

## MEDIENMITTEILUNG

### Große Exportumfrage von Allianz Trade sieht hohe Transport- und Energiekosten als Hauptrisiken für deutsche Unternehmen – Sorge vor Zahlungsausfällen steigt rasant

- Deutsche Exportunternehmen optimistisch bei Umsatz-Erwartungen: 84 % gehen von weiterem Umsatzplus aus (vor Ukraine-Konflikt: 93 %)
- Steigende Transport- und Energiekosten sind Top-Exportrisiken 2022 (vor Ukraine-Konflikt: pandemiebedingte Unsicherheiten)
- Sprunghafter Anstieg durch Ukraine-Konflikt: Doppelt so viele deutsche Exportunternehmen sorgen sich um steigende Zahlungsausfälle (58 %) und um Störungen der Lieferkette (47 %)
- Unterschiedliche Export-Strategien: Großteil setzt auf Internationalisierung, aber auch Hamstern, neue Lieferanten und Fokus auf den Heimatmarkt

**Hamburg, 12. April 2022** – Die Herausforderungen im Welthandel bleiben auch 2022 vielfältig. Der weltweit führende Kreditversicherer Allianz Trade hat in zwei Befragungswellen deshalb insgesamt mehr als 2.500 Unternehmen in sechs Ländern<sup>1</sup> befragt, wie sie die Export-Aussichten für 2022 einschätzen.

Vor dem Ausbruch des Ukraine-Konflikts<sup>2</sup> nannten die meisten der befragten Unternehmen bereits die steigenden Energiepreise (34 %) als insgesamt größtes Exportrisiko, gefolgt von hohen Transportkosten und geopolitischen Spannungen (je 29 %). An den Top-Risiken selbst hat sich seither wenig geändert – inzwischen bewerten allerdings wesentlich mehr Unternehmen diese als problematisch: 53 % sehen steigende Transportkosten als größte Herausforderungen, gefolgt von steigenden Energiepreisen (52 %) und geopolitischen Spannungen (44 %). Besonders stark gestiegen ist mit dem Konflikt zudem die Sorge vor Störungen der Lieferketten und vor Zahlungsausfällen.

#### **2022: Welthandel als Achterbahnfahrt – Exporteure dennoch weiter optimistisch beim Umsatz**

„Fest steht: 2022 wird für den Welthandel eher eine Achterbahnfahrt und kein erneuter Höhenflug wie 2021“, sagt Ana Boata, Leiterin Economic Research bei Allianz Trade.

2021 gab es bereits zahlreiche Herausforderungen beim internationalen Handel – allerdings verbunden mit einem pandemiebedingten Nachhol-Boom. Entsprechend übertraf bei drei Vierteln der Exporteure in Deutschland (76 %) das Geschäft die ursprünglichen Erwartungen.

„Für 2022 waren Exporteure hierzulande zunächst weiterhin sehr optimistisch – rund 93 % von ihnen erwarteten zu Jahresbeginn ein Umsatzwachstum bei den eigenen Exporten“, sagt Milo Bogaerts, CEO Allianz Trade in Deutschland, Österreich und der Schweiz. „Dieser Optimismus ist zwar weiterhin vorhanden, durch den Ukraine-Konflikt gehen allerdings nur noch 84% der deutschen Unternehmen von einem Umsatzplus aus, 16 % erwarten inzwischen jedoch sinkende Umsätze.“

#### **Doppelschlag für Welthandel: Ukraine-Konflikt und Pandemieausbrüche in China**

Die bestehenden Probleme haben sich 2022 durch den Konflikt mit der Ukraine verschärft: Der Welthandel büßt deutlich an Dynamik ein. So hat Allianz Trade ihre ursprüngliche Prognose für 2022 um 2 Prozentpunkte (pp) gesenkt und geht beim Volumen von einem Wachstum von +4 % aus, das damit unter dem Langzeitdurchschnitt liegt. Beim Wert der gehandelten Waren erwartet der Kreditversicherer inflationsbedingt inzwischen ein Plus von fast 11 % (vor dem Konflikt: +7,2 %).

<sup>1</sup> Von Ende Januar bis Mitte Februar 2022 wurden über einen Zeitraum von vier Wochen 2.500 Unternehmen in den USA, China, Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Italien zu ihren Exporterwartungen und Top-Risiken befragt.

<sup>2</sup> Im März 2022 wurden in einer zweiten Fragewelle über einen Zeitraum von drei Wochen 400 Unternehmen in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Italien erneut befragt, um abzugleichen, inwieweit sich die Erwartungen durch den Ukraine-Konflikt verändert haben

„Die russische Invasion in der Ukraine und der erneute Ausbruch von Covid-19 in China treffen den Welthandel doppelt hart mit geringeren Mengen und höheren Preisen“, sagt Boata. „Lieferketten sind weiterhin gefährdet, durch konfliktbedingte Umwege und Hafenschließungen gibt es lange Transportzeiten. Somit bleiben dem Welthandel Verspätungen und hohe Frachtraten länger erhalten als ursprünglich erwartet – auch aufgrund der hohen Energiepreise.“

### **2021: Pandemiebedingte Unsicherheiten größtes Exportrisiko**

Das größte Exportrisiko im Jahr 2021 waren die pandemiebedingten Unsicherheiten. Ein Drittel der befragten deutschen Unternehmen (33 %) gab an, dass die Pandemie erheblichen Einfluss auf ihre Exportaktivitäten hatte – das ist allerdings deutlich weniger als im internationalen Durchschnitt (40 %). Die weiteren Top-Risiken für deutsche Exporteure waren im vergangenen Jahr die gestiegenen Transportkosten (31 %), hohe Energiepreise (29 %), Lieferengpässe sowie gestiegene Input-Kosten (27 %) sowie die verlängerten Transportzeiten (25 %).

### **2022: Mehr als jedes zweite Unternehmen fürchtet höhere Energie- und Transportkosten**

Exporteure sind mit Blick auf 2022 grundsätzlich optimistisch bei den Umsatzerwartungen, sehen aktuell aber auch sehr stark Risiken, die ihr Geschäft beeinträchtigen könnten.

„Die stark gestiegenen Transportkosten bereiten deutschen Exportunternehmen inzwischen die größten Sorgen“, sagt Milo Bogaerts. „Die meisten deutschen Unternehmen gehen davon aus, dass sich weder bei Transportkosten noch -zeiten 2022 Entspannung abzeichnen wird: Mehr als die Hälfte der Firmen (53 %) geht mit Ausbruch des Ukraine-Konflikts sogar davon aus, dass sich die Situation weiter verschärft.“

Vor dem Konflikt war dies nur bei etwa jedem dritten Unternehmen der Fall. Die hohen Energiepreise sehen zudem etwa 80 % der befragten Unternehmen als Herausforderung für ihre Exporttätigkeit. Mehr als die Hälfte (52 %) erwartet noch weiter steigende Energiekosten.

### **Verdoppelte Sorge vor erneuten Störungen der Lieferketten**

Beinahe jedes zweite Unternehmen (47 %) fürchtet inzwischen zunehmende Störungen von Lieferketten und höhere Preise bei den Vorprodukten – das sind fast doppelt so viele Unternehmen wie vor Ausbruch des Konflikts (25 %).

### **Risiko verdoppelt: 58 % der Unternehmen rechnen mit mehr Zahlungsausfällen**

Vor der Ukraine-Krise bewerteten rund 62 % der befragten Unternehmen Zahlungsausfälle insgesamt als Herausforderung, jetzt sind dies 93 %. Vorher sahen 30 % darin ein wachsendes Risiko. Inzwischen hat sich dies nahezu verdoppelt:

„Besonders stark angestiegen ist bei den deutschen Exportunternehmen auch die Sorge vor steigenden Zahlungsausfällen“, sagt Bogaerts. „Sechs von zehn Unternehmen (58 %) erwarten für das laufende Jahr, dass mehr Zahlungen ausfallen. Damit sind die Erwartungen deutscher Unternehmen diesbezüglich deutlich pessimistischer als die ihrer europäischen Pendant.“

Zum Vergleich: In Italien rechnen 43 % der Exportunternehmen mit mehr Zahlungsausfällen als im Vorjahr, in Frankreich 49 % und in Großbritannien 53 %. Bereits 2021 verzeichneten 87 % der befragten deutschen Unternehmen Beeinträchtigungen ihrer Exporte durch Zahlungsausfälle, mehr als die Hälfte davon moderat oder erheblich.

### **Schlechtere Zahlungsmoral: Trotz Digitalisierung werden Rechnungen immer später bezahlt**

Auch die Zahlungsmoral hat sich bei den Abnehmern der befragten Unternehmen verschlechtert. Jeder zweite Exporteur in Europa und 46 % der deutschen Unternehmen berichten, dass Rechnungen 2021 immer später bezahlt wurden – obwohl Unternehmen vielerorts Bargeld horten und die große Mehrheit der befragten Firmen in digitale Prozesse investiert hat, die die Zahlungsfristen verkürzen sollten. Für 2022 erwarten inzwischen 66 % der deutschen Unternehmen eine sich weiter verschlechternde Zahlungsmoral.

Dies bestätigt die Prognose von Allianz Trade, dass sich auch das Insolvenzgeschehen in Europa sukzessive normalisieren dürfte. Dieser Prozess hatte sich schon vor Ausbruch des Konflikts abgezeichnet. Der Kreditversicherer geht in den größten europäischen Volkswirtschaften insgesamt von einem Zuwachs der Pleiten um +10 % aus (Deutschland: +4 %), wenngleich weiterhin auf moderatem und in Deutschland niedrigem Niveau.

**Export-Strategien: DNA der deutschen Exporteure ist die Erschließung neuer Märkte**

„Die deutschen Exporteure lassen sich von diesen Entwicklungen allerdings nicht abschrecken“, sagt Bogaerts: „Es liegt in ihrer DNA, neue Exportmärkte zu erschließen. Fast drei Viertel (73 %) der befragten Unternehmen plant diesen Schritt für 2022. Das Gute liegt dabei vielerorts recht nah: Favorit der deutschen Unternehmen sind dabei die französischen Nachbarn. In der Ferne sind die USA und Japan die begehrtesten neuen Exportziele.“

Durch den Ukraine-Konflikt gewinnt die zunehmende Diversifizierung bei den Exportunternehmen an Bedeutung: 87 % der deutschen Exporteure will Investitionen für eine stärkere Internationalisierung ausweiten – die Hälfte der befragten Unternehmen (50 %) hat durch den Konflikt diese Investitionspläne sogar noch weiter aufgestockt. Damit liegen die deutschen Exporteure deutlich über dem europäischen Durchschnitt.

Die Export-Strategien der deutschen Unternehmen sind jedoch vielfältig: Während der Großteil auf internationale Diversifizierung setzt, ist bei einigen Unternehmen angesichts der steigenden Risiken für Lieferketten auch weiterhin „Hamstern“ angesagt. Andere wiederum suchen neue Lieferanten oder wollen verstärkt auf Geschäfte innerhalb Deutschlands setzen.

**Die vollständigen Ergebnisse der Allianz Trade Umfrage zum Welthandel finden Sie beigefügt und hier:**

[https://www.allianz-trade.de/content/dam/onemarketing/aztrade/allianz-trade\\_de/presse/2022-04-12-global-trade-survey-english.pdf](https://www.allianz-trade.de/content/dam/onemarketing/aztrade/allianz-trade_de/presse/2022-04-12-global-trade-survey-english.pdf)

**Die deutsche Zusammenfassung der aktuellen Allianz Trade Studie mit Prognosen zum Welthandel finden Sie hier:**

<https://www.allianz-trade.de/wissen/wirtschafts-news/welthandel-kampf-gegen-nachfrage-und-preisschocks.html>

**Die vollständige Allianz Trade Studie „Battling out of demand and price shocks“ (ENG, pdf) finden Sie beigefügt und hier:**

[https://www.allianz-trade.com/content/dam/onemarketing/aztrade/allianz-trade.com/en\\_gl/erd/publications/the-watch/2022\\_03\\_25\\_global\\_trade-AZT.pdf](https://www.allianz-trade.com/content/dam/onemarketing/aztrade/allianz-trade.com/en_gl/erd/publications/the-watch/2022_03_25_global_trade-AZT.pdf)

---

**Pressekontakt**

Antje Wolters  
Pressesprecherin  
+49 (0) 40 / 88 34 – 1033  
+49 (0) 160 / 899 27 72  
[Antje.wolters@allianz-trade.com](mailto:Antje.wolters@allianz-trade.com)

**Social Media**

LinkedIn [Allianz Trade Deutschland](#)



XING [Allianz Trade Deutschland](#)

---



YouTube [Allianz Trade Deutschland](#)



Twitter [Allianz Trade](#)

**Allianz Trade** ist weltweiter Marktführer im Kreditversicherungsgeschäft und anerkannter Spezialist für Bürgschaften und Garantien, Inkasso sowie Schutz gegen Betrug oder politische Risiken. Allianz Trade verfügt über mehr als 100 Jahre Erfahrung und bietet seinen Kunden umfassende Finanzdienstleistungen an, um sie im Liquiditäts- und Forderungsmanagement zu unterstützen.

Über das unternehmenseigene Monitoring-System verfolgt und analysiert Allianz Trade täglich die Insolvenzentwicklung von mehr als 80 Millionen kleiner, mittlerer und multinationaler Unternehmen. Insgesamt umfassen die Expertenanalysen Märkte, auf die 92% des globalen Bruttoinlandsprodukts (BIP) entfallen.

Mit dieser Expertise macht Allianz Trade den Welthandel sicherer und gibt den weltweit über 66.000 Kunden das notwendige Vertrauen in ihre Geschäfte und deren Bezahlung. Als Tochtergesellschaft der Allianz und mit einem AA-Rating von Standard & Poor's ist Allianz Trade im Schadensfall der finanzstarke Partner an der Seite seiner Kunden.

Das Unternehmen mit Hauptsitz in Paris ist in über 50 Ländern vertreten und beschäftigt mehr als 5.500 Mitarbeiter weltweit. 2021 erwirtschaftete Allianz Trade einen Umsatz von EUR 2,9 Milliarden und versicherte weltweit Geschäftstransaktionen im Wert von EUR 931 Milliarden.

Weitere Informationen auf [www.allianz-trade.de](http://www.allianz-trade.de)

#### **Hinweis bezüglich zukunftsgerichteter Aussagen**

Die in dieser Meldung enthaltenen Informationen können Aussagen über zukünftige Erwartungen und andere zukunftsgerichtete Aussagen enthalten, die auf aktuellen Einschätzungen und Annahmen der Geschäftsführung basieren, und bekannte und unbekannte Risiken sowie Unsicherheiten beinhalten, aufgrund derer die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse von den hier gemachten Aussagen wesentlich abweichen können. Neben zukunftsgerichteten Aussagen im jeweiligen Kontext spiegelt die Verwendung von Wörtern wie „kann“, „wird“, „sollte“, „erwartet“, „plant“, „beabsichtigt“, „glaubt“, „schätzt“, „prognostiziert“, „potenziell“ oder „weiterhin“ ebenfalls eine zukunftsgerichtete Aussage wider. Die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse können aufgrund verschiedener Faktoren von solchen zukunftsgerichteten Aussagen beträchtlich abweichen. Zu solchen Faktoren gehören u.a.: (i) die allgemeine konjunkturelle Lage einschließlich der branchenspezifischen Lage für das Kerngeschäft bzw. die Kernmärkte der Allianz-Gruppe, (ii) die Entwicklung der Finanzmärkte einschließlich der „Emerging Markets“ einschließlich Marktvolatilität, Liquidität und Kreditereignisse, (iii) die Häufigkeit und das Ausmaß der versicherten Schadenereignisse einschließlich solcher, die sich aus Naturkatastrophen ergeben; daneben auch die Schadenkostenentwicklung, (iv) Stornoraten, (v) Ausmaß der Kreditausfälle, (vi) Zinsniveau, (vii) Wechselkursentwicklungen einschließlich des Wechselkurses EUR-USD, (viii) Entwicklung der Wettbewerbsintensität, (ix) gesetzliche und aufsichtsrechtliche Änderungen einschließlich solcher bezüglich der Währungskonvergenz und der Europäischen Währungsunion, (x) Änderungen der Geldpolitik der Zentralbanken bzw. ausländischer Regierungen, (xi) Auswirkungen von Akquisitionen, einschließlich der damit verbundenen Integrationsthemen, (xii) Umstrukturierungsmaßnahmen, sowie (xiii) allgemeine Wettbewerbsfaktoren jeweils in einem örtlichen, regionalen, nationalen oder internationalen Rahmen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit vieler dieser Faktoren kann durch Terroranschläge und deren Folgen noch weiter steigen. Das Unternehmen übernimmt keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren.