



# Auslandsinvestitionen der Industrie 2022

Sonderauswertung der DIHK-Konjunkturumfrage  
vom Jahresbeginn 2022

 **Gemeinsam Wirtschaft Stärken**

**DIHK**

Deutscher  
Industrie- und Handelskammertag

**IHK**

Deutsche  
Industrie- und Handelskammern

## Auslandsinvestitionen in der Industrie

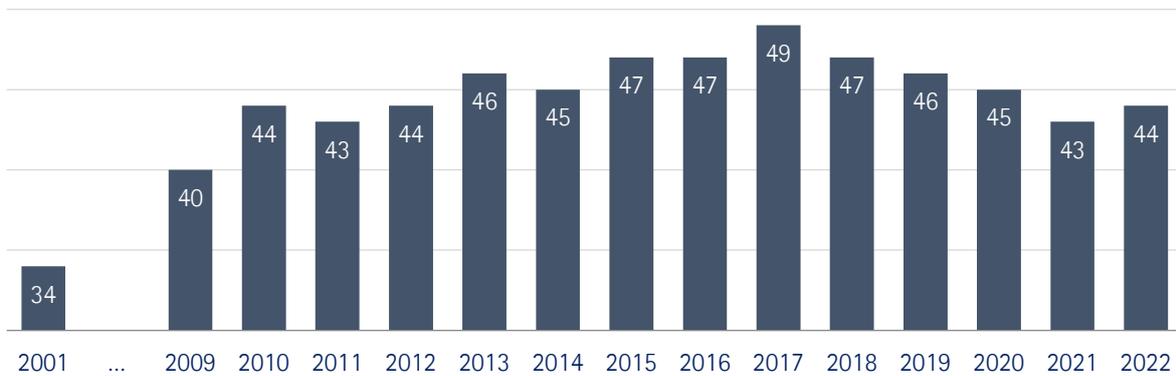
### Auswertung von 2.000 Antworten auslandsaktiver Industrieunternehmen aus der DIHK-Konjunkturumfrage vom Jahresbeginn 2022

Etwas mehr auslandsaktive Industrieunternehmen als zuletzt wollen in diesem Jahr im Ausland investieren (44 nach zuvor 43 Prozent). Während dabei die größeren mittelständischen Unternehmen (200 bis 499 Beschäftigte) wieder auf dem Niveau vor der Krise 2019 bei ihrem Auslandsengagement angelangt sind (56 Prozent), steigt der Anteil bei den großen Industrieunternehmen ab 1.000 Mitarbeiter sogar auf ein neues Rekordhoch von 85 Prozent. Nie zuvor wollten so viele Großunternehmen im Ausland investieren.

Die Unternehmen, die sich 2022 im Ausland engagieren wollen, planen unter dem Strich mit deutlich höheren Investitionsbudgets: 39 Prozent wollen dieses Jahr ihre Auslandsinvestitionen gegenüber dem Vorjahr ausweiten – spürbar mehr als noch in den beiden vorangegangenen Krisenjahren (2020: 25 Prozent; 2021: 27 Prozent), nur elf Prozent planen Kürzungen. Der Saldo beläuft sich damit auf 28 Punkte nach sechs Punkten im Jahr 2021. Zuletzt gab es 2018 Auslandsinvestitionen in dieser Größenordnung (Saldo: 27 Punkte).

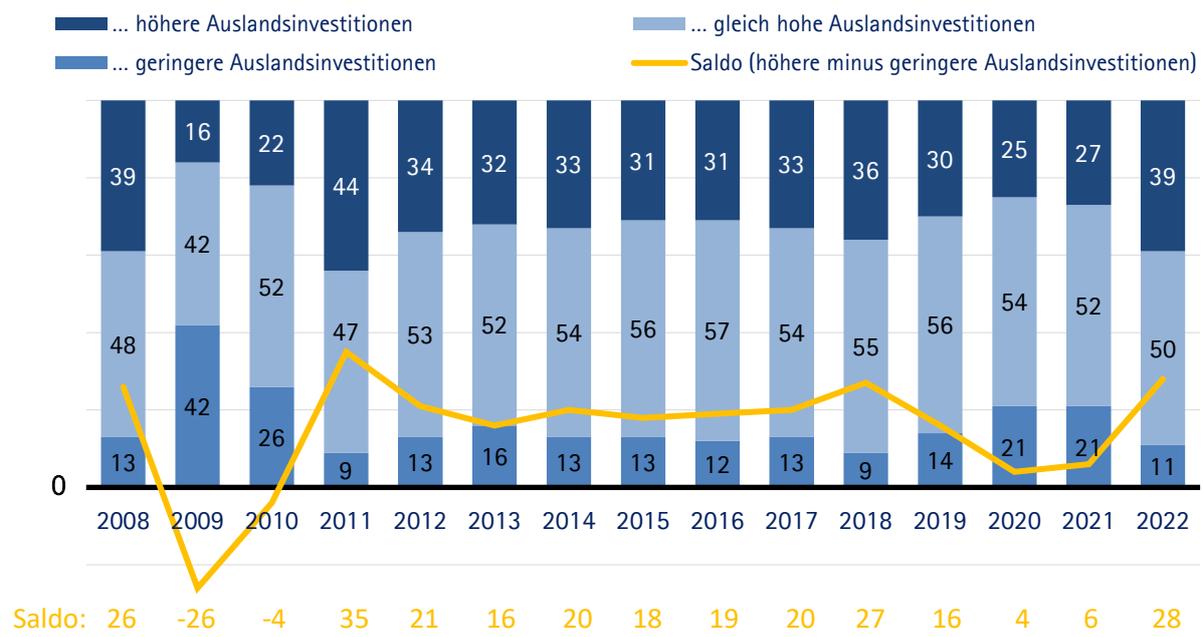
### Anteil der deutschen Industrieunternehmen mit Plänen für Auslandsinvestitionen

Anteil in Prozent



### Von den Industrieunternehmen, die im Ausland investieren wollen, planen ...

Anteile in Prozent, Saldo in Punkten



## Auslandsinvestitionen zum Überwinden von Lieferengpässen

Unternehmen mit erheblichen Lieferschwierigkeiten wollen deutlich häufiger ihre Auslandsinvestitionen ausweiten als solche ohne oder mit nur geringen Lieferengpässen: Während fast 40 Prozent der Unternehmen mit erheblichen Lieferproblemen expansiv im Ausland planen, sind es bei denjenigen mit keinen oder nur geringen Problemen nur knapp ein Drittel. Das deutet darauf hin, dass zur Bewältigung der Coronavirus-Pandemie ein beachtlicher Teil der Industriebetriebe die Strategie verfolgt, in die Diversifikation von Lieferketten im Ausland zu investieren.

So berichten etwa überdurchschnittlich viele Elektrotechniker (65 Prozent), Kfz- und Maschinenbauer (61 bzw. 59 Prozent) sowie Hersteller von Chemie- und Pharmaprodukten (54 Prozent) von gravierenden Schwierigkeiten bei Lieferungen (Gesamtschnitt Industrie mit erheblichen Lieferschwierigkeiten: 49 Prozent). Zugleich wollen von diesen Unternehmen deutlich mehr als zuletzt im Ausland investieren – und das mit erhöhten Investitionsbudgets.

	Industrie (ohne Baugewerbe)	Investitionsgüter- produzenten	Vorleistungsgüter- produzenten	Ge- und Verbrauchsgüter- produzenten	Kraftfahrzeugbau	Maschinenbau	Elektrotechnik	Chemische und Pharmazeutische Industrie
<b>im Ausland tätige Unternehmen (Anteil in Prozent)</b>								
2022	44	52	41	38	67	54	53	52
2021	43	49	42	39	60	49	50	50
<b>Geplante Auslandsinvestitionen der Unternehmen im Jahr 2022 (Saldo aus „höher“ minus „geringer“)</b>								
Saldo 2022	28	32	30	10	43	31	35	24
Saldo 2021	6	2	13	0	22	-3	8	14
<b>Aus diesen Gründen investieren die Unternehmen im Ausland (in Prozent)</b>								
Kosten	26	25	27	25	40	21	25	15
Markterschließung	26	24	33	15	38	23	22	31
Vertriebs- und Kundendienst	48	51	40	60	22	56	53	54
<b>In diesen Regionen investieren die Unternehmen (in Prozent, Mehrfachnennung möglich)</b>								
Eurozone	71	68	71	75	90	66	67	69
sonstige EU, Schweiz, Norwegen	24	26	21	28	27	28	22	15
davon UK	13	16	11	10	20	16	12	6
Ost-/Südosteuropa (ohne EU), Russland, Türkei	20	24	18	17	24	26	17	16
Nordamerika	40	49	37	23	49	53	34	47
Süd- und Mittelamerika	15	20	13	4	27	22	9	15
Afrika, Nah- und Mittelost	11	14	9	3	17	15	13	6
China	39	49	35	21	61	49	47	30
Asien/Pazifik (ohne China)	25	30	23	14	36	31	29	25

## Vertrieb und Kundendienst im Ausland nehmen zu

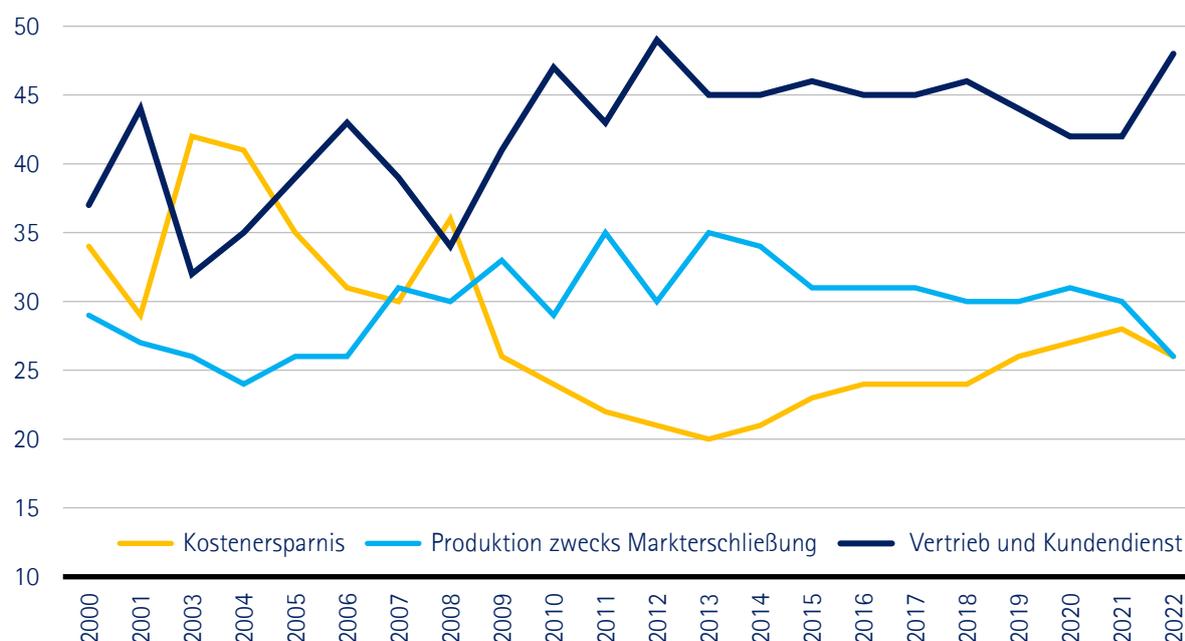
Das zentrale Motiv für Auslandsinvestitionen der Unternehmen bleibt der Auf- und Ausbau von Vertrieb und Kundendienst im Ausland – und, es gewinnt an Bedeutung. 48 Prozent der Unternehmen, und damit merklich mehr als im Vorjahr (42 Prozent), nennen Vertrieb und Kundendienst als Investitionsmotiv. Nur 2012 fielen die Nennungen mit 49 Prozent noch etwas höher aus.

Die Hoffnung auf eine weltweite wirtschaftliche Erholung und ein Ende der Einschränkungen durch die Pandemie lässt die Industrieunternehmen wieder stärker im Inland<sup>1</sup> und in ausländischen Märkten investieren. Dabei zeigt sich, dass von den Industrieunternehmen, die 2022 mit steigenden Investitionen im Inland kalkulieren, mittlerweile auch 64 Prozent mit steigenden Investitionen im Ausland planen; 2021 waren es 59 Prozent und 2020 53 Prozent.

Der Vertrieb von Produkten „Made in Germany“ im Ausland, die Kundeberatung vor Ort und der After-Sales-Service sind niederschwellige Möglichkeiten, um in ausländischen Märkten präsent zu sein – und perspektivisch neue Geschäftsfelder zu erschließen. In der Chemie- und Pharmabranche wollen so viele Unternehmen wie nie zuvor in den Vertrieb und Kundendienst im Ausland investieren (54 Prozent nach zuvor 47 Prozent). Erneut setzen überdurchschnittlich viele Maschinenbauer auf den Auf- und Ausbau von Vertrieb und Kundendienst (gleichbleibend 56 Prozent) und bei den elektrischen Ausrüstern sind es 55 Prozent (nach 44 Prozent).

### Motive der Auslandsinvestitionen deutscher Industrieunternehmen

in Prozent; 2002 keine Befragung zu den Auslandsinvestitionsplänen



Etwas in den Hintergrund treten hingegen Investitionen, um Produktionsstätten im Ausland zur Markterschließung zu errichten – die Nennungen reduzieren sich auf 26 Prozent nach 30 Prozent in der Vorumfrage. Darin dürfte auch zum Ausdruck kommen, dass bei vielen Unternehmen im Zuge der Corona-Krise aber auch mit Blick auf geopolitischen Entwicklungen wie aktuell der Krieg in der Ukraine neu sondiert werden muss, welche Märkte erschlossen und wo in neue Anlagen investiert werden soll. Da es dabei in der Regel um langfristige Investitionen geht, sind die Unternehmen noch zurückhaltend, nicht zuletzt, weil das Ende der weltweiten Pandemie noch nicht abzusehen ist und Risiken für die geschäftliche Entwicklung wie steigende Energie- und Rohstoffpreise zunehmen.

Aus Kostengründen im Ausland zu investieren, wird von 26 Prozent der Unternehmen als Grund angegeben. Zwar sinken die Nennungen etwas – im Jahr 2021 lag dieses Motiv bei 28 Prozent, dem höchsten Wert seit 2008 – bleiben aber über dem Mittelwert der Nennungen der letzten zehn Jahre (24 Prozent). Im Kraftfahrzeugbau sind Kostengründe das

<sup>1</sup> Vgl. [DIHK-Konjunkturumfrage zu Jahresbeginn 2022](#)

dominante Investitionsmotiv, auch wenn es mit 40 Prozent geringfügig seltener genannt wird als im Vorjahr (41 Prozent). Im Textil-, Bekleidungs- und Ledergewerbe legt das Hauptmotiv sogar weiter zu (auf 56 nach 48 Prozent). Im Maschinenbau steigen die Nennungen auf 21 Prozent (von 19 Prozent).

Unternehmen, die aus Kostengründen im Ausland investieren wollen, zeigen sich dabei im Inland restriktiver als der Rest der Industrie – sowohl bei den heimischen Beschäftigungsplänen (Beschäftigungssaldo: zehn Punkte, Gesamtindustrie: 15 Punkte) als auch bei den inländischen Investitionsplänen am jeweiligen Standort (Investitionssaldo: 14 Punkte, Gesamtindustrie: 23 Punkte).

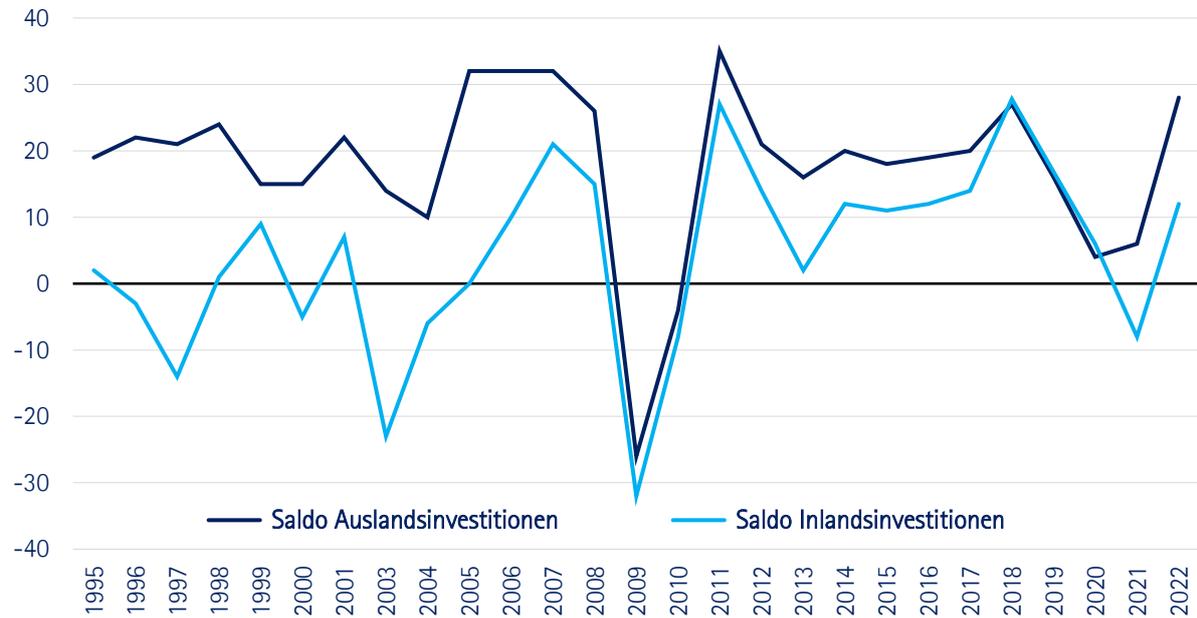
Inländische Investitions- und Beschäftigungspläne von Industrieunternehmen, die im Ausland investieren (Saldo in Punkten)												
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Inländischer Investitionssaldo der Industrieunternehmen ...</b>												
... insgesamt	27	14	2	12	11	12	14	27	16	-1	-1	23
... mit Plänen für Auslandsinvestitionen	37	17	6	18	17	16	21	35	17	-9	4	31
... mit Auslandsinvestitionen zwecks Kostenersparnis	32	9	-5	13	11	7	15	27	8	-12	-8	14
... mit Auslandsinvestitionen zwecks Markterschließung	40	16	7	21	17	14	18	35	15	-2	12	34
... mit Auslandsinvestitionen zwecks Vertrieb/Kundendienst	38	21	10	18	20	21	25	38	23	8	7	38
<b>Inländischer Beschäftigungssaldo der Industrieunternehmen ...</b>												
... insgesamt	16	8	-4	5	2	4	7	21	10	-10	-9	15
... mit Plänen für Auslandsinvestitionen	29	15	1	12	6	8	16	31	15	0	-5	27
... mit Auslandsinvestitionen zwecks Kostenersparnis	19	-1	-14	-1	-7	-5	2	13	0	-24	-22	10
... mit Auslandsinvestitionen zwecks Markterschließung	30	15	-1	13	10	5	12	31	13	-15	0	23
... mit Auslandsinvestitionen zwecks Vertrieb/Kundendienst	34	20	9	17	10	16	24	39	24	3	2	37

Von den Unternehmen, die im Ausland hauptsächlich aus Kostengründen investieren wollen, sehen 48 Prozent in den Arbeitskosten (2021: 41 Prozent) ein Risiko für die geschäftliche Entwicklung in den kommenden zwölf Monaten. Weniger stark ins Gewicht fällt dieses Risiko hingegen bei Investitionen aus Gründen der Markterschließung (32 Prozent) und wegen Vertrieb und Kundendienst (34 Prozent). Bei den Unternehmen, die aus diesen beiden Gründen im Ausland investieren wollen, sind vielmehr Sorgen um den heimischen Fachkräftemangel präsent (68 Prozent bzw. 63 Prozent). Im Unternehmensdurchschnitt geben 61 Prozent der Betriebe an, dass der Fachkräftemangel ein Geschäftsrisiko darstellt.

Bei allen drei Investitionsmotiven werden von den Betrieben steigende Energie- und Rohstoffpreise als Herausforderung für die wirtschaftliche Entwicklung genannt. Die Nennungen bei den Industrieunternehmen mit Auslandsplänen klettern auf rund 84 Prozent – in der Gesamtwirtschaft geben mittlerweile 61 Prozent der Betriebe dieses Hemmnis an.

## Investitionsabsichten der Industrieunternehmen im In- und Ausland

Salden in Punkten; bis 2001 Unternehmensantworten vom Herbst des Vorjahres, ab 2003 vom Jahresbeginn; 2002 keine Befragung



## Eurozone und Nordamerika gewinnen an Attraktivität

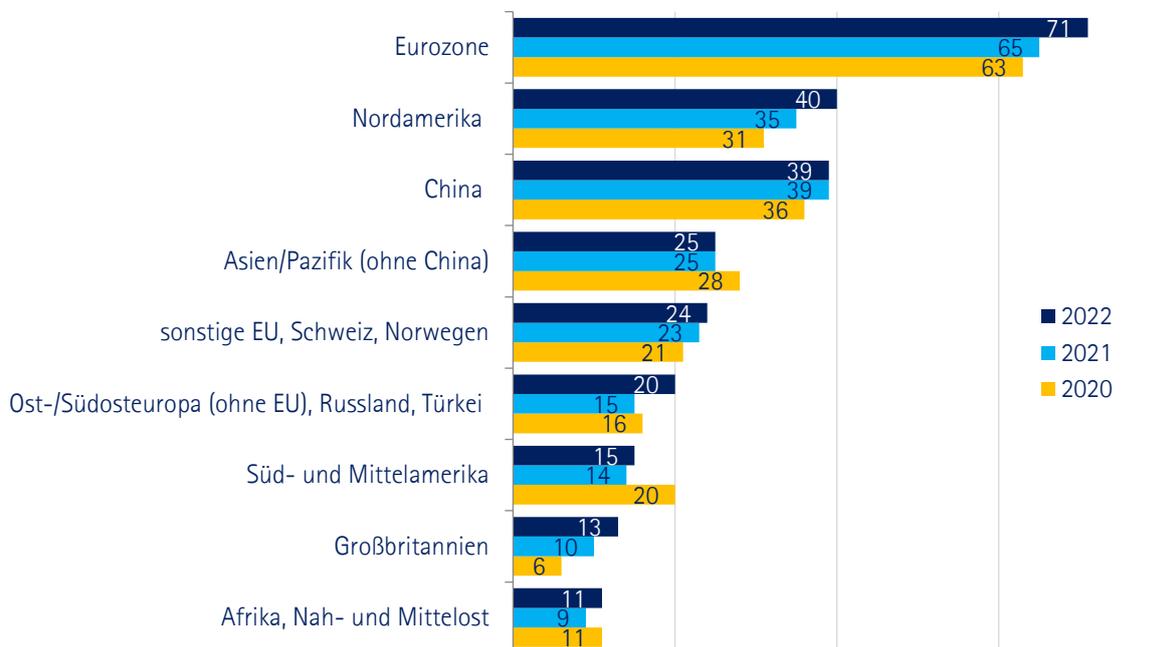
In fast allen Zielregionen steigt der Anteil der deutschen Unternehmen, die dort ausländische Investitionen planen. Lediglich in China (39 Prozent) und im Asien-Pazifik-Raum (25 Prozent) bleibt der Anteil der Unternehmen, die dort Investitionen planen, konstant.

Zentraler Investitionsstandort für die deutsche Industrie bleibt die Eurozone. 71 Prozent der Industrieunternehmen nach 65 Prozent in der Vorumfrage wollen hier investieren. Der Investitionssaldo aus „höheren“- und „geringeren“-Investitionen verbessert sich im gemeinsamen Währungsraum deutlich von elf auf 33 Punkte. Mehr als jedes zweite Unternehmen will in den Ausbau von Vertrieb und Kundendienst investieren (54 Prozent). Für etwas weniger Unternehmen als im globalen Durchschnitt stehen Investitionen aus Kostengründen (23 Prozent) und in die Produktion zur Markterschließung (23 Prozent) im Vordergrund. Besonders im Kraftfahrzeugbau springt der Anteil der Unternehmen, die ihr Engagement in der Eurozone ausweiten wollen, sprunghaft auf einen Höchststand von 90 Prozent (nach zuvor 69 Prozent). Die Hersteller von Elektrotechnik erhöhen ihr Engagement hingegen nur leicht (67 nach 64 Prozent).

Die TOP 2-Zielregion für Investitionen deutscher Unternehmen bleibt Nordamerika mit aktuell 40 Prozent der Nennungen (nach 35 Prozent). Hier verdoppeln sich die Investitionsbudgets im Vergleich zum Vorjahr (Saldo von 50 nach zuvor 25 Punkten). Die Funktionsschwerpunkte der Investitionen verändern sich verglichen mit der Vorumfrage kaum: 59 Prozent der Unternehmen wollen ihren Vertrieb und Kundendienst ausweiten, 31 Prozent Investitionen zur Markterschließung vornehmen und jedes zehnte Unternehmen Investitionen aufgrund von Kostenersparnis – eine im Vergleich zu anderen Zielregionen geringerer Wert. Besonders die Maschinenbauer wollen verstärkt in Nordamerika präsent sein. 53 Prozent wollen dort investieren, ein neuer Höchststand (nach zuvor 41 Prozent). Auch die Chemie- und Pharmabranche und die Hersteller von Datenverarbeitungsgeräten wollen in dieser Zielregion stärker vertreten sein (47 nach 44 Prozent bzw. 41 nach 39 Prozent).

### Anteil der Auslandsinvestitionen nach Zielregionen

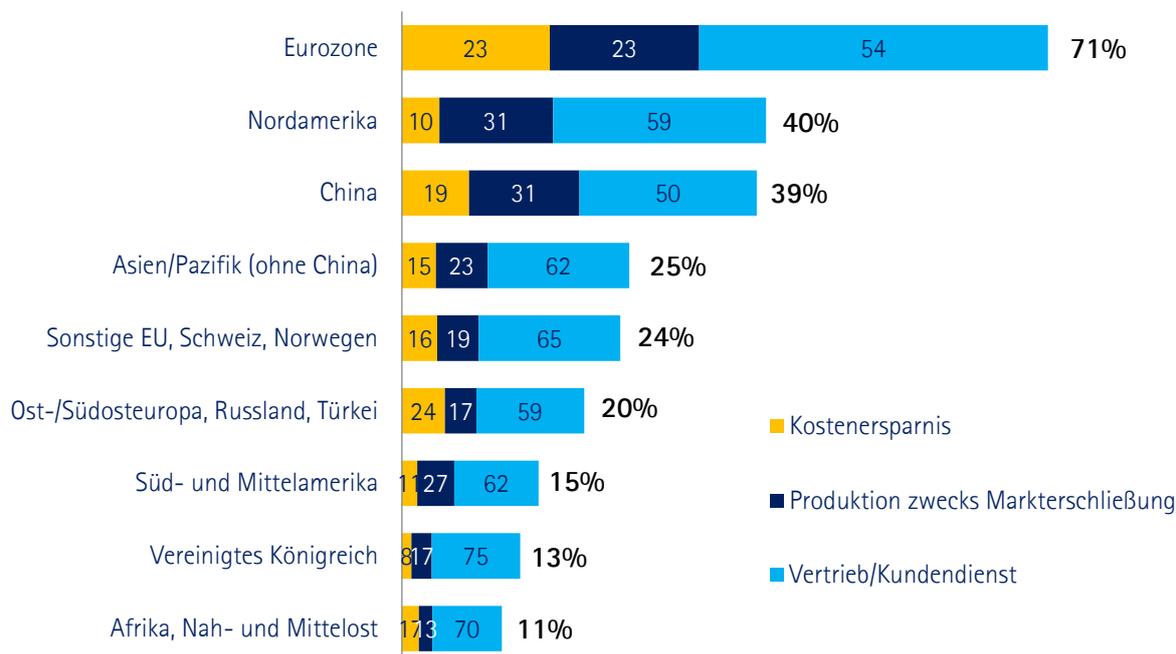
Industrieunternehmen, Angaben in Prozent; Mehrfachnennungen möglich



Etwas attraktiver werden auch die sonstige EU (wie Polen, Tschechien, Ungarn) sowie die Schweiz und Norwegen für die Unternehmen, knapp ein Viertel der Industrieunternehmen will dort investieren (24 Prozent nach 23 Prozent in der Vorumfrage). Der Saldo der Investitionsabsichten der Unternehmen in diesen Regionen steigt auf 35 Punkte nach zuvor 21 Punkten. Im Vergleich zur Vorumfrage verliert hier das Kostenmotiv wieder etwas an Bedeutung (16 nach 22 Prozent). Vielmehr bauen die Unternehmen ihren Vertrieb und Kundendienst in diesen Ländern aus (65 nach 58 Prozent). Überdurchschnittlich viele Unternehmen aus dem Maschinenbau, dem Textil- Bekleidungs- und Ledergewerbe (jeweils 28 nach 18 Prozent in der Vorumfrage) und aus der Gummi- und Kunststoffindustrie (27 nach 22 Prozent in der Vorumfrage) wollen dort investieren.

## In welchen Regionen investieren die Industrieunternehmen und mit welchem Funktionsschwerpunkt?

Mehrfachnennungen möglich; in Prozent



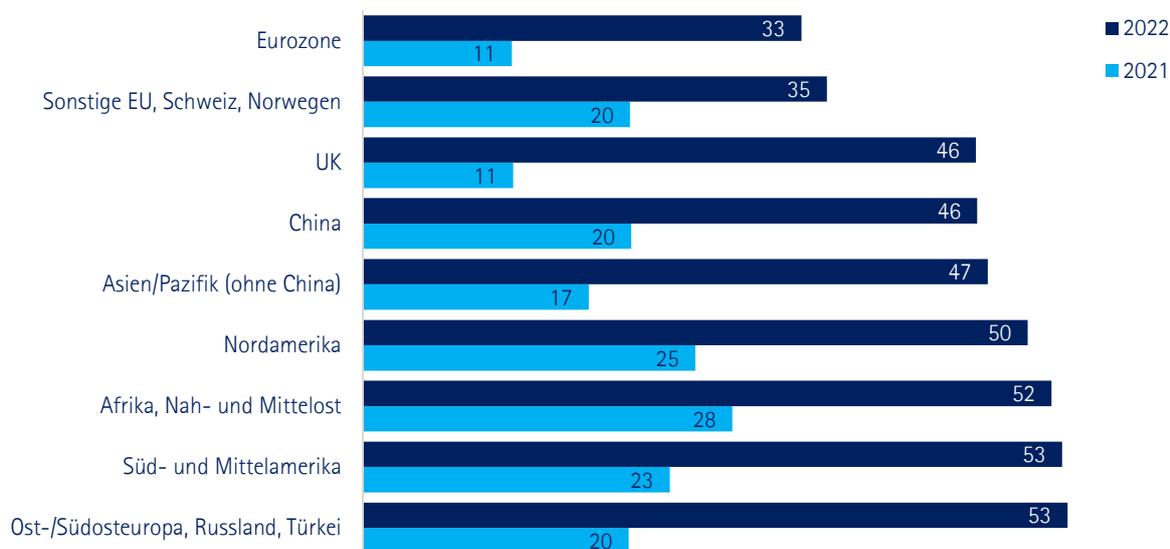
Auch im Vereinigten Königreich (UK) wollen wieder etwas mehr Industrieunternehmen investieren (13 nach 10 Prozent). Besonders die Automobilbauer weiten wieder ihr Engagement aus. Jeder fünfte will investieren (nach zuvor 15 Prozent) – so auch in der Gummi- und Kunststoffindustrie (21 nach 13 Prozent). Insgesamt planen Unternehmen, die im UK investieren, mit deutlich höheren Budgets als zuletzt (Saldo von 46 nach zuvor 11 Punkten). In keiner anderen Region fällt der Anstieg im Vergleich zu Vorumfrage so deutlich aus. Drei von vier Unternehmen wollen ihren Vertrieb und Kundendienst ausweiten – ein erneuter Anstieg im Vergleich zur Vorumfrage (75 nach 73 Prozent) sowie im Vergleich zu anderen Zielregionen der höchste Wert. Eine stärkere Präsenz vor Ort dürfte in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Austritt von UK aus dem EU-Binnenmarkt zusammenhängen, um etwa Handelshemmnisse zu umgehen.<sup>2</sup>

Vor dem Krieg in der Ukraine und den Sanktionen gegen Russland wollten mehr Unternehmen als zuletzt auch in der Region Ost- und Südosteuropa außerhalb der EU, Russland und Türkei in den kommenden Monaten investieren (20 nach 15 Prozent). Hierfür sind auch deutlich höhere Budgets als im vergangenen Jahr vorgesehen (Saldo von 53 nach zuvor 20 Punkten). Angesichts der aktuellen Lage dürften die Investitionspläne zumindest teilweise zurückgestellt oder in andere Regionen umgelenkt werden. Vor allem die Hersteller von Metallerzeugnissen (21 nach 15 Prozent) und die Maschinenbauer (26 Prozent nach 16 Prozent) wollten verstärkt in dieser Region investieren. Auch in dieser Region steht der Ausbau von Vertrieb und Kundendienst (59 nach 54 Prozent) im Vordergrund. Während zudem das Motiv der Kostensparnis (24 nach 19 Prozent) an Bedeutung gewinnt, rückt die Markterschließung (17 nach 27 Prozent) in den Hintergrund.

<sup>2</sup> Vgl. DIHK-Umfrage Going International 2022

## Erwartete Auslandsinvestitionen nach Zielregion

Saldo aus höheren minus geringen Erwartungen



In China wollen konstant 39 Prozent der Unternehmen investieren und – ähnlich wie in den anderen Zielregionen – ihre Budgets deutlich ausweiten (Saldo von 46 nach zuvor 20 Punkten). Hinsichtlich der Funktionsschwerpunkte der Investitionen sind keine Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr zu verzeichnen: Jedes zweite Unternehmen möchte seinen Vertrieb und Kundendienst ausweiten (Vorumfrage 49 Prozent), knapp ein Drittel investiert aufgrund von Markterschließung (31 nach 32 Prozent) und jedes fünfte Unternehmen aufgrund der Kostenersparnis (unverändert 19 Prozent). Für die Hersteller von Datenverarbeitungsgeräten bleibt China nach der Eurozone die zweitwichtigste Region für Investitionen, über die Hälfte der Unternehmen plant dort ein Engagement (54 nach zuvor 45 Prozent). Das gilt auch für die Kfz-Bauer, allerdings nimmt die Anzahl Unternehmen, die dort investieren wollen, erneut ab (auf 61 nach 63 Prozent). Die Hersteller von Kfz-Teilen und –Zubehör dagegen nehmen nach dem Rückgang 2021 den chinesischen Markt wieder stärker in den Blick (70 Prozent nach 63 Prozent). Wieder seltener wollen die Unternehmen der Chemie- und Pharmabranche in China investieren (30 Prozent nach zuvor 42 Prozent).

Ebenso konstant investieren 25 Prozent der Unternehmen im Asien-Pazifik-Raum. Noch deutlicher als in China steigt hier der Investitionssaldo aus höheren minus geringeren Investitionsbudgets (Saldo von 47 nach zuvor 17 Punkten). Der Ausbau von Vertrieb und Kundendienst hat im Vergleich zur Vorumfrage an Bedeutung gewonnen (62 nach 54 Prozent). Kostenersparnis (15 nach 16 Prozent) und Markterschließung (23 nach 30 Prozent) sind dafür etwas weniger relevant als zuletzt. So wollen wieder mehr Chemiebetriebe und elektrische Ausrüster in dieser Region investieren (32 nach 27 Prozent bzw. 27 nach 25 Prozent). Zwar wollen auch mehr Kfz-Bauer und Elektrotechniker als der Schnitt der Industrie in den kommenden Monaten im asiatischen Raum investieren, allerdings sind es etwas Unternehmer als 2021 (36 nach 40 Prozent bzw. 29 nach 32 Prozent).

In Südamerika und Mittelamerika steigt die Anzahl der Unternehmen mit Investitionsplänen leicht auf 15 Prozent (nach 14 Prozent) – auch mit einer deutlichen Ausweitung der Investitionsbudgets (Saldo von 53 nach 23 Punkten). Ähnlich wie in den anderen Regionen wird der Vertrieb und Kundendienst (62 nach 57 Prozent) im Gegensatz zur Kostenersparnis (11 nach 12 Prozent) und Markterschließung (27 nach 31 Prozent) wichtiger. Im Maschinenbau wollen mittlerweile 22 Prozent der Unternehmen investieren – so viel wie nie seit 2015. Auch der Fahrzeugbau und die Hersteller von Metallerzeugnissen wollen wieder stärker in dieser Region präsent sein (24 nach 21 Prozent bzw. 15 nach 12 Prozent).

Länder in der Region Afrika, Nah- und Mittelost gewinnen ebenfalls an Attraktivität für Investitionen deutscher Unternehmen (11 nach 9 Prozent) – vor allem im Bereich Vertrieb und Kundendienst (70 nach 63 Prozent). Der Anteil der Unternehmen, die mit höheren Budgets rechnen, steigt deutlich und überwiegt diejenigen, die mit weniger Investitionen rechnen (Saldo von 52 nach 28 Punkten). Bei den Elektrotechnikern erreichen die Nennungen mit 13 Prozent einen Höchststand. Auch der Maschinenbau will wieder stärker in der Region Afrika, Nah- und Mittelost vertreten sein (15 nach acht Prozent). Hingegen nehmen die Nennungen für den Kfz-Bau (17 Prozent nach 33 Prozent) sowie für die Hersteller von Kfz-Teilen und -Zubehör ab (14 nach 22 Prozent).

## Fragebogen

**Wie werden sich die Ausgaben Ihres Unternehmens für Investitionen im Ausland im Jahr 2022 im Vergleich zum Jahr 2021 entwickeln?**

- höhere Ausgaben
- gleichbleibende Ausgaben
- geringere Ausgaben
- in beiden Jahren keine Auslandsinvestitionen

**Wo plant Ihr Unternehmen 2022 Auslandsinvestitionen zu tätigen? (Mehrfachantworten möglich)**

- Eurozone
- sonstige EU, Schweiz, Norwegen
- davon Vereinigtes Königreich
- Ost-/Südosteuropa (ohne EU), Russland, Türkei
- Nordamerika
- Süd- und Mittelamerika
- Afrika, Nah- und Mittelost
- China
- Asien/Pazifik (ohne China)

**Welchen Funktionsschwerpunkt haben die Auslandsinvestitionen Ihres Unternehmens im Jahr 2022?**

- Produktion zwecks Kostenersparnis
- Produktion zwecks Markterschließung
- Vertrieb/Kundendienst
- Sonstiges: (als Kommentarfeld)

## Impressum

© Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V. (DIHK) | Berlin | Brüssel

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Postanschrift: 11052 Berlin |

Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte

Telefon: 030 20308-0

### DIHK Online

[Homepage](#) | [Facebook](#) | [Twitter](#) | [LinkedIn](#) | [Instagram](#) | [Youtube](#)

**Redaktion:** Dr. Susanne Gewinnus, Carolin Herweg, Lola Machleid, Dr. Jupp Zenzen

**Grafik:** Friedemann Encke, Sebastian Titze, DIHK

**Stand:** März 2022