

PRESSEMITTEILUNG

Neustädtische Kirchstraße 7A
10117 Berlin

www.vgms.de | info@vgms.de
T 030 212 33 69-0 | F 030 212 33 69-99

Präsidium:
Jochen Brüggem, Gustav Deiters,
Michael Gutting, Ralph Seibold

Geschäftsführung:
Dr. Peter Haarbeck

AG Charlottenburg VR 35572 B
Lobbyregister R003156

Berlin, 30. September 2026

Drei von vier Nudeln kommen aus dem Ausland – schade, bei dem tollen Angebot aus Deutschland und schlecht für die Resilienz

Die Deutschen bleiben Nudelfans: Mit 10,1 Kilogramm pro Kopf liegt der Verbrauch weiter auf Rekordniveau. Doch die heimische Produktion verliert weiter an Boden. Rund drei Viertel der in Deutschland verzehrten Teigwaren werden inzwischen importiert, mehr als die Hälfte aus Italien. Dabei verfügt Deutschland über eine bestens funktionierende Wertschöpfungskette vom heimischen Hartweizenanbau über spezialisierte Mühlen bis zu Teigwarenherstellern mit einem hervorragenden Angebot. Diese Wertschöpfungskette zu erhalten, ist auch eine Frage von Versorgungssicherheit und Resilienz.

Der deutsche Teigwarenmarkt bleibt mit 842.765 Tonnen auf hohem Niveau. Gleichzeitig ist die heimische Produktion im Wirtschaftsjahr 2025/26 um 4,7 Prozent auf 391.500 Tonnen zurückgegangen. Die Einfuhren stiegen dagegen um 2,6 Prozent auf 628.766 Tonnen. Nach Abzug der Exporte stammen damit nur noch rund 25 Prozent der in Deutschland verzehrten Teigwaren aus heimischer Produktion. Rund drei von vier Nudeln werden importiert. Italien bleibt mit 456.367 Tonnen mit Abstand wichtigstes Lieferland und deckt inzwischen 54,2 Prozent des deutschen Marktes ab.

Peter Haarbeck, Geschäftsführer des Verbands der Getreide-, Mühlen- und Stärkewirtschaft VGMS: „Die Deutschen essen so viele Nudeln wie nie zuvor, aber die heimische Produktion profitiert davon immer weniger. Nur noch etwa jede vierte Nudel auf unseren Tellern stammt aus deutscher Herstellung. Dabei verfügen wir über eine leistungsfähige Wertschöpfungskette vom Hartweizenanbau über die Mühlen bis zu den Teigwarenherstellern.“

Qualitäts-Hartweizen wächst auch in Deutschland

Deutschland hat sich über die vergangenen Jahre zu einem hervorragenden Anbaugebiet für Qualitäts-Hartweizen entwickelt. Auf 60.400 Hektar wurde zur Ernte 2026 Hartweizen angebaut, rund 16 Prozent mehr als im Vorjahr. Und mit 361.400 Tonnen wurde so viel Hartweizen geerntet wie noch nie zuvor.

In deutschen Mühlen wurden im Wirtschaftsjahr 2025/26 rund 452.000 Tonnen Hartweizen vermahlen. Damit verfügt Deutschland über eine funktionierende Wertschöpfungskette vom Durumanbau über die Vermahlung bis zur Herstellung der fertigen Teigwaren.

„Beste Teigwaren werden aus bestem Hartweizen hergestellt – und den erzeugt die deutsche Landwirtschaft. So liefern Landwirtschaft, Hartweizenmühlen und Teigwarenhersteller Nudel-Qualität aus Deutschland, die keinen Vergleich scheut“, sagt Peter Haarbeck.

Versorgungssicherheit beginnt nicht erst in der Krise

Funktionierende Wertschöpfungsketten sind nicht nur eine Frage regionaler Herkunft. Politik und Wirtschaft diskutieren spätestens seit den Covid-Jahren und dem Krieg in Europa darüber, wie Lieferketten resilienter und die Versorgung mit Lebensmitteln auch unter schwierigen Bedingungen gesichert werden kann. Eine schlagkräftige heimische Landwirtschaft und leistungsfähige Verarbeitungsbetriebe sind dafür wichtige Bausteine.

Bei Teigwaren sind diese Strukturen heute vorhanden: Landwirte bauen zunehmend Hartweizen an, spezialisierte Mühlen verarbeiten ihn zu Grieß, heimische Hersteller produzieren daraus ein breites Teigwarensortiment, das allen Verbraucherwünschen gerecht wird, egal ob (Bronze-)Pasta, Spätzle oder Eiernudel. Gleichzeitig geht die deutsche Teigwarenproduktion zurück und der Importanteil steigt.

Dabei spielt der Lebensmitteleinzelhandel eine entscheidende Rolle. Kaufentscheidungen der Verbraucherschaft werden nicht allein durch persönliche Vorlieben bestimmt, sondern durch Preis, Platzierung, Sichtbarkeit und Aktionen. Italienische Pasta wird im deutschen Lebensmitteleinzelhandel regelmäßig als stark preisreduzierte Aktionsware angeboten. Deutsche Produkte sind dagegen deutlich seltener Bestandteil solcher Aktionen, werden vielfach höherpreisig positioniert oder sind in einzelnen Sortimenten kaum vertreten.

Mit seiner Sortimentsgestaltung beeinflusst der Handel, welche Produkte Verbraucherinnen und Verbraucher tatsächlich zur Auswahl stehen. Wer heimische Wertschöpfung und resiliente Lieferketten erhalten will, muss deutschen Produkten deshalb auch im Supermarkt eine faire Absatzchance geben.

Peter Haarbeck: „Wir reden zu Recht über Versorgungssicherheit und resiliente Lieferketten. Dazu gehört es, leistungsfähige Strukturen zu erhalten. Wertschöpfungsketten lassen sich nicht wieder einschalten, wenn sie in der Krise gebraucht werden. Teigwaren gehören zu den Grundnahrungsmitteln. Die Wertschöpfungskette Teigwaren zu erhalten, kann nur gelingen, wenn die Produkte im Handel auch sichtbar sind und im Wettbewerb eine Chance bekommen. Resilienz bedeutet Vielfalt bei den Bezugsquellen und den Erhalt eigener Produktionskapazitäten.“ Der Nudelmarkt zeigt, wie aktuell diese Frage ist: Die Nachfrage ist mit 10,1 Kilogramm pro Kopf auf Rekordniveau – doch der Anteil der heimischen Produktion wird immer kleiner.

Die deutsche Nudel ist vielfältiger als ihr Ruf

Hartweizengrieß ist in der deutschen Teigwarenherstellung, genau wie in der italienischen, wichtigster Bestandteil der Rezeptur – unabhängig davon, ob Ei zugesetzt wird oder nicht.

Damit greift die Gleichsetzung von deutscher Nudel mit Eiernudel zu kurz. Von den 296.800 Tonnen Trockenteigwaren, die 2025/26 in Deutschland hergestellt wurden, entfielen 175.600 Tonnen auf Teigwaren ohne Ei und 121.200 Tonnen auf Teigwaren mit Ei. Damit werden inzwischen rund 59 Prozent der deutschen Trockenteigwaren ohne Ei produziert – alle aber auf Hartweizenbasis.

Vor gut 20 Jahren war das Verhältnis nahezu umgekehrt: 2005 stellten deutsche Hersteller 217.228 Tonnen Teigwaren mit Ei und lediglich 36.102 Tonnen ohne Ei her. Damals waren rund 86 Prozent der deutschen Teigwaren Eiernudeln, heute sind es noch rund 41 Prozent.

Eierteigwaren bleiben dennoch ein wichtiger Bestandteil der deutschen Nudelkultur. Hinzu kommen Produkte, mit denen deutsche Hersteller eigene Akzente setzen – etwa Teigwaren aus Dinkel.

„Die deutsche Nudelwelt ist vielfältiger als viele denken. Eierteigwaren gehören ebenso dazu wie klassische Pasta, Spezialitäten auf Dinkelbasis oder die typisch deutschen Spätzle. Deutsche Hersteller haben ein eigenständiges Sortiment, das mindestens so gut wie die italienische Pasta ist“, so Haarbeck.

Verband der Getreide-, Mühlen- und Stärkewirtschaft VGMS

Im VGMS sind rund 500 Unternehmen organisiert, kleine und mittelständische, zumeist familiengeführte Unternehmen sowie große internationale Konzerne. In den Betrieben werden rund 15 Millionen Tonnen landwirtschaftlicher Rohstoffe verarbeitet, unter anderem Weizen, Roggen, Hafer, Hartweizen, Mais, Reis und Stärkekartoffeln. Die Unternehmen sind Partner der Landwirtschaft sowie von Lebensmittelhandwerk, Industrie und Handel.

Die Produktpalette reicht von Mehl über Haferflocken, Frühstückscerealien, Nudeln und Reis bis zu nativen und modifizierten Stärken sowie Stärkeverzuckerungsprodukten. In Deutschland und darüber hinaus versorgen die Unternehmen Tag für Tag Millionen Menschen mit hochwertigen, sicheren und preiswerten Lebensmitteln. Daneben stellen sie Produkte für die chemisch-technische und pharmazeutische Industrie sowie Einzelfuttermittel her.

Die Getreide-, Mühlen und Stärkewirtschaft beschäftigt rund 17.500 Menschen. Mit ihren Produkten ist sie weltweit erfolgreich und erwirtschaftet einen Umsatz von nahezu 8,5 Milliarden Euro. Der VGMS vertritt die wirtschafts- und sozialpolitischen Interessen der Getreide-, Mühlen und Stärkewirtschaft gegenüber deutschen und europäischen Institutionen.

Ansprechpartnerin:

Anne-Kristin Barth
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

T 030 2123369 34
E anne-kristin.barth@vgms.de