



Ergebnisse der Umfrage „Going International“ 2026

Auswertung Bayern



Wir stehen Unternehmen zur Seite



I. Die wichtigsten Ergebnisse

II. Vergleich zur bundesweiten Auswertung

III. Die Stichprobe

IV. Die Ergebnisse im Detail

1. Aktuelle Geschäftssituation und -perspektive in den Zielmärkten
2. Handelshemmnisse
3. Schwerpunkt „Buy European“, Mercosur & US-Handelspolitik

I. Die wichtigsten Ergebnisse

Going International 2026

Stichprobe

- 404 Unternehmen nahmen an der Umfrage teil (Vorjahr: 492 Teilnehmer).
- Erhebungszeitraum: 2. Februar bis 13. Februar 2026
- Die befragten Unternehmen sind überwiegend mittelständisch geprägt: Rund 73,76 % beschäftigen weniger als 250 Mitarbeitende.
- Besonders stark vertreten sind Unternehmen aus dem Maschinenbau (17,33 %), dem Handel (15,59 %) sowie der Chemie-, Pharma- und Kunststoffindustrie (10,40 %).
- Der Markteintritt erfolgt dabei in erster Linie über den Export, der für 87,06 % der Unternehmen die wichtigste Form des Auslandsgeschäfts darstellt.

Geschäftssituation

- Die aktuelle Geschäftslage in den internationalen Zielmärkten zeigt insgesamt eine **negative Tendenz**.
- In vielen wichtigen Regionen überwiegen negative Bewertungen oder die Lage hat sich im Vergleich zum Vorjahr verschlechtert: besonders betroffen sind die Eurozone sowie weitere EU-Staaten außerhalb der Eurozone.
- Auch im Vereinigten Königreich, im Asien-Pazifik-Raum (ohne China) sowie in den USA hat sich die wirtschaftliche Situation verschlechtert.
- Die Lage bleibt in mehreren Regionen stabil, darunter Ost- und Südosteuropa, die Türkei sowie China. Auch in Mittel- und Südamerika sowie in Nordafrika und Subsahara-Afrika zeigen sich keine wesentlichen Veränderungen.
- Eine positive Entwicklung ist in Russland zu beobachten, wo sich die Geschäftslage verbessert hat.

Geschäftsperspektiven

- Die Erwartungen für das Jahr 2026 sind regional stark **unterschiedlich**.
- Während die Perspektiven in der Eurozone stabil bleiben, haben sie sich in anderen EU-Staaten leicht verschlechtert.
- In Asien/Pazifik sowie in China haben sich die Geschäftserwartungen deutlich eingetrübt und liegen inzwischen im negativen Bereich.
- Im Vereinigten Königreich und insbesondere in Ost- und Südosteuropa haben sich die Aussichten hingegen verbessert.
- In Nordamerika zeigt sich insgesamt eine rückläufige Entwicklung, wobei sich die Perspektiven in den USA verschlechtern, während sie sich in Mexiko und Kanada verbessern.
- Positiv werden hingegen die Aussichten in Mittel- und Südamerika sowie in Russland bewertet. Im Nahen Osten sowie in Afrika bleiben die Erwartungen weitgehend stabil.

Handelshemmnisse – Barrieren

- Handelshemmnisse haben im Vergleich zum Vorjahr deutlich **zugenommen**.
- Während im Jahr 2025 noch 57 % der Unternehmen Handelsbarrieren meldeten, liegt dieser Anteil **2026** bereits bei **71 %**.
- Im Mittelpunkt stehen **höhere Zölle**, die insbesondere in Nordamerika eine große Rolle spielen. Dort nennen **86,46 %** der Unternehmen Zölle als wesentliches Hindernis.
- Insgesamt zeigt sich, dass Handelshemmnisse im internationalen Geschäft weiterhin eine zentrale Rolle spielen und im Vergleich zum Vorjahr sogar an Bedeutung gewonnen haben
- Die Herausforderungen unterscheiden sich dabei deutlich je nach Region und spiegeln die zunehmende Komplexität der globalen Handelsbeziehungen wider.

- **Lokale Zertifizierungsanforderungen** spielen insbesondere in der Eurozone eine bedeutende Rolle (**47,83 %**).
- Verschärfte **Sicherheitsanforderungen** betreffen vor allem Unternehmen in Nordamerika und in der Eurozone. Auch **Exportkontrollregime** werden zunehmend als Hindernis wahrgenommen, insbesondere in Nordamerika (**48,19 %**).
- Beim Thema **Gesetzgebung** befinden sich die Eurozone und Nordamerika ganz weit vorne.
- **Sanktionen** wirken sich insbesondere im Zusammenhang mit Russland aus (**76,47 %**).
- Vorgaben zum **Local Content** sind vor allem im Asien-Pazifik-Raum sowie in Nordamerika relevant.
- Schwierigkeiten beim Zugang zu **öffentlichen Aufträgen** werden besonders häufig in der Eurozone genannt (**50 %**).
- **Anforderungen zum Technologietransfer** betreffen vor allem Unternehmen, die im Asien-Pazifik-Raum tätig sind (**63,16 %**).

Schwerpunkt „Buy European“

- 77 % der bayerischen Unternehmen erwarten spürbare Auswirkungen von „Buy European“-Maßnahmen auf ihr Geschäft.
- Als größte Herausforderung wird zusätzliche **Bürokratie** genannt – insbesondere der Aufwand für Herkunftsnachweise.
- Es folgen steigende Kosten, vor allem durch höhere Produktionsausgaben, sowie Veränderungen der Wettbewerbsbedingungen im EU-Binnenmarkt.
- Es bleiben weitere Risiken im Blick, etwa mögliche Gegenmaßnahmen von Handelspartnern, ein erschwerter Zugang zu wichtigen Drittlandmärkten und die Gefahr, etablierte Lieferanten zu verlieren.

Schwerpunkt Mercosur

- Die meisten bayerischen Unternehmen haben bislang **keine konkreten Maßnahmen** im Zusammenhang mit dem Mercosur-Abkommen ergriffen.
- Nur eine kleinere Gruppe bereitet gezielt Exportausweitungen vor, während Anpassungen interner Prozesse, Investitionen oder Lieferketten bislang eine untergeordnete Rolle spielen. Insgesamt sind die aktuellen Auswirkungen daher noch begrenzt und eher von abwartender Haltung geprägt.
- Die Mehrheit der Unternehmen erwartet künftig **keine wesentlichen Auswirkungen** des Mercosur-Abkommens.
- Gleichzeitig sehen einige Betriebe Chancen durch besseren Marktzugang, neue Absatz- und Beschaffungsmöglichkeiten sowie Kostenvorteile durch Zollabbau, während Investitionen und langfristige Planungseffekte bislang nur eine geringe Rolle spielen.

Schwerpunkt US-Handelspolitik

- Bayerische Unternehmen bewerten die **Unsicherheit** als größte Belastung im US-Geschäft gefolgt von Kosten im Zollverfahren und Instabilität der Finanzmärkte.
- Im Ergebnis werden **deutsche Produkte in den Vereinigten Staaten vielfach teurer**: 61 % der bayerischen Exporteure wälzen die Zollkosten ganz oder in Teilen auf ihre US-Kunden ab. 14 % reduzieren ihre US-Exporte und weitere 14 % nehmen eine reduzierte Marge in Kauf. Weitere 11 % geben an, dass die Zollkosten geteilt werden.
- Bei den **Investitionsplänen** der bayerischen Unternehmen ist eine deutliche **Zurückhaltung** erkennbar: 33 % gibt an, dass geplante Investitionen vertagt werden. Bei weiteren 28 % gibt es keine Veränderung an den bestehenden Plänen. 18 % plant derzeit weniger Investitionen in den USA. 12 % beabsichtigen, mehr Investitionen zu tätigen, während nur 9 % eine Neuaufnahme oder Verlagerung von Investitionen in die USA planen.

II. Vergleich zur bundesweiten Auswertung

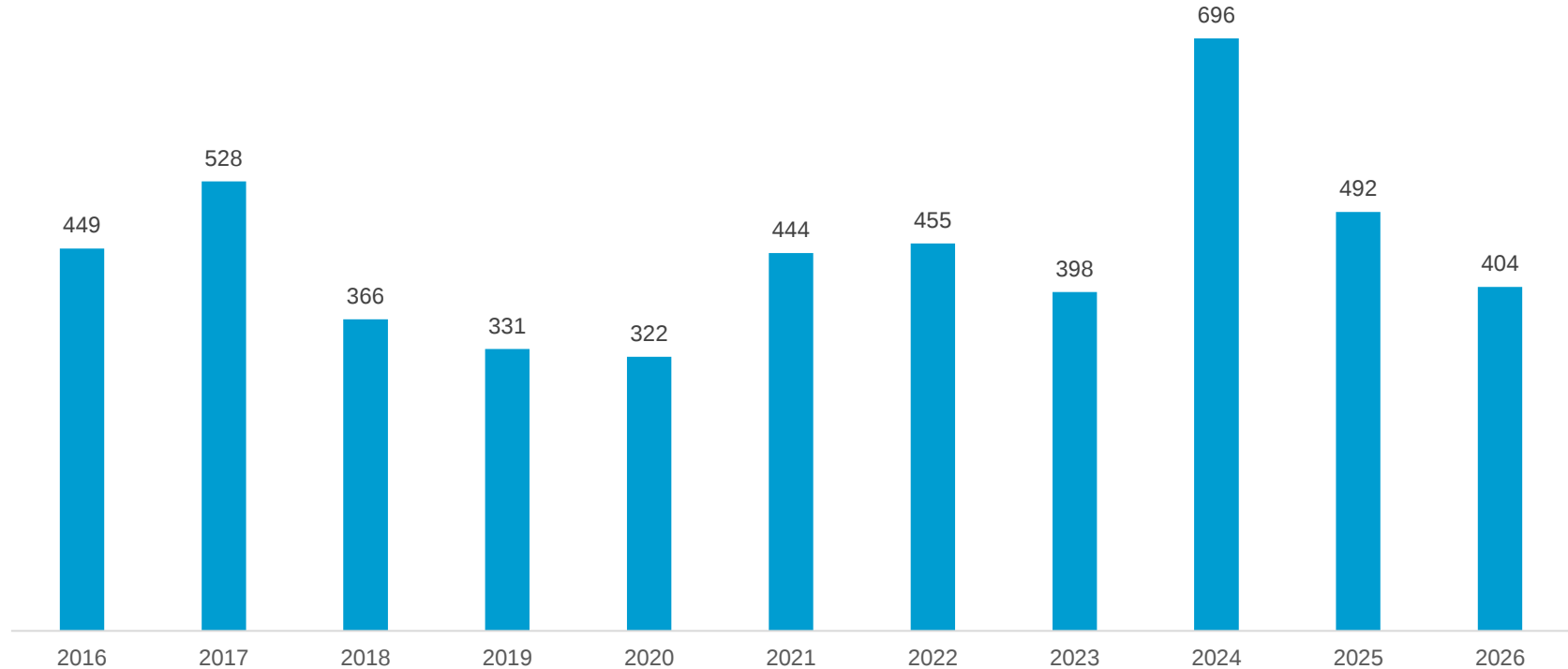
Going International 2026

- Neue **Handelshemmnisse** erschweren internationalen Aktivitäten und bremsen ihre Geschäftsentwicklung: Mehr als zwei Drittel der auslandsaktiven Unternehmen (69 %) spüren eine Zunahme auf Bundesebene (Bayern: 71 %).
- **Steigenden Zollbelastungen** – 86 % spüren die Auswirkungen besonders deutlich beim Handel mit den USA (Bayern: 86 %).
- Neben Zöllen prägen vor allem nicht-tarifäre Handelsbarrieren den Alltag vieler Unternehmen: lokale Zertifizierungsvorschriften (51 %), strengere Sicherheitsanforderungen (37 %), Exportkontrollen stellen für 35 % der Unternehmen eine Herausforderung dar – besonders im US- (41 %) und Chinageschäft (29 %).
- Nicht nur außerhalb Europas wachsen die Hemmnisse: **83 %** der Unternehmen sehen hausgemachte Handelshürden durch EU-Regulierungen als eine Belastung für ihr Auslandsgeschäft.
- Gleichzeitig suchen viele Betriebe gezielt nach neuen Absatzmärkten: Indien und Teile Lateinamerikas rücken somit stärker in den Fokus.

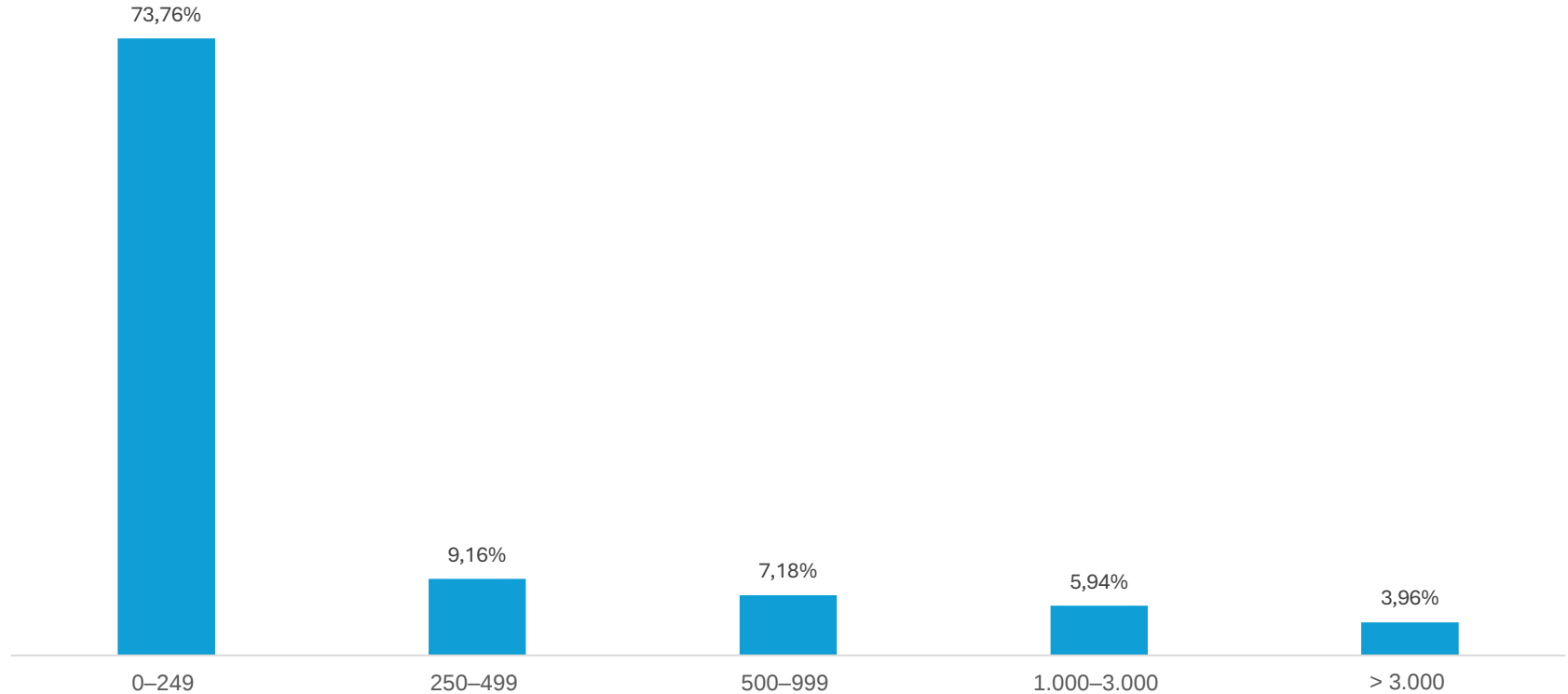
III. Die Stichprobe

Going International 2026

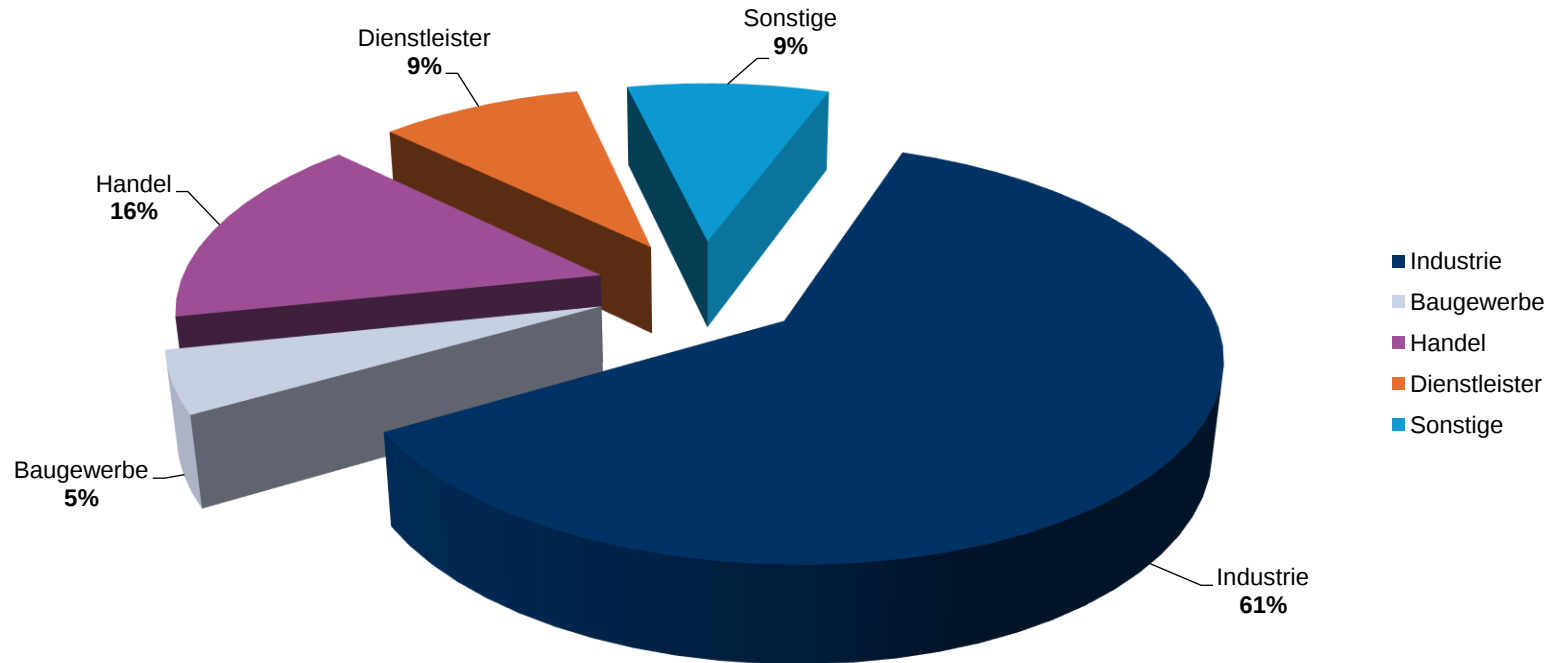
Anzahl der teilnehmenden bayerischen Unternehmen



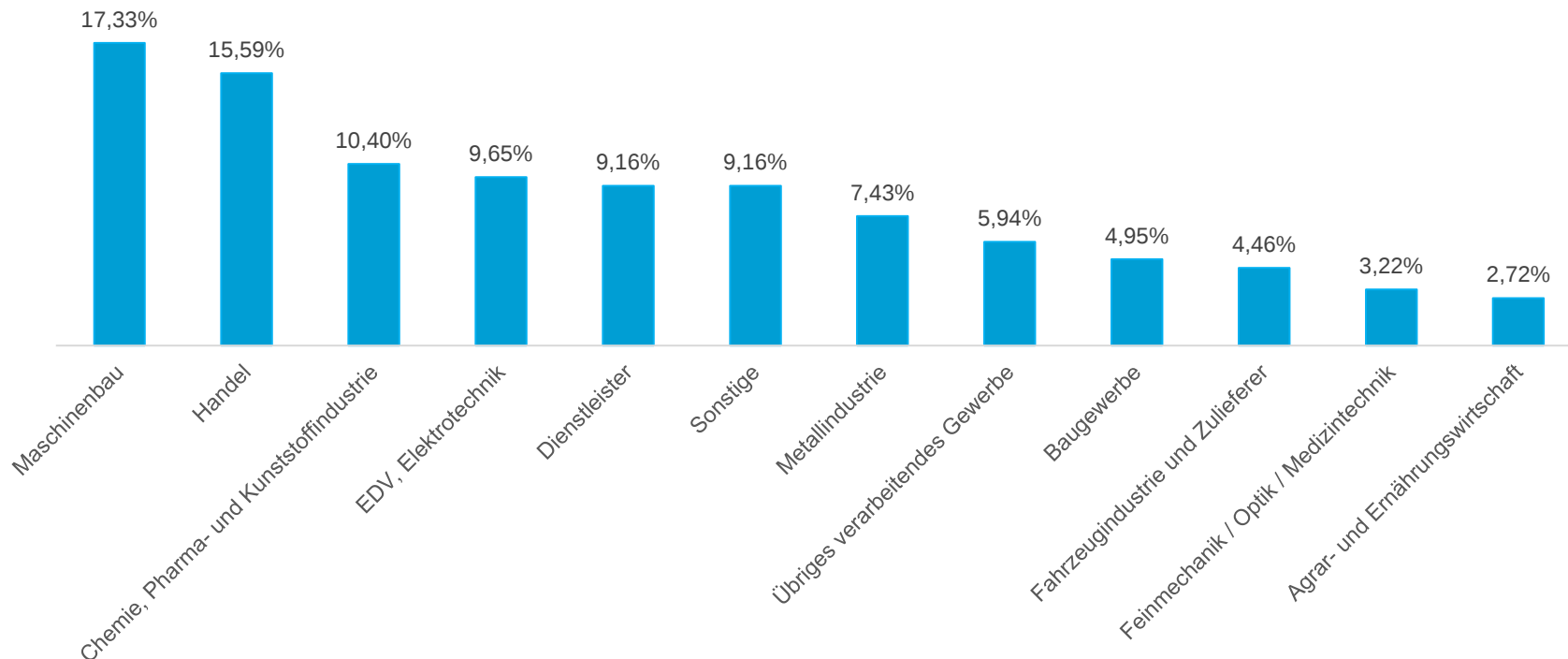
Größe der teilnehmenden Unternehmen nach Mitarbeiterzahl



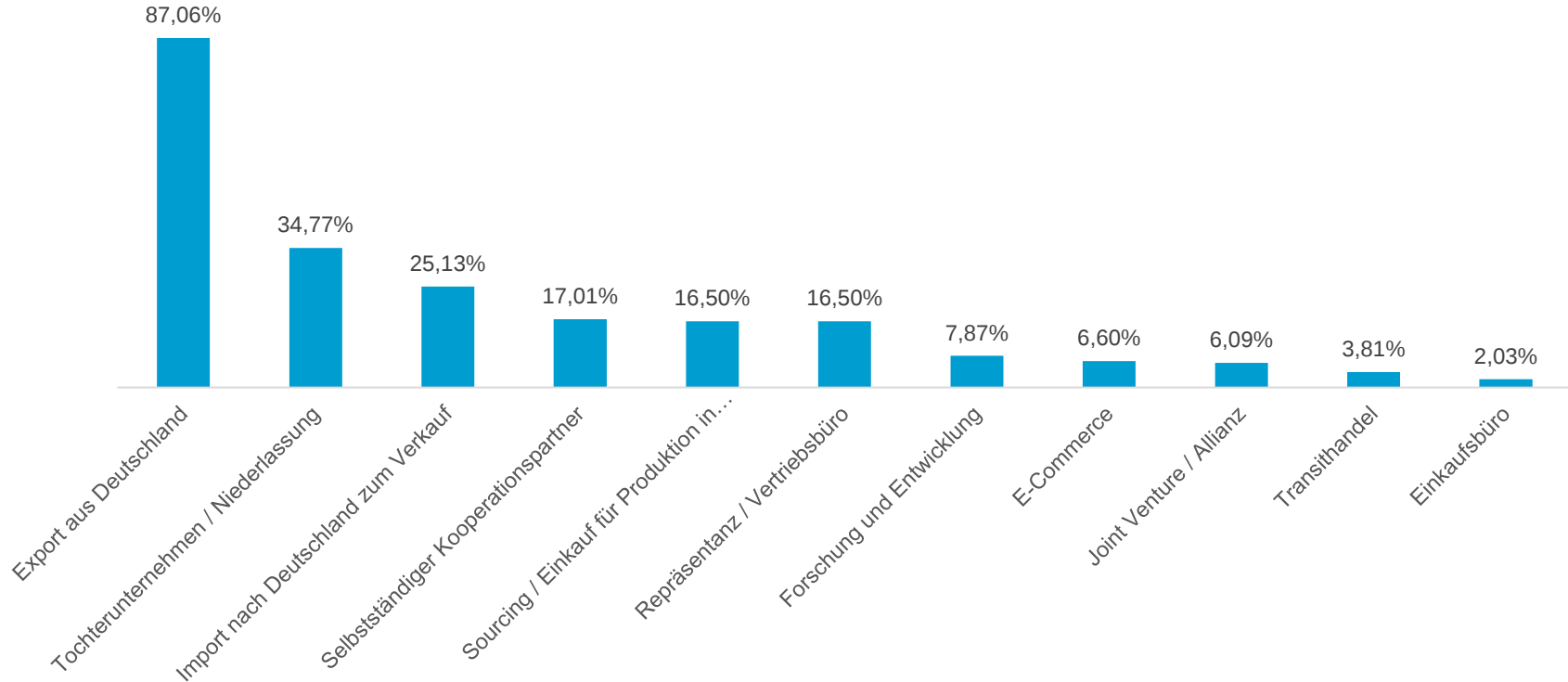
Branchenzugehörigkeit der teilnehmenden Unternehmen (1)



Branchenzugehörigkeit der teilnehmenden Unternehmen (2)



Tätigkeitsformen: Wie agiert Ihr Unternehmen derzeit im Auslandsgeschäft?



IV. Die Ergebnisse im Detail

Going International 2026

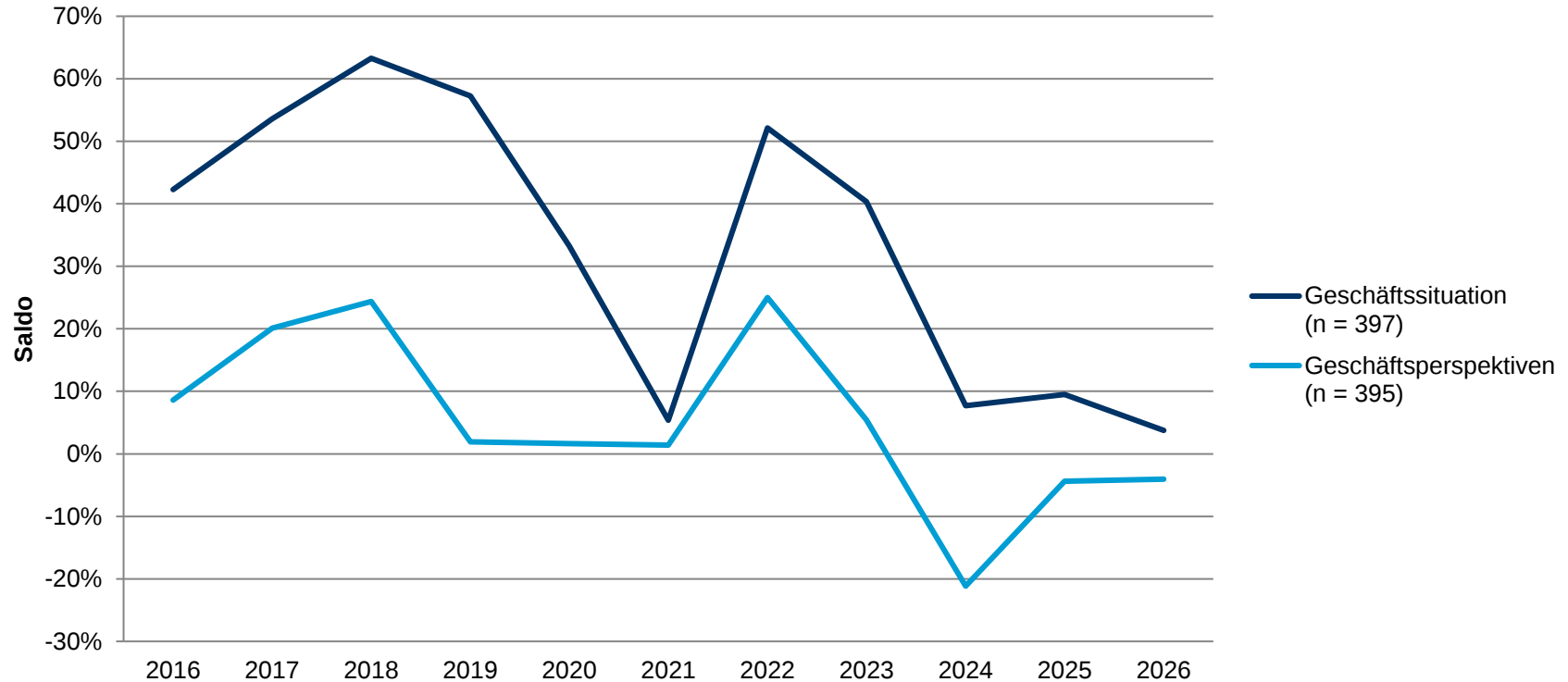
1. Geschäftssituation und Geschäftsperspektiven in den Zielfmärkten*

Umfragezeitraum: Anfang Februar 2026

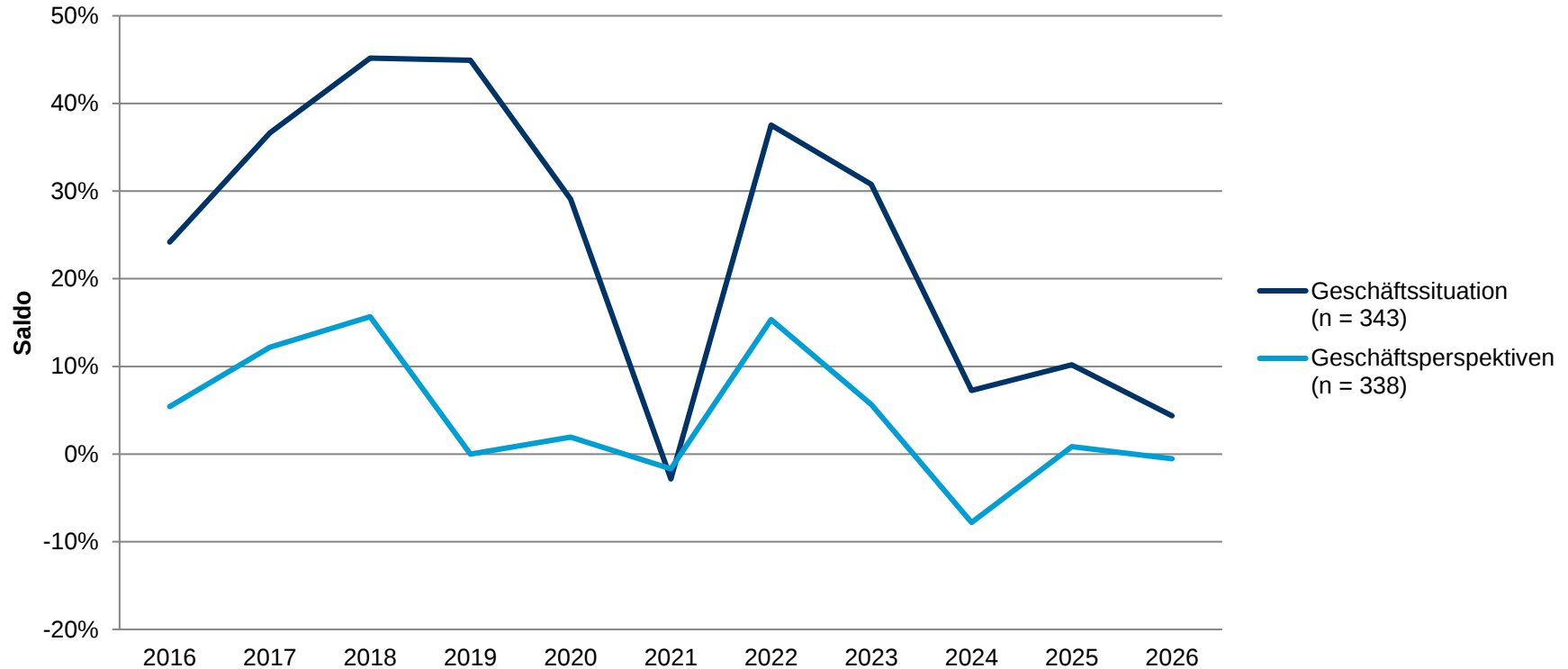
Ergebnisse der Umfrage „Going International 2026“ in Bayern

*Geschäftssituation: Saldo aus den Bewertungen „gut“ und „schlecht“; Geschäftsperspektiven: Saldo aus den Bewertungen „besser“ und „schlechter“.

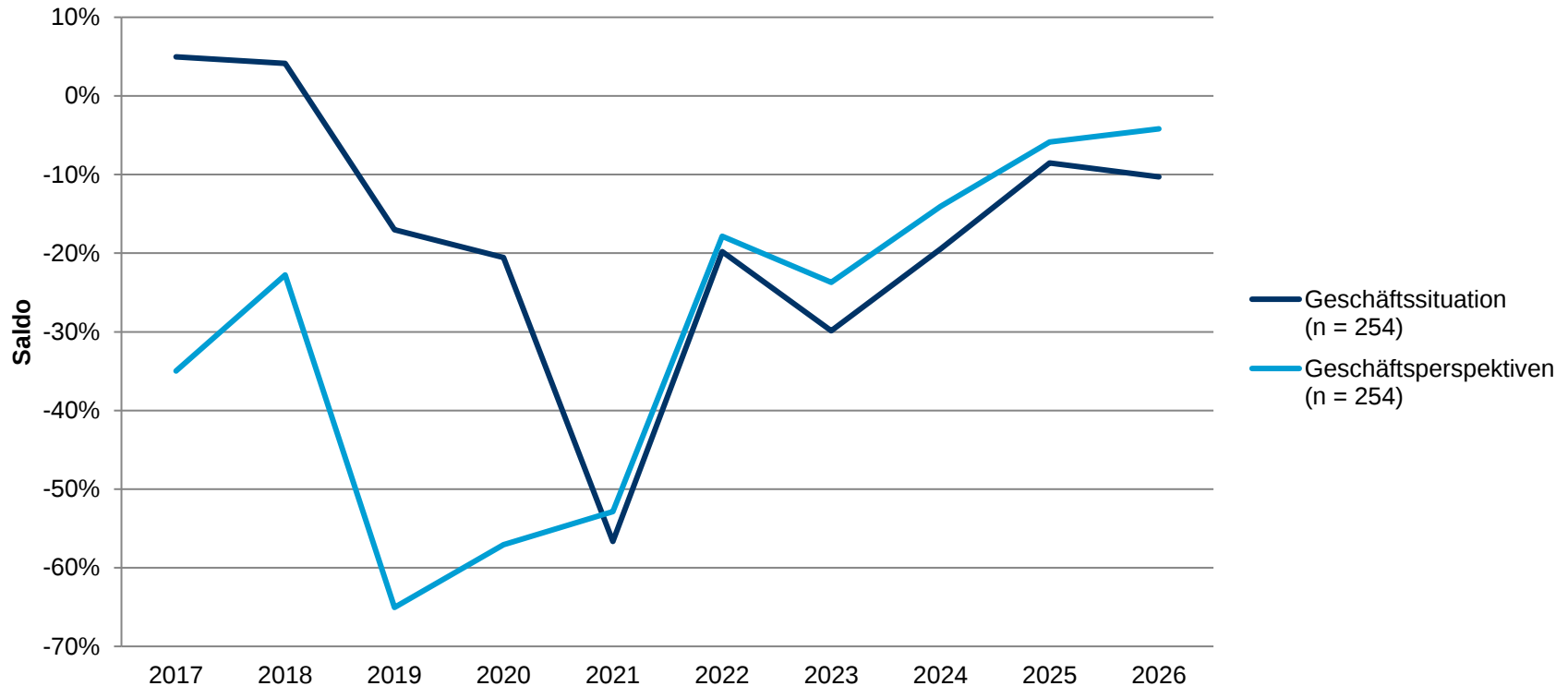
Die Geschäftssituation in der **Eurozone** hat sich leicht verschlechtert.



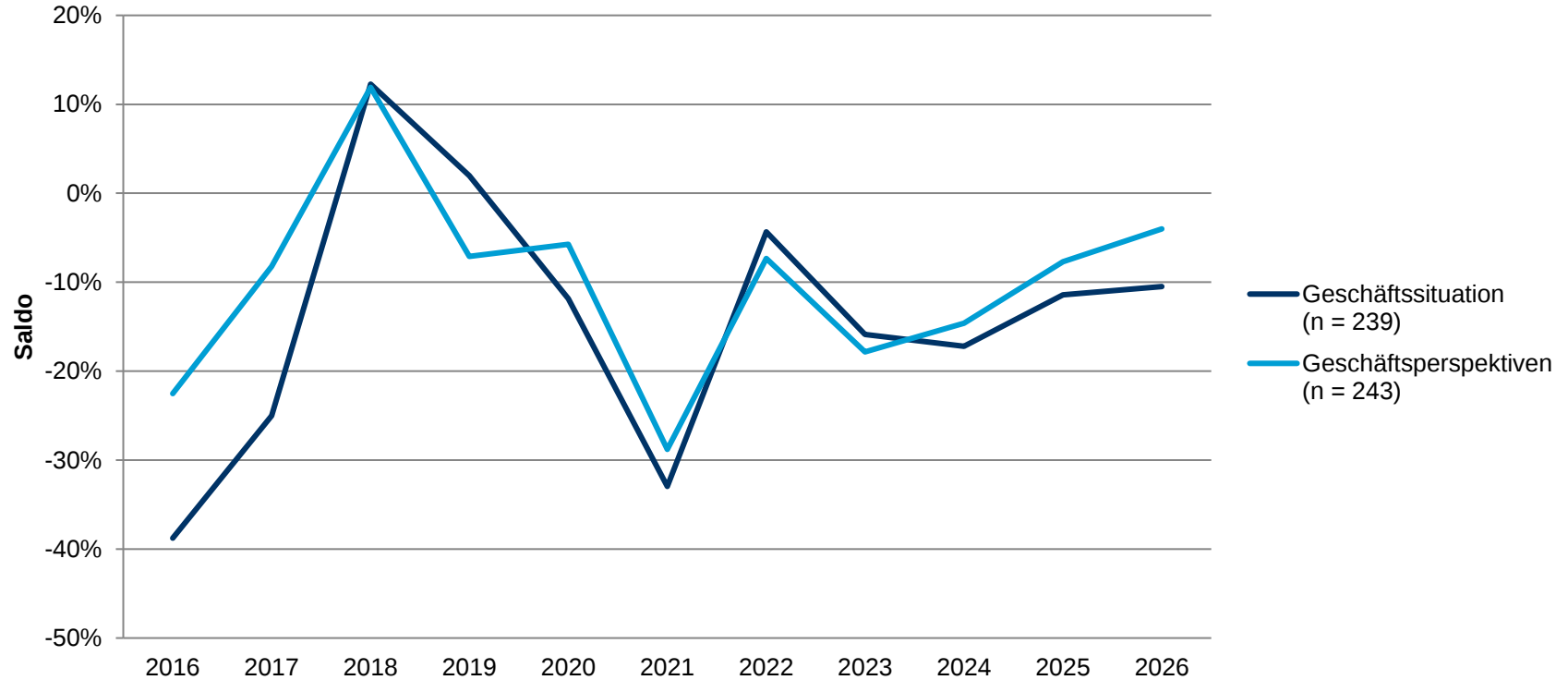
Die Geschäftslage sowie die Perspektiven in **Sonstige EU, Schweiz, Norwegen** haben sich etwas abgeschwächt.



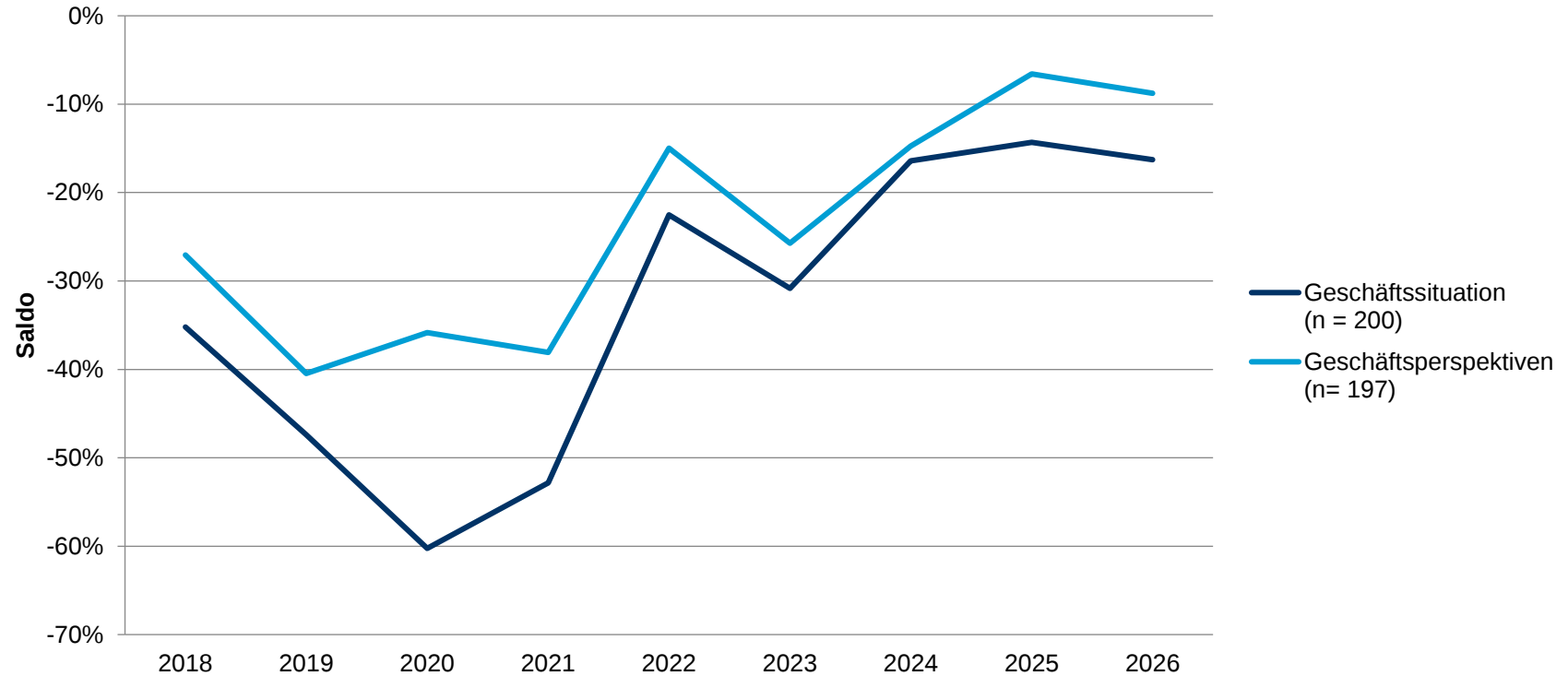
Die Geschäftssituation im **Vereinigten Königreich** ist im Vergleich zu den Geschäftsperspektiven leicht zurückgegangen.



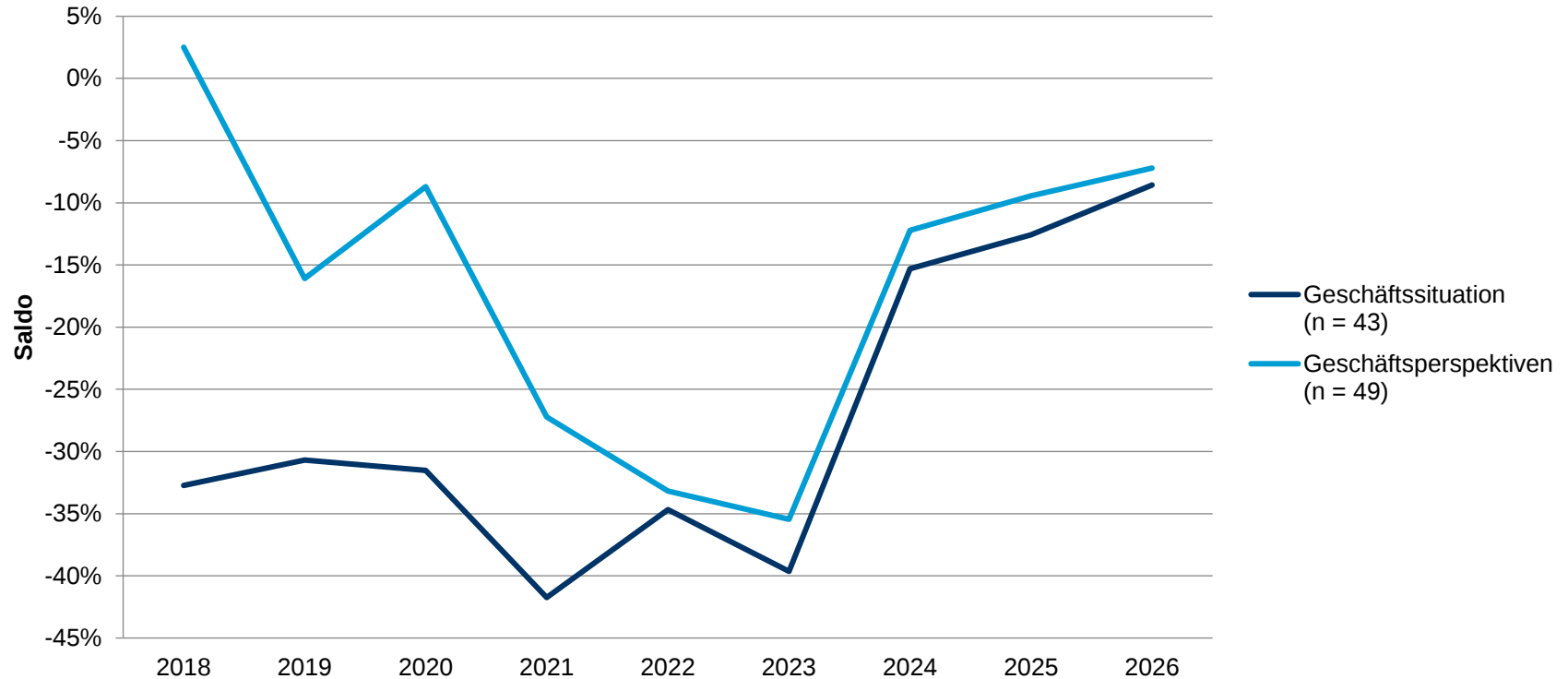
In **Ost-/Südeuropa** haben sich die Zukunftsaussichten leicht verbessert.



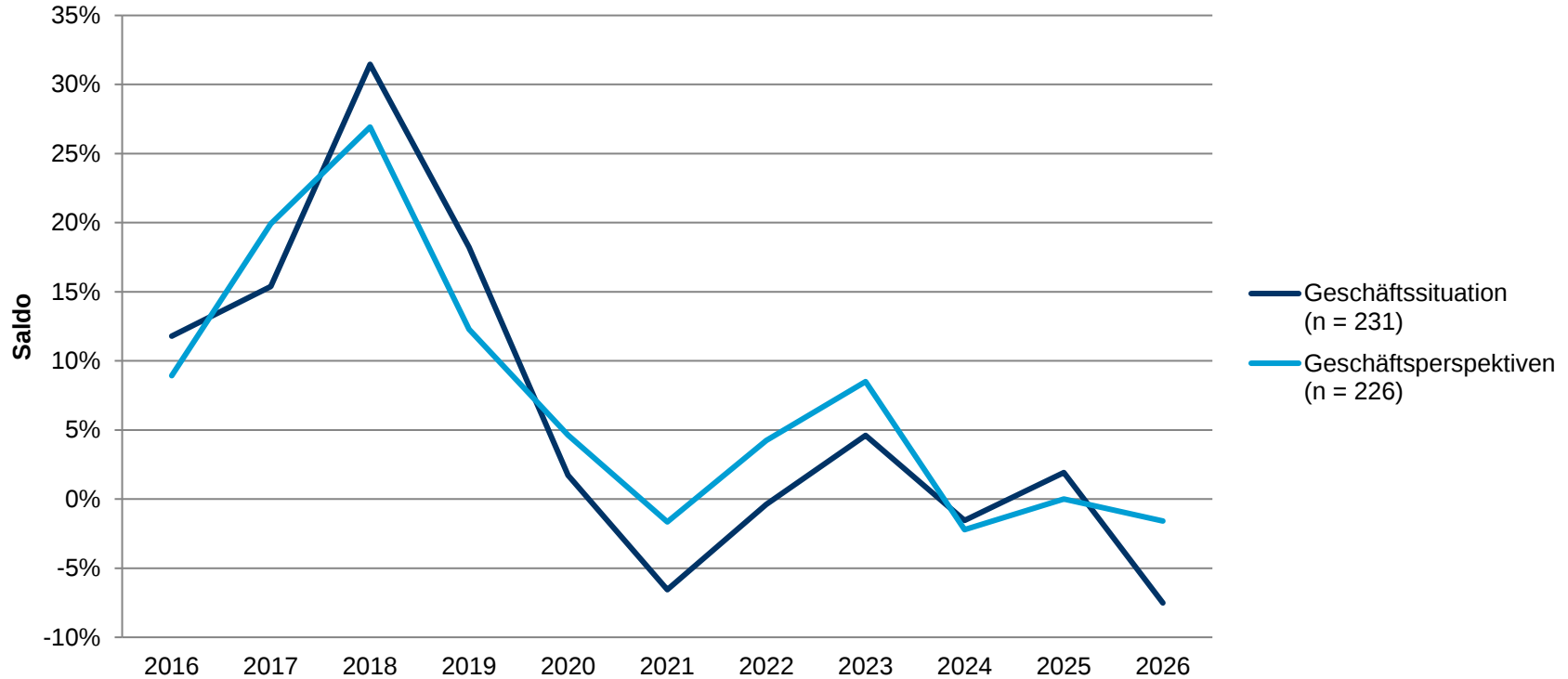
Die Geschäftslage und die Perspektiven in der **Türkei** sind weiterhin stabil.



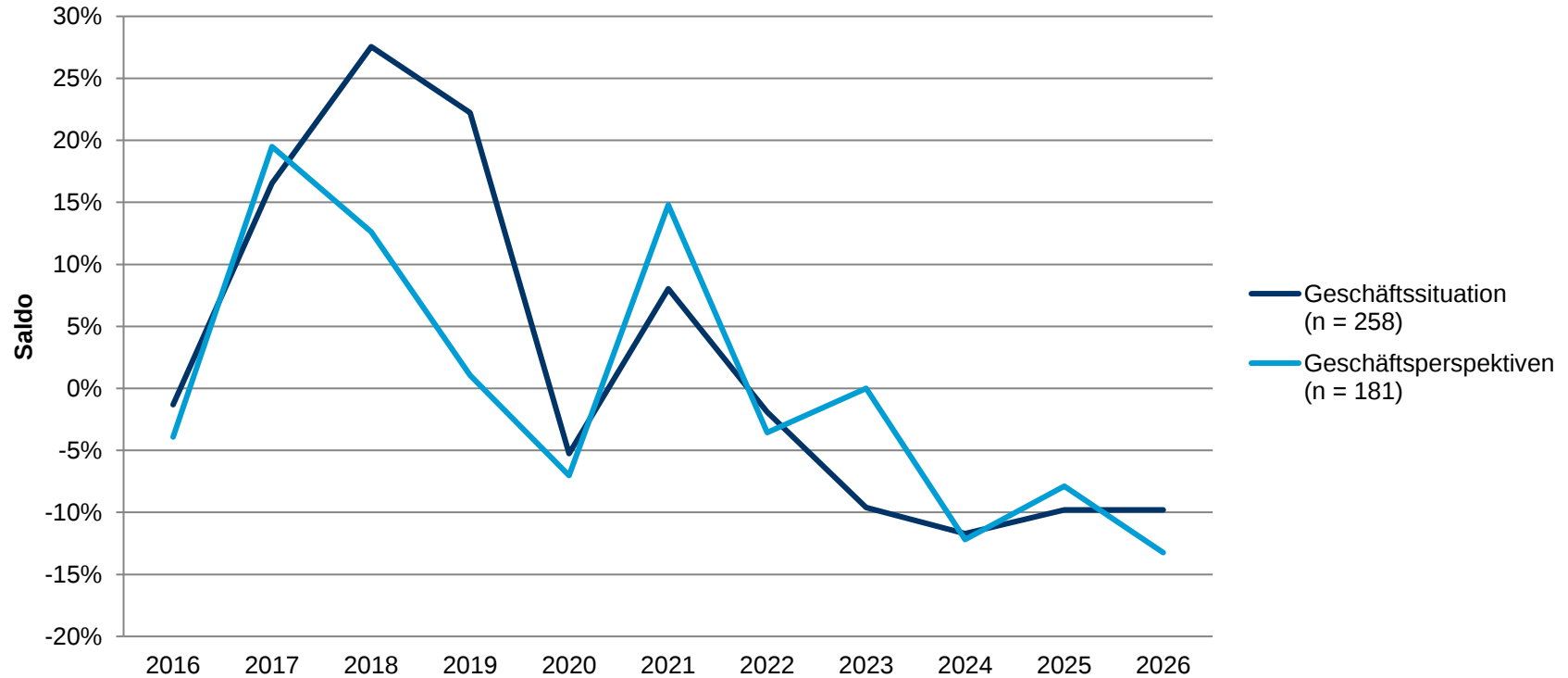
Seit 2023 befindet sich **Russland** in einer Phase kontinuierlichen Wachstums.



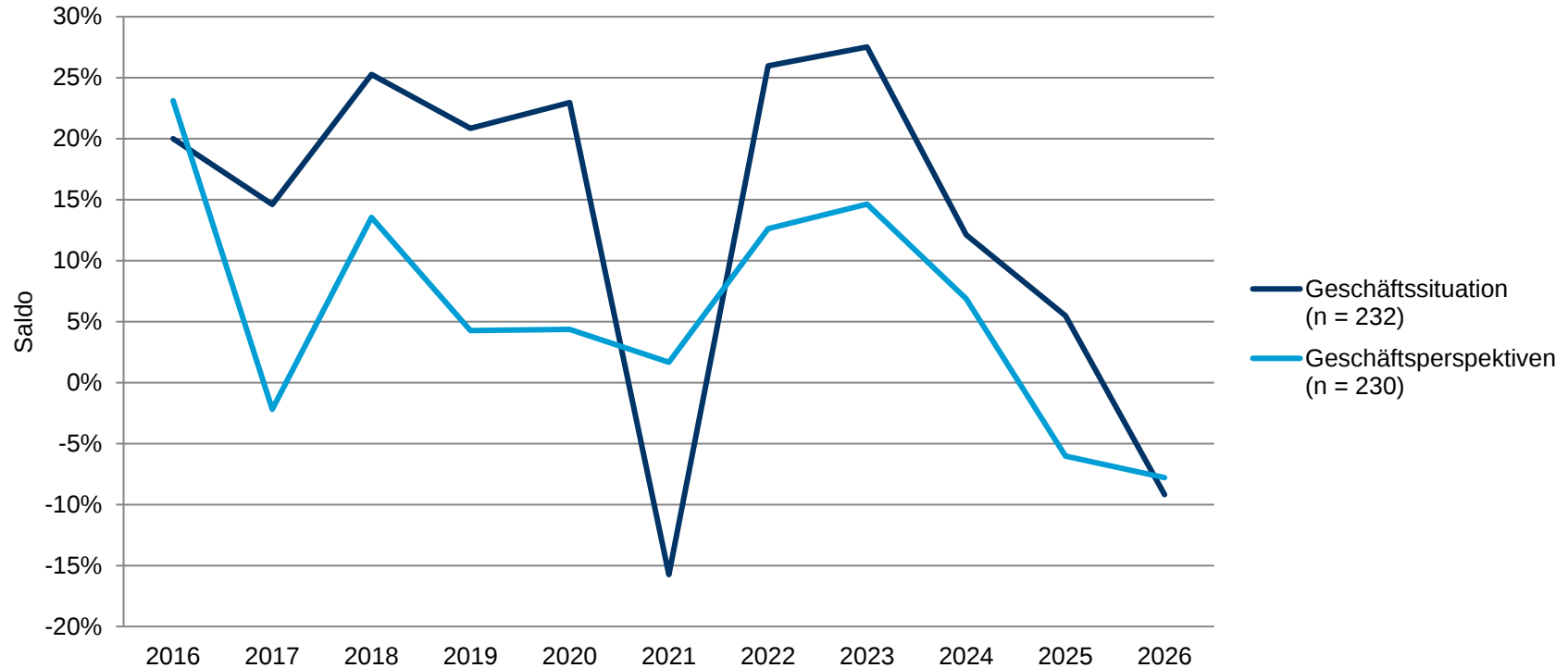
Im Vergleich zu 2025 gibt es in **Asien/Pazifik** einen deutlichen Abwärtstrend.



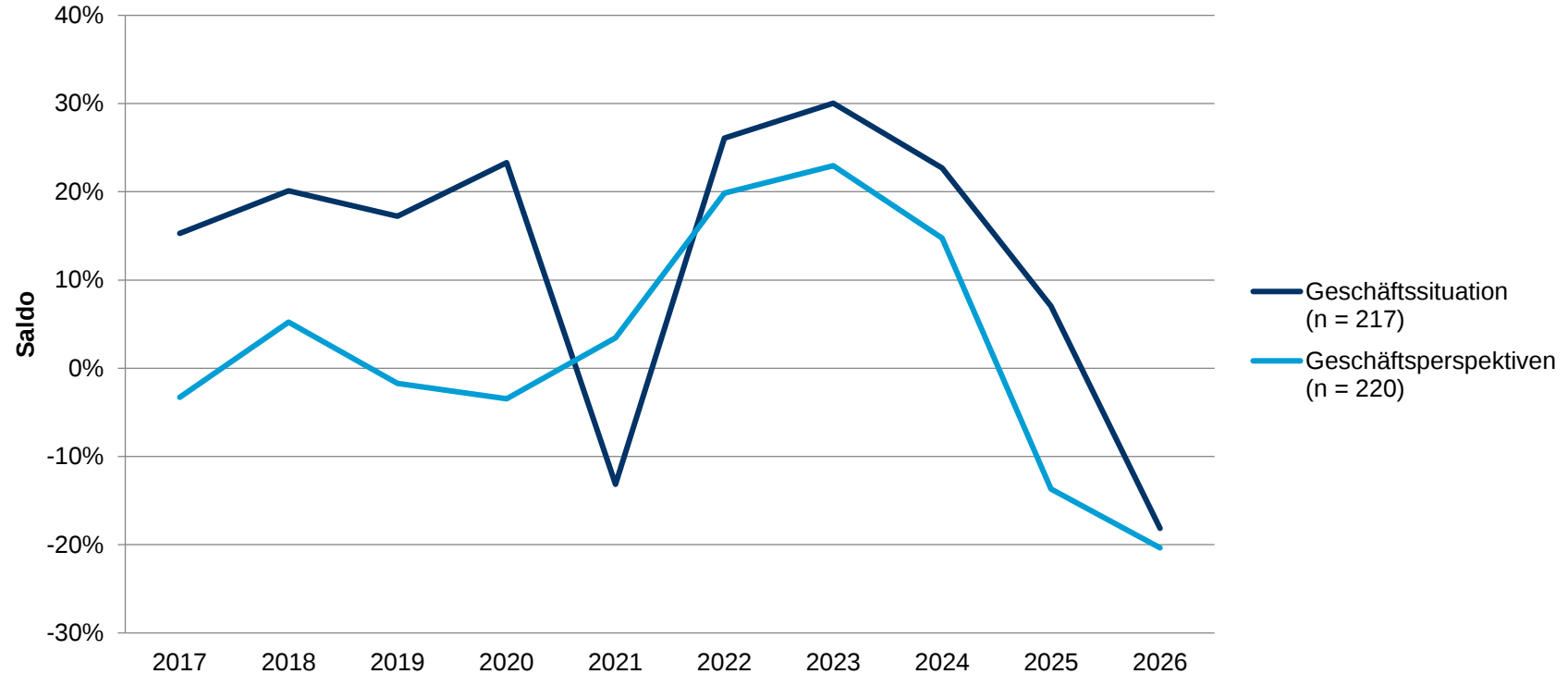
Auch in **China** ist die Perspektive deutlich rückläufig.



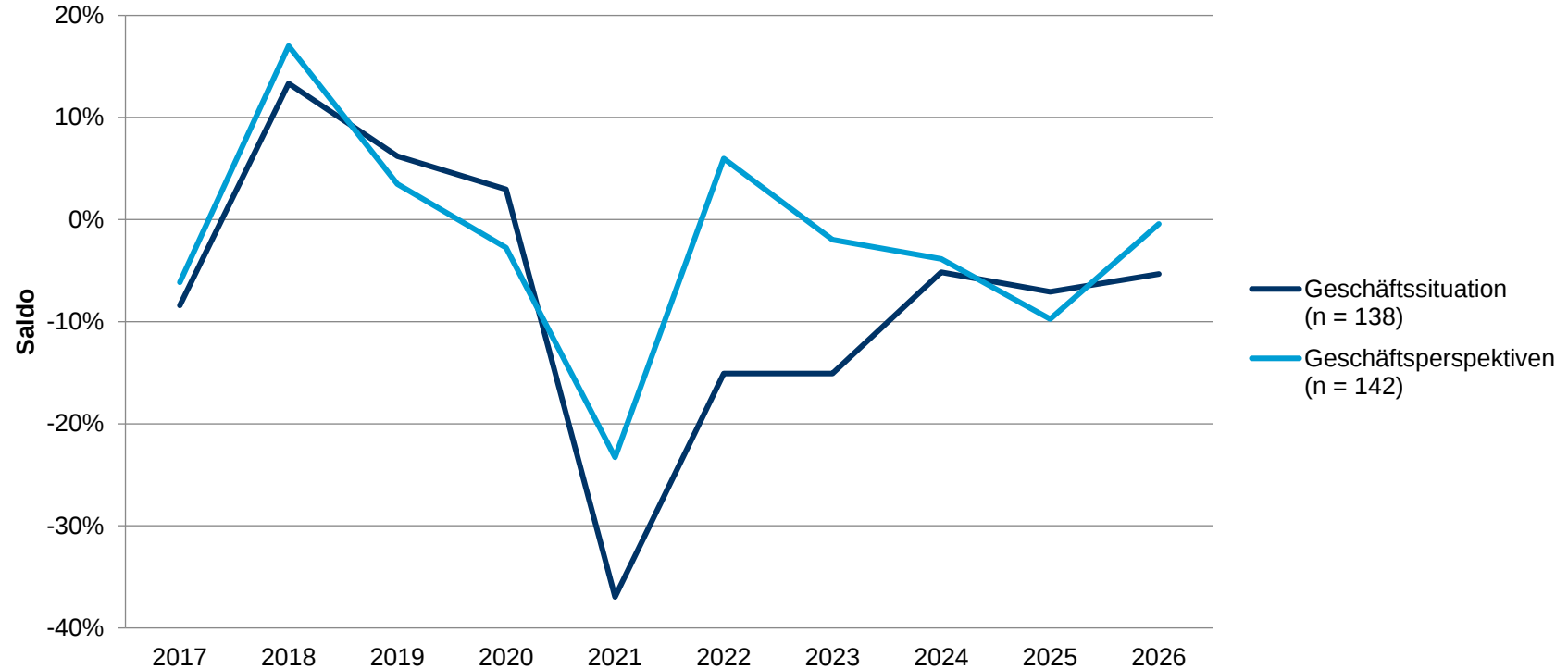
Nach einer stabilen Phase 2023 beginnt in **Nordamerika** eine neue Abwärtsfahrt.



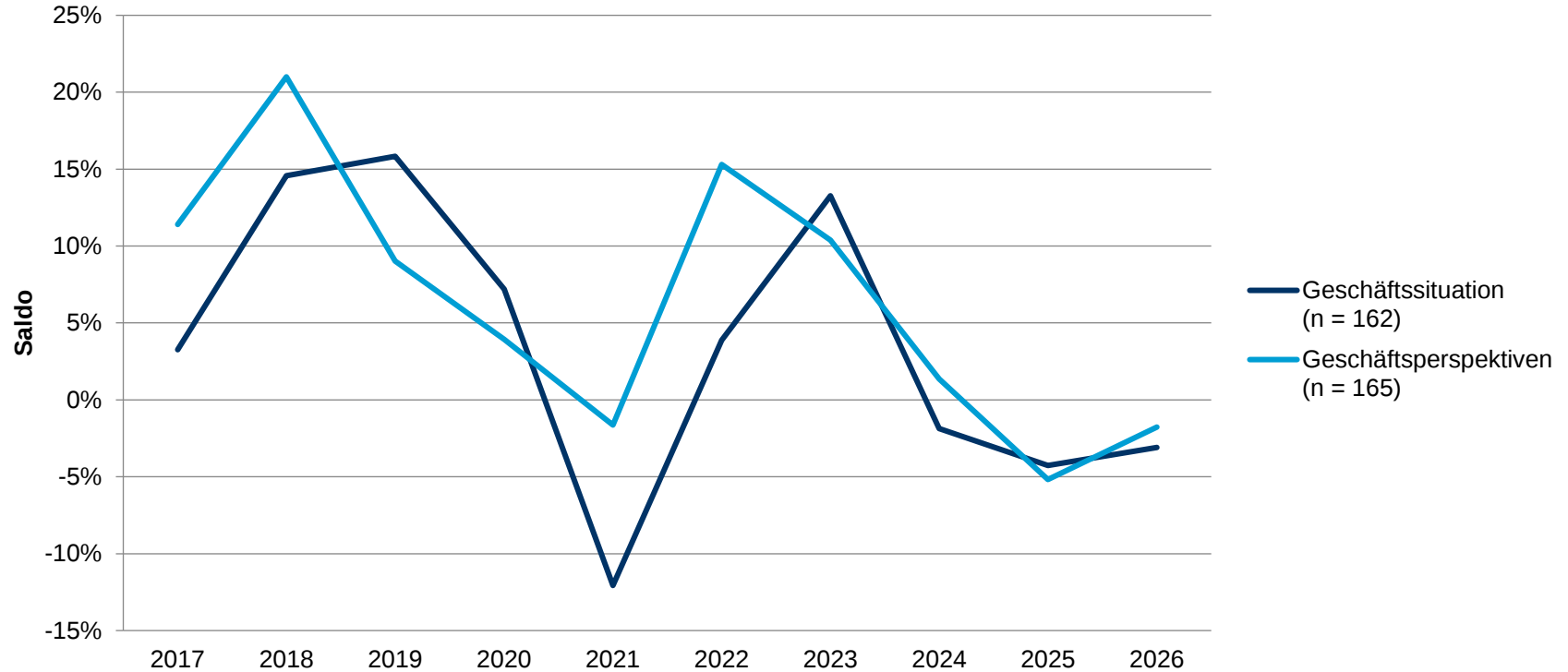
Die **USA** durchlaufen derzeit eine Phase des Tiefpunkts.



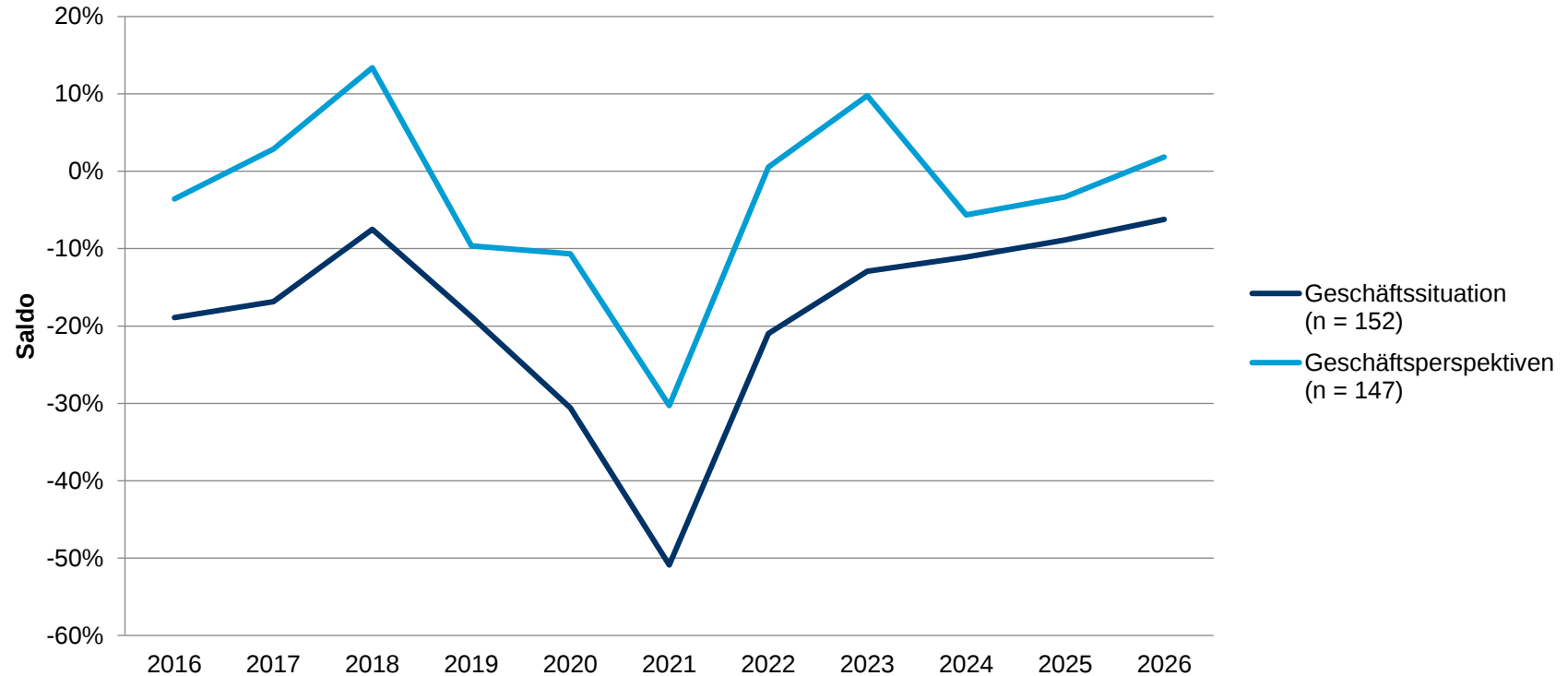
Die Geschäftsperspektiven in **Mexiko** sind im Aufschwung.



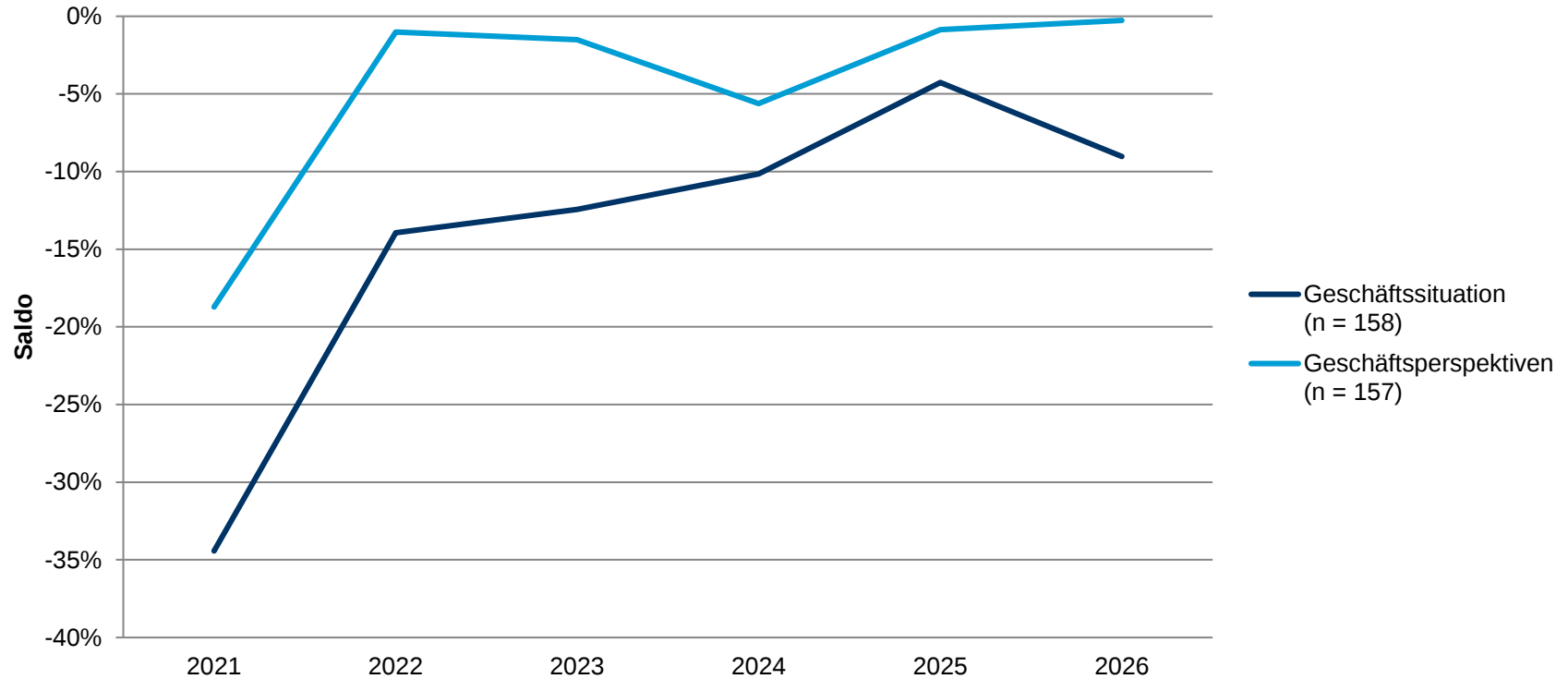
Kanada verzeichnet weiterhin negative Werte in beiden Bereichen.



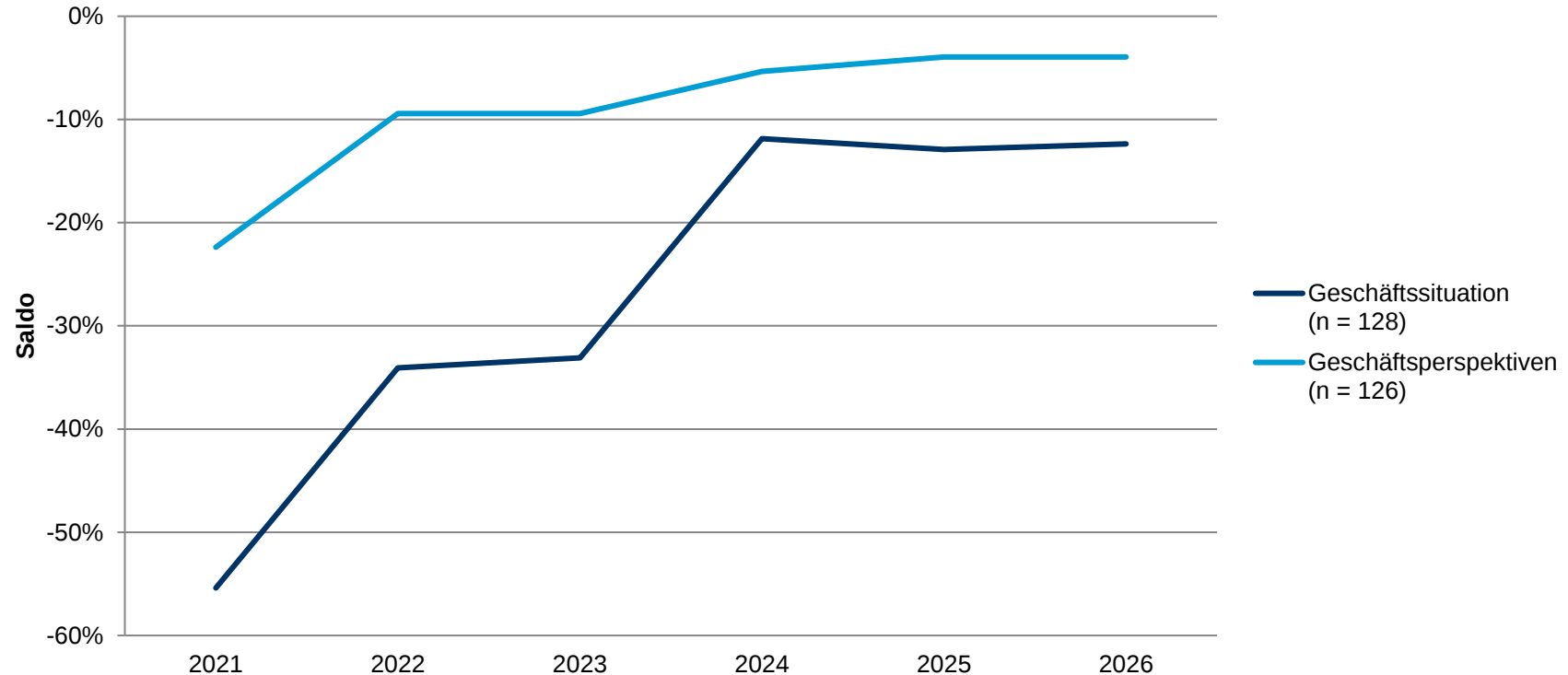
Situation und Perspektiven bleiben in **Süd- und Mittelamerika** stabil.



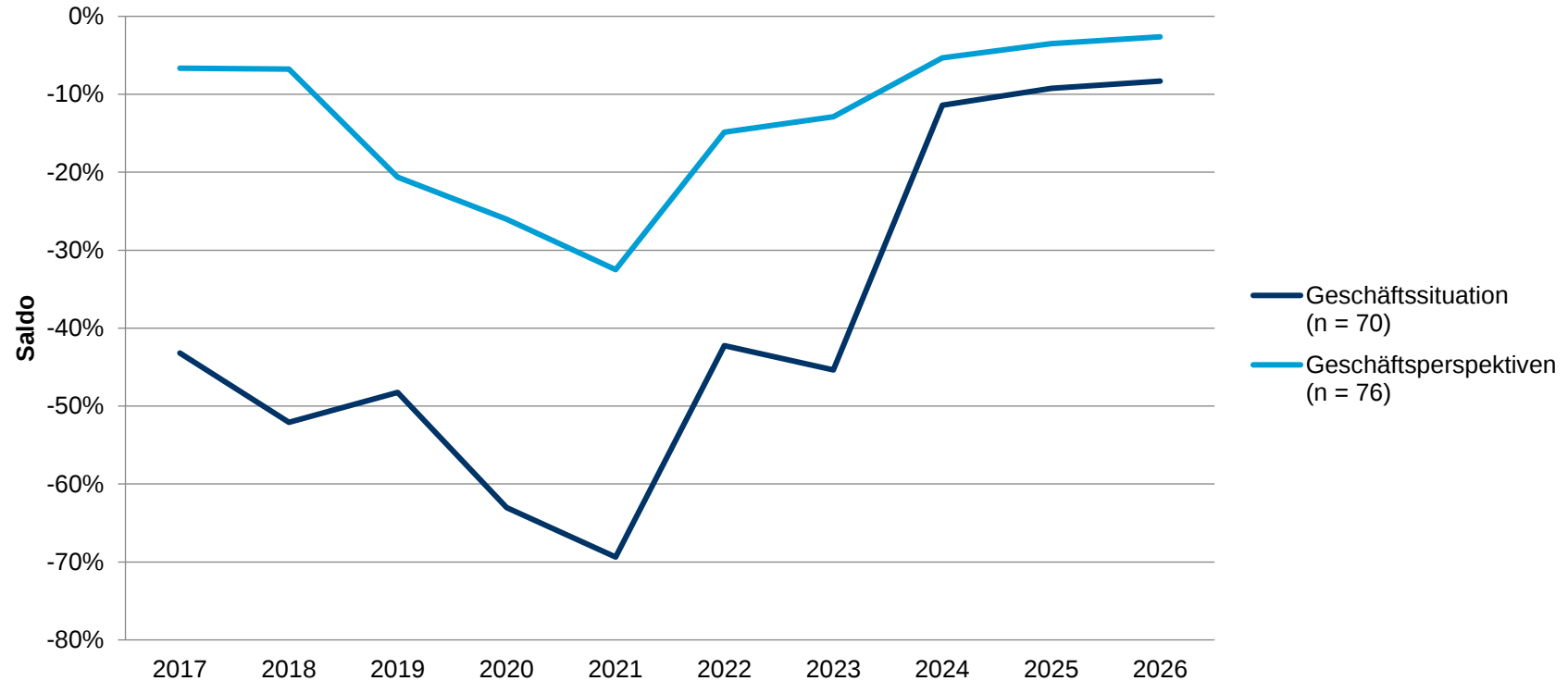
Negativer Trend der Wirtschaftslage im **Nahen Osten**.



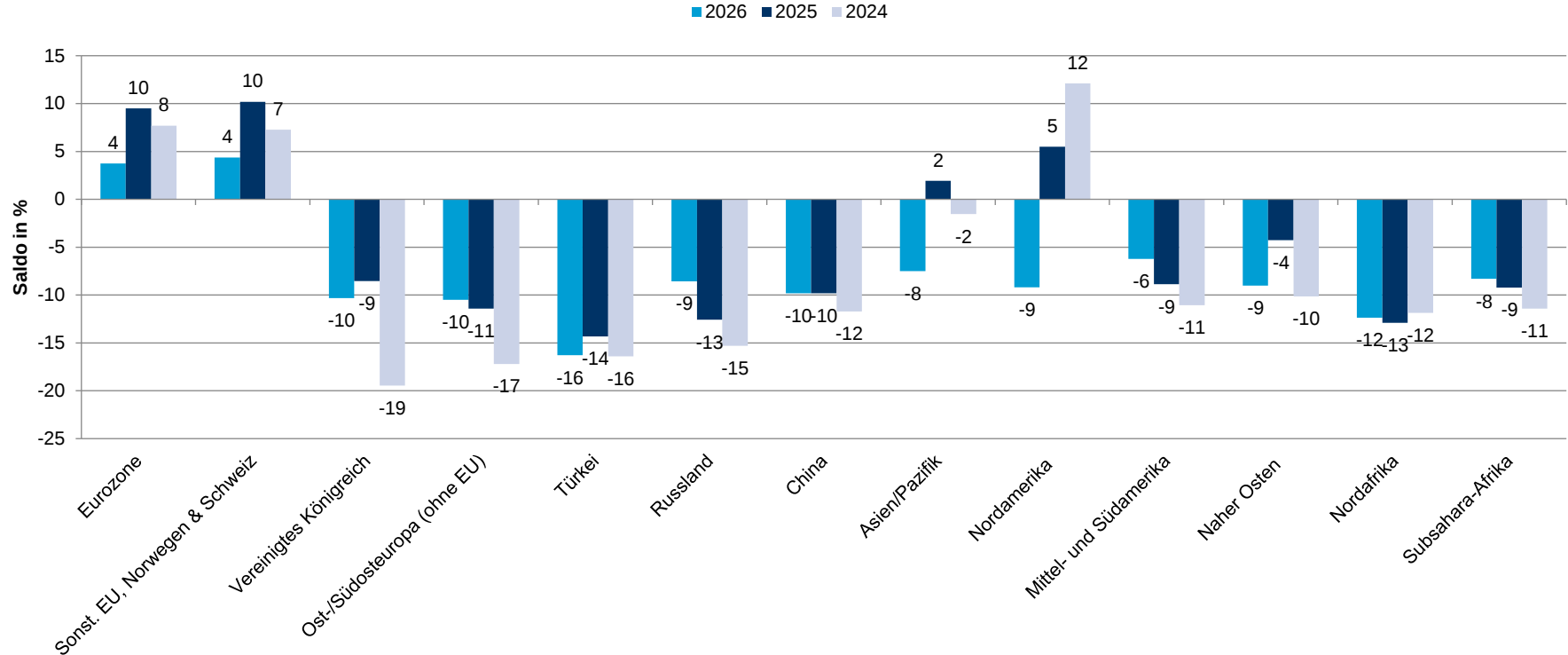
Die Situation und Perspektiven in **Nordafrika** bleiben nahezu unverändert.



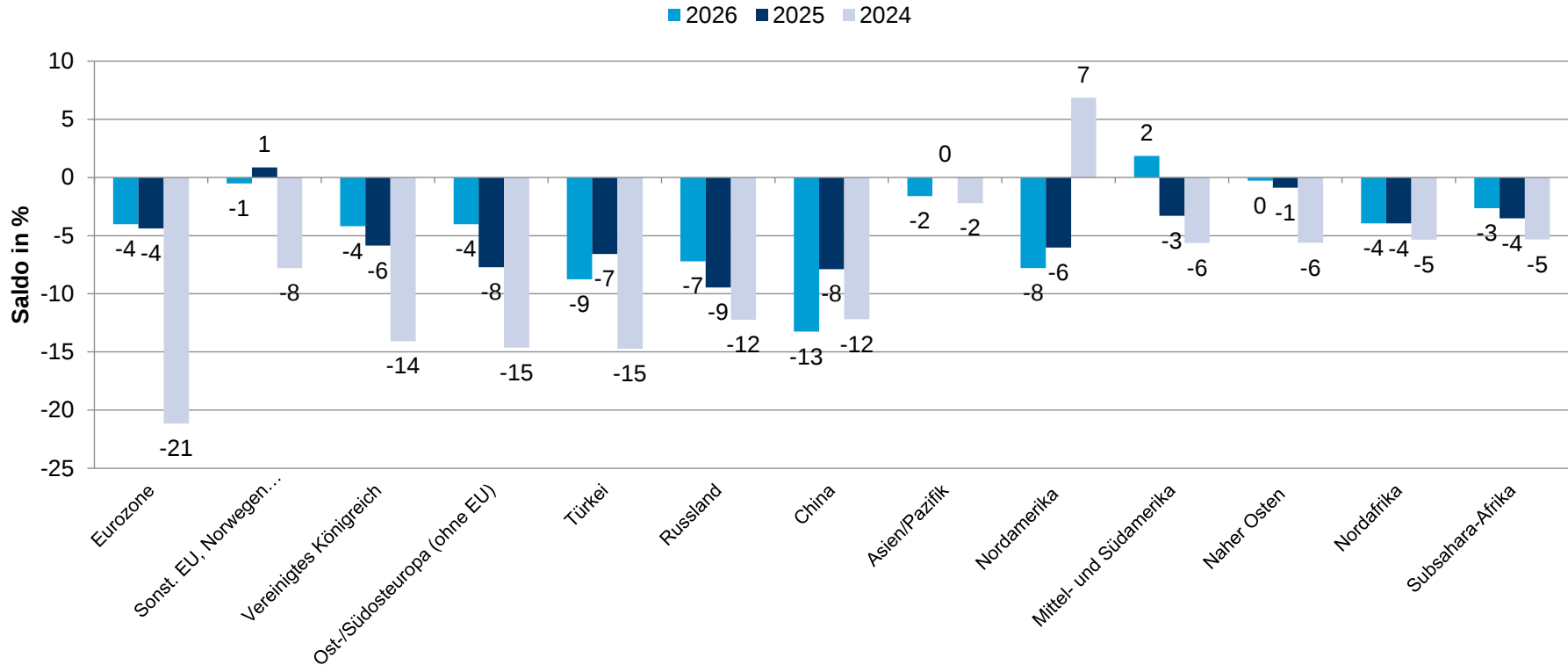
Zum Vorjahr ist in **Subsahara-Afrika** nahezu keine Veränderung feststellbar.



Nur die Eurozone und sonst. EU, Norwegen & Schweiz weisen positive Werte in der **Geschäftssituation** auf.



Alle Länder/Regionen befinden sich im Negativbereich bei der **Geschäftsperspektive** – mit Ausnahme von Mittel- und Südamerika.

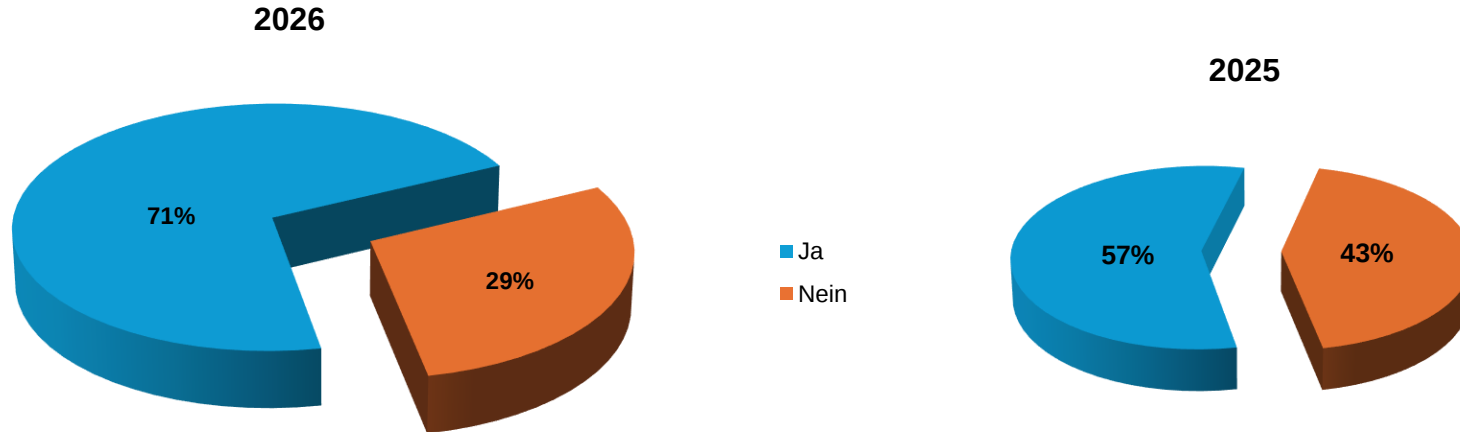


2.

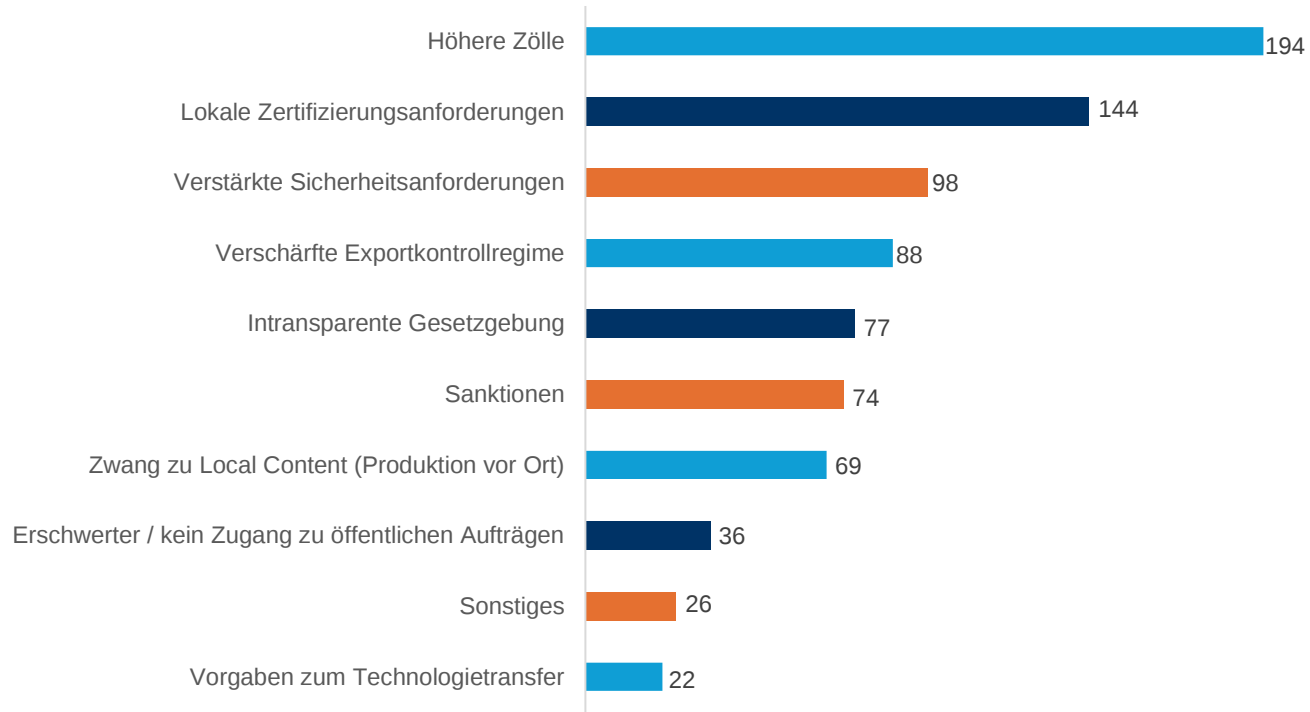
Handelshemmnisse

Umfragezeitraum: Anfang Februar 2026

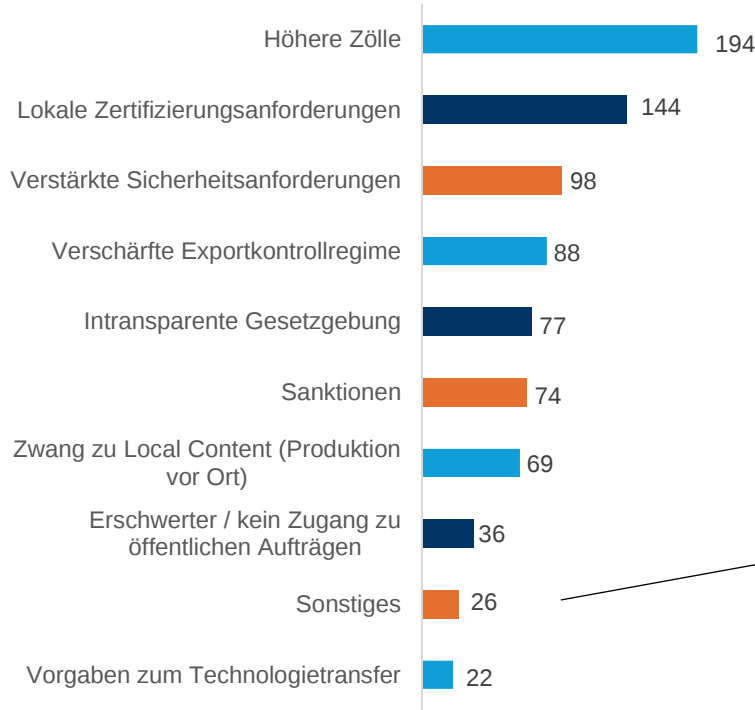
Die Anzahl der **Hemmnisse** ist im Vergleich zum Vorjahr etwas gestiegen.



Höhere Zölle sind dieses Jahr an der Spitze der **Hemmnisse**.



Auf welche Barrieren treffen Sie bei Ihren internationalen Geschäften?

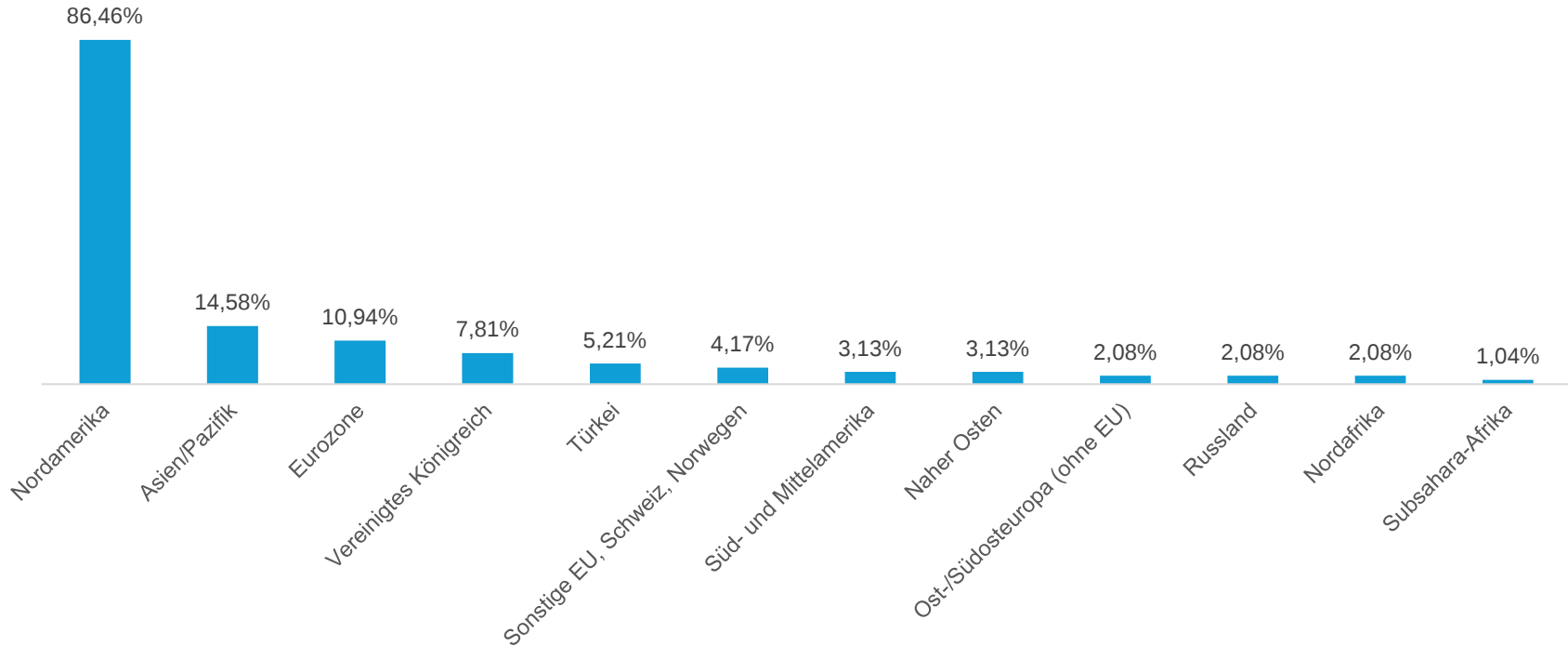


Hohe Bürokratie- und Regulierungslast (CBAM, EUDR, Berichtspflichten) wird als zentrale Handelsbarriere wahrgenommen.

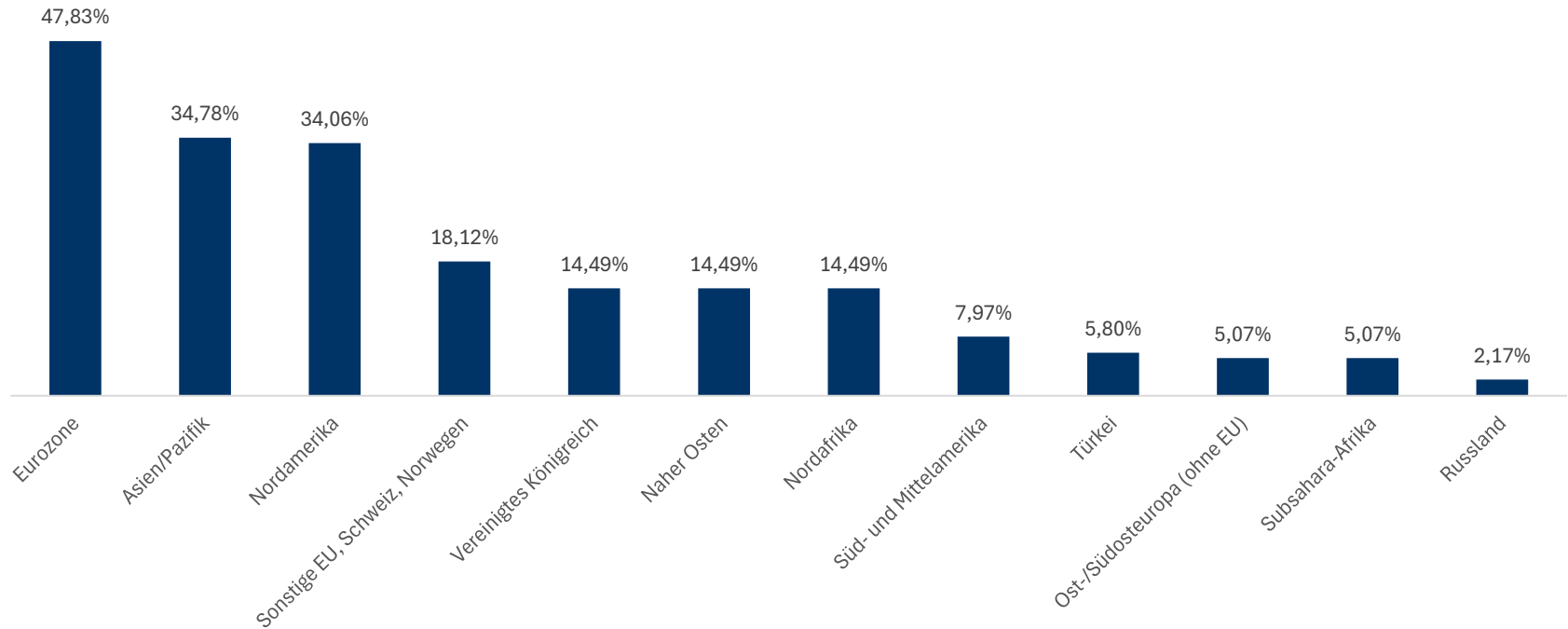
Wettbewerbsnachteile für EU-Unternehmen, da internationale Konkurrenten viele EU-Vorgaben umgehen.



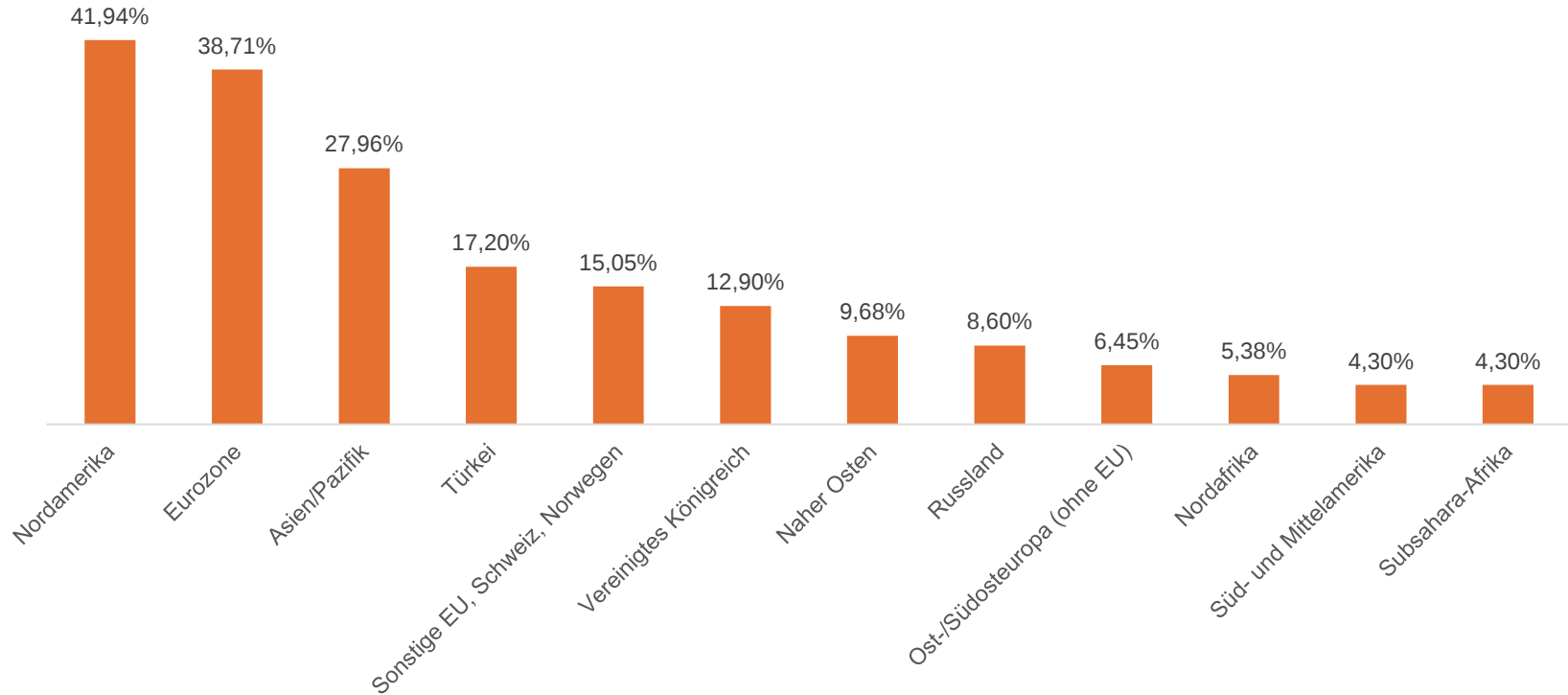
Zölle gelten auch in diesem Jahr als das größte Hindernis für den Handel in Nordamerika.



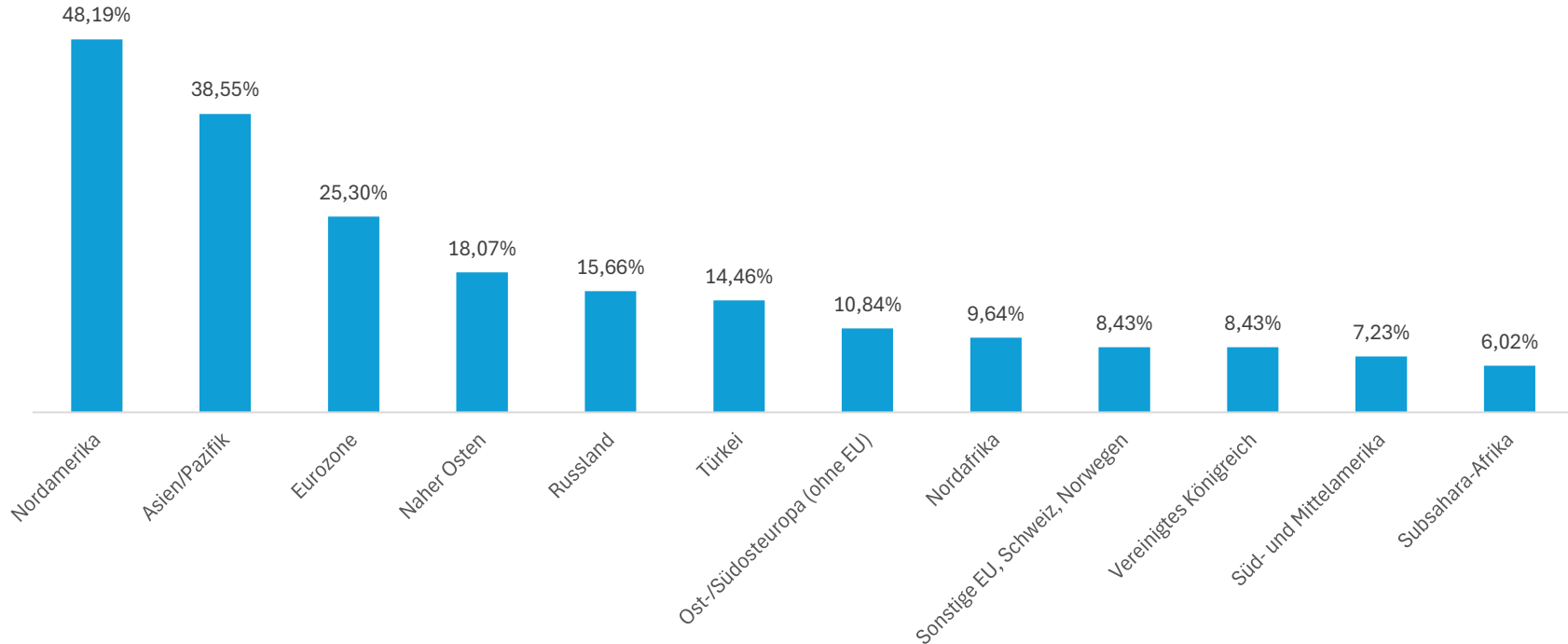
Bei **lokalen Zertifizierungsanforderungen** liegt die Eurozone deutlich vorne.



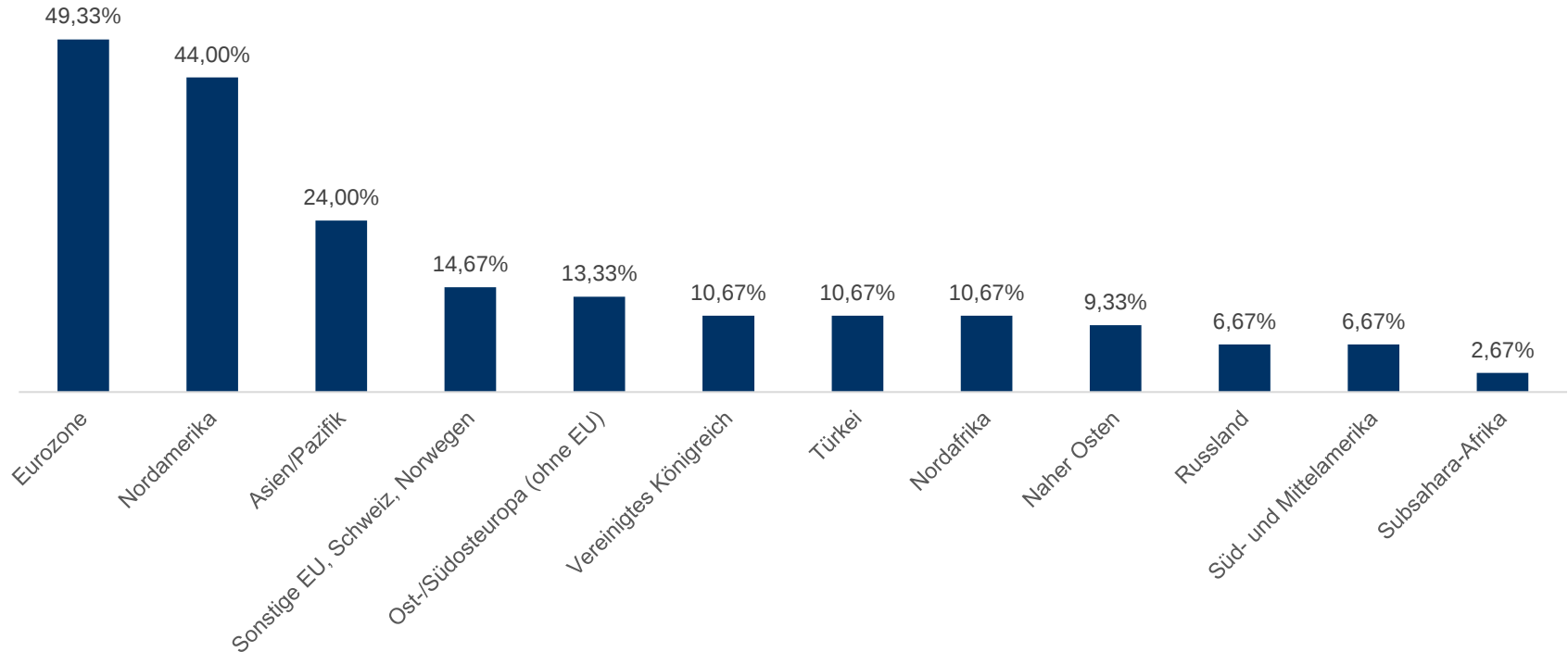
Die **Sicherheitsanforderungen** in Nordamerika & Europa sind im Vergleich zu den anderen Regionen ganz vorne.



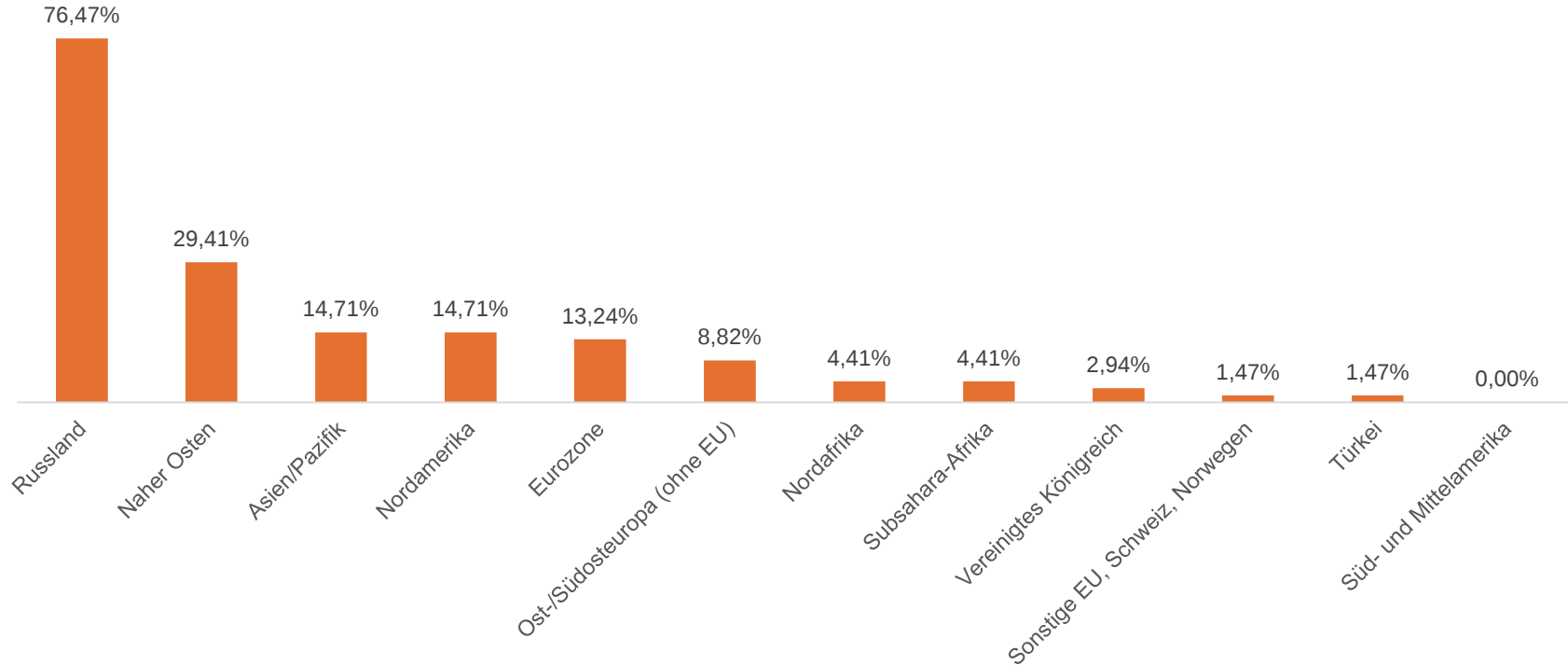
Im **Exportkontrollregime** ist Nordamerika an der Spitze, gefolgt von Asien/Pazifik.



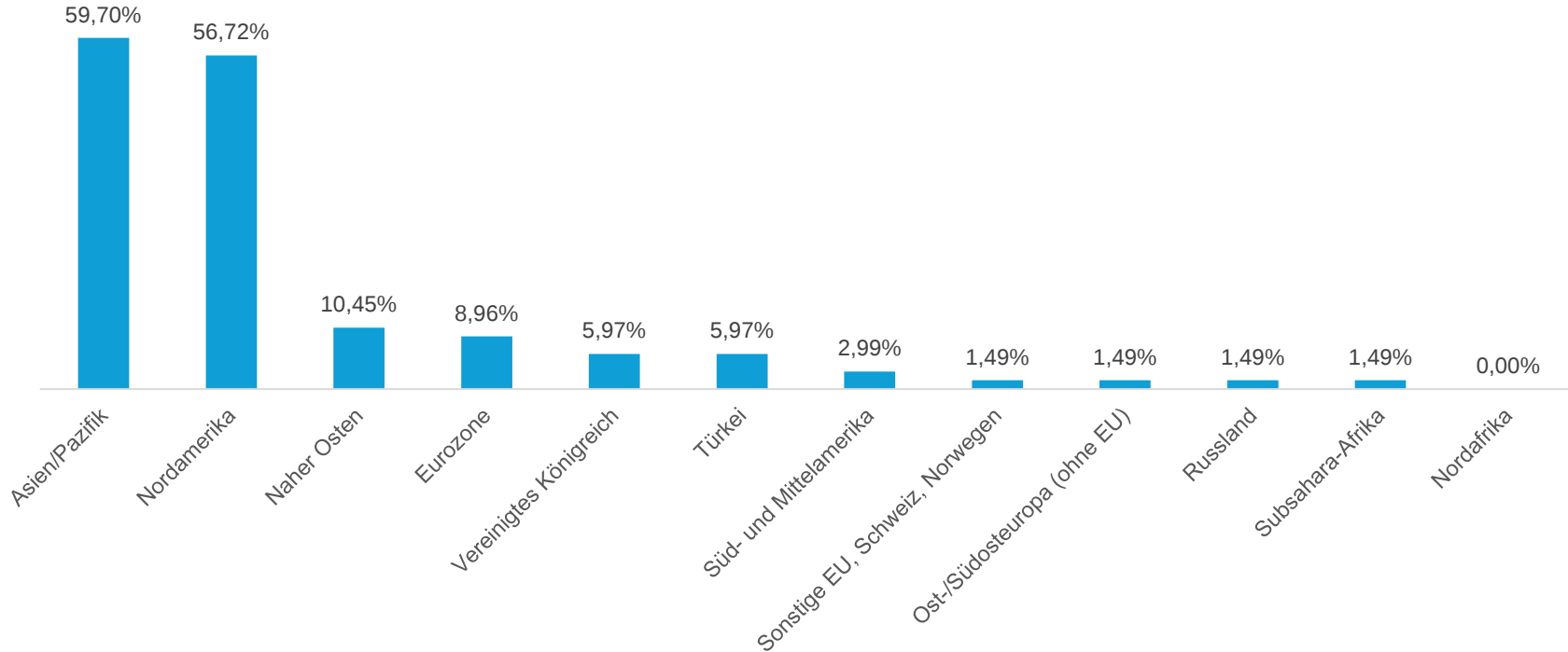
Beim Thema **Gesetzgebung** befinden sich die Eurozone und Nordamerika ganz weit vorne.



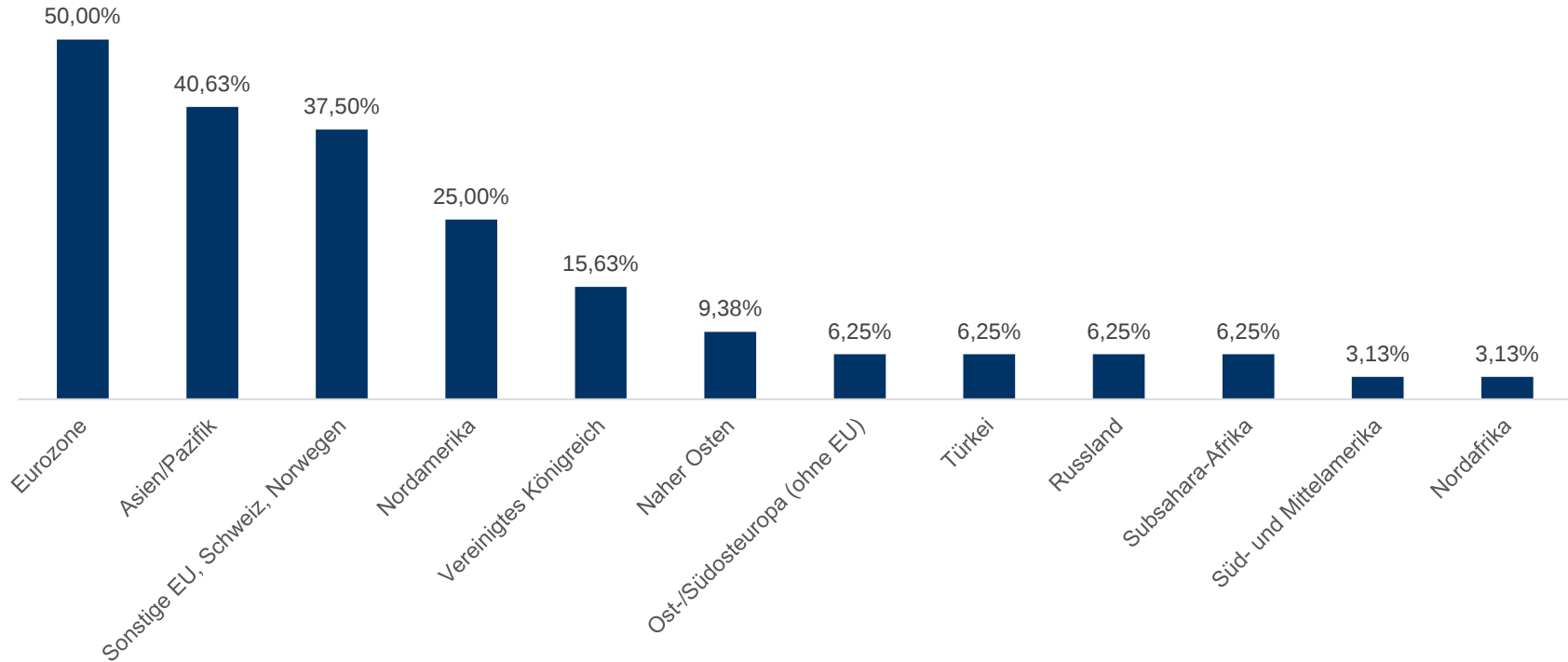
In puncto **Sanktionen** steht Russland ganz weit an erster Stelle.



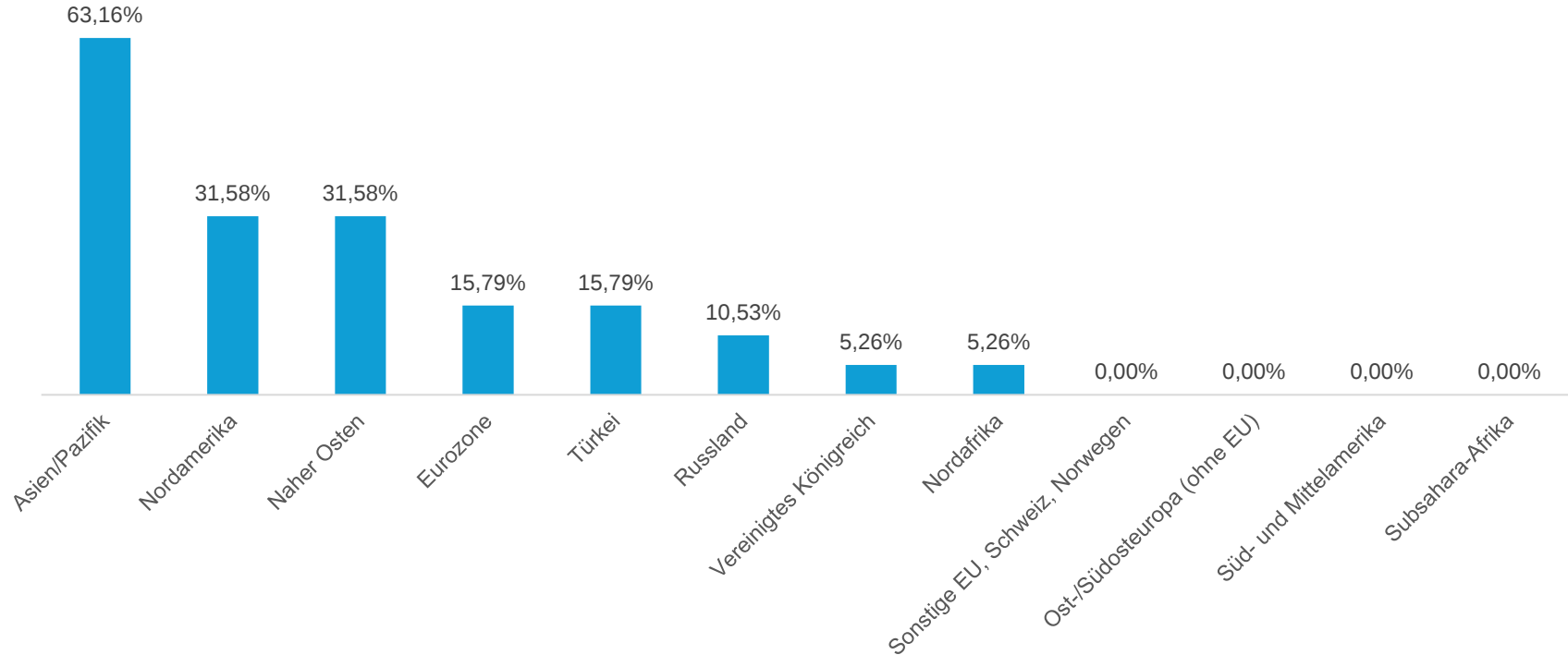
Bei **Local Content** Anforderungen führt Asien/Pazifik, dicht gefolgt von Nordamerika.



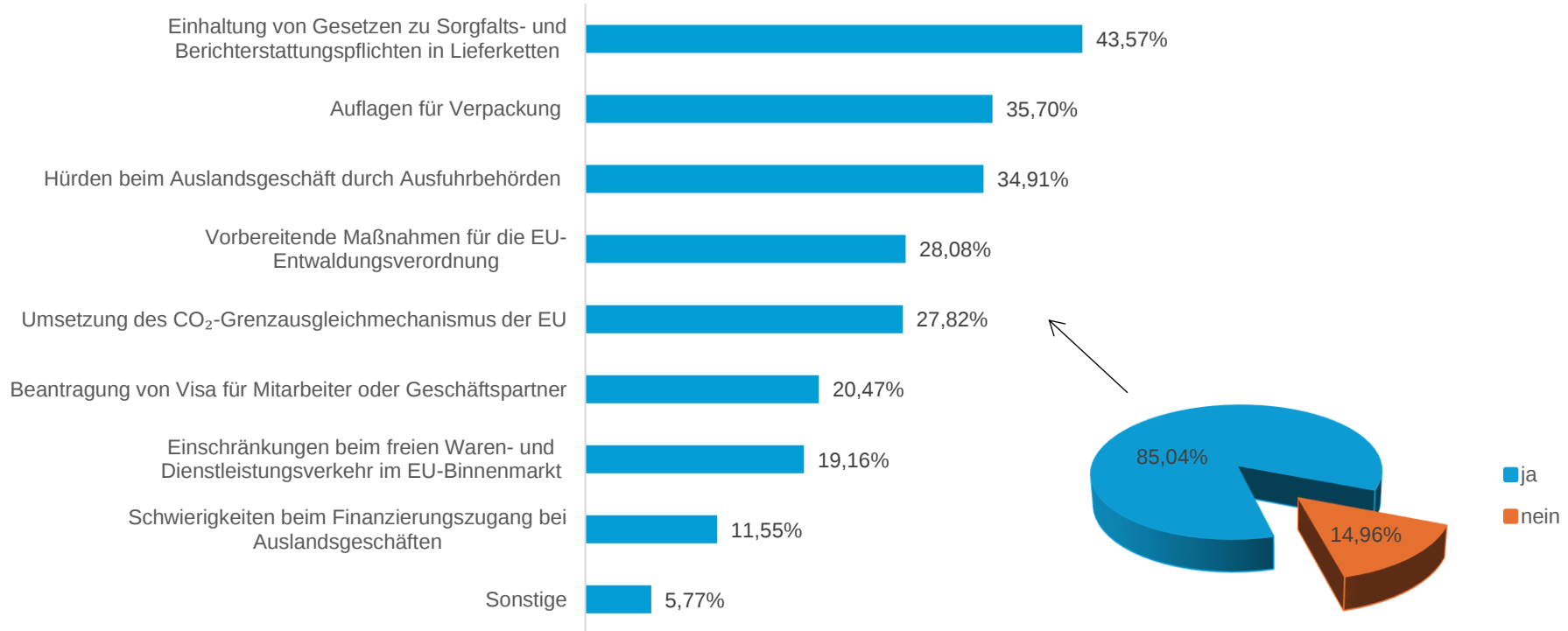
Öffentliche Aufträge bereiten insbesondere in der Eurozone Probleme.



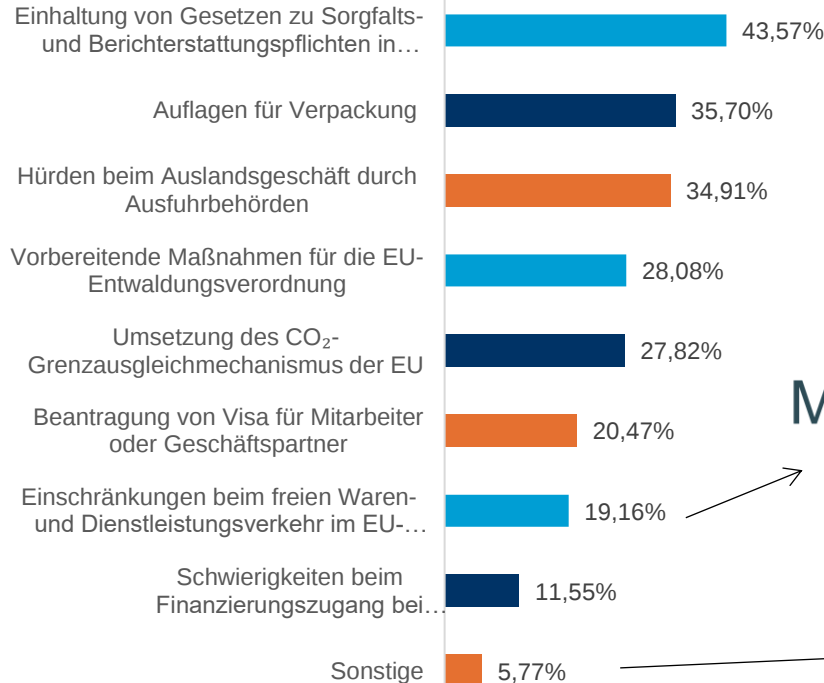
Im **Technologietransfer** ist Asien/Pazifik führend.



Einhaltung von Gesetzen wird als größte **internationale Herausforderung** wahrgenommen.



Einhaltung von Gesetzen wird als größte internationale Herausforderung wahrgenommen.



A1
Schweiz
Dienststreifen
Aufwand
Meldepflichten
Entsendungen
Bescheinigungen
Bürokratie
Entsendung

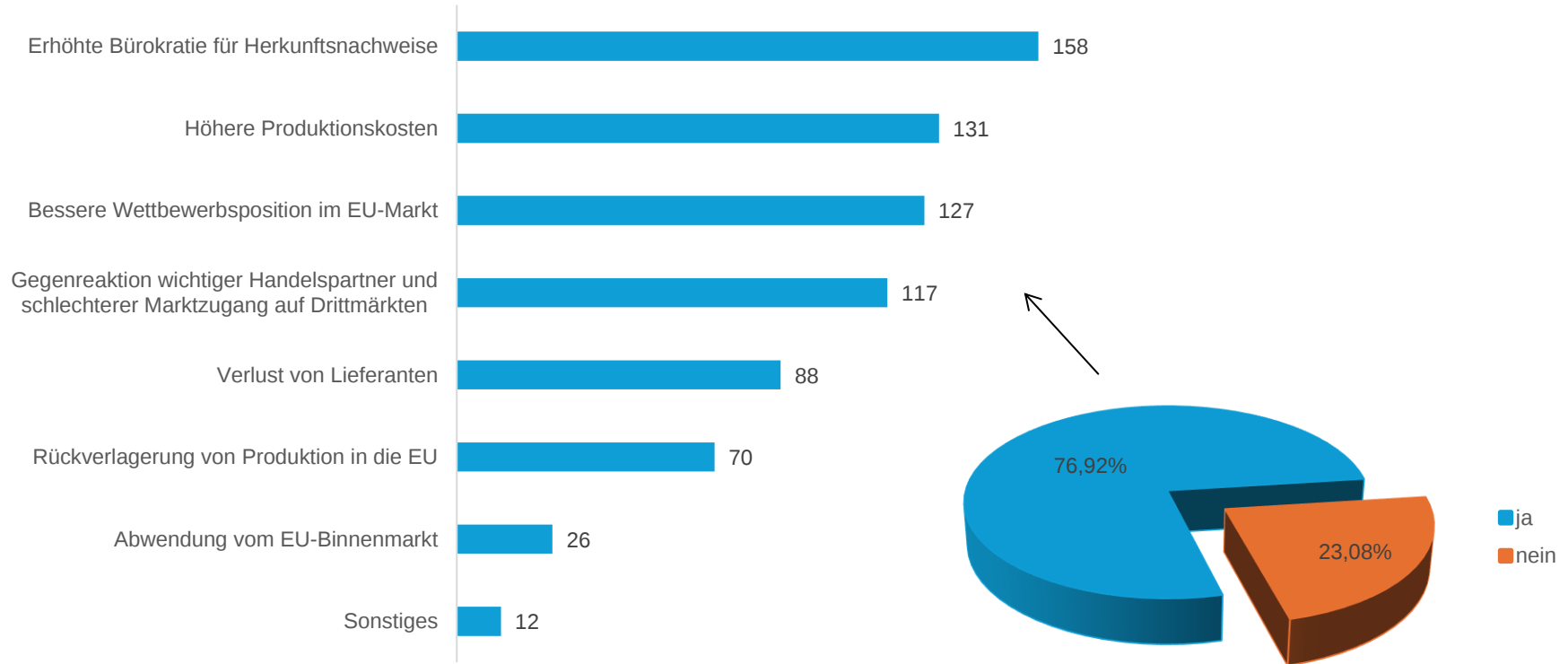


3.

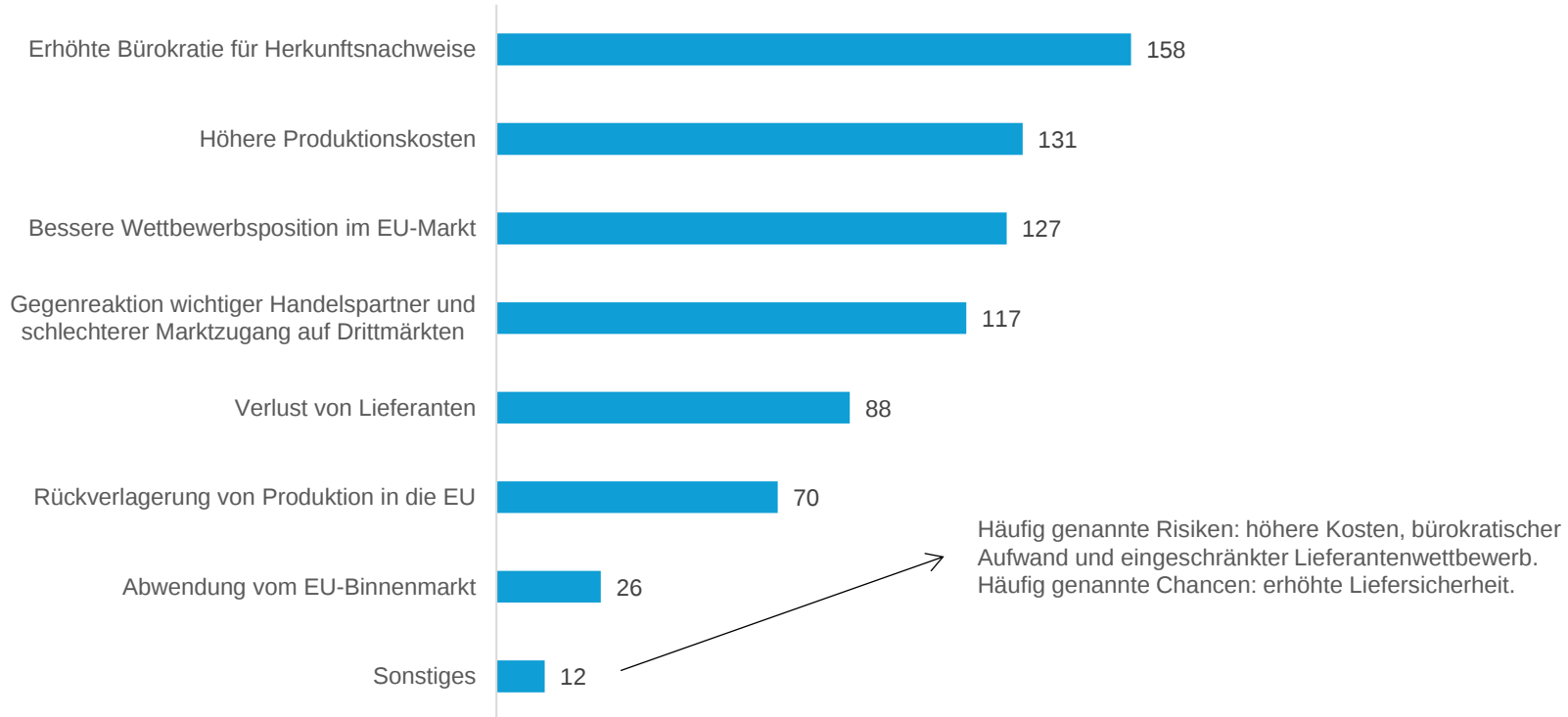
Schwerpunkt „Buy European“, Mercosur & US-Handelspolitik

Umfragezeitraum: Anfang Februar 2026

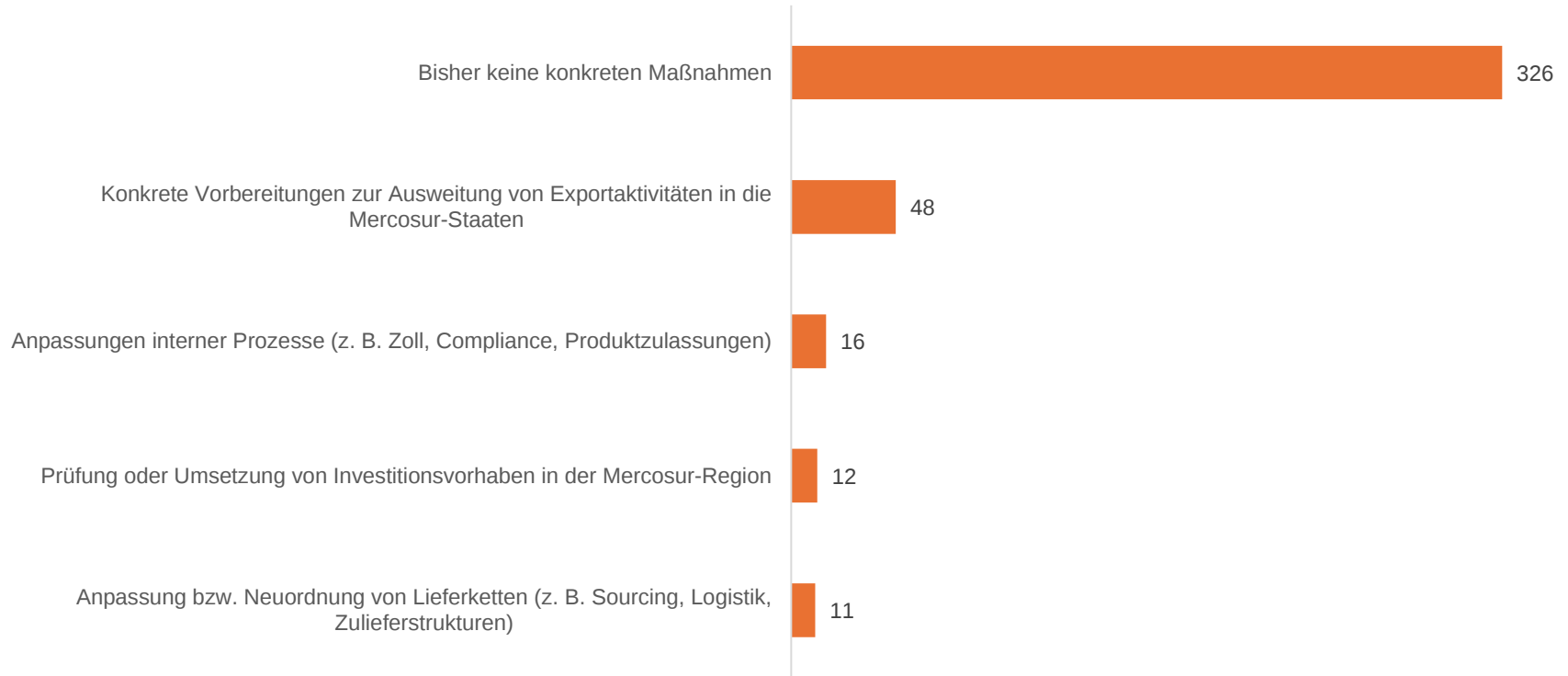
Bürokratie gehört auch im **Buy European Ansatz** zu den größten Herausforderungen.



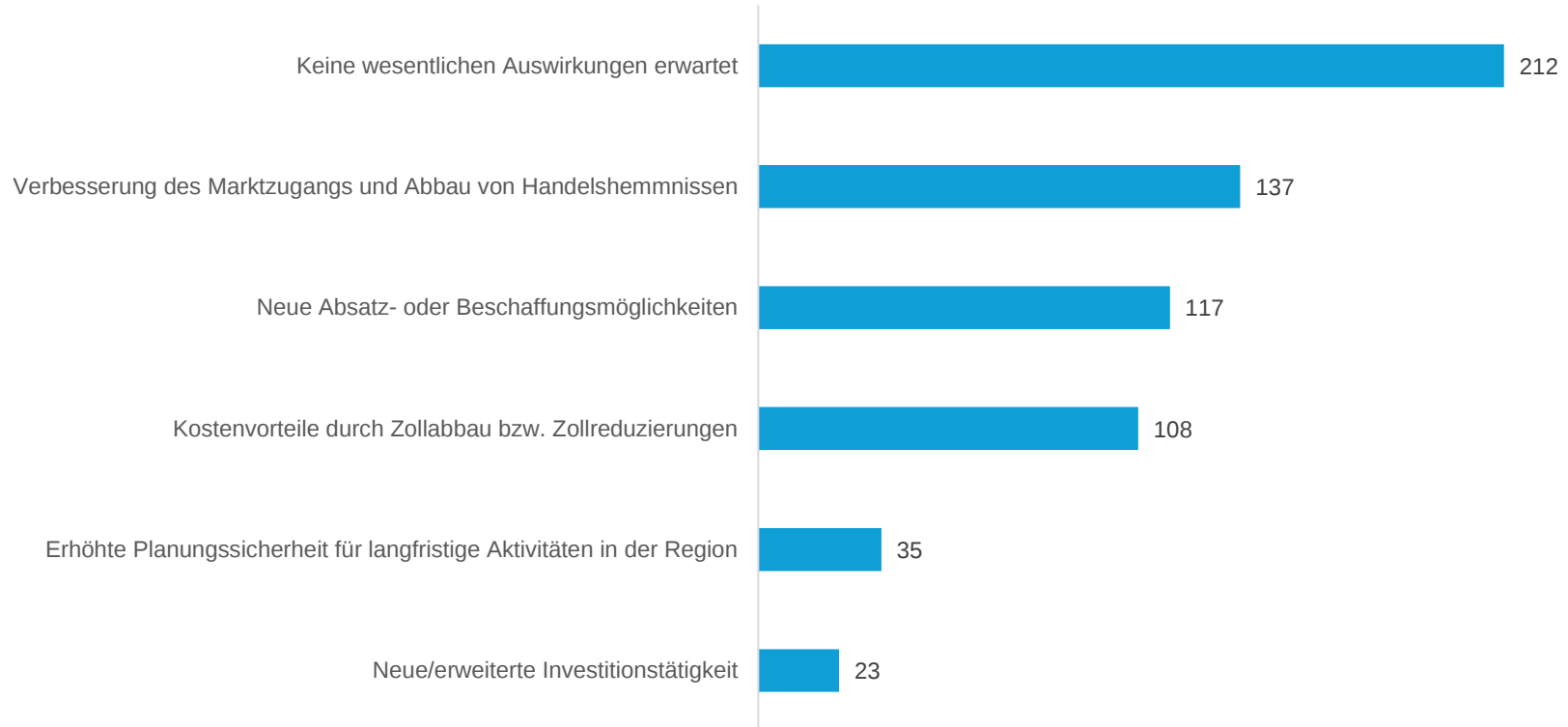
Bürokratie gehört auch im **Buy European Ansatz** zu den größten Herausforderungen.



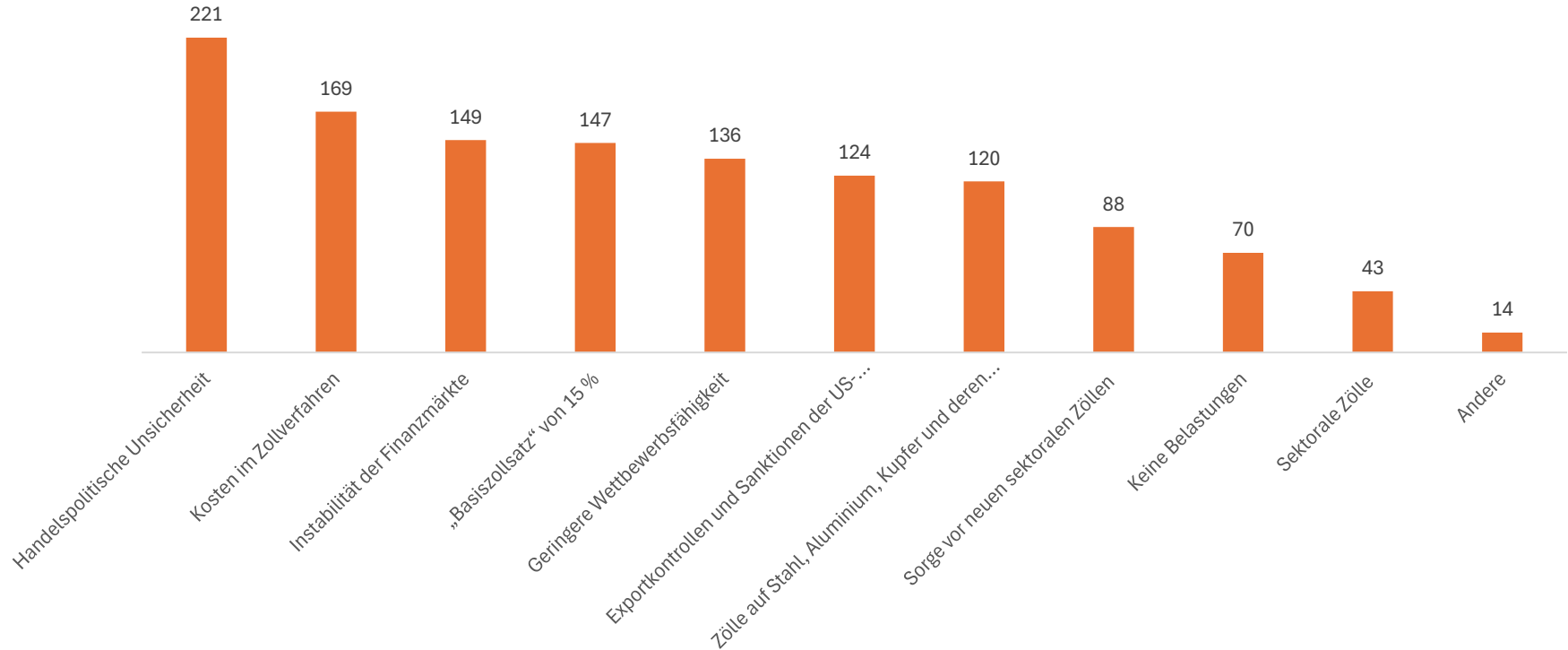
Sogar 326 Unternehmen haben keine Maßnahmen im Hinblick auf das **Mercosur Abkommen** geplant.



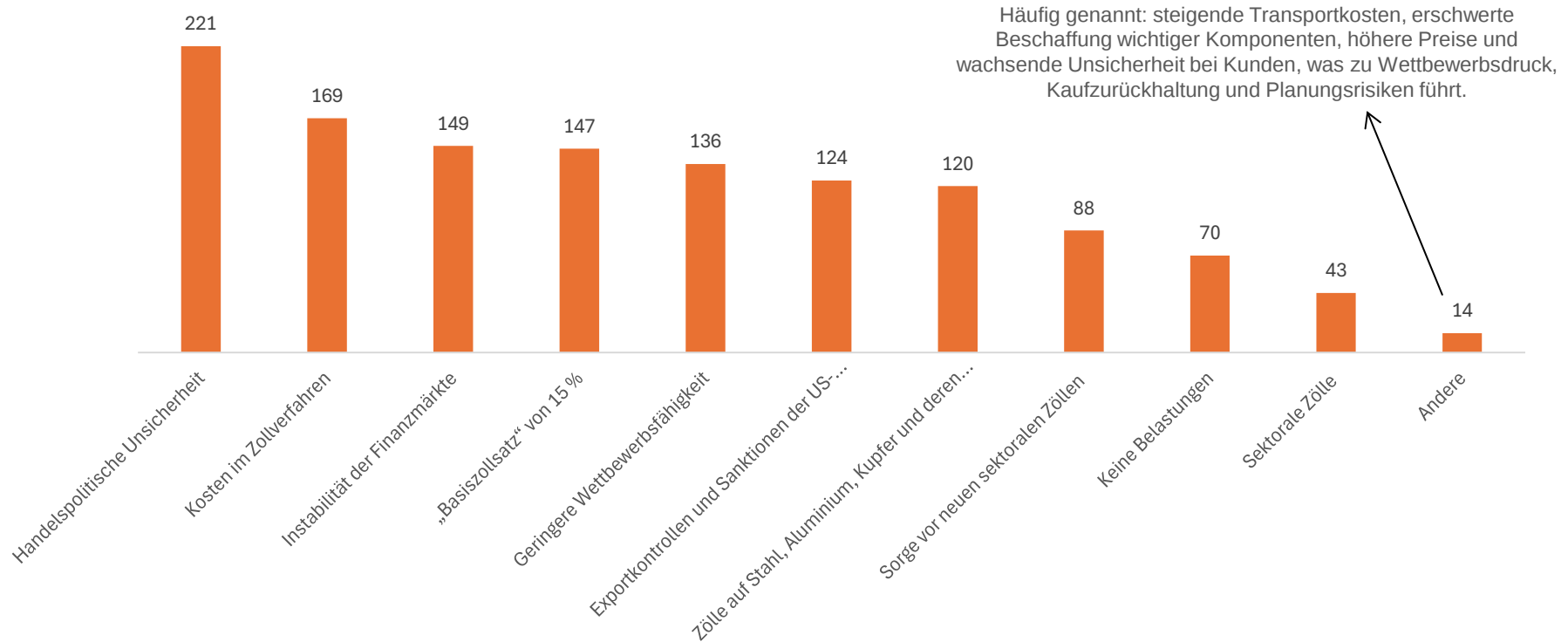
Die Mehrheit der Unternehmen erwartet keine wesentlichen Auswirkungen des **Mercosur Abkommens** in Zukunft.



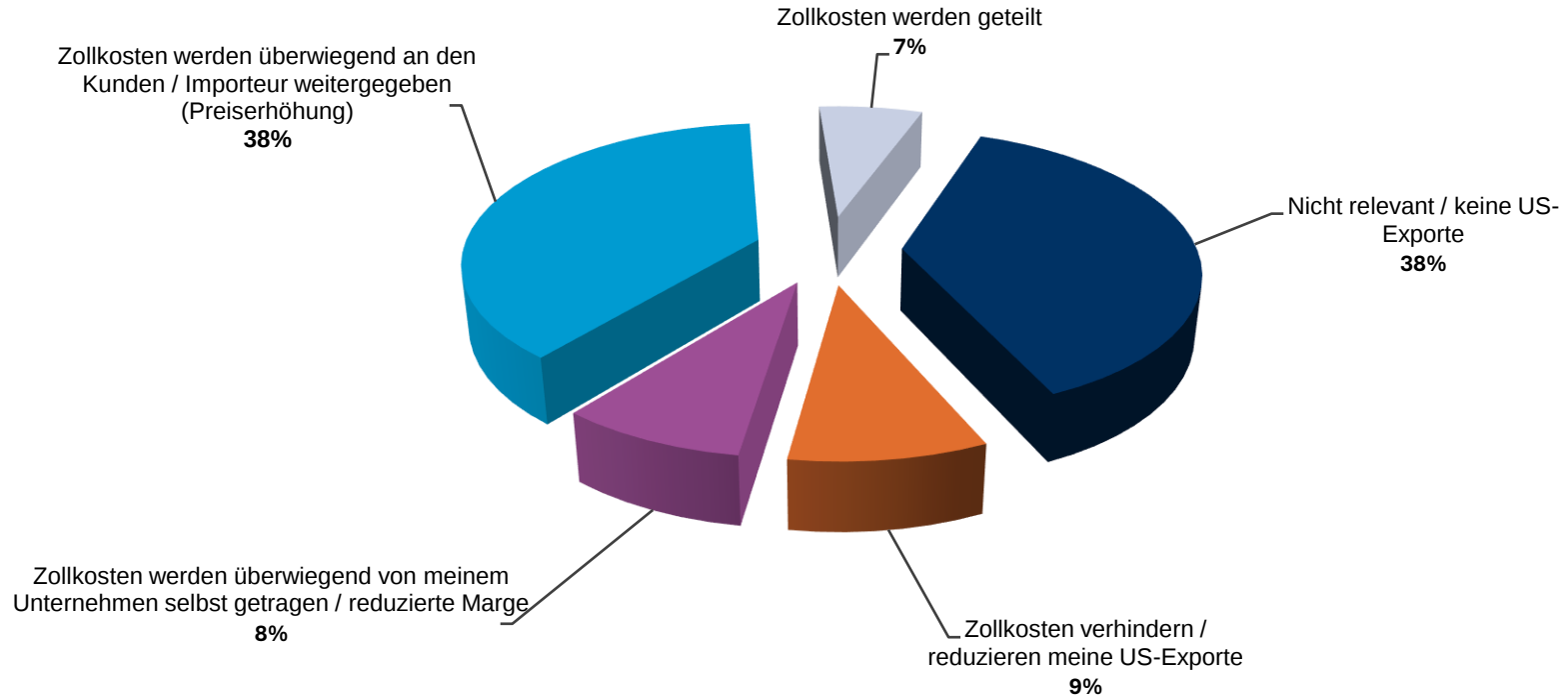
Handelspolitische Unsicherheit steht bei den Unternehmen auf Platz eins als Konsequenz der US-Handelspolitik.



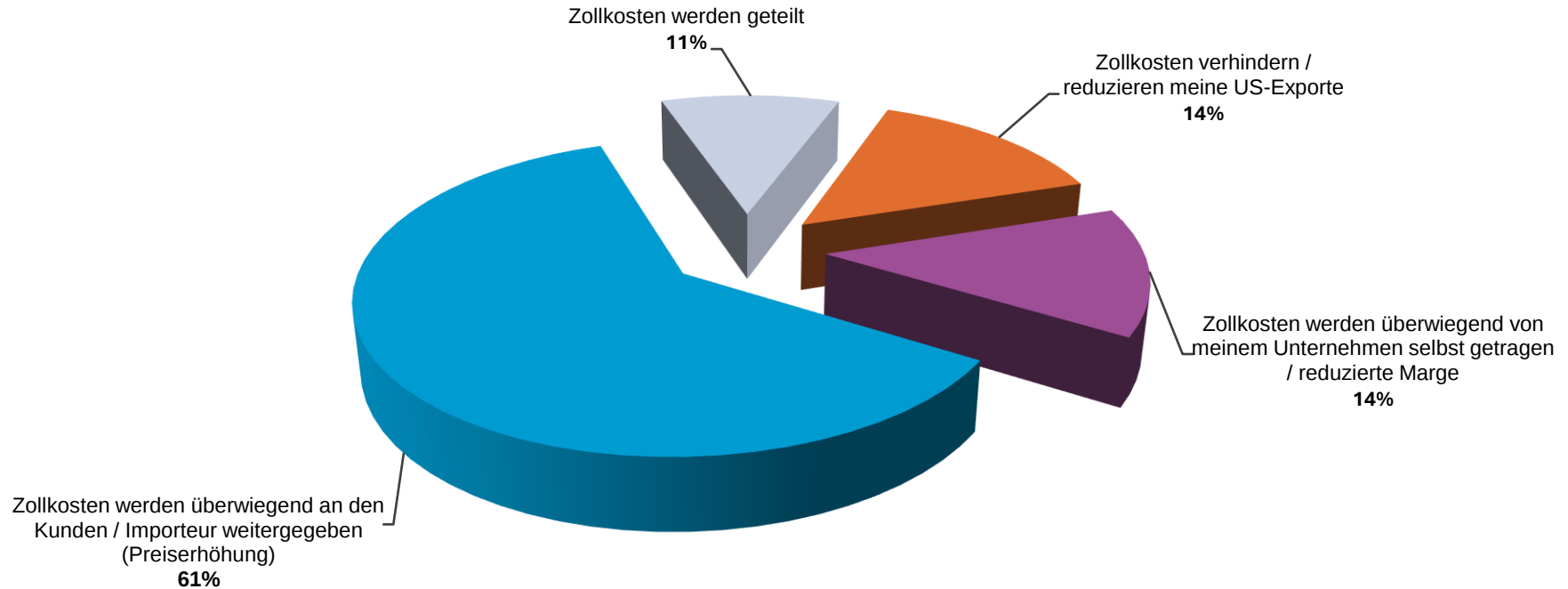
Handelspolitische Unsicherheit steht bei den Unternehmen auf Platz eins als Konsequenz der US-Handelspolitik.



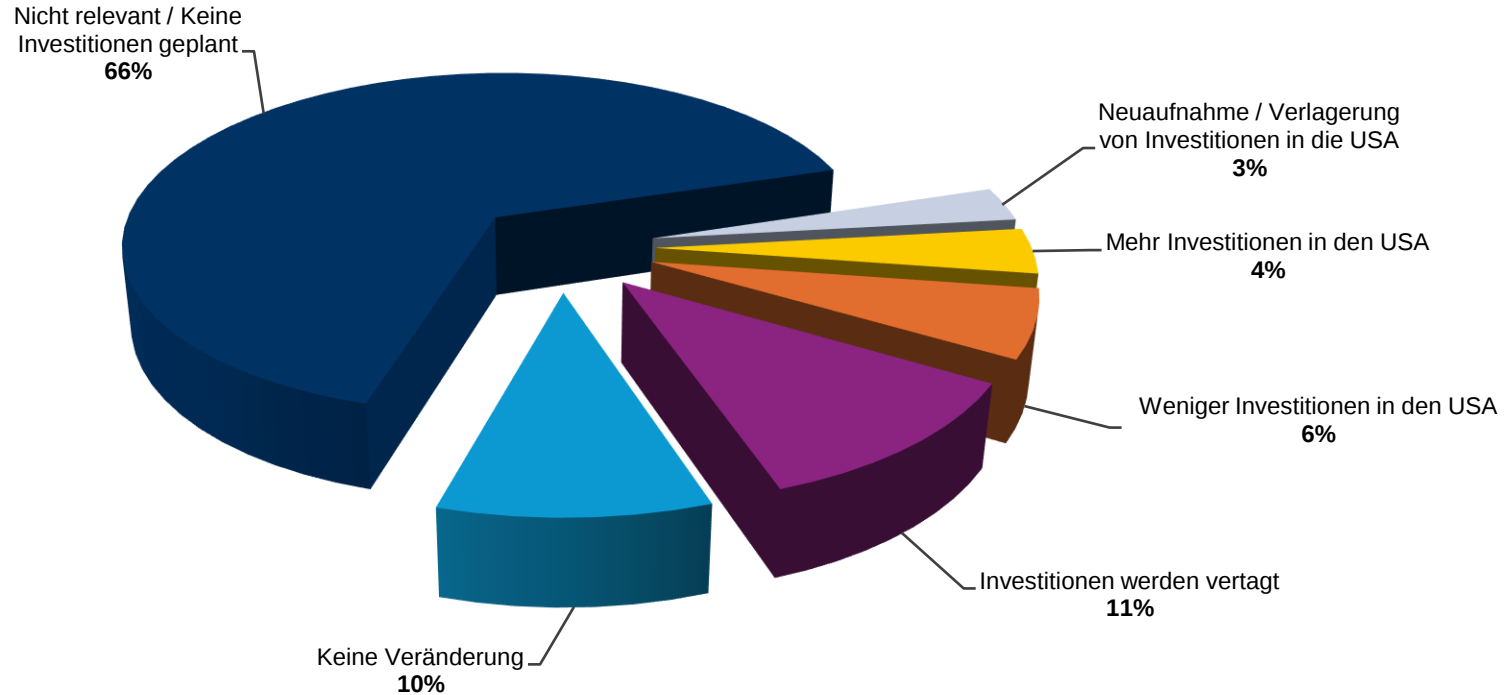
Kostenträger US-Zölle



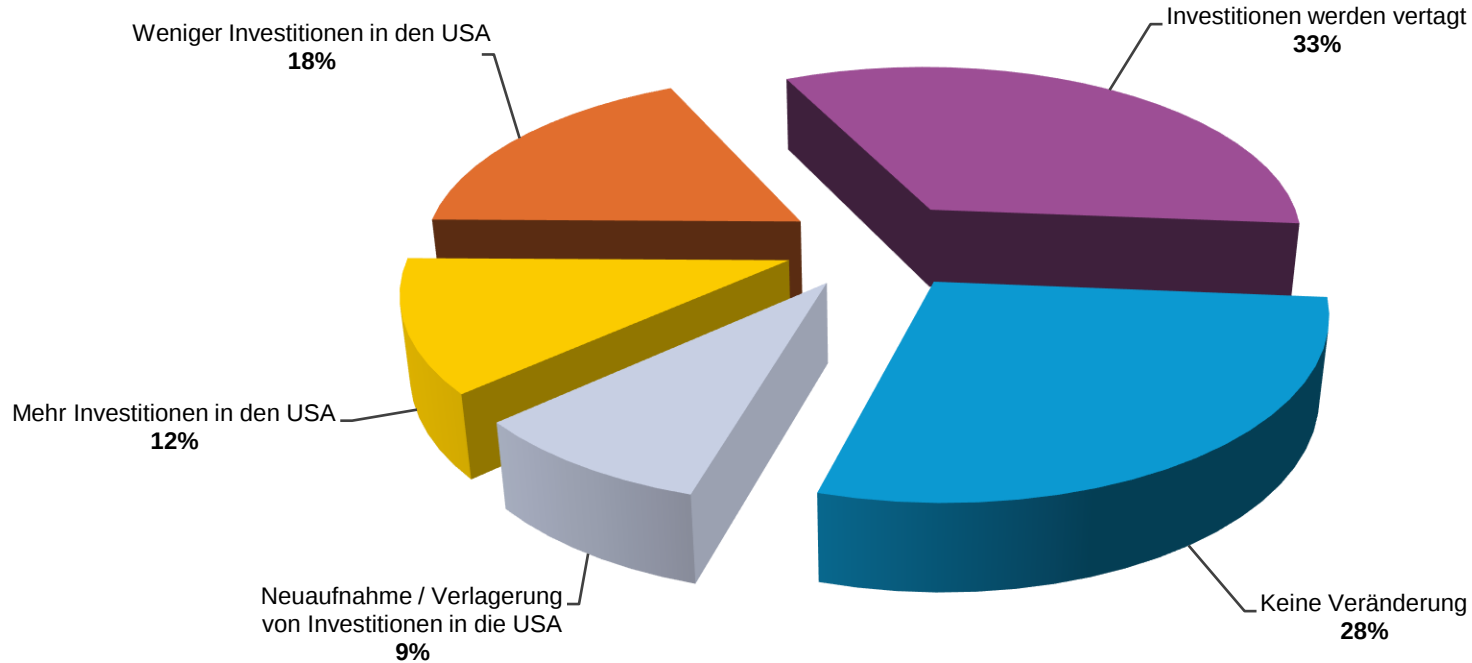
Kostenträger US-Zölle (ohne nicht relevant)



Investitionspläne USA



Investitionspläne USA (ohne nicht relevant)



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Sara Šukan

Tel.: 089 5116-1364

E-Mail: sukan@muenchen.ihk.de

Fachbetreuerin International, Industrie,
Innovation, Entrepreneurship



Chiara Mafessoni

Tel.: 089 5116-1867

E-Mail: mafessoni@muenchen.ihk.de

Praktikantin International