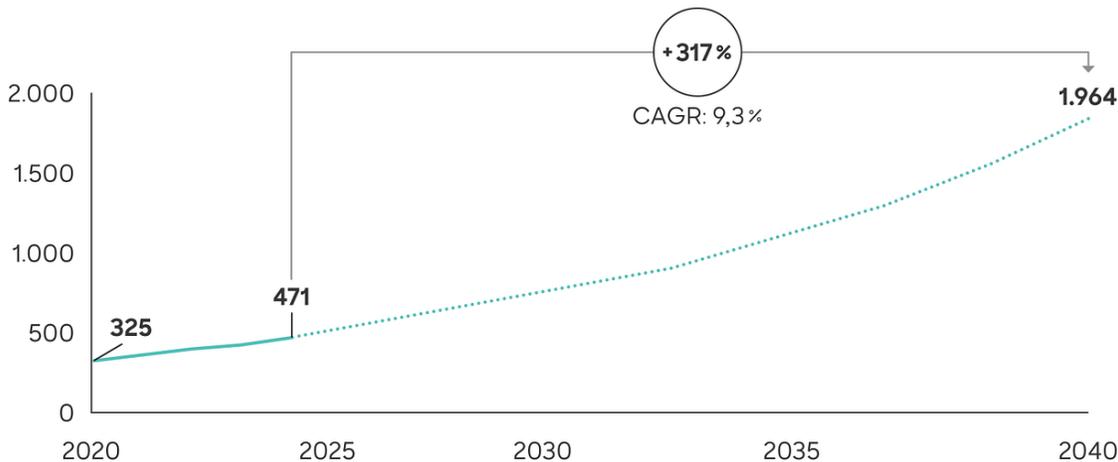


Boomzeiten im Weltraum

Umsatzentwicklung der globalen Raumfahrtwirtschaft,
2020–2040 [Mrd. Euro]



Quelle ESA, Roland Berger

25.09.2025 10:59 CEST

Innovation schafft Wachstum: Raumfahrt ist Schlüssel für die Zukunft der deutschen Industrie

[Study Download](#)

- Der deutsche und europäische Abstand zu den USA und China in der Raumfahrt ist in den vergangenen Jahren größer geworden – mit weitreichenden gesamtindustriellen Folgen
- Zur branchenübergreifenden Stärkung der deutschen Industrie braucht es eine neue Sichtweise auf Raumfahrt, strukturelle Reformen, größere Investitionen und mehr Freiräume statt neuer

Regularien

- Allein Deutschland muss seine öffentlichen Investitionen in die Raumfahrt im Vergleich zur Basisprognose um 93 Milliarden Euro bis 2040 erhöhen, um den europäischen Marktanteil von derzeit 17 auf 25 Prozent zu steigern

München/Berlin, September 2025: Die Raumfahrtindustrie ist ein Wachstumsmotor und Innovationstreiber für moderne Volkswirtschaften. Roland Berger zeigt in seiner Studie „Aufholjagd im All“ in Kooperation mit dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), welche Potenziale NewSpace für die Zukunft der deutschen Industrie eröffnet.

Der globale Markt für weltraumgestützte Infrastruktur und Dienste wird sich bis 2040 vervierfachen – von heute knapp 500 Milliarden auf 2.000 Milliarden Euro. Auch für die deutsche Wirtschaft besteht erhebliches Potenzial, dank ihres spezialisierten Ingenieurs-Know-how, das die Raumfahrt dringend benötigt.

Neues Mindset: NewSpace als Grundlage technologischer Führerschaft begreifen

Das Apollo-Programm der USA zeigt, was gezielte Investitionen in Raumfahrt langfristig bewirken können. Viele seiner Errungenschaften bilden bis heute die Basis für die technologische Führungsrolle der USA. Ein solches Mindset für die Bedeutung und das Potenzial von Raumfahrt brauchen wir auch in Deutschland. Sie stärkt branchenübergreifend unsere Industrie, sichert technologische Souveränität und schafft neue Geschäftsmodelle.

Für eine Aufholjagd zu den führenden Raumfahrtnationen USA und China ist ein echter Aufbruch nötig: Allein um den aktuellen europäischen Marktanteil von rund 17 Prozent im wachsenden Space-Markt zu halten, wären bis 2040 zusätzliche Investitionen in Höhe von etwa 237 Milliarden Euro notwendig. Allein Deutschland müsste seine Ausgaben im selben Zeitraum um 56 Milliarden Euro erhöhen. Um den Marktanteil im selben Zeitraum auf 25 Prozent zu steigern, müsste Deutschland zusätzlich 93 Milliarden Euro investieren. Die europäischen Investitionen müssten hierfür insgesamt um 412 Milliarden Euro steigen. Neben höheren Investitionen braucht es größere Ambitionen: Eine zielgerichtete staatliche Nachfrage, bessere Rahmenbedingungen durch den Abbau bürokratischer Hürden, mehr Risikofreude sowie eine klare strategische Vision – von Raumfahrt als Treiber für technologische Führerschaft.

Investitionslücke zu internationalem Wettbewerb dringend schließen

„Die Raumfahrt ist eine Schlüsselindustrie für Europas Zukunft“, sagt Stefan Schaible, Global Managing Partner bei Roland Berger. „Wenn wir unsere Rolle in der Welt stärken wollen, müssen wir bei der Raumfahrt vorne mitspielen. Weltraumgestützte Technologien sind Treiber für Wachstum und Sicherheit gleichermaßen. Dafür braucht es Investitionen, Geschwindigkeit in Prozessen und die klare Vision, global eine führende Position einzunehmen.“

Wie groß der Nachholbedarf ist, zeigt ein Blick auf die Investitionslücke, die den deutschen Raumfahrt-Sektor im Vergleich zu den USA und China bisher stark bremst. Die öffentlichen Ausgaben für Weltraumprojekte lagen in Deutschland bei rund 2,5 Milliarden Euro in 2024. Die bereits führende Raumfahrtnation USA investierte 72 Milliarden Euro. Auch China steigert seine Ausgaben signifikant auf rund 18 Milliarden Euro im Jahr 2024. Auch andere Raumfahrtnationen wie Japan oder Frankreich investieren erheblich mehr als Deutschland.

Risiken durch Abhängigkeiten minimieren

Die jahrzehntelange Unterfinanzierung hat Folgen: Zum Beispiel betreibt Deutschland derzeit nur etwas mehr als 80 eigene Satelliten, die USA dagegen über 10.000 und China über 900 – Tendenz stark steigend. Daraus entstehen problematische Abhängigkeiten, etwa bei der Satellitenkommunikation: Aktuell gibt es keine deutsche oder europäische Alternative zum amerikanischen Netzwerk. Dabei sind Daten aus dem All heute unverzichtbar – für unsere Verteidigungsfähigkeit ebenso wie für zentrale Prozesse moderner Volkswirtschaften, etwa das Management von Logistik und Lieferketten, für neue Mobilitätslösungen oder Anwendungen der Industrie 4.0.

„Raumfahrt ist in einer geopolitisch unsicheren Welt weit mehr als Technologie – sie ist notwendige sicherheitsrelevante Infrastruktur. Wer keine eigenen Weltraumfähigkeiten besitzt, ist abhängig und verwundbar,“ betont BDI-Präsident Peter Leibinger. „Zugleich eröffnet Raumfahrt deutschen Industrieunternehmen mit ihrer Ingenieurskompetenz neue Wachstumsmöglichkeiten – von globaler Datenkommunikation über Mondlogistik bis hin zu Space Mining. Damit Deutschland diese Chancen nutzen kann, braucht es entschlossenes politisches Handeln: Raumfahrt muss als strategisches Rückgrat unserer industriellen Stärke und technologischen Souveränität verstanden werden. Gerade in einem hochtechnologischen Feld wie der Raumfahrt muss die Politik Agilität, Mut zum Risiko und zu Innovation fördern statt ausbremsen. Deutschland sollte aufgrund des Dual-

Use Charakters von Raumfahrt seine ESA-Investitionen deutlich erhöhen – von drei auf sechs Milliarden Euro in den kommenden drei Jahren. Von der Ministerratskonferenz im November in Bremen sollte unter deutschem Vorsitz ein Signal des Aufbruchs für Europa ausgehen.“

Handlungsempfehlungen für die Aufholjagd

Neben Hintergrundanalysen und Berechnungen haben die Studienautoren eine Reihe von Vorschlägen und Handlungsempfehlungen für die politischen Entscheidungsträger ausgearbeitet, mit denen Deutschland das Rennen mit den USA und China aufnehmen kann. An erster Stelle stehen dabei Maßnahmen, um ein gesamtgesellschaftliches Bewusstsein für die Bedeutung und die Chancen des Themas Raumfahrt zu schaffen. Zudem sollten Staatsaufträge genauso wie Investitionen nicht nur ausgebaut, sondern auch gezielt auf den größten wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, sicherheitspolitischen und strategischen Nutzen ausgerichtet werden.

Nationale und europäische Raumfahrtbehörden sind aufgefordert, ihre Kräfte enger zu koordinieren und den Fokus stärker auf kommerzielle Aspekte zu legen. Damit die NewSpace-Economy wachsen kann, braucht es in Deutschland und Europa mehr Freiraum für Innovationen und weniger Bürokratie.

Über Roland Berger

Roland Berger ist eine weltweit führende Strategieberatung mit einem breiten Leistungsangebot für alle relevanten Branchen und Unternehmensfunktionen. Roland Berger wurde 1967 gegründet und hat seinen Hauptsitz in München. Die Strategieberatung ist vor allem für ihre Expertise in den Bereichen Transformation, industrieübergreifende Innovation und Performance-Steigerung bekannt und hat sich zum Ziel gesetzt, Nachhaltigkeit in all ihren Projekten zu verankern. Roland Berger erzielte 2024 einen Umsatz von rund 1 Milliarde Euro.

Über den BDI

Der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) ist die Spitzenorganisation der deutschen Wirtschaft und vertritt die Interessen von rund 40 Branchenverbänden und über 100.000 Unternehmen gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Der BDI ist eine freiwillige Mitgliedsorganisation, die sich für

die deutsche Industrie einsetzt, indem sie die Positionen ihrer Mitglieder bündelt und an die politisch Verantwortlichen in Deutschland und international kommuniziert. Der Verband spielt eine wichtige Rolle bei der Meinungsbildung und Entscheidungsfindung in der Wirtschaftspolitik und trägt so zur Stärkung des Standorts Deutschland bei.

Kontaktpersonen



Attila Rosenbaum

Pressekontakt

Global Head of Corporate Communications & PR

attila.rosenbaum@rolandberger.com

+49 40 37631 4244



Silvia Constanze Zösch

Pressekontakt

Corporate Communications & PR, Press Contact Global PR

silvia.zoesch@rolandberger.com

+49 89 9230 8750



Nico A. Jaenecke

Pressekontakt

Corporate Communications & Public Relations

nico.jaenecke@rolandberger.com

+49 40 37631 4229