



Going International 2022

Erfahrungen und Perspektiven der deutschen Wirtschaft im
Auslandsgeschäft – Ergebnisse einer Unternehmensumfrage

 **GemeinsamWeltweit**

DIHK

Deutscher
Industrie- und Handelskammertag

IHK

Deutsche
Industrie- und Handelskammern

Die wesentlichen Ergebnisse

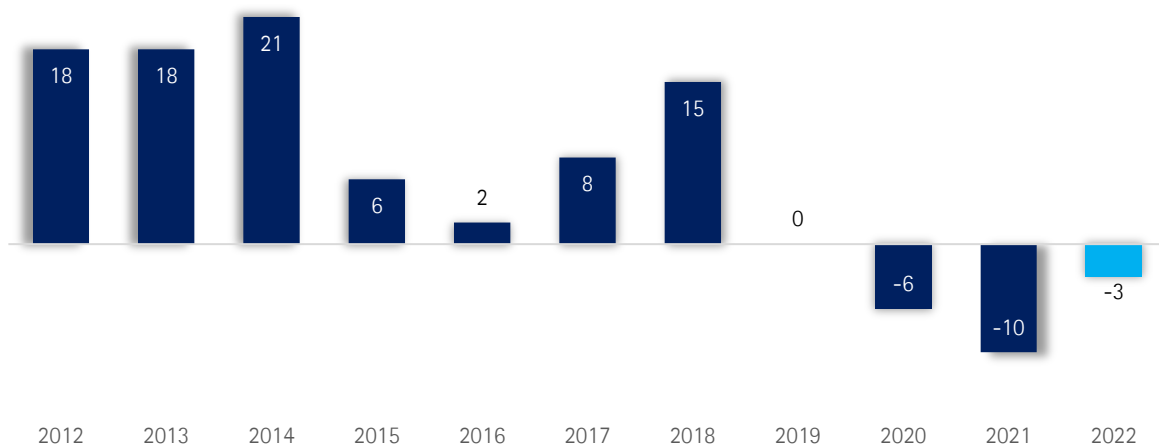
1. Die globale Geschäftsperspektive der international aktiven deutschen Unternehmen ist insgesamt negativ. 21 Prozent rechnen mit einer Verschlechterung der Auslandsgeschäfte, nur 18 Prozent erwarten eine Verbesserung im Jahr 2022.¹
2. Die Erwartungen an das internationale Geschäft in Europa und Nordamerika sind überwiegend positiv. In China ist die Geschäftsperspektive hingegen schlecht.
3. Auch zwei Jahre nach Beginn der Coronavirus-Pandemie sind die Auswirkungen für die Unternehmen enorm: insbesondere Probleme in der Lieferkette und Logistik, fehlende Waren und Dienstleistungen sowie Reiseeinschränkungen beeinträchtigen das globale Geschäft.
4. Unabhängig von der Coronavirus-Pandemie berichten 54 Prozent der Unternehmen von neuen Handelshemmnissen bei ihren internationalen Geschäften – der Wert erreicht damit einen neuen Höchststand.

Geschäftsperspektiven in den Weltregionen

Eine Zunahme von Handelshemmnissen und andauernde Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie, die Produktionsabläufe und Lieferketten stören, erschweren den international aktiven deutschen Unternehmen ihre globalen Geschäfte in diesem Jahr. Im Vergleich zur Vorumfrage hellen sich die Geschäftsaussichten ein wenig auf, weil etwas weniger Unternehmen die Geschäftsperspektiven negativ einschätzen (21 Prozent nach zuvor 27 Prozent). Lediglich 18 Prozent erwarten bessere Geschäfte im Jahr 2022. Damit verbessert sich der Saldo der positiven und negativen Einschätzungen zwar auf minus drei nach zuvor minus zehn Punkten, dennoch beurteilen die Unternehmen das dritte Jahr infolge ihre globale Geschäftsperspektive überwiegend pessimistisch. Nur in wenigen Weltregionen – etwa in Teilen von Europa, Nordamerika und Asien (ohne China) – rechnen die Unternehmen mit einer Ausweitung ihrer Geschäfte.

Globale Geschäftsperspektiven (Weltweit)

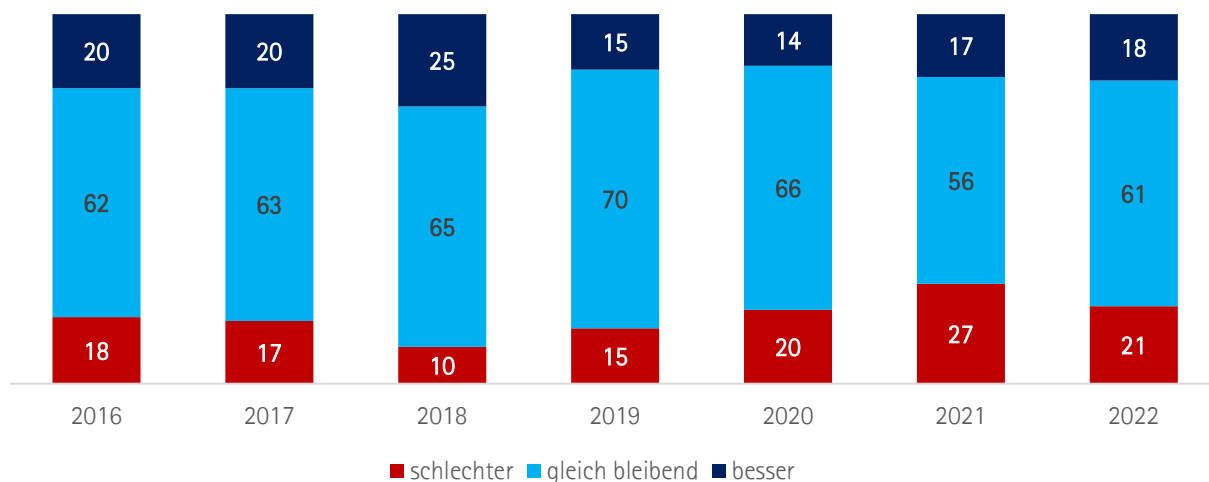
(Saldo aus "besser" minus "schlechter"-Meldungen)



¹ Die Erhebung fand in der ersten Februarhälfte statt. Die Perspektiven der Unternehmen beinhalten daher nicht die Auswirkungen des russischen Angriffs auf die Ukraine.

Globale Geschäftsperspektiven (Weltweit)

(Angaben in Prozent)



Wachstumstreiber Europa und Nordamerika

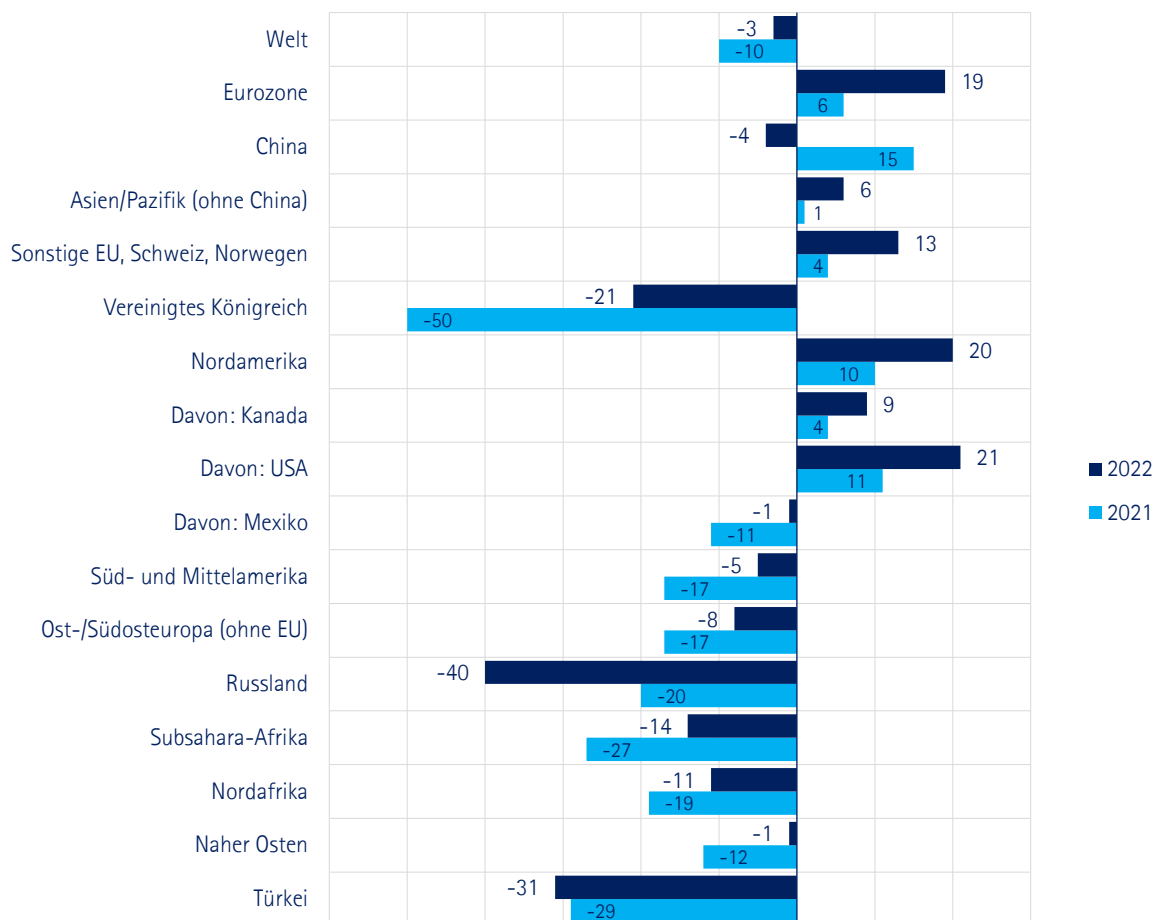
In Teilen Europas und in Nordamerika rechnen die Unternehmen in diesem Jahr mit guten Geschäften: Die Bewertung der aktuellen Lage sowie die Perspektive für die kommenden Monate fällt überwiegend positiv aus. Auch im Vergleich zur Vorumfrage hat sich die Stimmung mit Blick auf die Geschäfte in diesen Regionen deutlich verbessert. In der Eurozone bewerten 53 Prozent der Unternehmen ihre aktuellen Geschäfte als gut und neun Prozent als schlecht (der resultierende Saldo aus gut- minus schlecht-Bewertungen verbessert sich von zwölf auf 44 Punkte). 28 Prozent erwarten zudem bessere und neun Prozent schlechtere Geschäfte im Jahr 2022 (Saldo aus besser minus schlechter Bewertungen steigt von sechs auf 19 Punkte). Für die weiteren Länder der EU sowie für die Schweiz und Norwegen geben die Unternehmen ebenso überwiegend eine gute Geschäftslage und -perspektive an: 44 Prozent haben aktuell gute Geschäfte, elf Prozent schlechte (Saldo von 33 nach zuvor sechs Punkten). Jedes fünfte Unternehmen rechnet mit einer Verbesserung seiner Geschäfte, acht Prozent mit einer Verschlechterung (Saldo von 13 nach zuvor vier Punkten).

Hinsichtlich ihrer Geschäfte in den USA bezeichnen 45 Prozent der Unternehmen ihre Lage gut und 17 Prozent schlecht (Saldo von 28 nach zuvor minus drei Punkten). Für die kommenden Monate gehen 31 Prozent der Unternehmen im wichtigsten deutschen Exportmarkt von besseren und zehn Prozent von schlechteren Geschäften aus (Saldo von 21 nach zuvor elf Punkten). Damit sind die USA der Spitzenreiter bei den Geschäftserwartungen der deutschen Unternehmen.

Licht im Asien-Pazifik-Raum und Schatten in China

Im Asien-Pazifik-Raum (ohne China) verbessern sich sowohl die aktuellen Geschäfte deutscher Unternehmen als auch die Aussichten auf die kommenden Monate im Vergleich zur Vorumfrage: So geben 27 Prozent eine gute und 23 Prozent dort eine schlechte Geschäftssituation an (Saldo von vier nach zuvor minus vier Punkten). Für die Geschäfte mit Blick auf das bevorstehende Jahr sieht jedes fünfte Unternehmen eine Verbesserung und 14 Prozent eine Verschlechterung (Saldo von sechs nach zuvor einem Punkt). In China hingegen gehen die Unternehmen ausgehend von einer bereits aktuellen schlechten Geschäftslage (Saldo minus drei Punkte) überwiegend von einer weiteren Verschlechterung ihrer Geschäfte in der nächsten Zeit aus und sind somit deutlich pessimistischer als im Vorjahr. 28 Prozent der Unternehmen, die mit China Geschäfte machen, beschreiben diese aktuell als gut, 31 Prozent als schlecht (Saldo von minus drei nach zuvor 13 Punkten). Ein Fünftel der Unternehmen erwartet eine Verbesserung, jedes vierte Unternehmen hingegen eine Verschlechterung seiner Geschäfte (Saldo von minus vier nach zuvor 15 Punkten).

Geschäftsperspektive in den Weltregionen (Saldo in Punkten)



Saldo aus "besser" minus "schlechter"-Meldungen

Brexit belastet Geschäftsaktivitäten mit dem Vereinigten Königreich

Die Geschäfte mit dem Vereinigten Königreich (UK) laufen für die Unternehmen überwiegend nicht zufriedenstellend. Sowohl die aktuellen Geschäfte als auch die Geschäftsperspektiven mit Blick auf die kommenden Monate werden pessimistisch beurteilt. Hier stehen die Unternehmen vor Herausforderungen im Zusammenhang mit dem Austritt des UK aus dem EU-Binnenmarkt.

Trübe Geschäftsperspektiven für Russland und die Türkei

Unternehmen mit Geschäftsbeziehungen zur Türkei und zu Russland beurteilen ihre Lage und Perspektive hinsichtlich ihrer dortigen Geschäfte überwiegend negativ. Zwar hat sich die Geschäftslage im Vergleich zur Vorumfrage leicht verbessert, sie liegt aber weiterhin deutlich im negativen Saldobereich: 14 Prozent der Unternehmen geben gute Geschäfte mit der Türkei an, jedes zweite Unternehmen stuft sie als schlecht ein (Saldo von minus 37 nach zuvor minus 44 Punkten). Die Abwertung der Lira und daraus resultierende hohe Inflationsraten in der Türkei vermindern die heimische Kaufkraft und die Nachfrage nach ausländischen Gütern. Für Russland geben 15 Prozent gute und ebenfalls jedes zweite Unternehmen schlechte Geschäfte an (Saldo von minus 34 nach zuvor minus 38 Punkten). Die Geschäftsaussichten – insbesondere für das Russlandgeschäft – haben sich deutlich verschlechtert und das schon vor der

russischen Invasion in die Ukraine. Lediglich neun Prozent erwarten eine Verbesserung, 49 Prozent gehen von einer Verschlechterung aus (Saldo von minus 40 nach zuvor minus 20 Punkten) – in keiner Region wird die Geschäftsperspektive derzeit negativer beurteilt. Ein Faktor dafür sind die aktuellen geopolitischen Risiken in Russland, aber auch die bereits bestehenden Handelshemmnisse.

Herausforderungen überwiegen in Mittel- und Südamerika, Subsahara-Afrika und der MENA-Region

Weiterhin überwiegend negative Perspektiven – wenn auch verbessert zur Vorumfrage – haben die deutschen Unternehmen hinsichtlich ihrer Geschäfte mit Ländern in Süd- und Mittelamerika, Nordafrika, Subsahara-Afrika sowie dem Nahen Osten. So geben lediglich 17 Prozent der Unternehmen an, zurzeit gute Geschäfte in Süd- und Mittelamerika zu machen, 37 Prozent hingegen schlechte (Saldo von minus 20 nach zuvor minus 40 Punkten). Ein ähnliches Bild zeigt sich für die aktuellen Geschäfte in Subsahara-Afrika, Nordafrika und dem Nahen Osten. Die Geschäftserwartungen in den kommenden Monaten werden von den Unternehmen etwas weniger pessimistisch eingeschätzt als die aktuelle Geschäftslage. So ist der Saldo aus besser minus schlechter Meldungen zwar ebenfalls im negativen Bereich. Die Unternehmen mit einer schlechteren Erwartung überwiegen aber nicht ganz so deutlich.

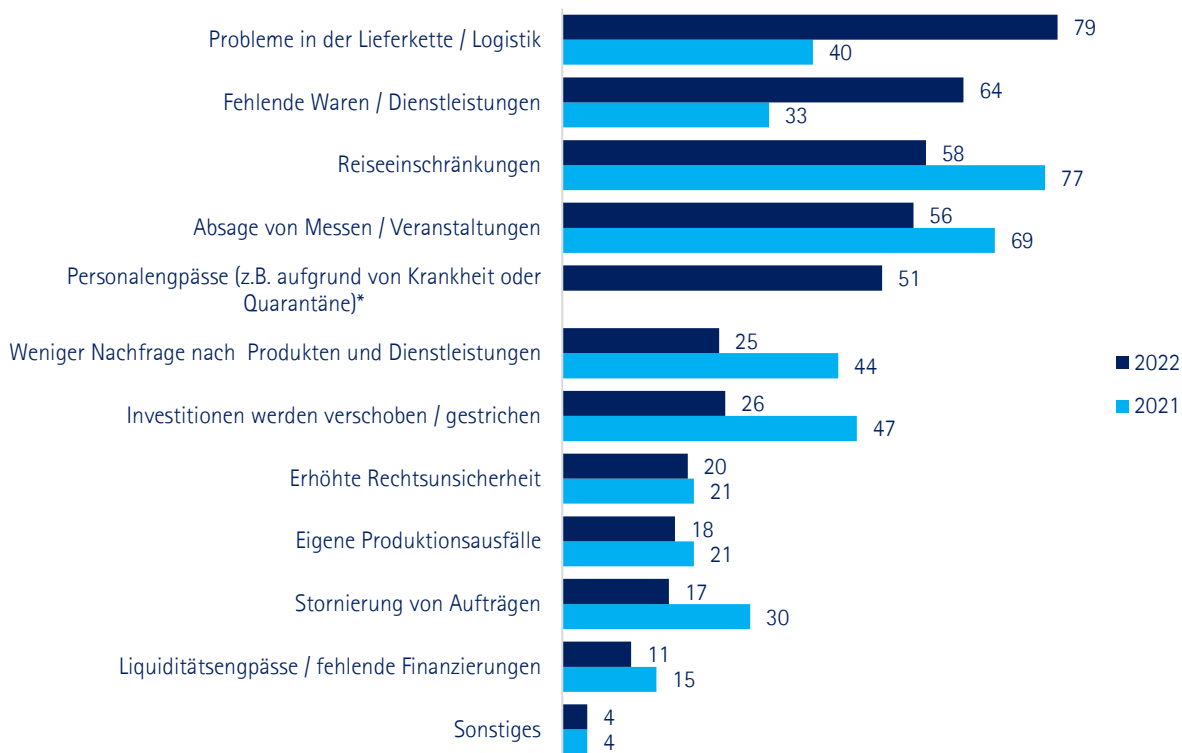
Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie auf das Auslandsgeschäft

Zwei Jahre nach Beginn der Coronavirus-Pandemie sorgen die Eindämmungsmaßnahmen weiterhin für negative Auswirkungen auf das Auslandsgeschäft der deutschen Unternehmen. Am deutlichsten machen sich Probleme in der Lieferkette und Logistik bemerkbar: vier von fünf Unternehmen sind davon betroffen – fast doppelt so viele wie zu Jahresbeginn 2021. Damit verbunden melden knapp zwei Drittel der Unternehmen fehlende Waren oder Dienstleistungen, im vergangenen Jahr waren es lediglich ein Drittel. 18 Prozent haben eigene Produktionsausfälle zu verzeichnen (2021: 21 Prozent). Unternehmen, die von Problemen in der Lieferkette und ihrer Logistik betroffen sind, berichten häufiger als im Durchschnitt von fehlenden Waren und Dienstleistung sowie von Produktionsausfällen. Letztere sind auch häufig das Resultat von Personalengpässen beispielsweise aufgrund von Krankheit oder Quarantäne, von denen jedes zweite Unternehmen berichtet. In knapp drei Viertel (73 Prozent) der Unternehmen mit Personalengpässen kommt es auch zu Produktionsausfällen. Somit haben die Unternehmen mittlerweile insbesondere mit angebotsseitigen Engpässen und damit verbundenen Unterbrechungen in ihrem Betriebsablauf zu kämpfen.

Die Nachfrage hat sich indes etwas erholt: So wird eine geringere Nachfrage nach Produkten und Dienstleistungen nur noch von jedem vierten Unternehmen als Auswirkung genannt – im Vergleich zur Vorumfrage ein deutlich geringerer Wert (2021: 44 Prozent). Von stornierten Aufträgen berichten noch 17 Prozent der Unternehmen (2021: 30 Prozent). Von Liquiditätsengpässen oder fehlenden Finanzierungsmitteln berichtet rund jedes zehnte Unternehmen – auch etwas weniger als im Vorjahr (2021: 15 Prozent).

Welche Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie belasten Ihr Unternehmen aktuell besonders?

in Prozent, Mehrfachantworten möglich, *erstmalig 2022 gefragt



Reiseeinschränkungen stellen für 58 Prozent der Unternehmen ein Hemmnis dar. Zwar ist der Anteil im Vergleich zur Vorumfrage gesunken (2021: 77 Prozent), die Einschränkungen haben aber erhebliche Auswirkungen auf die

Geschäftsbeziehungen von Unternehmen: der fehlende persönliche Kontakt sorgt dafür, dass Geschäftsabschlüsse nicht zustande kommen und Wartungs- und Montagearbeiten nicht ausgeführt werden können. Auch die Einführung neuer Produkte in ausländischen Absatzmärkten wird dadurch erschwert. Ein Viertel der Unternehmen berichtet von verschobenen oder gestrichenen Investitionen (2021: 47 Prozent). Unternehmen, die von Reiseeinschränkungen betroffen sind, berichten häufiger als im Durchschnitt von verschobenen oder gestrichenen Investitionen.

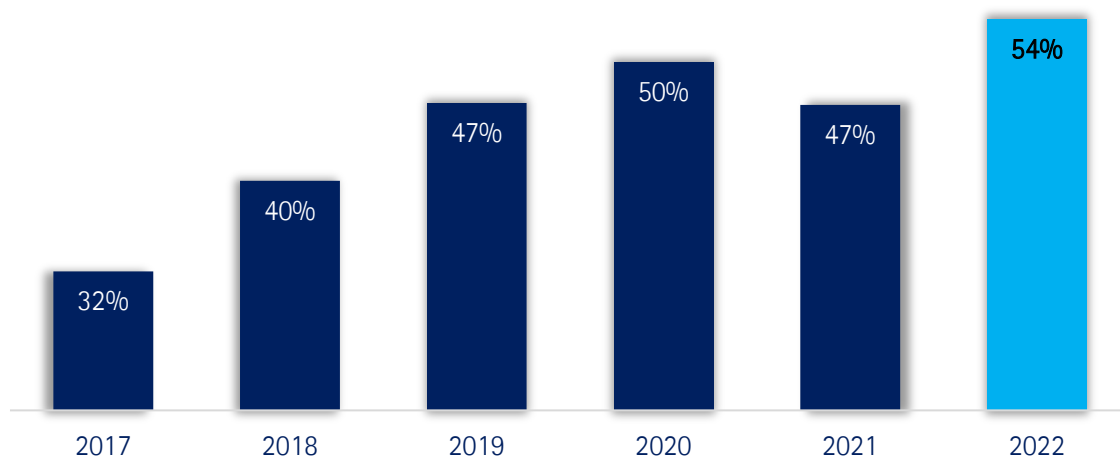
Maßnahmen zur Eindämmung der Coronavirus-Pandemie lassen weiterhin Messen und Veranstaltungen nur in geringem Maße stattfinden – für 56 Prozent eine erhebliche Auswirkung, da eine wichtige Präsentationsmöglichkeit eigener Produkte und Möglichkeiten zur Geschäftsanbahnung mit potenziellen Kunden nicht stattfinden können. Eine erhöhte Rechtsunsicherheit – etwa durch sich ändernde Bestimmungen zur Eindämmung der Pandemie – stellt unverändert für ein Fünftel der Unternehmen eine Belastung im täglichen Geschäft dar.

Die Unternehmen hatten in der Umfrage die Möglichkeit, die Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie auf ihr Geschäft genauer zu erläutern. Hierbei werden häufig längere Lieferzeiten und Preisanstiege von Produkten, gestiegene See- und Luftfrachtkosten sowie Kosten aufgrund von betriebsinternen Hygienemaßnahmen genannt.

Weltweite Handelshemmnisse

Auch unabhängig von den Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie, verspüren 54 Prozent der Unternehmen eine Zunahme von Handelshemmnissen bei ihren internationalen Geschäften. Damit erreicht der Wert einen neuen Höchststand seit Beginn der Erhebung. Neben den Einschränkungen durch die Coronavirus-Pandemie kommen demnach weiterhin zahlreiche handelspolitische Hürden auf die Unternehmen zu.

Anteil der Unternehmen, die eine Zunahme von Hemmnissen bei ihren internationalen Geschäften gespürt haben (Unabhängig von den Einschränkungen aufgrund der Coronavirus-Pandemie)



Jedes zweite Unternehmen ist von lokalen Zertifizierungsanforderungen in seinem internationalen Geschäft betroffen. Ebenso viele Unternehmen sind mit verstärkten Sicherheitsanforderungen konfrontiert. Zusätzliche Prüfungen von Produkten oder international unübliche Sicherheitsvorschriften kosten die Betriebe Zeit und Geld und sorgen für mehr Bürokratie. Wie in den Vorjahren stellen diese Anforderungen die Haupthandelsbarrieren dar.

Ein Drittel der Unternehmen hat im vergangenen Jahr eine Zunahme von Zöllen registriert und somit wieder ähnlich viele wie im Jahr 2020. Ebenso berichtet jedes dritte Unternehmen von einer intransparenten Gesetzgebung in seinen Zielmärkten. Wenn sich gesetzliche Regelungen vor Ort schnell ändern, kann dies für Unternehmen eine Herausforderung sein, sich schnell anzupassen. Ein Viertel der Unternehmen nennt Sanktionen als zusätzliches Handelshemmnis – das sind etwas weniger als in der Vorumfrage.

Für 15 Prozent der Unternehmen sind Einschränkungen der EU-Dienstleistungsfreiheit eine Hürde in ihrem internationalen Geschäft – im Vergleich zur Vorumfrage sinkt die Nennung dieses Hemmnisses am deutlichsten. Hier scheint sich bemerkbar zu machen, dass Reiseeinschränkungen innerhalb der EU aufgrund der Coronavirus-Pandemie in den vergangenen Monaten nachgelassen haben und somit auch Dienstleistungsunternehmen ihren Geschäftstätigkeiten wieder etwas einfacher nachgehen können.

17 Prozent der international aktiven Unternehmen sehen eine Zunahme des Lokalisierungszwangs – sie werden damit zu mehr Wertschöpfung vor Ort gezwungen, lokal produzierte Güter werden bevorteilt. Zehn Prozent der Unternehmen haben einen erschwerten Zugang zu öffentlichen Aufträgen gegenüber lokalen Unternehmen und – fast unverändert zur Vorumfrage – sieben Prozent bemerken in den Vorgaben zum Technologietransfer eine Zunahme der Handelshemmnisse. So planen aktuell neben weiteren Ländern etwa die USA im Rahmen von Infrastrukturpaketen Lokalisierungspflichten auszuweiten, insbesondere im Automobilbereich.

Die Unternehmen hatten die Möglichkeit sonstige Handelshemmnisse näher zu erläutern. Dabei werden häufig Einschränkungen genannt, die im Zusammenhang mit der Coronavirus-Pandemie stehen, wie etwa erhöhte Transport- und Frachtkosten sowie Verzögerungen von Lieferzeiten und Reiseeinschränkungen. Zudem wird häufig Bürokratie als Hürde im internationalen Geschäft genannt.

Zunahme an Handelshemmnissen im internationalen Geschäft

in Prozent, Mehrfachantworten möglich

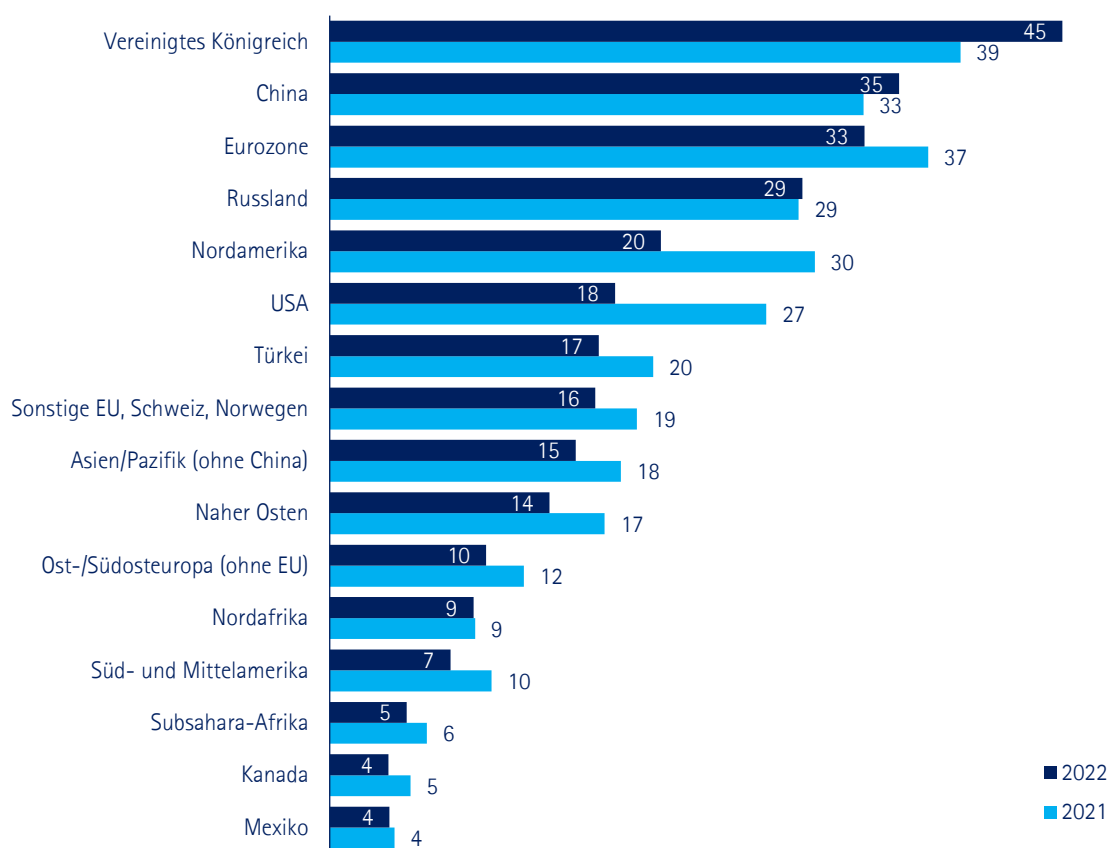


Handelshemmnisse in den Regionen

Am stärksten spüren die Unternehmen die Zunahme von Handelshemmnissen bei ihrem Geschäft mit dem Vereinigten Königreich. Nach 39 Prozent im Vorjahr geben nun 45 Prozent der Unternehmen eine Zunahme von Handelshemmnissen an – so viele wie in keiner anderen Region. Mit dem Austritt des UK aus dem EU-Binnenmarkt müssen sich die deutschen Unternehmen auf zahlreiche Änderungen in ihrem britischen Auslandsgeschäft einstellen – auch ein Jahr nach Inkrafttreten des Handels- und Kooperationsabkommens.

Zunahme an Handelshemmnissen im internationalen Geschäft nach Region

in Prozent, Mehrfachnennung möglich



Auch in China erhöht sich der Anteil der Unternehmen, die mehr Handelshemmnisse wahrnehmen, im Vergleich zur Vorumfrage leicht (35 nach zuvor 33 Prozent). Vorgaben zum Technologietransfer und Local-Content-Vorschriften werden als Hemmnis im China-Geschäft häufiger genannt als im Durchschnitt. Weniger zusätzliche Handelshemmnisse spüren die Unternehmen in der Asien-Pazifik-Region (15 Prozent). Im Russland-Geschäft sind wie in der Vorumfrage 29 Prozent der Unternehmen von neuen Handelshemmnissen betroffen. Insbesondere Sanktionen werden hier häufig genannt. Probleme bei der Anerkennung von Ursprungszeugnissen können hier ebenso eine Rolle spielen. Zu den aktuellen Perspektiven der deutsch-russischen Wirtschaftsbeziehungen informiert der DIHK in einer Sonderauswertung der Going International Umfrage zu Russland².

² siehe: <https://www.dihk.de/de/aktuelles-und-presse/krise-russland-ukraine-wirtschaftssanktionen/deutsch-russische-wirtschaftsbeziehungen-schon-vor-invasion-auf-talfahrt--67070>

In anderen Ländern und Weltregionen wurden weniger zusätzliche Handelshemmnisse wahrgenommen als im Vorjahr. Nach zuvor 37 Prozent, nennen nun 33 Prozent der Unternehmen eine Zunahme der Handelshemmnisse in der Eurozone. 16 Prozent der Unternehmen spüren einen Anstieg der Hemmnisse in der sonstigen EU und Schweiz sowie Norwegen, zehn Prozent in Ost- und Südosteuropa. Auch erscheinen mehr Handelshemmnisse mit der Schweiz absehbar, nachdem diese 2021 überraschend das ausgehandelte Rahmenabkommen mit der EU aufgekündigt

In den USA haben 18 Prozent der Unternehmen mehr Handelshemmnisse im vergangenen Jahr registriert (Vorumfrage 27 Prozent). Ein Faktor für die reduzierte Anzahl von Unternehmen, die zusätzliche Hürden wahrgenommen haben, könnte die Beilegung des Handelsstreits zwischen der EU und den USA über Sonderzölle auf Stahl und Aluminium sein, die seit 2018 in Kraft waren.

In der Türkei haben 17 Prozent der Unternehmen eine Zunahme von Handelshemmnissen wahrgenommen, nach 20 Prozent im Vorjahr. Grund für den Rückgang der Nennung im Türkei-Geschäft könnte sein, dass sich Firmen nun an die Beibringung von Ursprungszeugnissen (UZ) gewöhnt haben, wozu auch die Vorschriften durch die Türkei entschärft wurden.

Fragebogen

1. Wie beurteilen Sie die aktuelle Geschäftssituation und die Geschäftsperspektive in diesem Jahr in Ihren Zielregionen? (Mehrfachnennungen)

| | Aktuelle Geschäftslage | Geschäftsperspektive 2022 | in der Region nicht aktiv |
|--------------------------------|--|---|---------------------------|
| Eurozone | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| Sonstige EU, Schweiz, Norwegen | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| Vereinigtes Königreich | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| Ost-/Südosteuropa (ohne EU) | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| Türkei | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| Russland | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| Asien/Pazifik (ohne China) | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| China | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| Nordamerika | | | |
| - Davon: USA | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| - Davon: Mexiko | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| - Davon: Kanada | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| Süd- und Mittelamerika | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| Naher Osten | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| Nordafrika | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |
| Subsahara-Afrika | <input type="checkbox"/> Gut <input type="checkbox"/> Befriedigend <input type="checkbox"/> Schlecht | <input type="checkbox"/> Besser <input type="checkbox"/> Gleichbleibend <input type="checkbox"/> Schlechter | <input type="checkbox"/> |

2. Handelshemmnisse

| | | |
|--|-----------------------------|-------------------------------------|
| 2.1 Unabhängig von den Reiseeinschränkungen oder Grenzschließungen aufgrund der Corona-Pandemie: Haben Sie 2021 eine Zunahme von Hemmnissen bei Ihren internationalen Geschäften gespürt? | <input type="checkbox"/> Ja | <input type="checkbox"/> Nein |
| 2.2 Falls ja, auf welche Barrieren treffen Sie? (Mehrfachnennungen möglich) | | |
| Höhere Zölle | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Verstärkte Sicherheitsanforderungen | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Lokale Zertifizierungsanforderungen | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Zwang zu Local Content (Produktion vor Ort) | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Vorgaben zum Technologietransfer | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Erschwerter Zugang zu öffentlichen Aufträgen | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Einschränkungen der Dienstleistungsfreiheit im EU-Binnenmarkt | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Sanktionen | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Intransparente Gesetzgebung | | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Sonstiges (Freitext): | | |

| | |
|---|-------------------------------------|
| 2.3 Falls ja, in welchen Staaten/Regionen war dies vornehmlich der Fall? (Mehrfachnennungen möglich) | |
| Eurozone | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Sonstige EU, Schweiz, Norwegen | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Vereinigtes Königreich | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Ost-/Südosteuropa (ohne EU) | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Türkei | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Russland | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Asien/Pazifik (ohne China) | <input checked="" type="checkbox"/> |
| China | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Nordamerika | |
| - Davon: USA | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - Davon: Mexiko | <input checked="" type="checkbox"/> |
| - Davon: Kanada | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Süd- und Mittelamerika | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Naher Osten | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Nordafrika | <input checked="" type="checkbox"/> |
| Subsahara-Afrika | <input checked="" type="checkbox"/> |

3.1 Welche Auswirkungen der Corona-Pandemie belasten Ihr Unternehmen aktuell besonders? (Mehrfachantworten möglich)

- Reiseeinschränkungen
- Probleme in der Lieferkette/Logistik
- Fehlende Waren und Dienstleistungen
- Eigene Produktionsausfälle
- Personalengpässe, z.B. aufgrund von Krankheit oder Quarantäne
- Stornierung von Aufträgen
- Weniger Nachfrage nach meinen Produkten und Dienstleistungen
- Absage von Messen/Veranstaltungen
- Liquiditätsengpässe/fehlende Finanzierungen
- Investitionen werden verschoben/gestrichen
- Erhöhte Rechtsunsicherheit
- Sonstiges (Freitext)

Methodik

Die bundesweite Umfrage „Going International 2022“ des DIHK ist mit Unterstützung von 79 Industrie- und Handelskammern (IHKs) in Deutschland erstellt worden. An der Befragung vom 31. Januar bis zum 11. Februar 2022 haben sich 2.687 auslandsaktive Unternehmen mit Sitz in Deutschland beteiligt.

Die Unternehmensantworten verteilen sich nach Unternehmensgrößenklasse wie folgt: 79% 0-249 Beschäftigte, 8% 250-499 Beschäftigte, 5% 500-999 Beschäftigte, 8% mehr als 1.000 Beschäftigte. Von den Unternehmensantworten sind 55% Industrieunternehmen, 3% kommen aus dem Baugewerbe, 16% aus dem Handel, 14% aus den Dienstleistungsbereichen, 12% sind Sonstige.

Impressum

Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.

Bereich Internationale Wirtschaftspolitik, Außenwirtschaftsrecht

Herausgeber und Copyright

© Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V.

Postanschrift: 11052 Berlin | Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte

Telefon 030 20308-0 | Fax 030 20308-1000

DIHK Brüssel

Vertretung des Deutschen Industrie- und Handelskammertages bei der Europäischen Union

19 A-D, Avenue des Arts | B-1000 Bruxelles

Telefon : +32 2 286-1611 | Fax +32 2 286-1605

Internet

www.dihk.de

Facebook

www.facebook.com/DIHKBerlin/

Twitter

www.twitter.com/DIHK_News

Redaktion

Carolin Herweg, Melanie Vogelbach

Grafik

Sebastian Titze

Bildnachweis

<https://www.gettyimages.de/>

Stand

März 2022