren, obwohl die Umsätze stagnieren. Günstige Prognosen spielen dabei eine Rolle. Gleichzeitig kämpft die Industrie gegen neue Importe.

Nach Jahren des Aufschwungs erhielt Polens Lebensmittelindustrie 2024 einen Dämpfer. Während die Umsätze gemessen in Euro um 6,6 Prozent stiegen, betrug der Zuwachs in der Landeswährung Złoty lediglich 1,2 Prozent. Der Grund für den Unterschied liegt im deutlichen Kursgewinn des Złoty zwischen den Jahren 2023 und 2024. Unternehmen in Polen schauen vor allem auf den Złoty-Wert.

Dank der erstarkten Landeswährung verbilligten sich die Einfuhren. Die Lebensmittelimporte wuchsen 2024 fast dreimal schneller als die Ausfuhren. An Polens Exportüberschuss ändert sich trotzdem nur wenig. Das Land exportiert fast dreimal so viele Lebensmittel wie es importiert.

Umsatz der polnischen Produzenten mit Nahrungs-, Genussmitteln und Getränken (in Milliarden Euro, Veränderung in Prozent)

Kategorie	2022 *)	2023 *)	2024 *)	Veränderung 2024/2023
Nahrungsmittel	82,9	88,9	94,9	6,8
Getränke	6,3	7,2	70,5	2,7
Tabakwaren	2,0	2,3	2,5	8,7

*) umgerechnet zum jeweiligen Durchschnittskurs 2022: 1 Euro = 4,6861 Złoty, 2023: 1 Euro = 4,5420 Złoty, 2024: 1 Euro = 4,3058 Złoty.

Quelle: Statistisches Hauptamt GUS 2025

Der Preis entscheidet

Die schwachen Umsatzzahlen hängen auch mit Preissteigerungen zusammen. Verbraucher wichen in der Folge auf günstigere Lebensmittel aus. Obwohl sich die Inflation mittlerweile beruhigt hat, bleiben die Kunden vorsichtig. Laut dem Lebensmittelhersteller Flora Food Group gilt der Preis mittlerweile als das wichtigste Kaufargument. In den Jahren zuvor standen hingegen die Inhaltsstoffe von Lebensmitteln auf Platz 1. Unter dieser Entwicklung leiden vor allem die Biohersteller. Die Marktanteile stagnieren seit Jahren bei unter 1 Prozent. Zum Vergleich: In Deutschland sind es über 6 Prozent. Auch in einem anderen Nischenmarkt stehen die Zeichen auf Krise. Wie die Tageszeitung Rzeczpospolita berichtet, sank 2024 der Absatz von Ersatzprodukten für Fleisch. Gleichzeitig befinden sich Lebensmittel auf dem Vormarsch, die gesundheitsfördernde Eigenschaften betonen. Hierzu gehören beispielsweise ein reduzierter Zucker- und Fettgehalt oder ein erhöhter Eiweißanteil. Getränkeabfüller wie Żywiec Zdrój setzen auf Zusätze von Mineralstoffen und Vitaminen.

Wachstum auch dank Investitionen

Analysten bescheinigen Polens Lebensmittelindustrie weiterhin großes Potenzial. Das Marktforschungsinstitut PMR Market Experts prognostiziert für 2025 einen neuen Aufwärtstrend. Zu den wichtigsten Treibern gehören die steigenden [Löhne in Polen](#). Das Gehaltsplus wirke sich mit etwas Verzögerung positiv auf den Lebensmittelkonsum aus, so PMR Market Experts. Die Złoty-Umsätze der Lebensmittelindustrie steigen demnach bis 2030 um durchschnittlich 5 Prozent pro Jahr.

20,2 % beträgt der Anteil der Nahrungsmittel-, Getränke- und Genussmittelindustrie an allen Umsätzen im verarbeitenden Gewerbe.

Höhere Löhne haben aber auch eine Kehrseite. Laut Andrzej Gantner, Leiter des Verbandes der Lebensmittelproduzenten PFPZ, verlieren polnische Lebensmittel wegen gestiegener Arbeitskosten an Wettbewerbsfähigkeit auf internationalen Märkten. Wachsende Ausgaben für Energie und für Rohstoffe hinterlassen ebenfalls ihre Spuren. So trug der weltweite Anstieg der Kakaopreise mit dazu bei, dass der polnische Schokoladenhersteller Wedel seinen Umsatz 2024 zwar steigerte, obwohl er mengenmäßig weniger Tafeln Schokolade verkaufte.

Nicht alle Firmen können in diesem Umfeld mithalten. Sie werden von größeren und stärkeren Konkurrenten aufgekauft. Der polnische Milchkonzern Mlekovita übernahm den Schimmelkäse-Hersteller KaMos aus Kamienna Góra. "Es gibt Potenzial für eine weitere Konsolidierung", kommentiert Marcin Hydzik, Vorstandsvorsitzender des Polnischen Verbandes der Milchverarbeiter ZPPM in der Tageszeitung Puls Biznesu. Auch abseits der Molkereiindustrie kommt es zu Aufkäufen. Der Fischverarbeiter Lisner – eine polnische Tochter des deutschen Lebensmittelkonzerns Theo Müller - kaufte 2024 den polnischen Konkurrenten Graal. Einige Unternehmen setzen auf Investitionen, um die höheren Kosten für Arbeitskräfte und Energie aufzufangen. Laut einer Untersuchung des deutschen Technologiekonzerns Siemens interessiert sich aktuell kaum eine Branche in Polen so stark für Digitalisierung, wie die Lebensmittelindustrie. Agnieszka Maliszewska, Direktorin der polnischen Milkammer PIM, sagt dazu: "Die digitale Transformation ist entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit auf in- und ausländischen Märkten."

Umsatz der polnischen Produzenten mit Nahrungs-, Genussmitteln und Getränken in Polen (in Milliarden Euro, Veränderung in Prozent)

Kategorie	2020 ¹⁾	2022 ¹⁾	2023 ¹⁾	Veränderung 2023/2022
Nahrungsmittel	61,2	82,9	88,9	7,2
Getränke	5,3	6,3	7,2	14,3
Tabakwaren	1,9	2,0	2,3	15,0

¹⁾ umgerechnet zum jeweiligen Jahresdurchschnittskurs, 2021: 1 Euro=4,5652 Złoty, 2022: 1 Euro = 4,6861 Złoty, 2023: 1 Euro = 4,5420 Złoty. Quelle: Statistisches Hauptamt GUS 2023

Darüber hinaus modernisieren die Unternehmen ihre Anlagen. Ein Beispiel ist der Süßwarenhersteller Mieszko. Er baut in Racibórz eine Halle mit zwei automatisierten Produktionslinien. Die Kosten liegen bei 40,5 Millionen Euro. Der Wurstwarenhersteller Sokołów kündigt für 2025 ebenfalls Investitionen im Umfang von rund 40 Millionen Euro an. Mit den Geldern will der Hersteller seine Prozesse automatisieren. Das Unternehmen WSP Społem wiederum baut von Mai 2025 bis voraussichtlich Mitte 2027 eine neue Produktionshalle in Kielce. Laut der Wirtschaftsförderagentur der Region Śląskie SSE Katowice investierte 2024 keine Branche vor Ort so viel Geld wie die Hersteller von Nahrungsmitteln und Getränken.

Möglich werden Projekte auch dank umfangreicher EU-Gelder. Unternehmen aus Polens Lebensmittelindustrie gehören zu den größten Gewinnern eines Subventionsprogramms aus dem europäischen Wiederaufbaufonds. Firmen unterschiedlicher Branchen erhalten Zuschüsse für neue Automatisierungstechnik im Umfang von 470 Millionen Euro.

Kritik an Freihandelsabkommen

Neben Investitionen setzen die Unternehmen auf neue Exportmärkte, um ihre Umsätze zu steigern. Der Molkereibetrieb Mlepol sieht vor allem in afrikanischen und asiatischen Ländern viel Potenzial, denn hier wächst die Bevölkerung. Die Fleischindustrie verbindet insbesondere mit Asien große Hoffnungen. Ausbrüche der Vogelgrippe oder der afrikanischen Schweinepest in Polen blockierten den Export in Länder wie Vietnam, Südkorea und Japan. Mittlerweile kann Polen wieder einige Fleischerzeugnisse exportieren. Die Geflügelindustrie hofft Anfang 2025 vor allem darauf, dass der Export nach China wieder freigegeben wird.

Gleichzeitig fürchtet Polens Lebensmittelindustrie neue Konkurrenz aus Südamerika. Fleischverarbeiter und Molkereien laufen Sturm gegen das Freihandelsabkommen Mercosur. Die Unternehmen befürchten, Kunden in wichtigen EU-Exportmärkten zu verlieren. Polens Wirtschaftsministerium schreibt: "Billigere Produkte aus den Mercosur-Ländern, in denen die Produktionskosten niedriger sind, könnten polnische Waren verdrängen."

Ausgewählte Investitionsprojekte der Ernährungswirtschaft in Polen (Investitionssumme in Millionen Euro)

Projekt	Investitions-summe	Projektstand	Anmerkungen
Bau einer Fabrik für Speisesalz, Glogów	233	Durchführung, fertig Mitte 2029	Kupferkombinat KGHM Polska Miedź
Bau einer Fabrik für Kaffeeprodukte, Jawor	142	Planung, fertig 2030	Jacobs Douwe Egberts OPS PL (Niederlande)
Bau eines Kühlagers, Nowy Modlin	112	Durchführung, fertig Sommer 2024	Atlas Ward für NewCold (Niederlande)
Ausbau der Schokoladenfabrik, Warschau	70	Durchführung, fertig 3. Quartal 2024	Firma Wedel (Lotte, Japan)
Bau einer Fabrik für UHT-Milch, Wysokie Mazowieckie	61	Durchführung, fertig 2025	Molkereigruppe Mlekovita
Ausbau einer Fabrik für Babynahrung und Nahrung für medizinische Zwecke, Opole	50	Durchführung, fertig 1. Quartal 2025	Nutricia (Danone, Frankreich)
Modernisierung einer Saftfabrik, Zator, Technologiepark Krakau	43	Durchführung	Firma Tymbark-MWS (Maspeks)

Quelle: Pressemeldungen 2024, Firmenangaben, Recherchen

Branchenstruktur Ernährungswirtschaft

Auch dank internationaler Unternehmen gehört Polen zu den führenden Lebensmittelexporturen der EU. Am heimischen Markt tragen steigende Einkommen zu neuen Essgewohnheiten bei.

Gemessen am Branchenumsatz verfügt Polen über die sechstgrößte Nahrungsmittelindustrie in der EU. Eine Reihe von heimischen und internationalen Konzernen bestimmt das Geschehen am Markt. Kleine Unternehmen behaupten sich vor allem in Nischen. Ausländische Hersteller produzieren in Polen nicht nur für lokale Abnehmer, sondern beliefern Kunden in ganz Europa.

Ein prominentes Beispiel ist der deutsche Kaffeehersteller Tchibo, dessen Werk bei Warschau sämtliche Kapseln, Pads und Instantkaffee-Produkte des Unternehmens fertigt. Auch der niederländische Teehersteller Lipton setzt auf Polen: Die Fabrik in Katowice ist das einzige Werk innerhalb der EU. Es beliefert Märkte in ganz Kontinentaleuropa. Insgesamt erzielen die polnischen Kaffee- und Teehersteller über 60 Prozent ihrer Umsätze im Export. Ähnlich dominant ist das Auslandsgeschäft bei den Verarbeitern von Fisch und Meeresfrüchten.

Die polnische Lebensmittelindustrie als Ganzes erwirtschaftet mehr als ein Viertel ihrer Umsätze im Exportgeschäft. Kein Land in der EU führt ausgehend vom Warenwert so viel Geflügelfleisch aus wie Polen. Beim Export von Eiern schaffen nur die Niederlande mehr. Internationale Einzelhändler unterstützen den Export Polens. Die polnische Tochtergesellschaft des deutschen Discounter-Riesen Lidl lieferte allein 2023 Waren im Wert von rund 1,5 Milliarden Euro ins Ausland.

Wichtige Branchenunternehmen in Polen (Umsatz 2023 in Millionen Euro)

Unternehmen	Sparte	Umsatz ^{1) 2)}
Grupa Maspex	verschiedene Nahrungsmittel	3.299
Animex Foods	Fleischverarbeitung	2.789
<u>Grupa Mlekovita</u>	Molkereiprodukte	2.007
<u>SM Mlepol</u>	Molkereiprodukte	1.475
Krajowa Grupa <u>Spożywcza</u>	verschiedene Nahrungsmittel	1.419
<u>Grupa Sokołów</u>	Fleisch und Fleischverarbeitung	1.282
<u>Imperial Tobacco Polska S.A.</u>	Tabakverarbeitung	1.243
Grupa Wipasz	Futtermittel und Geflügelverarbeitung	1.223
Mowi Polska	Fischverarbeitung	1.175
<u>Grupa Żywiec</u>	Brauereigruppe (Heineken)	850

¹⁾ umgerechnet zum Jahresdurchschnittskurs 2023: 1 Euro = 4,543 Złoty;

²⁾ Einnahmen aus Verkäufen

Quelle: Lista 500 der Tageszeitung Rzeczpospolita 2024

Internationale Hersteller kaufen Firmen auf

Auch wenn die Lebensmittelhersteller über das ganze Land verstreut sind, gibt es einige regionale Schwerpunkte. Ein großer Teil der Unternehmen hat sich in Mittel- und Südpolen niedergelassen. Produktionszentren gibt es beispielsweise in den zentralpolnischen Woiwodschaften Łódzkie, Mazowieckie und Wielkopolskie. Bedeutend sind außerdem Śląskie und Małopolskie im Süden des Landes.

Die Maspex Gruppe gilt nicht nur als der größte Lebensmittelkonzern mit polnischem Eigentümer, sondern auch als einer der größten Branchenvertreter in Mitteleuropa. Rund 70 Marken befinden

sich im Portfolio des Unternehmens, darunter die in Polen sehr bekannte Nudelmarke Lubella oder der Safthersteller Tymbark. Zu den größten internationalen Herstellern in Polen gehören Nestlé, Unilever, Coca-Cola und PepsiCo. Einer der nach Umsatz größten deutschen Hersteller in Polen ist Pfeifer & Langen mit verschiedenen Tochtergesellschaften sowie das Unternehmen Südzucker.

Produktion ausgewählter Nahrungs- und Genussmittel in Polen ^{1) 2)}

Produktgruppe	2022	2023 ³⁾	Veränderung 2023/22 ⁴⁾
Geflügelfleisch	3.358	3.295	-1,9
Wurstwaren	896	737	-17,7
Obst- und Gemüsesäfte (in 1.000 hl)	13.198	10.237	-22,4
Milch (in 1.000 hl)	37.211	34.871	-6,3
Käse, reifend	384	389	1,3
Frischkäse, Quark	519	520	0,2
Weizenmehl	2.517	1.957	-22,2
Zucker	2.146	3.393	58,1
Reiner Wodka (umgerechnet in 100 % Alkohol, in 1.000 hl)	1.018	871	-14,4
Bier (in 1.000 hl)	39.764	35.200	-11,5

¹⁾ in 1.000 Tonnen, sofern nicht anders angegeben, hl = Hektoliter;

²⁾ Unternehmen mit mindestens 50 Beschäftigten;

³⁾ Angaben für 2023 sind vorläufig und können noch nach oben korrigiert werden;

⁴⁾ Veränderung in Prozent

Quelle: Statistisches Hauptamt GUS 2024

Im Juli 2024 übernahm der Geflügelverarbeiter Drosed - eine polnische Tochter der französischen LDC Holding - den ebenfalls polnischen Konkurrenten Indykpol. Es handelt sich nicht um einen Einzelfall. Einige der größten Fleischproduzenten Polens gehören mittlerweile zu ausländischen Investoren. Prominente Beispiele sind Animex Foods, Sokołów und Tarczyński. In der Molkerei-Industrie stellt sich die Situation hingegen anders dar. Die drei führenden Molkereien des Landes, Polmlek, Mlekovita und Mlekpól, befinden sich alle in der Hand polnischer Eigentümer.

Polnischer Export von Agrarerzeugnissen und Nahrungsmitteln (in Milliarden Euro)

Jahr	Wert
2023 *)	51,8
2022	47,9
2021	37,6
2020	34,3

* Schätzung; Quelle: Landesstelle zur Förderung der Landwirtschaft KOWR 2024

Die Hersteller organisieren sich

Ein Gegengewicht zu den stark vertretenen Unternehmen mit Auslandskapital bildet außerdem die teilstaatliche Gesellschaft KGS (Krajowa Grupa Spożywcza). Insgesamt 15 Agrarbetriebe und Lebensmittelverarbeiter befinden sich mittlerweile unter dem Dach der Gruppe. Eine Schlüsselrolle nimmt der Zuckerproduzent KSC ein (Krajowa Spółka Cukrowa S.A). Eine Aufgabe der KGS besteht darin, über langfristige Lieferverträge die Preise von Agrargütern zu stabilisieren.

Nationale und internationale Hersteller engagieren sich in unterschiedlichen Verbänden. Der größte Interessensvertreter der Lebensmittelindustrie in Polen ist die Föderation der Lebensmittelhersteller PFPŻ (Polska Federacja Producentów Żywności). Zu den Mitgliedern gehören auch deutsche Firmen wie Bahlsen, HIPP und Hochland. Einige Sparten der Lebensmittelindustrie kooperieren außerdem in branchenspezifischen Kammern wie der Polnischen Milchkammer PIM (Polska Izba Mleka) oder der Wirtschaftskammer für Geflügel (Krajowa Rada Drobiarstwa - Izba Gospodarcza).

Produkte aus Polen dominieren den Handel

Verbraucherinnen und Verbraucher in Polen kaufen Lebensmittel vor allem in Discontern oder in Nachbarschaftsläden. Diese Mini-Märkte mit eingeschränktem Sortiment gehören in der Regel zu Franchising-Unternehmen. Großflächige SB-Warenhäuser verlieren hingegen Marktanteile, ebenso wie Fachgeschäfte, die keiner Kette angehören.

Ähnlich wie in anderen europäischen Ländern halten auch im Produktsortiment in Polen immer mehr Convenience-Produkte Einzug. Die Mini-Markt Kette Żabka beispielsweise bietet eine Reihe von Tiefkühlprodukten an, die der Kunde im Geschäft aufwärmen lassen kann.

Die Artikel in den polnischen Supermärkten und Discontern stammen in der Regel aus Polen. Laut Angaben des Handelsverbandes POHiD (Polska Organizacja Handlu i Dystrybucji) sind 97 Prozent aller Milchprodukte in den Regalen polnische Erzeugnisse. Bei Fleischzubereitungen steigt der Wert sogar auf 98 Prozent. Im Falle von Obst und Gemüse handelt es sich immer noch um 76 Prozent. Internationale Waren kommen in den Geschäften vor allem bei thematischen Aktionswochen zum Zug.

Gleichzeitig wird der Außer-Haus-Verkauf immer beliebter. Die Zahl der Restaurants und Imbisse wächst seit Jahren, vor allem dank des Plus bei der mobilen Gastronomie. Zu dieser Kategorie gehören beispielsweise Foodtrucks. In den wachsenden Bürozentren der Großstädte kämpfen Catering-Dienstleister um Marktanteile. Laut Angaben der Marktforschungsagentur Dun&Bradstreet kletterte der Umsatz im gesamten HoReCa-Sektor (Hotel/Restaurant/Catering) 2024 um 8,4 Prozent. Zu den wichtigsten Treibern gehört der steigende Wohlstand gepaart mit dem zunehmenden verfügbaren Einkommen in Polen. Diesen Umstand können deutsche Lebensmittelgroßhändler für sich nutzen. Der Gastronomielieferant Chefs Culinar aus Schleswig-Holstein wächst in Polen vor allem dank der steigenden Nachfrage an exotischeren Zutaten in der Gastronomie.

Pharma

Polen will mehr pharmazeutische Wirkstoffe selbst produzieren und sich von Medikamentenimporten unabhängig machen. Branchenvertreter verlangen dabei Unterstützung.

Polens Gesundheitsministerium überarbeitet das Erstattungsgesetz. Die geplante Novelle nimmt Teile einer Reform aus dem Jahr 2023 zurück. Die damaligen Änderungen hatten Pharmaunternehmen dazu verpflichtet, große Liefermengen von Arzneimitteln einzulagern. Diese Anforderungen werden voraussichtlich in Teilen fallen.

Seit 2024 erhalten Patienten für eine Reihe von verschreibungspflichtigen Medikamenten einen Rabatt, wenn das Arzneimittel in Polen hergestellt wurde. Der Arbeitgeberverband der polnischen Arzneimittelhersteller PZPPF spricht von einem symbolischen Schritt in die richtige Richtung, um die heimische Produktion zu fördern.

Wachsender Pharmamarkt mit wackeliger Finanzierung

Polens Pharmamarkt gilt als besonders preissensibel. Die heimische Industrie konzentriert sich auf Generika. Trotzdem gibt es Raum für Anbieter von innovativen Medikamenten.

Vor allem Antibiotika werden aus Kostengründen laut Zahlen des Statistikamtes GUS immer seltener in Polen produziert. Dabei will das Land eigentlich mehr Medikamente selbst herstellen. Das Gesundheitsministerium hat eine Liste mit 301 Arzneimitteln veröffentlicht, die kritisch für die heimische Versorgung sind. Pharmaproduzenten stellen aktuell nur ein Viertel dieser Medikamente in Polen her. Laut PZPPF seien Abnahmegarantien und Zuschüsse für Maschinen nötig, damit die Hersteller entsprechende Kapazitäten aufbauen können.

Polen hatte wegen der strengen Fristen darauf verzichtet, Gelder aus dem europäischen Wiederaufbaufonds in die Arzneimittelproduktion zu investieren. Jetzt sucht das Land nach weiteren europäischen Finanzierungsmöglichkeiten. Parallel dazu erweitern polnische Pharmariesen ihre Anlagen. Zum Beispiel will das Unternehmen Adamed bis 2030 über 400 Millionen Euro investieren.

Verkäufe der Apotheken in Polen legen zu (in Milliarden Euro¹), Veränderung in Prozent

	2023	2024	Veränderung 2024/2023 ²⁾	Preissteigerung ³⁾
Insgesamt, darunter	11,1	13,0	10,9	8,7
Erstattungsfähige, rezeptpflichtige Arzneien	3,2	3,8	11,4	6,4
Rezeptpflichtige Arzneien für Selbstzahler	3,0	3,6	16,5	11,7
Rezeptfreie Präparate (Over the Counter, OTC)	4,8	5,5	7,4	7,0

1) umgerechnet zum Jahresdurchschnittskurs 2023: 1 Euro = 4,5420 Złoty, 2024: 1 Euro = 4,3064 Złoty;

2) nominale Veränderung auf Złoty-Basis in Prozent;

3) durchschnittliche Preissteigerung pro Packung in Prozent.

Quelle: PEX Pharma Sequence, PEX Sp. z o.o. 2025

Weitere Informationen über die Pharmaindustrie in Polen finden Sie in der GTAI-Reihe [Branche Kompakt](#).

Kosmetika

Die Kosmetikindustrie Polens profitiert von wachsenden Konsumausgaben. Trotz der guten Lage am heimischen Markt sehen viele Hersteller vor allem im Export neue Wachstumschancen.

Die Verkäufe der Kosmetikindustrie in Polen befinden sich im Aufwind. Laut der Bank PKO gingen im Jahr 2024 Kosmetikprodukte im Wert von 5,3 Milliarden Euro über die Ladentische. Das entspricht einem Plus von 3,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die Analysten sehen weiteres Potenzial. Sie erwarten zwischen 2025 und 2028 ein jährliches durchschnittliches Wachstum von 4,2 Prozent. Einige

Produktgruppen entwickeln sich schneller als der Markt. Der Absatz von Hautpflegeartikeln und Schminke nimmt den Prognosen zufolge besonders dynamisch zu.

Das Umsatzplus der Kosmetikindustrie geht vor allem auf die steigenden Realeinkommen zurück. Weil polnische Verbraucher mehr Geld im Portemonnaie haben, klettern die Konsumausgaben. Dieser Umstand hilft wiederum der Kosmetikindustrie.

Laut der Bank Pekao gibt es für die Hersteller einen weiteren Grund zur Freude. Eine Studie zeigt, dass die Materialkosten der Kosmetikindustrie im Laufe des Jahres 2024 um 8 Prozent gesunken sind. Rohstoffe machen mehr als 50 Prozent der Kosten eines Kosmetikherstellers aus. Sinken die Preise, verbessern sich die Gewinne der Firmen.

Internationale Konzerne verbessern die Handelsbilanz

Polen belegt den 5. Platz in der Rangfolge der umsatzstärksten Kosmetikmärkte in der EU.

Auch das Exportgeschäft der Kosmetikhersteller wächst. Im Jahr 2024 lieferten die Unternehmen Waren im Wert von 5,3 Milliarden Euro ins Ausland, ein Plus von 4,2 Prozent. Rund ein Fünftel der Ausfuhren geht nach Deutschland. Auf Platz zwei und drei der wichtigsten Exportziele landen das Vereinigte Königreich und Tschechien.

Polen exportiert deutlich mehr Kosmetikartikel, als das Land importiert. Der Überschuss im Außenhandel hängt mit der starken Präsenz internationaler Hersteller zusammen. Laut PKO haben zwar nur rund ein Viertel aller Kosmetikunternehmen in Polen einen ausländischen Eigentümer, gleichzeitig stemmen die internationalen Firmen aber rund drei Viertel des gesamten Branchenexports.

Ein Beispiel ist L'Oréal: Der französische Hersteller betreibt ein Werk in einem Vorort von Warschau. Mehr als 90 Prozent der Produktion gehen in den Export. Auch der deutsche Kosmetikkonzern Beiersdorf, Eigentümer der Marke Nivea, verkauft die Produkte aus seinem Werk bei Poznań auf internationalen Märkten. US-amerikanische Kosmetikfirmen wie Colgate-Palmolive oder Procter & Gamble unterhalten ebenfalls Produktionsstätten in Polen.

Polnische Firmen konzentrieren sich auf regionale Märkte

Zu den national und international erfolgreichsten Herstellern mit polnischem Eigentümer gehört das Unternehmen Dr. Miele Cosmed Group (kein Bezug zum Haushaltsgerätehersteller Miele). Ein weiterer heimischer Platzhirsch in Polen ist das Kosmetikunternehmen Ziaja. Der Hersteller erzielt rund 20 Prozent seiner Umsätze über das Exportgeschäft. Zu den größten polnischen Kosmetikunternehmen gehören außerdem die Cosmo Gruppe, Dr. Irena Eris und Eveline Cosmetics. Abgerundet wird das Bild der heimischen Hersteller von einer Vielzahl an Start-ups.

Eine wichtige Rolle in Polens Kosmetikindustrie spielen Auftragsfertiger. Sie produzieren sogenannte White-Label-Produkte für heimische und internationale Kosmetikunternehmen. Die Artikel werden anschließend mit dem Logo einer etablierten Marke verkauft. Bekannte Auftragsfertiger in Polen sind Adex Cosmetics, Canexpol und die Poplawska Gruppe.

Rund 250 Hersteller haben sich im Verband der polnischen Kosmetikindustrie PZPK (Polski Związek Przemysłu Kosmetycznego) zusammengeschlossen. Die Interessensvertretung gilt als das wichtigste Sprachrohr der Branche. Unter den Mitgliedern befinden sich auch internationale Größen, darunter die deutsche Beiersdorf.

Verkäufe von Körperpflegemitteln und Kosmetika in Polen legen zu (in Milliarden Euro)

Produktgruppe	2024 ¹⁾	2028 ²⁾	Veränderung ³⁾
Körperpflegemittel	2,6	2,9	3,6
Pflegende Kosmetik für die Haut	1,4	1,8	5,4
Dekorative Kosmetik	0,6	0,8	5,3
Parfums, Eau de Toilette	0,6	0,7	2,8
Schönheitstechnologien	0,1	0,1	4,2

1) Schätzung; 2) Prognose; 3) jahresdurchschnittliche nominale Steigerung 2024 bis 2028 in Prozent.

Quelle: Sparkassenorganisation PKO BP 2025

Verband fordert Innovationen

Die Hersteller in Polen versprechen sich vor allem im Exportgeschäft neue Wachstumsmöglichkeiten. Das zeigt eine Interviewreihe des Branchenmagazins Świat Przemysłu Kosmetycznego. Länder wie Tschechien, die Slowakei, Ungarn oder Rumänien stehen dabei im Fokus. Viele Expansionspläne haben jedoch einen Haken. Wie der PZPK beklagt, geben polnische Kosmetikhersteller zu wenig für Forschung und Entwicklung aus. Stattdessen versuchen die Firmen, über niedrige Kosten zu konkurrieren. Im Jahresbericht des PZPK heißt es dazu: "Mit der Präsenz auf ausländischen Märkten sollten polnische Unternehmen verstärkt in Innovationen investieren, um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten, zumal Vorteile, die auf niedrigen Arbeitskosten [...] beruhen, allmählich verschwinden." Dabei gäbe es Unterstützung. Die Unternehmensberatung EY verweist in einer Analyse der polnischen Kosmetikindustrie auf Förderprogramme. Forschende Kosmetikunternehmen erhalten beispielsweise Steuervorteile. Außerdem können die Firmen EU-Gelder im Rahmen des Programms SMART-PATH in Anspruch nehmen. Als weitere Herausforderung identifiziert PZPK europäische Umweltauflagen. Insbesondere die Neufassung der EU-Abwasserrichtlinie sorgt bei dem Verband für Diskussionen. Um die verschärfte Richtlinie einzuhalten, seien teure Investitionen nötig, so der Verband.

Wenige Ketten bestimmen den Handel

Der stationäre Vertrieb von Kosmetikprodukten erfolgt in Polen vor allem über drei Kanäle: Drogeriemärkte, Discounter und Parfümerien. Fast 60 Prozent aller Kosmetikverkäufe finden in diesen Geschäften statt. Der Onlinehandel kommt laut PZPK auf einen Marktanteil von über 16 Prozent - Tendenz steigend - zulasten stationärer Läden. Trotz der wachsenden Konkurrenz durch Onlinegeschäfte drängen neue Einzelhändler nach Polen. Bislang bestimmten vier Drogerieketten den Markt: Rossmann, Natura, Hebe und Super-Pharm. Seit 2022 mischt auch die deutsche Kette dm mit. Sie unterhielt Ende 2024 genau 50 Filialen in Polen. Weitere 30 Geschäfte sollen bis Ende 2025 ihre Türen öffnen.

Welchen Einkaufskanal die Kunden nutzen, hängt vom gesuchten Produkt ab. Verbraucher nutzen Drogeriemärkte nach Angaben des PZPK vor allem für Hautpflegeprodukte, Babypflege und Schminke. Discounter punkten hingegen beim Verkauf von Haarpflegeprodukten, Duschprodukten und Deodorants. Über den Onlinehandel beziehen Kunden hingegen Parfüms und Eau de Toilette.

Verfasser des o.g. Berichts: Christopher Fuß, GTAI Warschau

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2025 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

WELTEXPORT

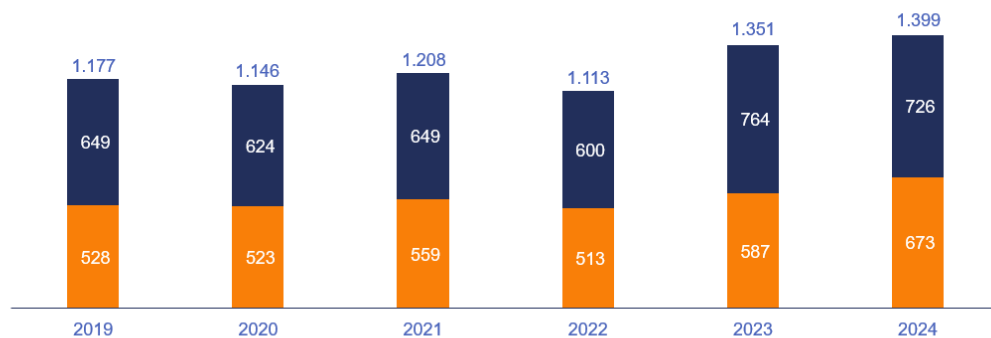
Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen nach Polen

In Mio. Euro

■ Nahrungsmittelmaschinen

■ Verpackungsmaschinen

2024/2023: +3,6 %



Quelle: Nationale Statistische Ämter, VDMA

VDMA

Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen

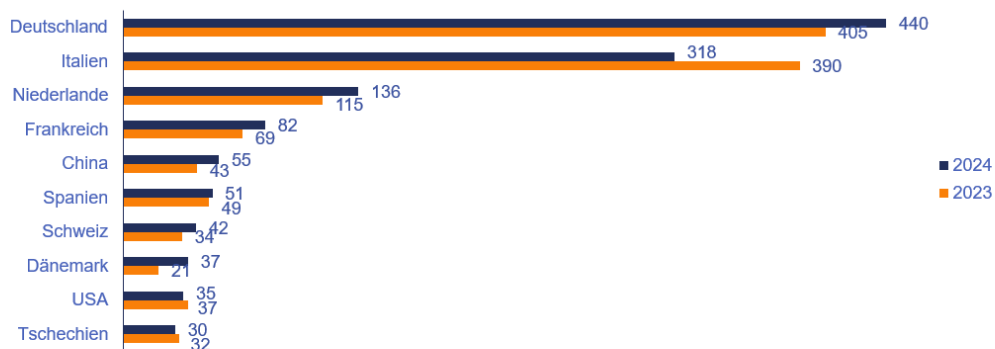
Juli 2025 2

WELTEXPORT

Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen nach Polen – TOP 10 Lieferländer

Export 2024: 1.399 Mio. Euro, +3,6 %

In Mio. Euro



Quelle: Nationale Statistische Ämter, VDMA

VDMA

Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen

Juli 2025 3

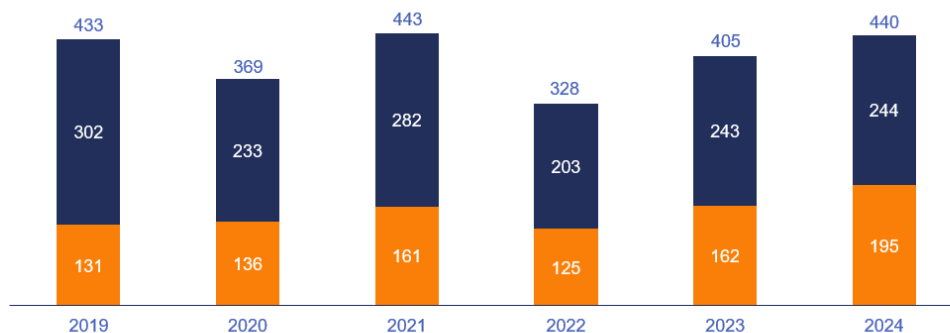
DEUTSCHE EXPORTE

Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen nach Polen

In Mio. Euro

■ Nahrungsmittelmaschinen ■ Verpackungsmaschinen

2024/2023: +8,7 %



Quelle: Nationale Statistische Ämter, VDMA



Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen

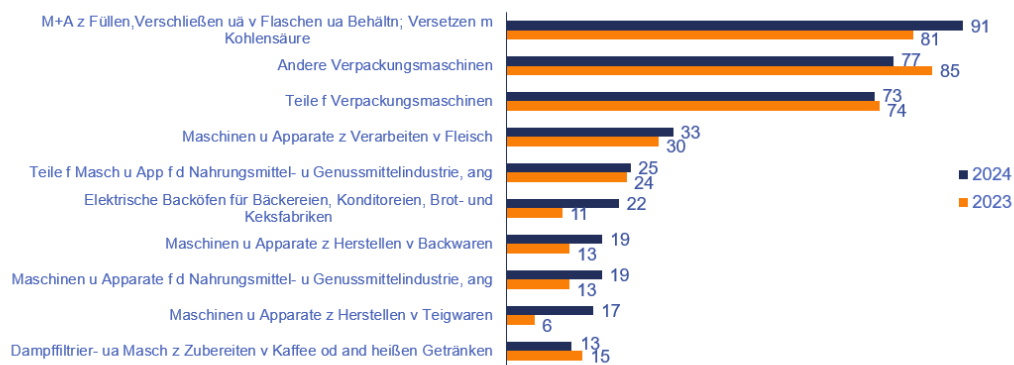
Juli 2025 4

DEUTSCHE EXPORTE

Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen nach Polen

Export 2024: 440 Mio. Euro, +8,7

In Mio. Euro



Quelle: Nationale Statistische Ämter, VDMA



Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen

Juli 2025 5