

MEDIENMITTEILUNG**Welthandelstudie von Allianz Trade zeigt:
Nachhaltigkeit derzeit nicht relevant für deutsche Exporteure**

- Definition und Umsetzung sogenannter ESG-Kriterien sind selten Chefsache
- Rund die Hälfte der Exporteure setzt eher auf nachhaltigere Geschäftspartner als auf Veränderungen bei eigenen Prozessen
- Unbeeindruckt von Kohlenstoffsteuern: Nur 18 Prozent der Exporteure sehen ESG-Regulierung im Jahr 2022 als zunehmende Herausforderung für die eigene Geschäftstätigkeit
- Die meisten Befragten (74 %) berücksichtigen bei der Auswahl ihrer Exportmärkte keine ESG-Aspekte

Hamburg, 25. April 2022 – Der Welthandel sorgt als starker Motor für zahlreiche Innovationen, globales Wachstum und wirtschaftliche Weiterentwicklung. Gleichzeitig ist er auch verantwortlich für große Mengen an CO₂-Emissionen. Entscheidende Faktoren auf dem Weg zur Reduzierung von Kohlenstoffemissionen im Zuge der angestrebten Klimaneutralität sind deshalb die Definition und Umsetzung sogenannter ESG-Kriterien (Environmental, Social, Governance). Obwohl den globalen Exportunternehmen die Bedeutung dieser Kriterien und ihre Einhaltung für den Klimawandel bewusst ist, spielen sie aktuell nur eine Nebenrolle in der Geschäftsstrategie. Das ist das Ergebnis der „Allianz Trade Global Survey“¹ des weltweit führenden Kreditversicherers Allianz Trade im Zuge seiner aktuellen Welthandelstudie.

„ESG-Kriterien sind bei vielen Unternehmen bisher nicht Chefsache. Sie spielen, wenn überhaupt, nur eine Nebenrolle“, sagt Ana Boata, Head of Economic Research bei Allianz Trade. „Das liegt unter anderem daran, dass Unternehmen aktuell viele Bälle gleichzeitig in der Luft halten müssen – darunter die hohen Energie- und Transportkosten, Störungen von Lieferketten, höhere Finanzierungskosten und Fachkräftemangel. Das ist nachvollziehbar. Allerdings haben Unternehmen, die jetzt die Weichen für ein nachhaltigeres Handeln stellen, in Zukunft eine sehr gute Ausgangsposition.“

Um den grenzüberschreitenden Handel nachhaltiger zu gestalten, haben Exportunternehmen zahlreiche Optionen: Sie können eigene Prozesse anpassen, indem sie beispielsweise umweltfreundlichere Materialien einsetzen oder auf weniger umweltbelastende Verfahren umstellen. Oder sie können Geschäftspartner auswählen, die nachhaltig agieren. Letzteres ist bei den befragten Exporteuren bislang die beliebteste Strategie:

Exportunternehmen bisher weitestgehend unbeeindruckt von CO₂-Steuern

„Exportunternehmen verlagern die Einhaltung von ESG-Kriterien lieber auf ihre Lieferanten: Die Hälfte der befragten Unternehmen (Deutschland 47 %) stellt lieber auf nachhaltigere Lieferanten um, als selbst Veränderungen in Richtung nachhaltiger Prozesse oder Produktionen anzustoßen“, sagt Milo Bogaerts, CEO von Allianz Trade in Deutschland, Österreich und der Schweiz. „Nur gut ein Drittel (36 %) der Exportunternehmen in den drei größten EU-Volkswirtschaften Deutschland (39 %), Frankreich (32 %) und Italien (35 %) mussten ihre Preise erhöhen, um die Kohlenstoffsteuern auszugleichen. Dies zeigt auch, dass die Kohlenstoffpreise noch zu niedrig sind, um einen Wandel in den Unternehmen auszulösen oder die Verkaufspreise in die Höhe zu treiben.“

Die Unternehmen zeigen sich aktuell (noch) relativ unbeeindruckt von den CO₂-Steuern und insgesamt beurteilen nur wenige Nachhaltigkeit als großes Risiko für ihre Geschäftstätigkeit. Diese Situation macht Unternehmen weniger effektiv in ihrem Bestreben, die Kohlenstoffemissionen zu reduzieren.

¹ Allianz Trade hat für die „Allianz Trade Global Survey“ in zwei Umfragewellen zwischen Ende Januar und Ende März 2022 insgesamt 2.500 Unternehmen in den USA, China, Großbritannien, Deutschland, Frankreich und Italien zu ihren Exporterwartungen und Top-Risiken befragt. Die erste Umfragewelle fand vor der russischen Invasion in die Ukraine statt, die zweite nach der Invasion.

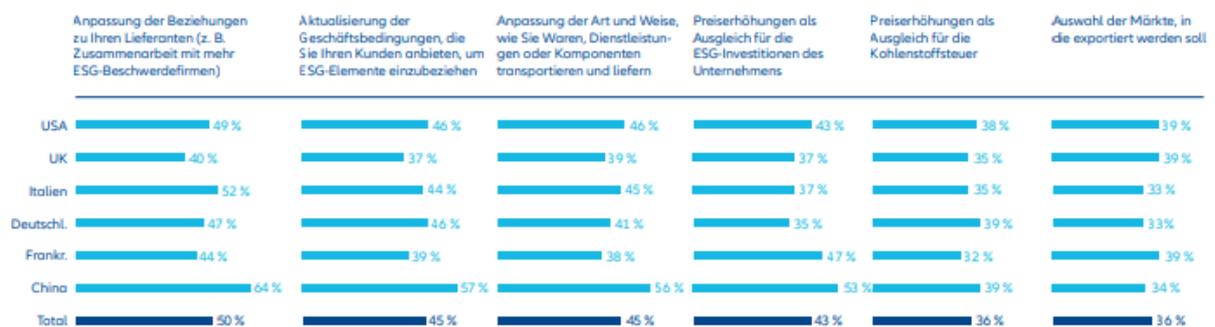
Nur 18 % der deutschen Exporteure rechnet generell damit, dass ESG-Kriterien ihr Geschäft 2022 stärker beeinflussen als bisher, rund die Hälfte (48 %) erwartet gleichbleibende Auswirkungen und ein Viertel (25 %) sieht die Herausforderung sogar als geringer an als noch 2021.

ESG-Aspekte spielen bei Auswahl von neuen Exportmärkten maximal eine Nebenrolle

Darüber hinaus zeigt die Allianz Trade Welthandelsstudie, dass ESG die globalen Handelsströme bis heute nicht verändert: Die meisten Befragten (74 %) berücksichtigen bei der Auswahl ihrer Exportmärkte keine ESG-Aspekte. Nur 34 % der Unternehmen in China, dem weltweit größten Exporteur, geben an, dass ESG-Grundsätze sie bei der Wahl ihrer Exportmärkte beeinflusst haben. In Deutschland waren es mit 33 % auch nur ein Drittel der Exportunternehmen.

„Dies zeigt, dass ESG und insbesondere das Thema Nachhaltigkeit noch einen langen Weg vor sich haben, bevor sie in der Strategie, dem Handeln und in den Prozessen von Exportunternehmen fest verankert sind“, sagt Bogaerts. „Es ist aber auch eine Chance, die Unternehmen jetzt nutzen können, um sich durch frühzeitige Investitionen in die eigene Nachhaltigkeit entscheidende Wettbewerbsvorteile zu sichern – und den Welthandel auf dem Weg in Richtung Klimaneutralität zu unterstützen.“

Auf welche der folgenden Arten wirken sich die ESG auf Ihr Unternehmen aus, wenn es um den globalen Handel geht?



Die vollständige deutsche Allianz Trade Studie zum Welthandel und Exportstrategien von Unternehmen (PDF, deutsch) finden Sie beigefügt und hier:

https://www.allianz-trade.de/content/dam/onemarketing/aztrade/allianz-trade_de/dokumente/2022-allianz-trade-globale-exportstudie.pdf

Die vollständigen Ergebnisse der großen Allianz Trade Export-Umfrage finden Sie hier:

<https://www.allianz-trade.de/presse/pressemitteilungen/grosse-exportumfrage-von-allianz-trade-deutsche-exporteure.html>

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) mit den Prognosen 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

Pressekontakt

Antje Wolters
Pressesprecherin
+49 (0) 40 / 88 34 – 1033
+49 (0) 160 / 899 27 72
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

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.