



AHK

World Business Outlook Herbst 2024

Ergebnisse einer Umfrage bei den deutschen Auslandshandelskammern, Delegationen und Repräsentanzen

 **GemeinsamWeltweit**



Inhalt

Entwicklung der Weltwirtschaft.....	3
Geschäftslage und Geschäftserwartungen	5
Risiken für deutsche Unternehmen im Ausland.....	9
Investitionspläne der Unternehmen	11
Beschäftigungsabsichten	13
Wettbewerbsposition der Unternehmen.....	14
Statistischer Anhang.....	16

Methodik

Der AHK World Business Outlook basiert auf einer regelmäßigen DIHK-Umfrage bei den Mitgliedsunternehmen der Deutschen Auslandshandelskammern, Delegationen und Repräsentanzen (AHKs). Sie erfasst im Herbst 2024 die Rückmeldungen von weltweit knapp 3.500 deutschen Unternehmen, Niederlassungen und Tochtergesellschaften sowie Unternehmen mit engem Deutschlandbezug. Die Umfrage wurde vom 23. September bis zum 16. Oktober 2024 durchgeführt. 39 Prozent der antwortenden Unternehmen stammen aus dem Bereich Industrie und Baugewerbe, 41 Prozent aus dem Dienstleistungssektor und weitere 20 Prozent sind Handelsunternehmen. Kleinere Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern machen 48 Prozent der Antworten aus. 25 Prozent der Unternehmen beschäftigen 100 bis 1.000 Mitarbeiter. Große Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeiter haben einen Anteil von 27 Prozent der Befragten weltweit. 52 Prozent sind Tochterunternehmen/Niederlassungen von deutschen Unternehmen, 32 Prozent sind lokale oder (nicht deutsche) internationale Unternehmen ohne Niederlassung in Deutschland und weitere 16 Prozent sind lokale oder (nicht deutsche) internationale Unternehmen mit einer Niederlassung in Deutschland. Die Ergebnisse für die kontinentalen Regionen sowie den globalen Wert sind gewichtet. Grundlage für die Gewichtung eines einzelnen Landes bildet das durchschnittliche Bruttoinlandsprodukt (BIP) der Jahre 2017–2021 in US-Dollar. Die Fragen zu Geschäftslage, Erwartungen, Konjunktur, Investitionen und Beschäftigung werden entsprechend gewichtet.

Impressum

Deutsche Industrie- und Handelskammer
Bereich Internationale Wirtschaftspolitik, Außenwirtschaftsrecht

Herausgeber und Copyright
© Deutsche Industrie- und Handelskammer
Postanschrift: 11052 Berlin | Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte
Telefon 030 20308-0 | Fax 030 20308-1000

DIHK Online : [Homepage](#) | [Facebook](#) | [X \(Twitter\)](#) | [LinkedIn](#) | [Instagram](#) | [Youtube](#)

Redaktion: Lola Machleid

Grafik: Sebastian Titze

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

Stand: November 2024

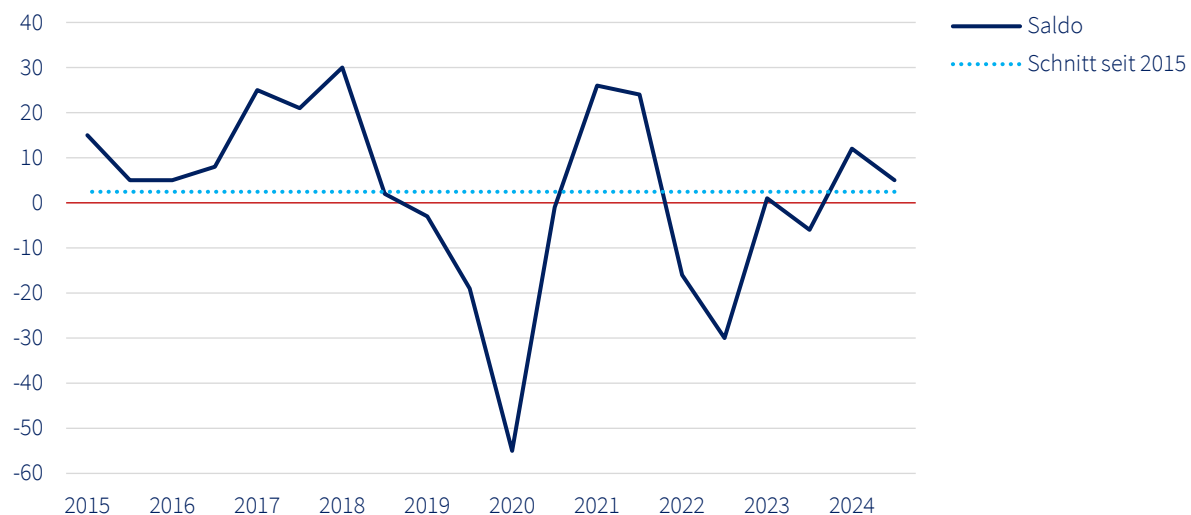
Entwicklung der Weltwirtschaft

Konjunkturerwartungen deutscher Unternehmen im Ausland

Die Entwicklung der Weltwirtschaft und des Welthandels ist robust. Während die deutsche Wirtschaft von dieser weltweiten Entwicklung leider nicht wie in vergangenen Zeiten profitieren kann, ist die Stimmung deutscher Unternehmen an ihren internationalen Standorten, weitaus positiver als in Deutschland. Denn dort finden Sie oft die Bedingungen vor, die sich an heimischen Standorten zuletzt ungünstig entwickelt haben (Siehe [DIHK-Umfrage Netzwerk Industrie 2023](#), [IHK-Energiewende-Barometer 2024](#)).

Im Herbst 2024 blicken die weltweit rund 3.500 von den AHKs befragten Unternehmen zwar etwas pessimistischer auf die wirtschaftliche Entwicklung als noch im Frühjahr 2024, dennoch sind deutsche Unternehmen an ihren internationalen Standorten aktuell überdurchschnittlich zufrieden: 27 Prozent der Unternehmen rechnen in den kommenden zwölf Monaten mit einer besseren konjunkturellen Entwicklung an ihren Standorten (Frühjahr: 31 Prozent). 22 Prozent rechnen hingegen mit einer konjunkturellen Abkühlung vor Ort (Frühjahr: 19 Prozent). Knapp über die Hälfte der Unternehmen erwartet ausgehend von der aktuellen Wirtschaftslage eine stabile Entwicklung (51 Prozent). Der resultierende Saldo aus besser und schlechter Bewertungen fällt zwar gegenüber dem Frühjahrswert von zwölf Punkten auf aktuell fünf Punkte, liegt aber dennoch oberhalb des langjährigen Schnitts von zwei Punkten (seit 2015 erfasst). Die aktuelle Zurückhaltung bei den Unternehmen ist ein Abbild der von großen Umbrüchen und anhaltenden Unsicherheiten geprägten Lage. Im Vergleich zum Herbst 2023 (minus sechs Punkte) hat sich die Einschätzung der konjunkturellen Lage vor Ort jedoch deutlich, um elf Saldo-punkte verbessert. Der positive Trend seit 2022 hat sich vorübergehend eingetrübt.

Konjunkturerwartungen der Unternehmen weltweit (Saldo aus „besser“ minus „schlechter“ - Antworten in Punkten)

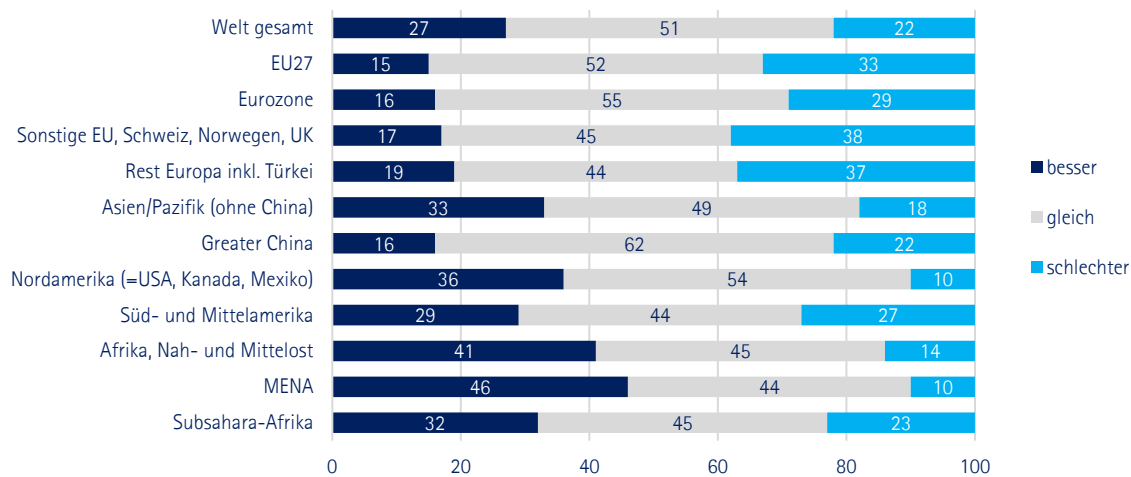


Die Erwartungen an die konjunkturelle Entwicklung unterscheiden sich von Region zu Region deutlich. In Nordamerika (USA, Kanada, Mexiko), der MENA-Region sowie Afrika, Nah- und Mittelost sind die Erwartungen an die konjunkturelle Entwicklung trotz leichten Rückgangs überwiegend positiv. In Europa und in der Region Greater China sind sie negativ.

In den **USA** erwarten 38 Prozent der Betriebe in den nächsten zwölf Monaten eine bessere Konjunktorentwicklung vor Ort. Im Frühjahr 2024 hatten dies mit 56 Prozent zwar noch deutlich mehr der in den USA aktiven Unternehmen angegeben, dennoch sind die Konjunkturerwartungen in den Vereinigten Staaten weiterhin optimistischer als im Durchschnitt der letzten Jahre und deutlich positiver als weltweit, wo nur 27 Prozent eine bessere Konjunktorentwicklung erwarten.

Im Vergleich zur letzten Umfrage im Frühling haben sich die Konjunkturerwartungen in **Süd- und Mittelamerika** verschlechtert: 29 Prozent erwarten eine Verbesserung, 27 Prozent eine Verschlechterung. In **Brasilien** hingegen überwiegt der Optimismus deutlich: Während 17 Prozent eine Verschlechterung der Konjunktur erwarten, geht ein Drittel von einer Verbesserung aus (33 Prozent).

Konjunkturerwartungen der Unternehmen weltweit (Anteil der Nennungen in Prozent)



In der **Asien-Pazifik Region** trüben sich die Erwartungen an die Konjunktur im Vergleich zum Frühjahr 2024 zwar ein, dennoch erwartet gut jedes zweite Unternehmen (51 Prozent) im kommenden Jahr eine Verbesserung der Gesamtwirtschaft. Lediglich acht Prozent rechnen mit einer Verschlechterung. Besonders deutlich zeigt sich die Zuversicht in **Indien**, wo zwei Drittel der Unternehmen mit einem weiteren Aufschwung der Wirtschaft in den kommenden zwölf Monaten rechnen.

Die Konjunkturerwartungen in der Region **Greater China (VR China, Taiwan, Hongkong)** fallen weit negativer aus als im weltweiten Vergleich – trotz leichter Aufhellung im Vergleich zum Frühjahr. Der genaue Blick zeigt, dass die Wirtschaft in der **Volksrepublik China** den Tiefpunkt erreicht zu haben scheint. Die Unternehmen dort sind wieder optimistischer hinsichtlich der konjunkturellen Entwicklung vor Ort sowie hinsichtlich ihrer eigenen Geschäftserwartungen für das nächste Jahr.

Am pessimistischsten bezüglich der konjunkturellen Entwicklung in den kommenden zwölf Monaten sind die Unternehmen in der **EU**. Dort erwarten lediglich 15 Prozent der Unternehmen einen Aufschwung, während ein Drittel (33 Prozent) von einer weiteren Eintrübung ausgeht. Besonders in der **Eurozone** haben sich im Vergleich zur vorherigen Umfrage die Bewertungen in allen Indikatoren verschlechtert.

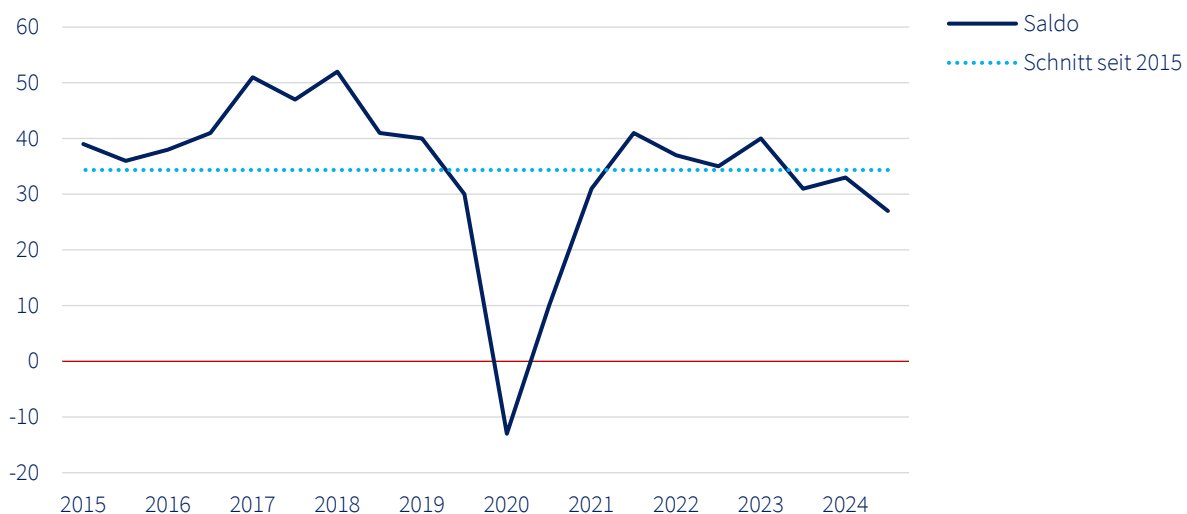
Geschäftslage und Geschäftserwartungen

Die Weltwirtschaft wächst moderat, dennoch trübt die weltweit angespannte Lage den Optimismus deutscher Unternehmen im Ausland ein: Geopolitische Risiken und strukturelle Herausforderungen belasten das aktuelle Geschäft. Gleichzeitig lassen das robuste weltweite Wachstum, vielerorts sinkende Inflationsraten, weitere Zinssenkungen sowie steigende Kaufkraft aufgrund höherer Löhne die deutschen Unternehmen an ihren internationalen Standorten überwiegend positiv auf die kommenden Monate blicken.

42 Prozent der Unternehmen (Frühjahr 2024: 44 Prozent) berichten von einer guten Geschäftslage. Von einer immerhin befriedigenden Geschäftslage berichten 43 Prozent (Frühjahr 2024: 45 Prozent), 15 Prozent bewerten ihr derzeitiges Geschäft als schlecht (Frühjahr 2024: elf Prozent). Der Saldo aus „gut“ und „schlecht“ Bewertungen sinkt im Vergleich zur Vorumfrage – von 33 auf 27 Punkte. Die Beurteilung der aktuellen Geschäfte ist damit negativer als der weltweite Durchschnitt der letzten Jahre (34 Punkten).

Im Vergleich der Wirtschaftszweige beurteilen Dienstleistungsunternehmen ihre Geschäftslage noch am besten: Hier bewerten 46 Prozent ihre Lage als gut und lediglich zehn Prozent als schlecht (Saldo 36 Punkte). Industrie- und Bauunternehmen (38 Prozent gut, 17 Prozent schlecht, Saldo 21 Punkte) sowie Handelsunternehmen (37 Prozent gut, 16 Prozent schlecht, Saldo 21 Punkte) sind etwas zurückhaltender in der Bewertung ihrer aktuellen Geschäftssituation.

Geschäftslage der Unternehmen weltweit (Saldo aus „gut“ minus „schlecht“ - Antworten in Punkten)



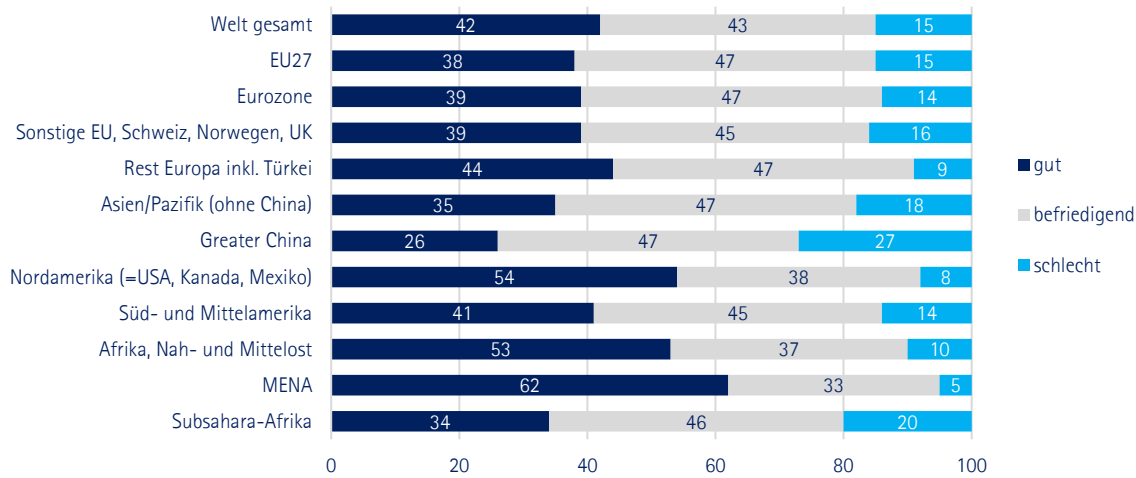
Bei der Bewertung der Geschäftslage zeigen sich erhebliche Unterschiede zwischen den verschiedenen weltweiten Regionen:

Trotz eines sehr aufgeheizten Wahlkampfes (die Befragung fiel in den Wahlkampf-Zeitraum) bewerten die deutschen Unternehmen in den Vereinigten Staaten ihre Geschäftslage als sehr gut und auch deutlich besser als der weltweite Durchschnitt: 55 Prozent der in den **USA** tätigen Unternehmen berichten von einer guten Geschäftslage, während nur acht Prozent sie als schlecht einstufen.

Im Vergleich zur vorherigen Umfrage im Frühling 2024 hat sich die Lagebewertung der Unternehmen in **Brasilien** verschlechtert: 42 Prozent berichten von einer besseren Geschäftslage, im Frühjahr waren es noch 55 Prozent der Unternehmen. Während die Geschäftslage für Unternehmen insgesamt in Süd- und Mittelamerika gesunken ist

(Saldo sinkt von 34 auf 27 Punkte), fällt die Eintrübung in Brasilien besonders stark aus (Saldo sinkt von 43 auf 28 Punkte).

Geschäftslage der Unternehmen weltweit (Anteil der Nennungen in Prozent)



Die aktuelle Lage der Unternehmen in **Subsahara-Afrika** hat sich gegenüber der Vorumfrage deutlich verringert. 34 Prozent der Befragten sprechen von einer guten Geschäftslage, während 20 Prozent ihre Situation aktuell als schlecht einschätzen (Saldo sinkt von 26 auf 14 Punkte).

In **Greater China** fällt die Lagebewertung deutscher Unternehmen signifikant schlechter aus als im weltweiten Vergleich, gegenüber dem Frühjahr 2024 hat sich die Lage der Unternehmen vor Ort allerdings aufgehellt (Saldo steigt von minus acht auf minus einen Punkt). Die Geschäftslage hat sich in **Taiwan** und **China** jeweils deutlich gegenüber dem Frühjahr verbessert. So bewerten 27 Prozent der deutschen Unternehmen in **China** ihre aktuelle Lage mit gut nach zuvor nur 16 Prozent. Die Lagebewertung der Unternehmen in **Hong Kong** bricht hingegen stark ein: Im Frühjahr bewerteten dort noch 40 Prozent ihre Lage als gut, aktuell sind es nur noch 15 Prozent.

Die aktuelle Geschäftslage der deutschen Unternehmen in der **Region Asien-Pazifik (ohne Greater China)** hat im Herbst 2024 seit der COVID-Pandemie erneut einen Tiefstand erreicht und sich bis auf einige wenige Ausnahmen im Vergleich zum Frühjahr verschlechtert (Saldo sinkt von 25 auf 17 Punkte). Unternehmen auf den **Philippinen** bewerten ihre aktuelle Geschäftslage hingegen mit 58 Prozent als gut (2023 waren es 50 Prozent), in **Malaysia** sind es 54 Prozent (2023: 39 Prozent). In beiden Ländern ist eine signifikante Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen.

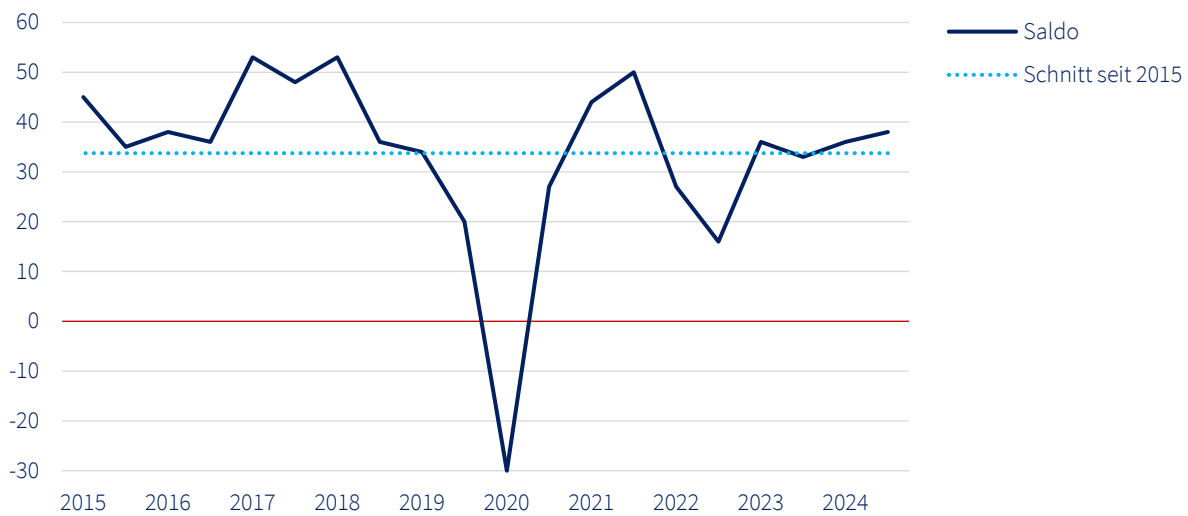
Unverändert positiv im Vergleich zum Frühjahr 2024 bewerten deutsche Unternehmen in der **MENA-Region** ihre aktuelle Geschäftslage: 62 Prozent geben eine gute Lage an während nur 6 Prozent ihre Lage mit schlecht bewerten (Saldo gleichbleibend bei 57 Punkten). In **Afrika, Nah- und Mittelost** sind Unternehmen ebenfalls überdurchschnittlich positiv gestimmt. 53 Prozent der Unternehmen berichten von einer guten Geschäftslage, zehn Prozent von einer schlechten. Im Vergleich zum Frühjahr 2024 ist dennoch ein leichter Rückgang festzustellen (Saldo sinkt von 49 auf 43 Punkte).

Im Gegensatz zur schlechteren Bewertung der aktuellen Geschäfte, haben sich die **Geschäftserwartungen** der Unternehmen für die kommenden zwölf Monaten im Vergleich zu Frühjahr 2024 aufgehellt. 48 Prozent der Unternehmen erwarten bessere Geschäfte (Frühjahr 2024: 46 Prozent). 42 Prozent gehen von stabilen Geschäften aus (Frühjahr 2024: 44 Prozent). Lediglich jedes zehnte Unternehmen (Frühjahr 2024: zehn Prozent) rechnet mit schlechteren Geschäften. Der Saldo aus besser und schlechter Bewertungen steigt auf 38 Punkte (Frühjahr 2024: Saldo 36 Punkte) – und liegt damit wieder über dem langjährigen Durchschnitt von 34 Punkten. Damit sind die Unternehmen mit Blick auf ihre zukünftigen Geschäfte deutlich optimistischer als mit Blick auf die Konjunkturerwartungen (Saldo fünf Punkte).

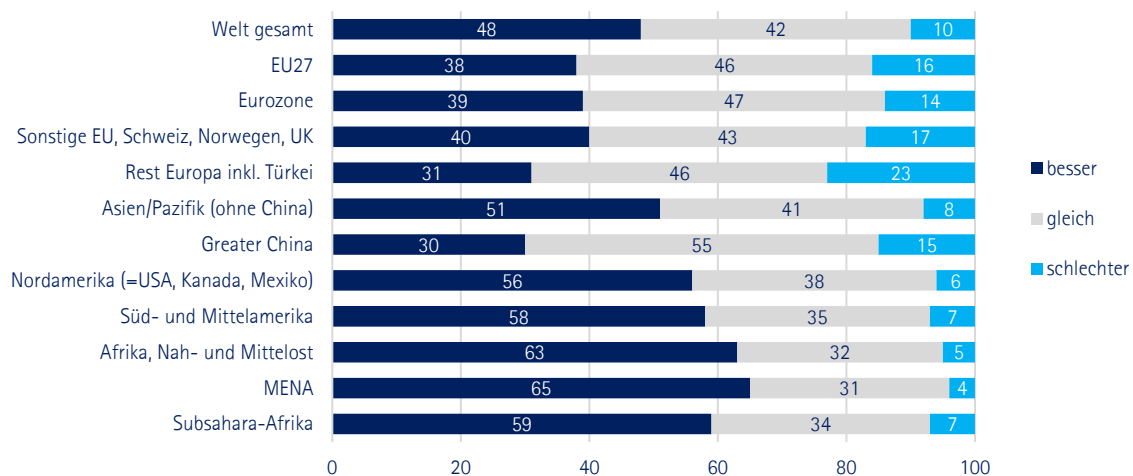
Auch bei den Geschäftserwartungen zeigen sich die Dienstleistungsunternehmen am zuversichtlichsten von allen Wirtschaftszweigen: Während bei den Dienstleistern 52 Prozent von einer guten Geschäftsentwicklung im kommenden Jahr ausgehen und lediglich zehn Prozent schlechtere Geschäfte erwarten (Saldo 42 Punkte), laufen die Geschäfte bei den Handelsunternehmen deutlich positiver als in der Vorumfrage (48 Prozent gut, 13 Prozent schlecht, Saldo 35 Punkte) Industrie- und Bauunternehmen (42 Prozent gut, 13 Prozent schlecht, Saldo 29 Punkte) etwas weniger gut, wenngleich besser als noch im Frühjahr.

Treiber für die insgesamt positive Entwicklung bei den Geschäftserwartungen sind insbesondere die Entwicklungen in den Regionen Asien-Pazifik, MENA und Nordamerika. Auch die Aussichten in Südamerika sind überdurchschnittlich. In China scheint die Talsohle durchschritten. In Europa hingegen bleibt das Bild trübe.

Geschäftserwartungen der Unternehmen weltweit (Saldo aus „besser“ minus „schlechter“ - Antworten in Punkten)



Geschäftserwartungen der Unternehmen weltweit (Anteil der Nennungen in Prozent)



Im **Mittleren und Nahen Osten sowie Nordafrika (MENA)** sind die Geschäftserwartungen der Unternehmen so gut wie in keiner anderen Region (Saldo unverändert bei 58 nach zuvor 54 bzw. 61 Punkte nach zuvor 59). In fast jeder anderen Region haben sich die Geschäftserwartungen im Vergleich zur Vorumfrage verschlechtert.

Die Geschäftserwartungen deutscher Unternehmen in **Süd- und Mittelamerika** heben sich trotz geringfügiger Eintrübung deutlich positiv von den weltweiten Rückmeldungen ab. So gehen 58 Prozent der Unternehmen von einer Verbesserung ihrer Geschäfte in den nächsten zwölf Monaten aus, während nur sieben Prozent mit einer Verschlechterung rechnen (Saldo von 51 Punkten nach zuvor 54 Punkten).

Deutsche Unternehmen mit Standorten in den **USA** sind im Vergleich zum weltweiten Stimmungsbild optimistischer hinsichtlich ihrer geschäftlichen Entwicklung. In den USA erwarten 57 Prozent der Unternehmen bessere Geschäfte im nächsten Jahr während nur fünf Prozent von einer Verschlechterung in diesem Zeitraum ausgehen. Der Saldo der Geschäftserwartungen sinkt geringfügig um vier auf 52 Punkte.

Deutsche Unternehmen in der **Region Subsahara-Afrika** blicken besonders positiv ins kommende Jahr. 59 Prozent der dort aktiven Befragten erwarten bessere Geschäfte. Damit haben sich die Aussichten gegenüber der Frühjahrsumfrage deutlich aufgehellt (Saldo steigt von 37 auf 52 Punkte); die Unternehmen vor Ort sind optimistischer als im weltweiten Durchschnitt.

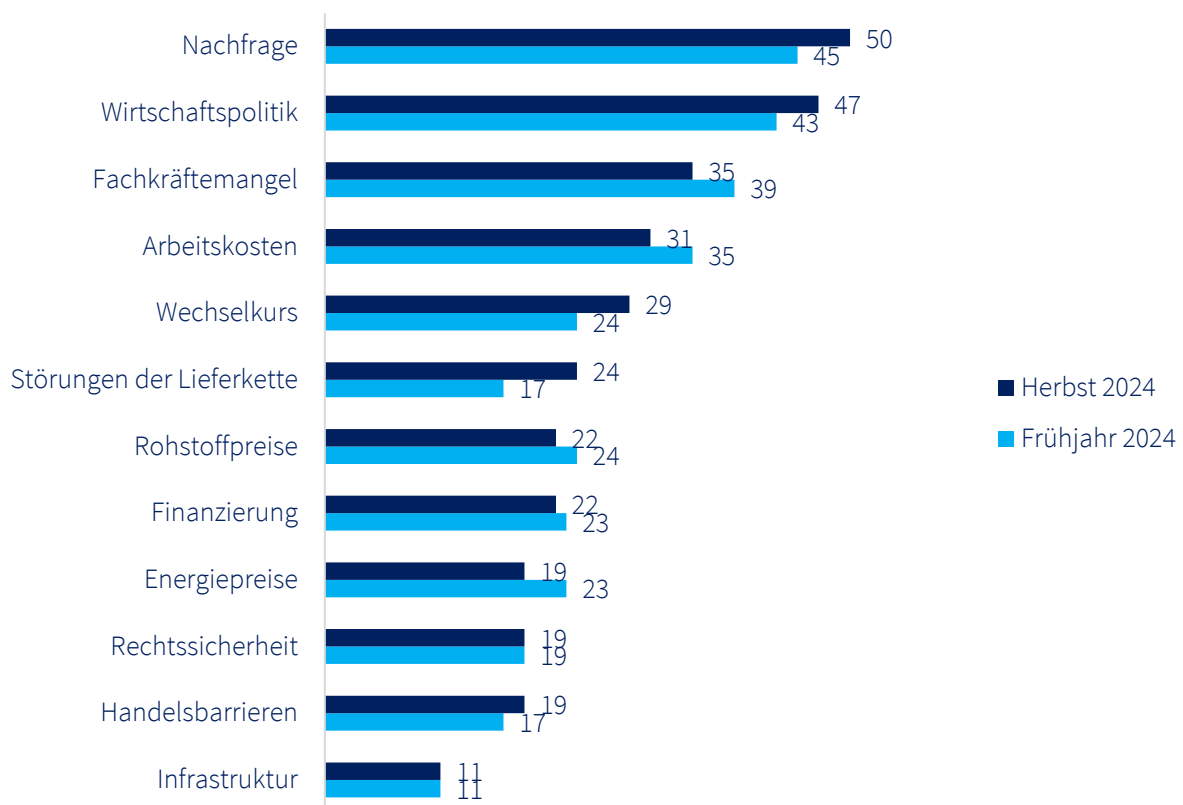
In der Region **Greater China** scheint die Talsohle durchschritten zu sein. Darauf weist nicht nur die Entwicklung der Geschäftslage hin, sondern auch die leichte Aufhellung der Geschäftserwartungen (Saldo steigt von 11 auf 15 Punkte) Punkt.

In **Ost-/Südosteuropa (ohne EU) und in der Türkei** ist ein starker Rückgang der Geschäftserwartungen im Vergleich zum Frühjahr 2024 zu verzeichnen. So sind es hier nur 31 Prozent, die bessere Geschäfte erwarten, während 23 Prozent von einer Verschlechterung ausgehen. Die angespannte Lage und der andauernde russische Krieg in der Ukraine trüben die Stimmung ein. Unterm Strich bleiben die Geschäftserwartungen dennoch verhalten positiv für das nächste Jahr.

Risiken für deutsche Unternehmen im Ausland

Trotz der vielen geopolitischen Krisen und Konflikte entwickelt sich die Weltwirtschaft in den vergangenen Jahren resilient. Gleichwohl ergibt sich aus den geopolitischen Spannungen und strukturellen Umbrüchen ein generell hohes Maß an Verunsicherung bei den Unternehmen, welches am aktuellen Rand sogar zunimmt.

Geschäftsrisiken der Unternehmen in den kommenden zwölf Monaten (in Prozent, Mehrfachantworten möglich)



In einer geringen Nachfrage sehen die Unternehmen an ihren internationalen Standorten das häufigste Geschäftsrisiko (50 Prozent, Frühjahr 2024: 45 Prozent, langjähriger Schnitt 47 Prozent). Auch branchenübergreifend ist das Nachfragerisiko weiter angestiegen: Industrie- und Bauunternehmen (54 Prozent) und Handelsunternehmen (50 Prozent) sorgen sich häufiger um eine geringe Nachfrage als Dienstleistungsunternehmen (45 Prozent). Am häufigsten nennen Unternehmen in Greater China das Risiko: drei Viertel der Unternehmen stellt die mangelnde Nachfrage vor Herausforderungen, in China sind es sogar 80 Prozent. Aber auch in Europa sehen sich Unternehmen mit dem Nachfragerisiko konfrontiert (EU27: 63 Prozent; sonstige EU, Schweiz, Norwegen, UK; 64 Prozent).

Die globale Industrieproduktion stagniert seit 2022. Diese Schwächephase stellt die deutschen Unternehmen nicht nur hierzulande, sondern auch an ihren internationalen Standorten vor große Probleme. Zusätzlich zu Nachfragerisiken zählen strukturelle Risiken, wie die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (47 Prozent, Vorumfrage: 43 Prozent), der Fachkräftemangel (35 Prozent, Vorumfrage: 39 Prozent) sowie die Arbeitskosten (31 Prozent, Vorumfrage: 35 Prozent) zu den am häufigsten genannten Geschäftsrisiken für Unternehmen weltweit.

Beim Blick in die Regionen zeigen sich Unterschiede:

In der gesamten **Region Asien-Pazifik** sehen 51 Prozent der Unternehmen die schwache Nachfrage und 42 Prozent die Wechselkursschwankungen als größte Herausforderungen an. In **Greater China** bewerten drei Viertel der Betriebe die geringe Nachfrage als das bedeutendste Geschäftsrisiko (76 Prozent). In **Indien** sind es neben der Nachfrage (60 Prozent) vor allem Rohstoffpreise, Wechselkursvolatilität und Fachkräftemangel (jeweils 38 Prozent), die den Unternehmen Sorgen bereiten.

Die Unternehmen in den **USA** sehen auch wachsende Risiken. Vor allem wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen werden (49 Prozent) im Vergleich zum Frühjahr (46 Prozent) häufiger genannt. Auch die Sorge vor zunehmenden Handelsbarrieren (26 Prozent; Vorumfrage 20 Prozent) und Störungen in den Lieferketten (33 Prozent nach zuvor 30 Prozent) hat deutlich zugenommen. Ein besonderes Risiko für deutsche Unternehmen in den in den USA sind die im US-Wahlkampf immer wieder thematisierten Zollpläne. Dies gilt nicht nur für die bilateralen transatlantischen Handelsbeziehungen, sondern auch das Geschäft für deutsche Unternehmen in anderen Märkten, wie beispielsweise in China.

In **Subsahara-Afrika** stellen insbesondere die unsichere wirtschaftspolitische Lage, die oft unzureichende Infrastruktur, bürokratische Hürden und Finanzierungsschwierigkeiten bedeutende Herausforderungen dar. 56 Prozent der Unternehmen vor Ort sehen die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen als größtes Geschäftsrisiko. In der Frühjahrsumfrage waren dies noch 51 Prozent.

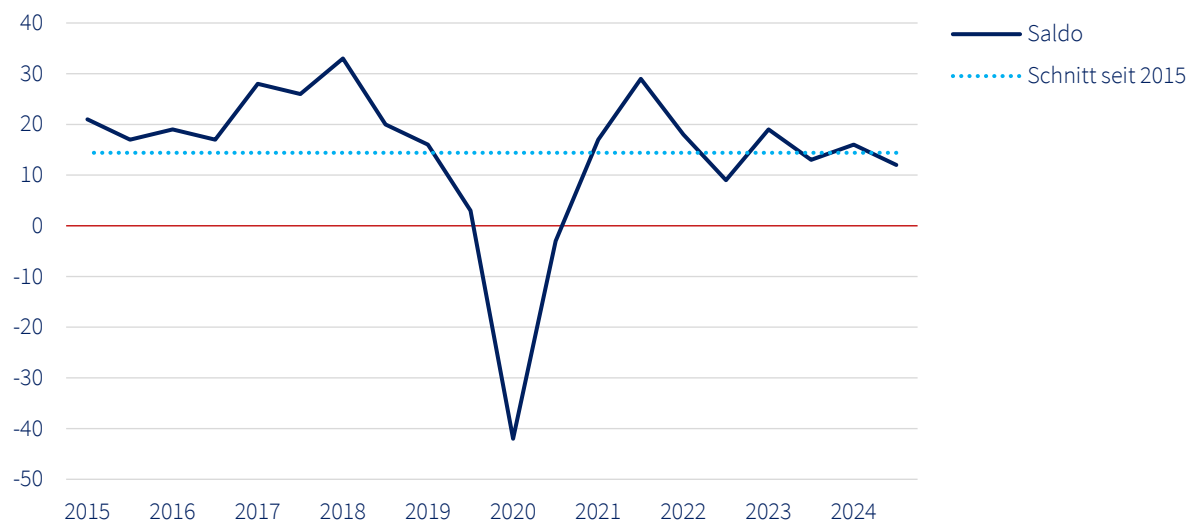
Die prognostizierten Risiken für deutsche Unternehmen in **Brasilien** unterscheiden sich erheblich von denen in anderen Teilen der Welt. In Brasilien gilt der Fachkräftemangel als größtes Geschäftsrisiko (44 Prozent), anders als in anderen **Regionen Süd- und Mittelamerikas (26 Prozent)**. Zugleich bleibt die fehlende Rechtssicherheit für 39 Prozent der Unternehmen in Brasilien problematisch, während weltweit nur 19 Prozent dies als besondere Herausforderung ansehen. Auch die unzureichende Infrastruktur wird in Brasilien von mehr als doppelt so vielen Unternehmen als Geschäftsrisiko bewertet wie global (Brasilien: 28 Prozent; weltweit: 11 Prozent).

Darüber hinaus hatten die Unternehmen die Möglichkeit weitere Risiken in einem Freitextfeld zu benennen. Dabei wurde insbesondere die Sorge vor einer Eskalation der zahlreichen geopolitischen Konflikte sowie vor einer globalen Rezession genannt. Auch sorgen sie sich um zusätzliche Bürokratie und eine Überregulierung, Korruption sowie die chinesische Konkurrenz, die durch staatlich gefördertes Preisdumping Marktanteile gewinnt.

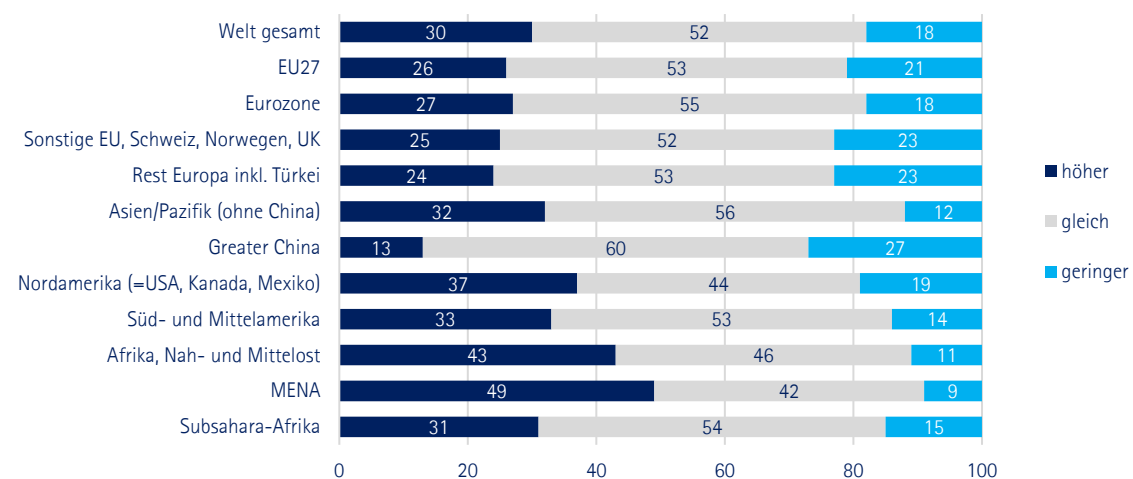
Investitionspläne der Unternehmen

Die Investitionspläne der Unternehmen sind vor dem Hintergrund geopolitischer Spannungen und zwischenzeitlich eingetrübter Konjunkturerwartungen eher verhalten: 30 Prozent der Unternehmen planen in den kommenden zwölf Monaten mit höheren Investitionen (Frühjahr 32 Prozent). 18 Prozent der Unternehmen möchten weniger investieren (Frühjahr 16 Prozent). Der resultierende Saldo aus höheren und geringeren Investitionsplänen sinkt auf zwölf Punkte (Frühjahr 24: 16 Punkte) und liegt somit unter dem langjährigen Schnitt von 14 Punkten. Die Investitionsdynamik deutscher Unternehmen im Ausland lässt somit etwas nach.

Investitionsabsichten der Unternehmen (Saldo aus „höher“ minus „geringer“-Antworten in Punkten)



Investitionsabsichten der Unternehmen (Anteil der Nennungen in Prozent)



In **Asien/Pazifik ohne Greater China** haben sich die Investitionspläne der Unternehmen für die nächsten zwölf Monate, insbesondere in Südostasien hingegen verbessert. 51 Prozent der Unternehmen beabsichtigen höhere Investitionen in den kommenden zwölf Monaten. Der Saldo steigt leicht von 18 auf 20 Punkte. Vor allem Indien ist ein bedeutender Anziehungspunkt für ausländische – auch und insbesondere deutsche – Investitionen (51 Prozent), knapp hinter den Philippinen (52 Prozent).

In **Subsahara-Afrika** ist die Investitionsbereitschaft der Unternehmen im Vergleich zur Frühjahrs-Befragung gestiegen. So planen 31 Prozent der vor Ort engagierten Betriebe höhere Investitionen, und nur 15 Prozent erwägen, ihre Investitionen herunterzufahren (Saldo von 16 nach zuvor 8 Punkten).

Die **USA** bleiben für deutsche Investoren einer der wichtigsten Märkte. Trotz zu erwartender politischer Umbrüche planen 37 Prozent der deutschen Unternehmen in den USA, ihre Investitionen zu erhöhen, während 18 Prozent diese verringern möchten. Der Saldo sinkt von zuvor 24 auf aktuell 19 Punkte. Die Investitionspläne liegen damit unter dem langjährigen Mittelwert für die USA (26 Punkte).

Im Gegensatz zu den weltweit zurückhaltenden Investitionsabsichten planen 33 Prozent der Unternehmen in **Süd- und Mittelamerika** im kommenden Jahr höhere Investitionen an ihren Standorten. Der Saldo der Investitionsabsichten steigt von 16 auf 19 Punkte. Auf einem gleichbleibenden, aber noch höheren Niveau planen die Unternehmen ihre Investitionen in **Brasilien**. Der Saldo liegt bei 28 Punkten.

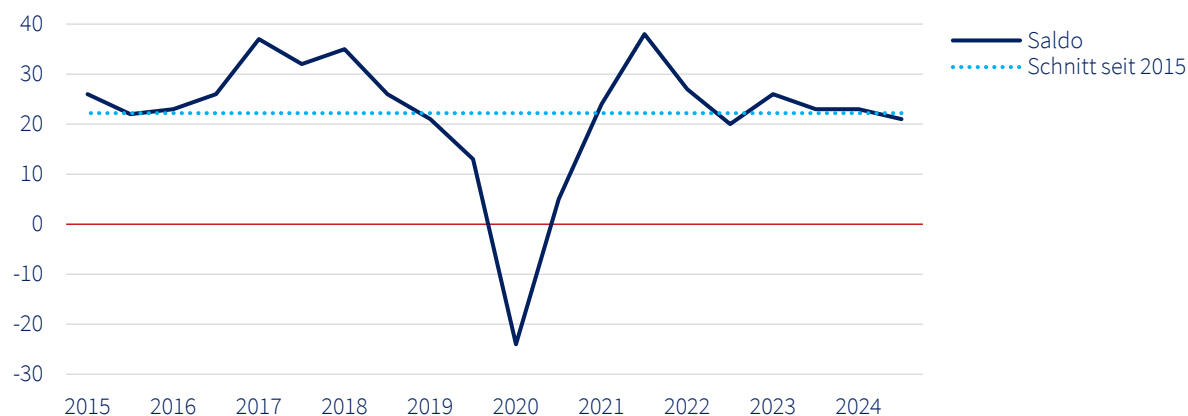
Die Investitionsbereitschaft deutscher Unternehmen in der **MENA-Region** hat sich zwar im Vergleich zum Frühjahr leicht verringert, dennoch plant knapp die Hälfte der Unternehmen Investitionen vor Ort im nächsten Jahr. Das sind deutlich mehr als im weltweiten Vergleich (30 Prozent). In der Gesamtregion **Afrika, Nah- und Mittelost** sind es 43 Prozent der Unternehmen, die planen im kommenden Jahr mehr zu investieren.

Die Investitionsbereitschaft in **Greater China** sinkt indes – und zwar deutlich. Insbesondere in Festlandchina schraubt gut jedes vierte Unternehmen (28 Prozent) seine Investitionsabsichten für die kommenden zwölf Monate zurück. Hier hat sich die Geschäftslage zwar leicht erholt, die Investitionspläne der Unternehmen werden jedoch im Vergleich zum Vorjahr deutlich heruntergefahren. Die Diversifizierung aus China in andere Märkte des Asien-Pazifik-Raums schreitet weiter voran.

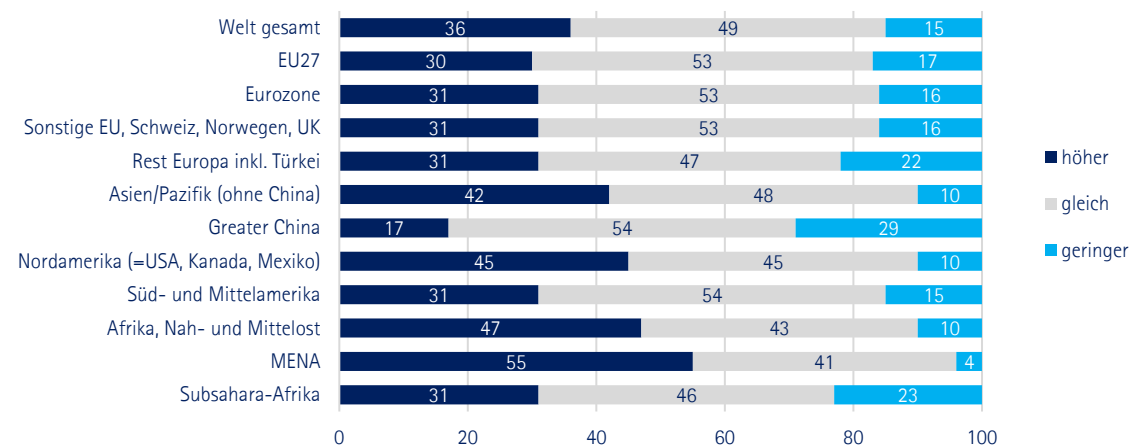
Beschäftigungsabsichten

Ähnlich wie bei den Investitionsabsichten planen die deutschen Auslandsunternehmen aktuell nur sehr verhalten einen Aufbau an Beschäftigten an Ihren internationalen Standorten. Während 36 Prozent der Unternehmen mit einem höheren Personalbestand in den kommenden zwölf Monaten ausbauen möchten (Frühjahr: 35 Prozent), planen 15 Prozent (Frühjahr: zwölf Prozent) mit einem geringeren Bestand. Der Saldo aus höheren und geringeren Beschäftigungsabsichten sinkt leicht von 23 Punkten im Frühjahr auf 21 Punkte und liegt damit nun knapp unter dem langjährigen Schnitt von 22 Punkten.

Beschäftigungsabsichten der Unternehmen (Saldo aus „höher“ minus „geringer“-Meldungen in Punkten)



Beschäftigungsabsichten der Unternehmen (Anteil der Nennungen in Prozent)



Im weltweiten Vergleich planen vor allem Unternehmen in der **MENA-Region** die Zahl ihrer Beschäftigten im nächsten Jahr auszubauen: Der Saldo bleibt unverändert hoch bei 51 Punkten. In **Ägypten** steigt der Saldo um fünf Punkte auf aktuell 50 Saldopunkte. In **Saudi-Arabien** sinkt er zwar leicht von 63 auf 61 Punkte, bleibt damit aber auch weiterhin auf einem sehr hohen Niveau.

Auf dem **US-Markt** sind mit fast einer Million sehr viele Personen in dort aktiven deutschen Unternehmen beschäftigt. Angesichts stabiler Beschäftigungsabsichten (46 Prozent planen Neueinstellungen) bleiben die Staaten der zentrale Beschäftigungsstandort für deutsche Unternehmen außerhalb Deutschlands. Der Saldo sinkt leicht von 35 auf 34 Punkte, er liegt damit aber nahe dem langjährigen Mittelwert von 37 Punkten.

In **China** planen Unternehmen einen deutlichen Abbau ihrer Beschäftigten: Der Saldo sinkt weiter auf minus 15 nach zuvor minus neun Punkten. Die Beschäftigungsabsichten von Unternehmen in **Taiwan** hingegen steigen von sieben auf 19 Saldopunkte.

Wettbewerbsposition der Unternehmen

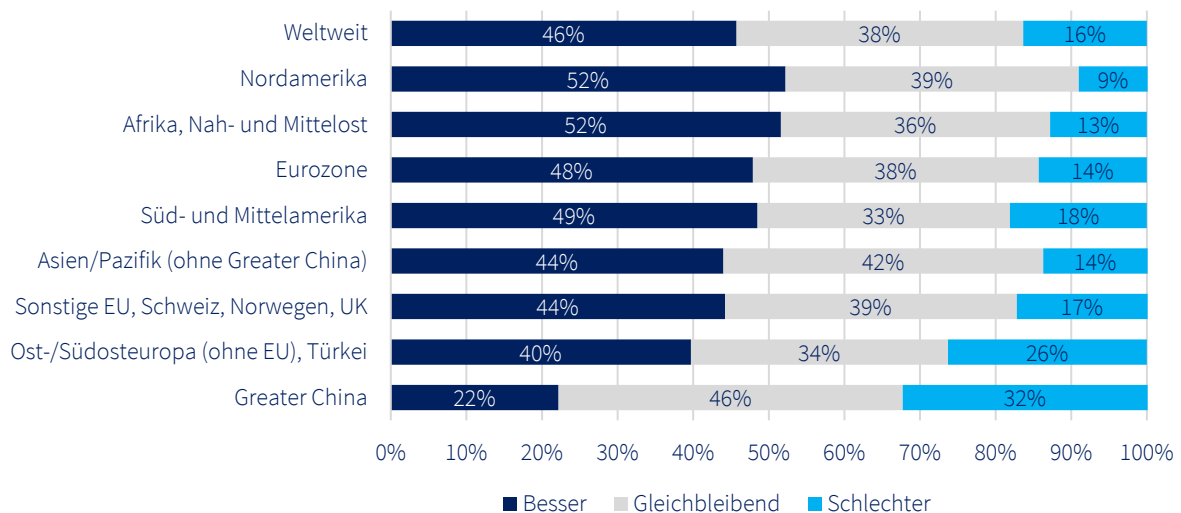
Weltweit geben 46 Prozent der Unternehmen an, dass sich ihre Wettbewerbsposition in den letzten fünf Jahren am lokalen Standort verbessert hat. Nur 16 Prozent sprechen von einer Verschlechterung.

Bei der Betrachtung, welche Gründe dafür verantwortlich sind, zeigt sich, dass Nachhaltigkeitsanforderungen für 41 Prozent der Unternehmen positiv zur Entwicklung ihrer Wettbewerbsposition an internationalen Standorten beitragen. In diesem Bereich können deutsche Produkte und Unternehmen auf den Weltmärkten punkten, auch weil sie durch strengere regulatorische Anforderungen in der EU vorbereitet sind, wenn diese in anderen Märkten eingeführt werden. Beim Thema Nachhaltigkeit hat Deutschland international einen guten Ruf. Nachhaltigkeit ist von Abnehmerseite zunehmend gefragt und hat positive Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen an ausländischen Standorten. Unternehmen, die die Anforderungen bereits erfüllen haben dadurch einen Wettbewerbsvorteil. Ebenfalls positiv hat das Image für Produkte „Made in Germany“ oder „Made by Germany“ international immer noch einen überwiegend positiven Einfluss auf die Wettbewerbsposition deutscher Unternehmen an ihren internationalen Standorten (Siehe [AHK Umfrage zum Standort Deutschland 2024](#)).

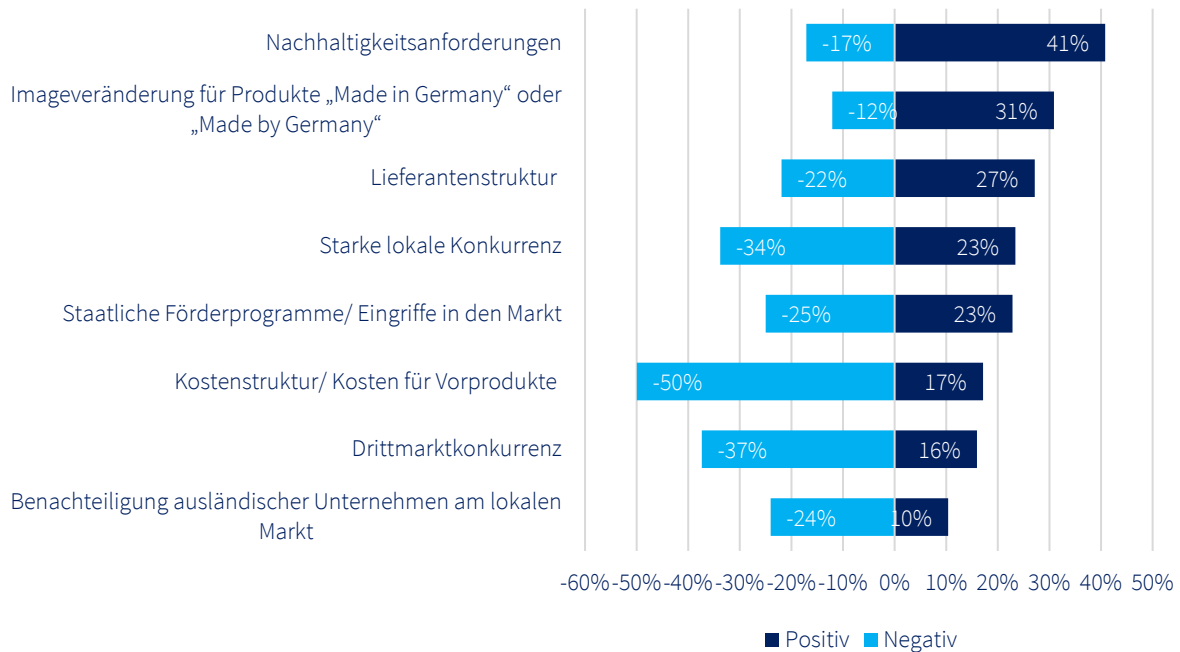
Die Kostenstruktur bzw. die Kosten von Vorprodukten für die Hälfte der Unternehmen weltweit negative Auswirkungen auf ihre Wettbewerbsfähigkeit. Eine starke Drittmarkt- (37 Prozent) bzw. lokale Konkurrenz (34 Prozent) wirken sich ebenfalls überwiegend negativ auf die Wettbewerbsposition aus.

Wie hat sich die Wettbewerbsposition Ihres Unternehmens an Ihrem Standort in den letzten 5 Jahren verändert?

Angaben in Prozent



Welchen Einfluss haben die nachstehenden Faktoren auf Ihre eigene Wettbewerbsfähigkeit?



Von einer Verbesserung ihrer Wettbewerbssituation innerhalb der letzten 5 Jahre berichten mehr als die Hälfte – und damit besonders viele – der Unternehmen in **Nordamerika** sowie in **Afrika, Nah- und Mittelost**.

Die **USA** sind und bleiben ein attraktiver Markt mit guten Standortbedingungen für die deutschen Unternehmen. Die Wettbewerbsposition hat sich für 54 Prozent der Unternehmen verbessert. Positiven Einfluss auf die Verbesserung der Wettbewerbsposition haben für 36 Prozent der Unternehmen Nachhaltigkeitsanforderungen, für 32 Prozent ist es ihre Lieferantenstruktur.

Im Vergleich zur weltweit positiven Entwicklung der Wettbewerbsposition deutscher Unternehmen an ihren internationalen Standorten, ist die verschlechterte der Wettbewerbsposition in der **Volksrepublik China** ein herausstechender und besorgniserregender Trend. Nur 22 Prozent deutscher Unternehmen vor Ort von einer besseren Wettbewerbsposition innerhalb der letzten fünf Jahre, während sie sich für 32 Prozent verschlechtert hat. Hier bekommen die Unternehmen besonders den Druck durch die gestärkte lokale Konkurrenz zu spüren.

Beim Blick auf die Wirkung der Einflussfaktoren fallen beim Vergleich der beiden größten Handelspartner Deutschlands, **China** und die **USA**, insbesondere die Bewertungen folgender Faktoren ins Auge: Die Imageveränderung für Produkte „Made in Germany“ oder „Made by Germany“ wird in den USA von 31 Prozent positiv bewertet, in China hingegen nur von 17 Prozent. Gleichzeitig wird diese Imageveränderung in China von 29 Prozent der Unternehmen als negativer Einflussfaktor bewertet, in den USA sind es hingegen nur sechs Prozent. Während in den USA staatliche Förderprogramme bzw. Eingriffe in den Markt (wie der Inflation Reduction Act) von 30 Prozent als positiver Einflussfaktor genannt werden, sind es in China nur fünf Prozent der Unternehmen, die dies positiv bewerten. Dort beklagen 46 Prozent der Unternehmen besonders die Benachteiligungen ausländischer Unternehmen am lokalen Markt, die ihre Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigen. In den USA bewerten dies nur zehn Prozent negativ.

In **Taiwan** und **Hongkong** sind diese negativen Einschätzungen dagegen weniger stark ausgeprägt. In **Indien, Vietnam** und **Indonesien** dagegen konnten die Unternehmen zuletzt ihre Wettbewerbsfähigkeit vor Ort steigern.

Statistischer Anhang

Auswertung der Ergebnisse nach Ländern

Jeweils Saldo aus gut/besser-Antworten minus schlecht/geringer-Antworten

	Aktuelle Geschäftslage	Geschäfts- erwartungen	Konjunkturerwar- tungen vor Ort	Investitions- absichten	Beschäftigungs- absichten
Welt gesamt	27	38	5	12	21
EU27	23	22	-18	5	13
Eurozone	25	25	-13	9	15
Frankreich	-3	24	-24	-3	3
Griechenland	56	44	4	35	46
Irland	29	20	0	24	15
Italien	29	38	-13	24	29
Kroatien	52	28	4	23	36
Niederlande	63	39	5	25	10
Österreich	2	-9	-40	-22	-14
Portugal	19	28	13	0	16
Slowakei	13	-7	-57	-33	-9
Slowenien	14	-12	-56	-47	-16
Spanien	20	20	-6	10	17
Sonstige EU, Schweiz, Norwe- gen, UK	23	23	-21	2	15
Bulgarien	36	29	-32	4	25
Rumänien	26	21	-31	0	5
Schweden	28	44	26	12	18
Schweiz	6	10	-26	-11	-10
Tschechien	17	34	-29	-10	12
Ungarn	14	5	-42	-11	6
Vereinigtes Königreich	31	39	-13	20	32
Rest Europa inkl. Türkei	35	8	-18	1	9
Nordmazedonien	32	43	-4	15	21
Serbien	33	38	17	8	14
Türkei	42	5	-19	1	11
Weißrussland (Belarus)	6	-11	-36	-10	-9
Asien/Pazifik (ohne China)	17	43	15	20	32
Australien	28	45	-17	19	10
Indien	30	57	64	44	33
Indonesien	30	57	0	11	37
Japan	-1	39	-1	24	41
Kasachstan	14	33	-5	32	62
Korea, Süd	-3	16	-29	-16	11
Malaysia	46	61	50	35	41
Neuseeland	-5	40	-21	3	2
Philippinen	55	55	45	44	54

	Aktuelle Geschäftslage	Geschäfts- erwartungen	Konjunkturerwar- tungen vor Ort	Investitions- absichten	Beschäftigungs- absichten
Singapur	12	2	9	11	5
Sri Lanka	29	70	41	32	16
Thailand	0	36	-7	8	27
Vietnam	16	42	24	20	24
Greater China	-1	15	-6	-14	-12
Hong Kong, SAR	7	24	-15	-14	-7
Taiwan	26	23	5	0	19
Volksrepublik China	-3	14	-7	-18	-15
Nordamerika (=USA, Kanada, Mexiko)	46	50	26	18	35
Mexiko	41	38	-11	21	39
USA	47	52	31	19	34
Süd- und Mittelamerika	27	51	2	19	16
Argentinien	40	53	60	23	40
Bolivien	14	23	-78	-24	-19
Brasilien	28	59	15	28	24
Chile	11	43	-46	2	-7
Ecuador	14	54	-1	14	5
Kolumbien	21	28	-48	0	0
Paraguay	61	81	67	69	61
Peru	44	72	28	54	44
Uruguay	54	59	35	41	21
Afrika, Nah- und Mittelost	43	58	27	32	37
MENA	57	61	36	40	51
Subsahara-Afrika	14	52	9	16	8
Ägypten	61	61	26	39	50
Ghana	25	55	20	21	-5
Kenia	21	39	-26	23	3
Marokko	24	71	62	34	38
Nigeria	2	59	2	19	2
Saudi-Arabien	61	66	55	56	61
Südafrika	14	48	40	11	10
Tunesien	33	29	-5	0	33
Vereinigte Arabische Emirate	46	50	39	28	39

Geschäftsrisiken für deutsche Unternehmen im Ausland

in Prozent, Mehrfachnennung möglich

	Nachfrage	Finanzierung	Arbeitskosten	Fachkräftemangel	Wechselkurs	Energiepreise	Rohstoffpreise	Rechtssicherheit	Wirtschaftspolitik	Infrastruktur	Handelsbarrieren	Störung Lieferkette
Weltweit	50	22	31	35	29	19	22	19	47	11	19	24
EU27	63	18	45	41	12	25	21	17	48	9	11	17
Eurozone	59	16	43	45	4	22	21	11	49	11	10	19
Frankreich	78	13	38	28	3	16	25	6	63	9	16	9
Griechenland	33	31	41	57	0	27	20	14	53	14	6	25
Irland	37	20	49	37	12	29	17	7	39	20	12	37
Italien	62	19	32	40	5	18	25	8	44	12	13	19
Kroatien	60	28	60	44	0	12	16	4	28	0	0	20
Niederlande	23	13	28	46	3	28	18	5	23	5	5	5
Österreich	61	17	59	41	10	44	29	5	73	5	2	12
Portugal	72	13	31	31	0	16	34	3	38	3	13	28
Slowakei	63	13	66	57	3	29	14	26	70	18	11	16
Slowenien	65	14	42	60	2	37	19	12	42	14	9	19
Spanien	76	5	36	42	2	6	17	20	55	6	14	21
Sonstige EU, Schweiz, Norwegen, UK	64	20	44	38	21	26	19	24	47	8	15	16
Bulgarien	48	4	59	56	7	33	22	15	63	11	15	11
Rumänien	53	26	55	45	2	33	16	19	53	9	5	16
Schweden	74	23	8	18	31	10	28	15	41	8	10	18
Schweiz	70	20	40	33	27	13	17	20	50	10	13	13
Tschechien	59	17	51	54	12	44	32	12	29	10	10	32
Ungarn	73	21	49	33	30	27	18	30	48	5	13	12
Vereinigtes Königreich	40	16	29	43	0	17	13	29	44	14	41	22
Rest Europa inkl. Türkei	32	25	40	39	37	19	22	22	51	8	18	26
Nordmazedonien	43	14	50	64	0	43	32	21	50	14	18	18
Serbien	48	24	41	38	0	21	31	17	21	7	17	17
Türkei	19	34	54	32	66	16	27	20	56	4	11	15
Weißrussland (Belarus)	26	17	13	30	30	9	6	21	70	9	36	60
Asien/Pazifik (ohne CN)	51	20	24	36	42	17	24	10	37	13	23	30
Australien	55	24	41	38	41	21	14	7	48	3	7	34
Indien	60	23	21	38	38	13	38	13	26	26	23	34
Indonesien	50	37	17	23	47	13	13	10	57	3	30	23
Japan	38	1	23	38	77	13	39	1	12	1	6	26
Kasachstan	19	33	19	57	67	14	10	19	19	43	29	52
Korea, Süd	63	11	37	34	26	21	32	11	24	5	47	21
Malaysia	57	25	27	39	37	7	15	6	40	11	20	30
Neuseeland	71	29	29	21	26	14	29	2	38	10	5	26
Philippinen	37	11	15	44	32	35	31	19	40	27	26	37
Singapur	67	2	21	30	9	12	21	5	42	5	44	21
Sri Lanka	31	33	20	37	72	28	26	11	67	15	30	31

	Nachfrage	Finanzierung	Arbeitskosten	Fachkräftemangel	Wechselkurs	Energiepreise	Rohstoffpreise	Rechtssicherheit	Wirtschaftspolitik	Infrastruktur	Handelsbarrieren	Störung Lieferkette
Thailand	62	18	18	49	40	22	18	11	49	13	29	33
Vietnam	59	19	22	16	14	5	11	22	30	27	24	22
Greater China	76	8	20	21	11	10	20	9	40	5	40	21
Hongkong	78	2	30	30	7	13	20	13	43	4	46	30
Taiwan	62	2	10	31	14	12	21	2	29	7	26	26
Volksrepublik China	82	14	20	11	13	7	19	9	43	3	44	14
Nordamerika	45	16	25	37	19	9	14	23	55	12	25	27
Mexiko	42	14	10	23	44	8	11	58	66	20	23	17
USA	47	14	33	48	6	8	15	6	49	7	26	33
Süd- und Mittelamerika	43	22	24	26	39	12	19	34	60	12	14	24
Argentinien	63	30	37	27	50	7	13	27	80	3	13	7
Bolivien	40	24	21	7	83	7	31	48	71	4	19	37
Brasilien	22	13	30	44	32	14	24	39	38	28	16	24
Chile	70	13	25	21	25	16	9	30	75	5	5	13
Ecuador	45	37	20	11	11	17	20	34	75	7	14	30
Kolumbien	48	17	21	14	31	24	14	38	69	3	14	14
Paraguay	33	25	17	50	25	3	19	39	33	31	11	17
Peru	48	16	12	28	20	0	28	24	76	8	20	48
Uruguay	43	11	33	37	35	8	5	3	35	6	5	10
Afrika, Nah- und Mittelost	30	40	25	30	45	22	30	15	41	12	20	27
MENA	26	33	27	32	41	18	31	11	32	6	18	25
Subsahara-Afrika	36	49	23	28	50	29	27	23	56	21	24	29
Ägypten	20	34	24	29	66	27	37	7	28	4	15	21
Ghana	40	35	15	25	80	20	20	25	75	20	30	25
Kenia	34	34	21	21	50	21	16	34	53	5	34	29
Marokko	29	41	21	35	21	21	26	12	12	0	29	18
Nigeria	31	77	33	26	66	51	43	15	62	36	20	38
Saudi-Arabien	30	33	37	43	9	1	25	12	30	12	12	33
Südafrika	64	12	24	29	36	29	26	17	52	24	21	26
Tunesien	55	20	35	20	20	25	35	30	60	20	15	20
Vereinigte Arabische Emirate	50	18	32	14	18	4	11	7	25	0	25	32

Wie hat sich die Wettbewerbsposition der Unternehmen an Ihren Standorten in den letzten 5 Jahren verändert?

in Prozent,

	Besser	Gleichbleibend	Schlechter
Weltweit	46	38	16
EU27	46	38	16
Eurozone	48	38	14
Frankreich	55	39	6
Griechenland	75	21	4
Irland	32	36	32
Italien	57	34	9
Kroatien	68	28	4
Niederlande	51	39	10
Österreich	28	49	23
Portugal	50	41	9
Slowakei	38	45	17
Slowenien	49	35	16
Spanien	39	38	23
Sonstige EU, Schweiz, Norwegen, UK	44	39	17
Bulgarien	48	37	15
Rumänien	60	28	12
Schweden	51	39	10
Schweiz	35	49	16
Tschechien	56	42	2
Ungarn	38	39	23
Vereinigtes Königreich	39	45	16
Ost-/Südosteuropa (ohne EU), Türkei	40	34	26
Nordmazedonien	41	55	4
Serbien	45	48	7
Türkei	38	32	30
Weißrussland (Belarus)	30	21	49
Asien/Pazifik (ohne Greater China)	44	42	14
Australien	48	24	28
Indien	47	42	11
Indonesien	53	37	10
Japan	44	40	16
Kasachstan	33	43	24
Korea, Süd	39	37	24
Malaysia	46	44	10
Neuseeland	29	64	7
Philippinen	48	49	3
Singapur	30	44	26
Sri Lanka	43	40	17
Thailand	44	54	2
Vietnam	53	25	22
Greater China	22	46	32
Hong Kong, SAR	22	56	22
Taiwan	36	50	14
Volksrepublik China	16	37	47
Nordamerika	52	39	9
Mexiko	50	33	17
USA	54	41	5
Süd- und Mittelamerika	49	33	18
Argentinien	40	33	27
Bolivien	47	31	22
Brasilien	54	28	18

	Besser	Gleichbleibend	Schlechter
Chile	43	41	16
Ecuador	39	37	24
Kolumbien	45	31	24
Paraguay	78	14	8
Peru	64	32	4
Uruguay	44	45	11
Afrika, Nah- und Mittelost	52	35	13
MENA	57	32	11
Subsahara-Afrika	43	41	16
Ägypten	58	33	9
Ghana	45	40	15
Kenia	41	45	14
Marokko	48	31	21
Nigeria	38	37	25
Saudi-Arabien	58	33	9
Südafrika	43	40	17
Tunesien	57	29	14
Vereinigte Arabische Emirate	50	39	11

Welchen Einfluss haben die nachstehenden Faktoren auf Ihre eigene Wettbewerbsfähigkeit?

Angaben in Prozent; + = positiver Einfluss / - = negativer Einfluss; Differenz zu 100 = Angabe „neutral/nicht relevant“

	Starke lokale Konkurrenz		Drittmarktkonkurrenz		Kostenstruktur/ Kosten für Vorprodukte		Lieferantenstruktur		Nachhaltigkeitsanforderungen		Imageveränderung für Produkte „Made in Germany“ oder „Made by Germany“		Benachteiligung ausländischer Unternehmen am lokalen Markt		Staatliche Förderprogramme/ Eingriffe in den Markt	
	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-
Weltweit	23	34	16	37	17	50	27	22	41	17	31	12	10	24	23	25
EU27	17	34	10	42	12	54	21	18	36	22	19	15	8	21	21	32
Eurozone	18	35	11	43	13	58	22	22	41	21	23	17	9	19	27	23
Frankreich	18	36	0	45	6	58	24	21	45	21	21	24	6	24	41	16
Griechenland	33	25	18	31	16	44	14	24	44	18	20	10	12	18	35	19
Irland	15	28	18	43	21	62	19	27	40	25	21	11	8	11	14	22
Italien	11	52	6	43	10	50	24	29	52	11	20	14	16	17	38	15
Kroatien	40	32	24	16	4	52	16	16	32	16	28	4	4	16	28	20
Niederlande	29	27	28	28	33	48	35	25	53	20	37	20	20	33	34	15
Österreich	0	31	2	39	2	71	12	24	17	39	7	22	13	8	27	34
Portugal	28	34	17	52	27	43	28	14	35	13	17	10	7	13	27	10
Slowakei	14	27	3	45	9	65	20	18	35	27	18	18	7	20	9	47
Slowenien	21	14	10	45	10	83	20	32	48	26	33	24	2	27	21	21
Spanien	14	52	14	60	13	59	27	18	32	27	32	25	3	19	22	21
Sonstige EU, Schweiz, Norwegen, UK	15	34	9	40	10	52	18	19	28	24	18	12	8	22	13	40
Bulgarien	18	29	15	41	33	37	26	7	33	19	19	19	11	25	37	15
Rumänien	21	29	13	31	16	48	19	19	39	28	24	11	2	19	35	20
Schweden	23	21	15	26	18	51	36	13	61	18	21	8	5	11	23	28
Schweiz	6	29	4	32	3	57	17	17	17	38	18	18	4	21	14	29
Tschechien	20	43	18	40	15	60	40	8	35	25	20	3	5	28	15	18
Ungarn	12	36	4	45	6	50	15	14	22	23	11	15	5	28	4	60
Vereinigtes Königreich	15	36	18	45	4	60	5	62	20	31	41	4	32	7	15	15
Rest Europa inkl. Türkei	22	33	15	36	13	50	21	25	33	8	28	12	7	33	17	26
Nordmazedonien	23	23	8	38	23	46	15	31	38	17	35	8	4	28	24	16
Serbien	31	21	7	38	10	41	21	21	41	7	34	3	10	24	25	11
Türkei	19	43	22	30	16	70	27	23	32	8	29	8	12	36	15	41
Weißrussland (Belarus)	15	36	6	43	2	30	13	36	23	6	17	26	4	36	9	23
Asien/Pazifik (ohne CN)	24	36	19	40	20	45	30	19	44	11	37	9	10	23	20	18
Australien	28	38	7	34	17	45	24	17	59	10	31	10	3	10	31	17
Indien	30	46	30	28	26	56	37	18	54	12	50	5	13	18	20	24
Indonesien	45	31	31	31	48	34	39	18	48	10	28	10	21	36	29	11
Japan	13	57	12	51	3	64	15	21	25	7	31	10	3	21	12	12
Kasachstan	10	24	30	35	11	37	28	17	22	6	33	22	6	6	33	6
Korea, Süd	14	51	25	28	11	54	24	35	38	18	46	11	15	41	15	30
Malaysia	40	28	32	36	31	31	39	18	58	8	44	7	16	21	31	16
Neuseeland	8	38	5	38	11	50	26	23	33	15	23	0	0	10	10	18
Philippinen	25	17	12	43	22	37	31	21	43	15	36	12	15	25	15	15
Singapur	8	60	2	67	10	52	25	15	45	18	25	18	8	36	15	33
Sri Lanka	23	25	16	36	18	49	36	19	64	8	55	6	6	39	18	20
Thailand	20	40	5	52	30	34	34	14	44	7	33	16	9	27	18	16

	Starke lokale Konkurrenz		Drittmarktkonkurrenz		Kostenstruktur/ Kosten für Vorprodukte		Lieferantenstruktur		Nachhaltigkeitsanforderungen		Imageveränderung für Produkte „Made in Germany“ oder „Made by Germany“		Benachteiligung ausländischer Unternehmen am lokalen Markt		Staatliche Förderprogramme/ Eingriffe in den Markt	
Vietnam	25	33	34	26	21	47	26	11	21	18	37	6	14	8	9	15
Greater China	11	58	7	31	14	56	34	20	35	16	26	20	7	38	13	25
Hong Kong, SAR	14	41	5	45	18	41	36	14	39	20	18	11	5	32	14	18
Taiwan	12	41	15	33	13	55	35	25	40	10	54	12	13	28	15	18
Volksrepublik China	9	74	5	23	13	65	32	21	31	17	17	29	5	46	11	31
Nordamerika	20	28	14	32	23	41	34	17	33	18	33	8	8	20	25	16
Mexiko	23	26	24	36	28	41	42	18	36	23	42	8	4	24	18	23
USA	21	29	9	30	22	40	32	16	36	13	31	6	10	17	30	10
Süd- und Mittelamerika	32	34	25	32	20	56	33	29	50	17	35	7	12	23	28	27
Argentinien	23	30	25	36	7	72	18	54	46	32	52	7	14	29	32	43
Bolivien	30	40	24	33	21	63	30	40	37	29	30	12	7	30	20	34
Brasilien	33	33	26	26	27	45	35	26	49	11	26	3	16	20	21	28
Chile	26	39	20	30	15	58	37	19	63	12	40	4	12	18	34	23
Ecuador	40	40	29	36	21	59	31	30	53	19	43	6	15	36	36	30
Kolumbien	28	31	14	39	18	43	29	21	46	18	43	11	7	14	14	46
Paraguay	41	22	26	29	31	47	41	22	55	15	30	3	12	21	29	23
Peru	16	40	24	32	16	56	32	20	54	8	50	4	13	17	25	13
Uruguay	25	32	18	35	12	53	36	24	57	7	21	7	16	12	47	12
Afrika, Nah- und Mittelost	34	25	21	36	24	41	31	22	49	16	43	14	16	27	32	23
MENA	37	24	26	30	24	39	32	22	48	14	45	14	20	23	33	20
Subsahara-Afrika	30	27	14	43	24	44	30	22	49	17	40	14	10	33	30	26
Ägypten	49	20	37	22	34	31	41	18	60	15	54	9	29	21	38	19
Ghana	20	35	5	53	26	53	33	17	53	11	30	20	0	45	26	21
Kenia	24	35	8	44	16	51	24	22	42	22	49	14	8	33	19	33
Marokko	33	24	25	43	22	33	25	36	24	14	50	14	18	25	48	15
Nigeria	48	20	25	37	35	45	43	23	63	17	38	13	18	27	47	27
Saudi-Arabien	30	23	20	30	13	53	29	21	48	8	35	13	10	23	40	18
Südafrika	18	45	8	46	15	46	18	23	37	15	38	13	8	50	20	28
Tunesien	20	15	18	35	22	39	17	39	39	17	21	26	6	28	22	22
Vereinigte Arabische Emirate	8	50	4	68	4	52	21	13	36	16	27	35	0	24	12	12

Fragebogen

Wie beurteilen Sie die gegenwärtige geschäftliche Lage Ihres Unternehmens?

- gut
- befriedigend
- schlecht

Welche geschäftliche Entwicklung erwarten Sie für Ihr Unternehmen vor Ort in den kommenden zwölf Monaten?

- besser
- gleichbleibend
- schlechter

Wie beurteilen Sie die konjunkturelle Entwicklung vor Ort in den nächsten zwölf Monaten?

- besser
- gleichbleibend
- schlechter

Wie werden sich die Ausgaben Ihres Unternehmens für Investitionen vor Ort in den kommenden zwölf Monaten voraussichtlich entwickeln?

- höher
- gleichbleibend
- geringer
- keine Investitionen

Wie wird sich die Beschäftigtenzahl Ihres Unternehmens vor Ort in den kommenden zwölf Monaten voraussichtlich entwickeln?

- höher
- gleichbleibend
- geringer

Wo sehen Sie die größten Risiken bei der wirtschaftlichen Entwicklung Ihres Unternehmens in den kommenden zwölf Monaten? (Mehrfachnennungen möglich)

- Nachfrage
- Finanzierung
- Arbeitskosten
- Fachkräftemangel
- Wechselkurs
- Energiepreise
- Rohstoffpreise
- Rechtssicherheit
- Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen
- Infrastruktur
- Handelsbarrieren / Bevorzugung einheimischer Unternehmen
- Störungen in der Lieferkette (z.B. Logistik, fehlende Vorprodukte)

Sehen Sie darüber hinaus weitere Risiken für die wirtschaftliche Entwicklung Ihres Unternehmens?

Wie hat sich die Wettbewerbsposition Ihres Unternehmens an Ihrem Standort in den letzten 5 Jahren verändert?

- besser
- gleichbleibend
- schlechter

Welchen Einfluss haben die nachstehenden Faktoren auf Ihre eigene Wettbewerbsfähigkeit?

	neutral/nicht relevant	positiv	negativ
Starke lokale Konkurrenz			
Drittmarktkonkurrenz			
Kostenstruktur/ Kosten für Vorprodukte			
Lieferantenstruktur			
Nachhaltigkeitsanforderungen			
Imageveränderung für Produkte „Made in Germany“ oder „Made by Germany“			
Benachteiligung ausländischer Unternehmen am lokalen Markt			
Staatliche Förderprogramme/ Eingriffe in den Markt			