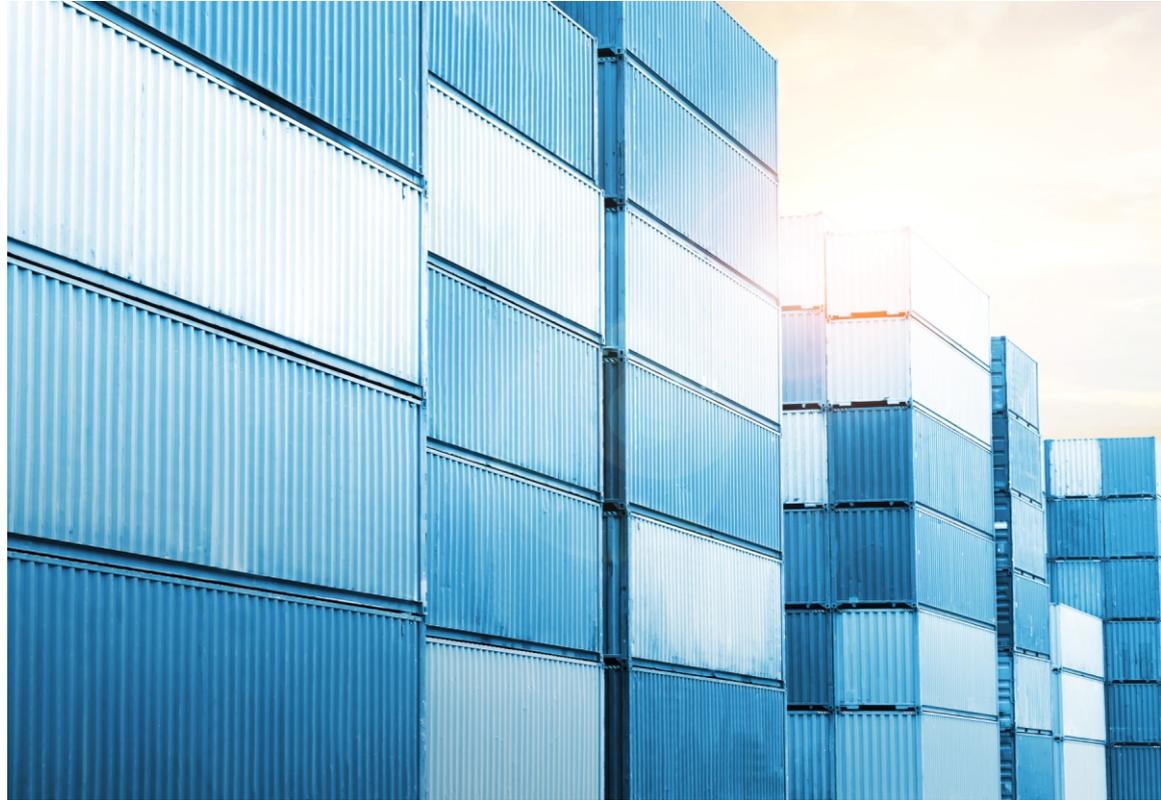


Fokus Niedersachsen

Unser Blickpunkt auf die Wirtschaft



Wettbewerbsfähigkeit steigern,
um Hürden zu überwinden

IHKN-Umfrage „Going International“ 2025

Mai 2025



Wer wir sind

Die IHK Niedersachsen ist die Landesarbeitsgemeinschaft der sieben niedersächsischen Industrie- und Handelskammern:

- IHK Braunschweig
- IHK Elbe-Weser
- IHK Hannover
- IHK Lüneburg-Wolfsburg
- Oldenburgische IHK
- IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim
- IHK für Ostfriesland und Papenburg

Sie vertritt rund 520.000 gewerbliche Unternehmen gegenüber Politik und Verwaltung.

Wettbewerbsfähigkeit steigern, um Hürden zu überwinden



Die Geschäftsperspektiven der niedersächsischen Unternehmen auf den internationalen Märkten haben sich gegenüber dem Vorjahr leicht verbessert. Insgesamt bleibt die Stimmung jedoch negativ. Dazu trägt zum Teil die handelspolitische Unsicherheit bei, die aus den USA in die Märkte getragen wird. Noch erheblichere Auswirkungen haben jedoch die zahlreichen anderen Hemmnisse und Hürden, die weltweit in immer größerem Maße errichtet werden.

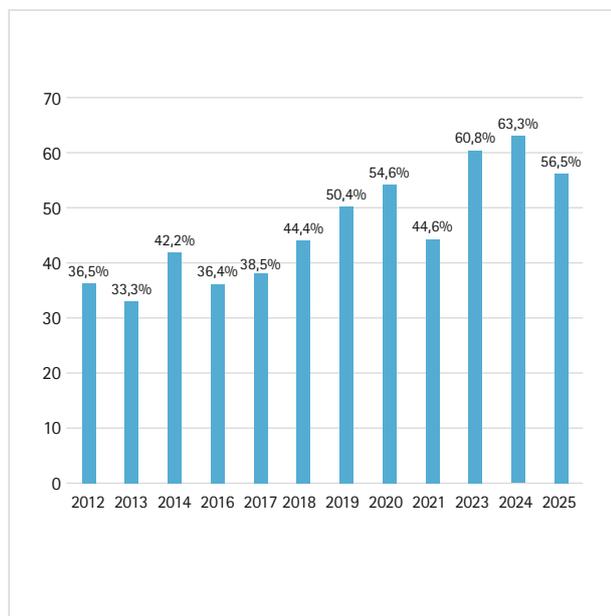
Diese Schlussfolgerungen lassen sich aus der Niedersachsen-Auswertung der aktuellen IHKN-Umfrage „Going International“ ableiten. An der Umfrage haben sich zwischen 24. Februar und 7. März 2025 knapp 300 Unternehmen beteiligt.

Die aktuelle Ausgabe des IHKN Fokus Niedersachsen mit dem Titel "Wettbewerbsfähigkeit steigern, um Hürden zu überwinden" zeigt die Ergebnisse im Einzelnen, bewertet diese und leitet Handlungsempfehlungen draus ab.





Die Handelshemmnisse nehmen weltweit zu

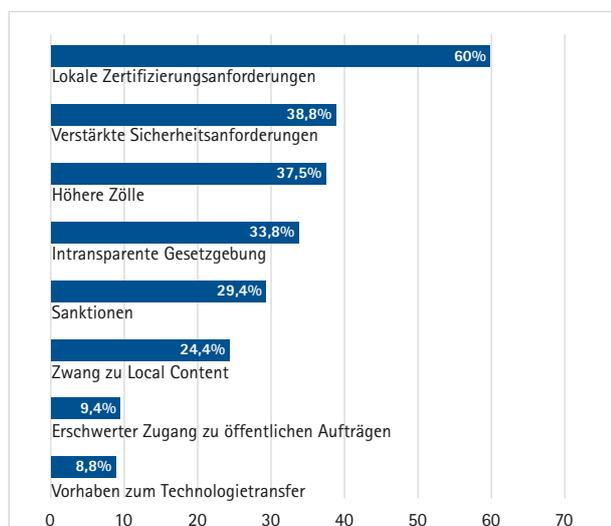


Die niedersächsischen Unternehmen werden bei ihrer Auslandstätigkeit weltweit mit immer neuen Handelshemmnissen konfrontiert: 56,5 Prozent der international tätigen Unternehmen haben im vergangenen Jahr eine Zunahme der Hemmnisse festgestellt. Vor einigen Jahren, als man auch schon weltweit eine Zunahme des Protektionismus beklagte, lagen die Werte in der Regel um die 35 Prozent.

In der Pandemiezeit schnellten die neuen Hemmnisse dann nach oben. Heute muss man bedauerlicherweise konstatieren: Werte von über 50 Prozent bei neu gemeldeten Handelshemmnissen scheinen die neue Normalität zu sein.

Anteil der Unternehmen, die eine Zunahme von Hemmnissen bei ihren internationalen Geschäften gespürt haben (in Prozent)

Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025



Zum Zeitpunkt der Umfrage begann sich die Spirale aus Zöllen, Gegenzöllen und Strafzöllen gerade erst anzubahnen.

Das erklärt, warum „Höhere Zölle“ bei den spezifischen Hemmnissen noch deutlich seltener genannt wurde als die langjährigen Dauerbrenner „Lokale Zertifizierungsanforderungen“ und „verstärkte Sicherheitsanforderungen“.

Zunahme an Handelshemmnissen im internationalen Geschäft

(in Prozent; Mehrfachantworten möglich)

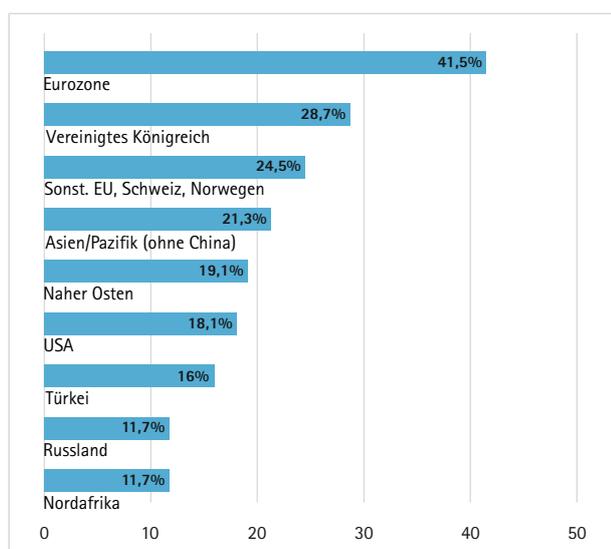
Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025



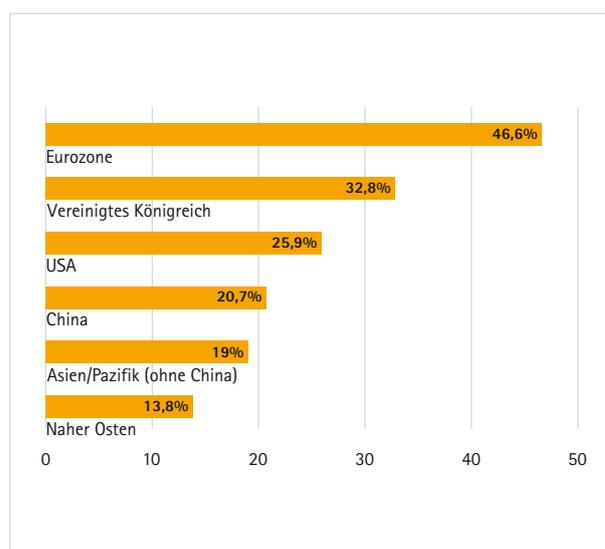
Interessant ist, wie sich die unterschiedlichen Hemmnisse regional verteilen: Die unrühmlichen Spitzenpositionen bei den neuen Handelsschranken nehmen nur zum Teil die erwartbaren Regionen ein: Es verwundert kaum, dass Russland die Region ist, in der Sanktionen mit Abstand am meisten als Hemmnis genannt werden. Ebenso wenig wie der erste Rang Chinas, wenn es um Vorgaben zum Technologietransfer geht. Höhere Zölle werden von den Unternehmen vor allem für die USA genannt (44,6 Prozent).

Und an einer der Spitzenpositionen ist – auch das ein erwartbares Ergebnis – in mehreren Kategorien das Vereinigte Königreich zu finden, wo die Geschäfte der niedersächsischen Unternehmen dauerhaft unter dem EU-Austritt leiden.

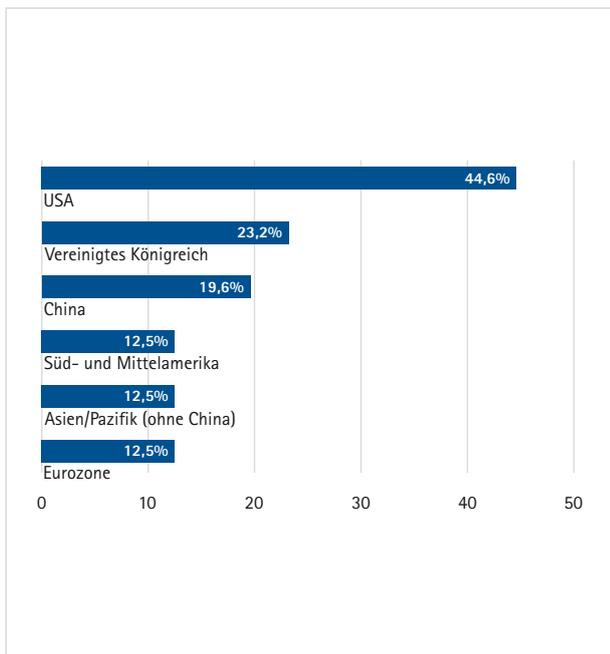
Aber: erschreckend ist, in wie vielen Kategorien die EU selbst eine Spitzenposition einnimmt oder sogar auf Platz eins bei den Handelshürden liegt. Der europäische Binnenmarkt gilt zwar als größte Errungenschaft der EU. Aber bei zwei der drei Haupthindernisse liegt sein Kernbereich, die Euro-Zone, auf Rang 1 bei den Handelshemmnissen; insgesamt liegt die Euro-Zone bei den acht meistgenannten Barrieren sage und schreibe vier Mal auf der Spitzenposition.



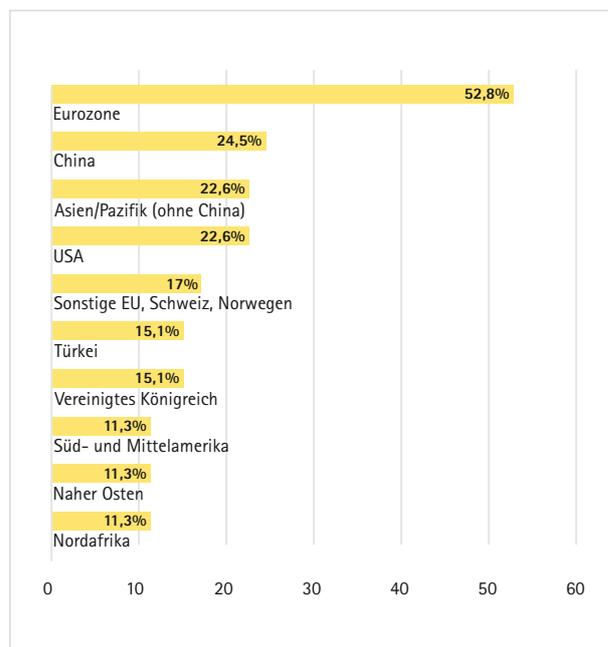
Lokale Zertifizierungsanforderungen als Handelshemmnis (in Prozent: Unternehmen, die eine Zunahme gespürt haben; Liste enthält nur Nennungen über 10 Prozent)
Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025



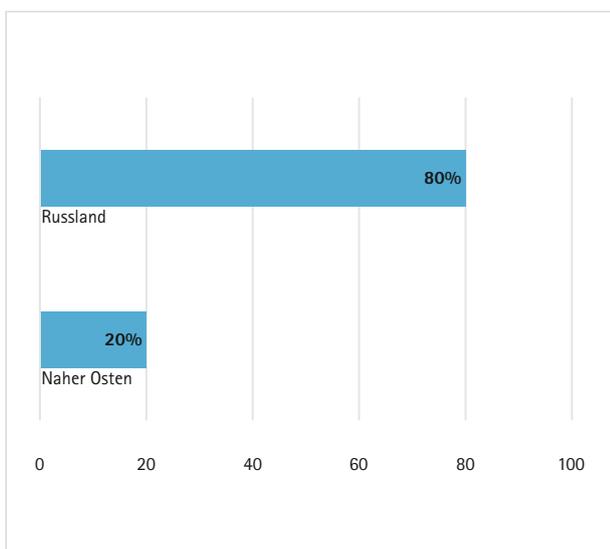
Verstärkte Sicherheitsanforderungen als Handelshemmnis (in Prozent: Unternehmen, die eine Zunahme gespürt haben; Liste enthält nur Nennungen über 10 Prozent)
Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025



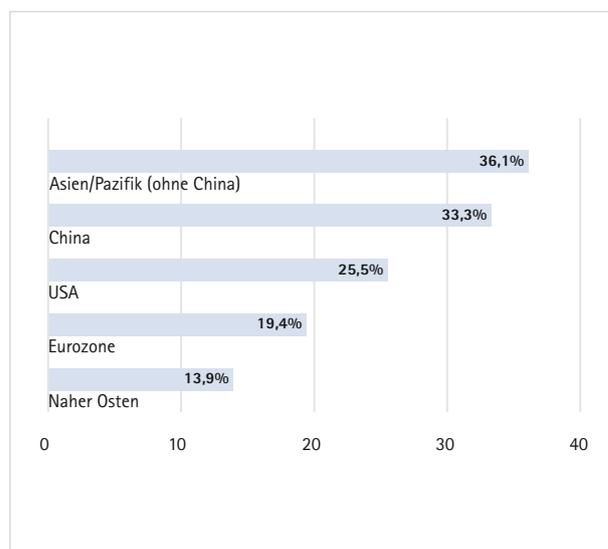
Höhere Zölle als Handelshemmnis (in Prozent: Unternehmen, die eine Zunahme gespürt haben; Liste enthält nur Nennungen über 10 Prozent)
Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025



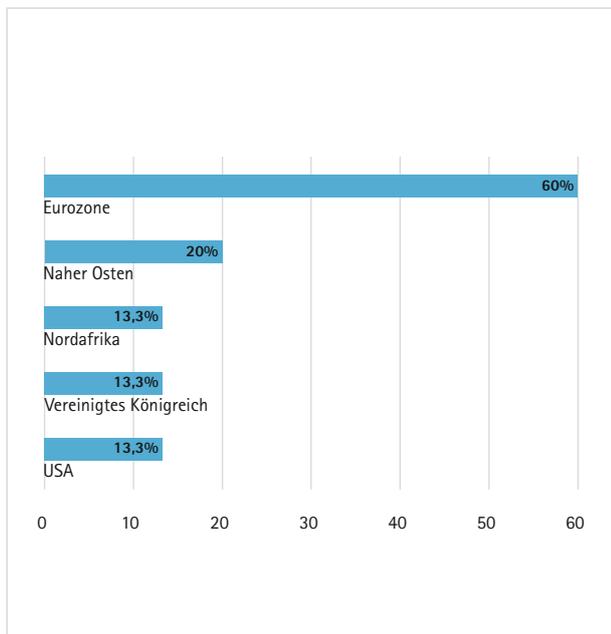
Intransparente Gesetzgebung als Handelshemmnis (in Prozent: Unternehmen, die eine Zunahme gespürt haben; Liste enthält nur Nennungen über 10 Prozent)
Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025



Sanktionen als Handelshemmnis (in Prozent: Unternehmen, die eine Zunahme gespürt haben; Liste enthält nur Nennungen über 10 Prozent)
Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025

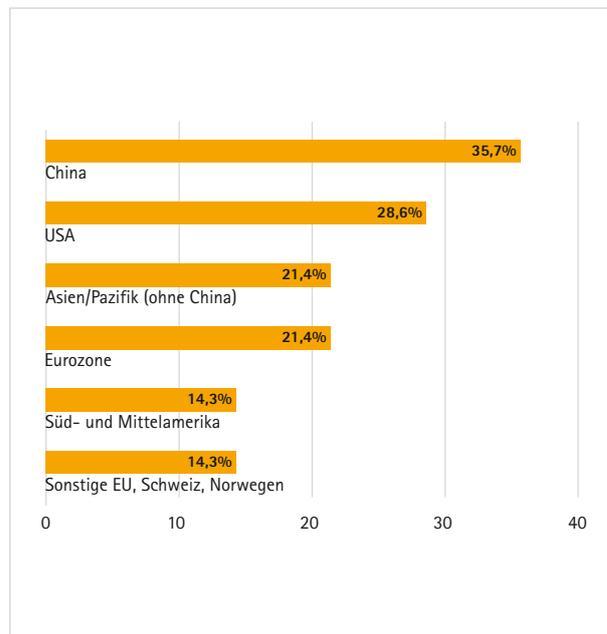


Zwang zu Local Content als Handelshemmnis (in Prozent: Unternehmen, die eine Zunahme gespürt haben; Liste enthält nur Nennungen über 10 Prozent)
Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025



Erschwerter Zugang zu öffentlichen Aufträgen als Handelshemmnis (in Prozent: Unternehmen, die eine Zunahme gespürt haben; Liste enthält nur Nennungen über 10 Prozent)

Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025



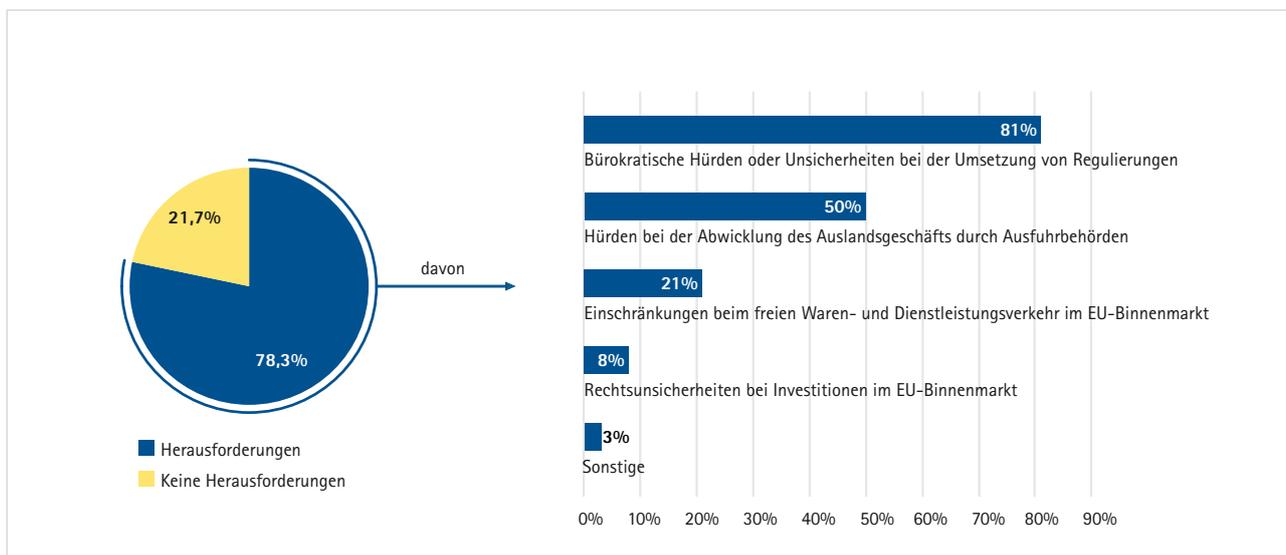
Vorgaben zum Technologietransfer als Handelshemmnis (in Prozent: Unternehmen, die eine Zunahme gespürt haben; Liste enthält nur Nennungen über 10 Prozent)

Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025

Bis zur viel beschworenen Vollendung des Binnenmarkts ist es offensichtlich noch ein sehr weiter Weg. In der wahrgenommenen Unternehmenswirklichkeit scheint es so zu sein, dass auf diesem Weg derzeit nicht vorangegangen wird, sondern man sich rückwärts bewegt: die Hindernisse, die es in einem Binnenmarkt eigentlich schon lange nicht mehr geben sollte, bestehen nicht nur fort – nein, sie nehmen sogar wieder zu.

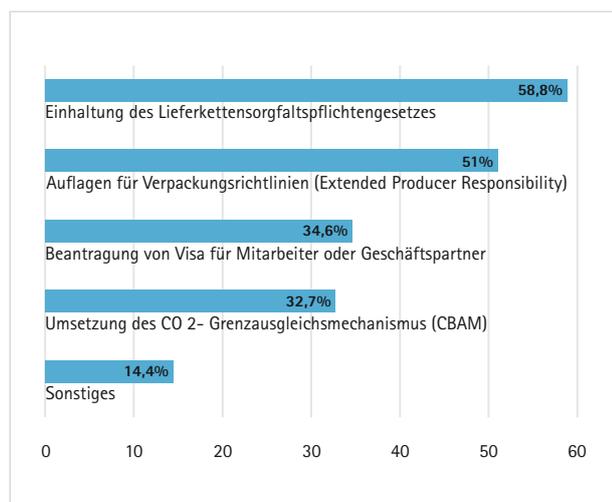


Konkrete Herausforderungen aus Deutschland und der EU



Weitere Herausforderungen im internationalen Geschäft (in Prozent; Mehrfachnennungen möglich; die Prozentangaben in der rechten Grafik basieren auf der Grundgesamtheit der Unternehmen, die Herausforderungen haben)
Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025

Eine deutliche Sprache spricht auch das Ergebnis bei der Frage nach „weiteren Herausforderungen bei internationalen Geschäften“: 78,3 Prozent der niedersächsischen Unternehmen sehen sich mit Hemmnissen konfrontiert, die auf nationaler oder europäischer Bürokratie basieren.



81 Prozent der Unternehmen spüren bürokratische Herausforderungen im internationalen Geschäft, davon:

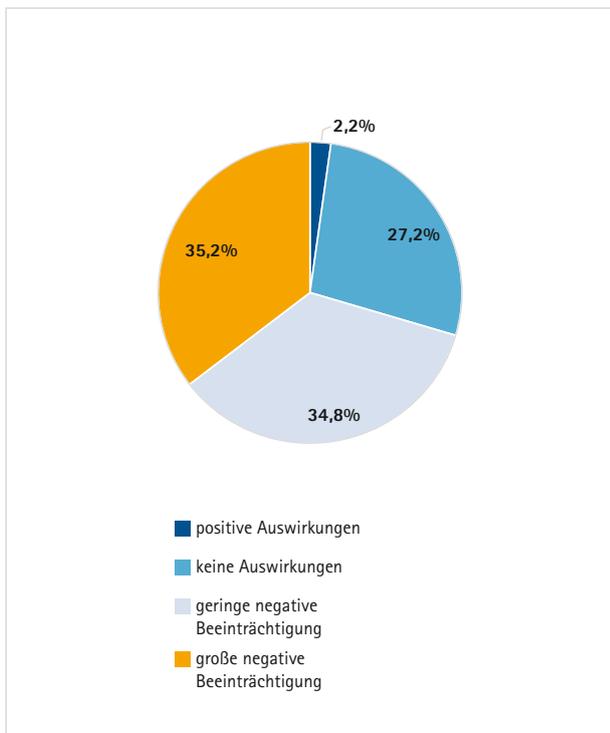
(in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)
Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025

Bei den konkreten bürokratischen Hürden wird das deutsche Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) mit 58,8 Prozent am häufigsten genannt. Es betrifft durch seine Ausgestaltung und durch die Handhabung nicht nur große Unternehmen, sondern in der Umsetzung der Berichtspflichten auch die breite Masse der Kleinunternehmen und den Mittelstand (KMU). Sie werden als Zulieferer von großen Unternehmen mit zahl- und umfangreichen Auskunftsersuchen konfrontiert. Auch die vielfältigen Auflagen für Verpackungsrichtlinien belasten mehr als die Hälfte der Unternehmen (51,0 Prozent).

In den zusätzlichen Anmerkungen haben die Teilnehmenden eine ganze Flut an Gesetzen und Verordnungen angeführt, mit denen sich die Unternehmen beschäftigen müssen: Bürokratie für Mitarbeiterentsendung innerhalb der EU, Medical Device Regulation, Carbon Border Adjustment Mechanism, EU-Entwaldungsverordnung EUDR, Compliance-Vorschriften, Sanitary Health Certificates, neue Halal-Zertifizierungen für bestimmte Länder, Produktsicherheitsverordnung, NIS 2-Richtlinie, unterschiedlichste Berichtspflichten an unterschiedliche Adressaten mit ähnlichem Inhalt aber unterschiedlicher Form.



Die Auswirkungen der US-Handelspolitik sind bereits spürbar



Auswirkungen der US-Handelspolitik (in Prozent)

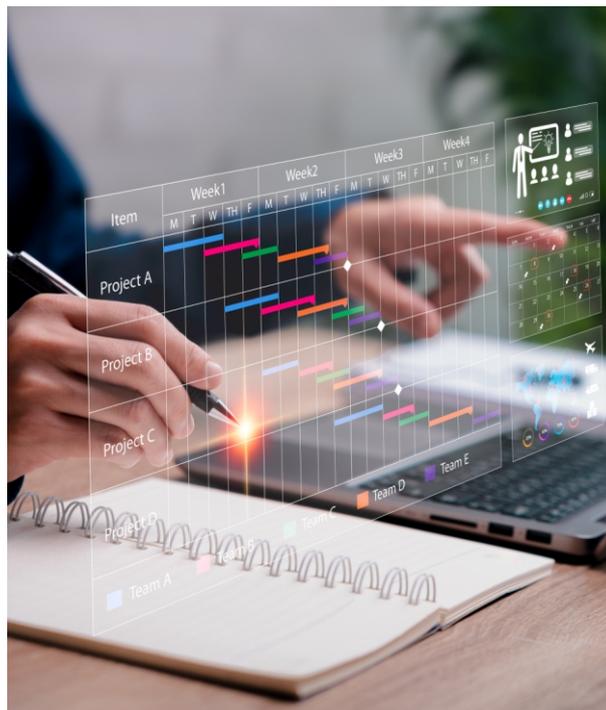
Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025

Die unberechenbare Handelspolitik der neuen US-Administration schlägt sich bereits überdeutlich in den Ergebnissen der Umfrage nieder: 70 Prozent der Unternehmen erwarten eine negative Auswirkung, rund die Hälfte davon sogar eine stark negative Beeinträchtigung ihrer Geschäfte.

Jahrelang waren die USA fast der einzige Markt weltweit, in dem die niedersächsischen Unternehmen äußerst positiv gestimmt waren. Das betraf sowohl die aktuelle Geschäftslage als auch die erwartete Geschäftserwartungen für die kommenden 12 Monate. Dies hat sich drastisch gewandelt: Zwar wird die aktuelle Lage noch positiv bewertet:

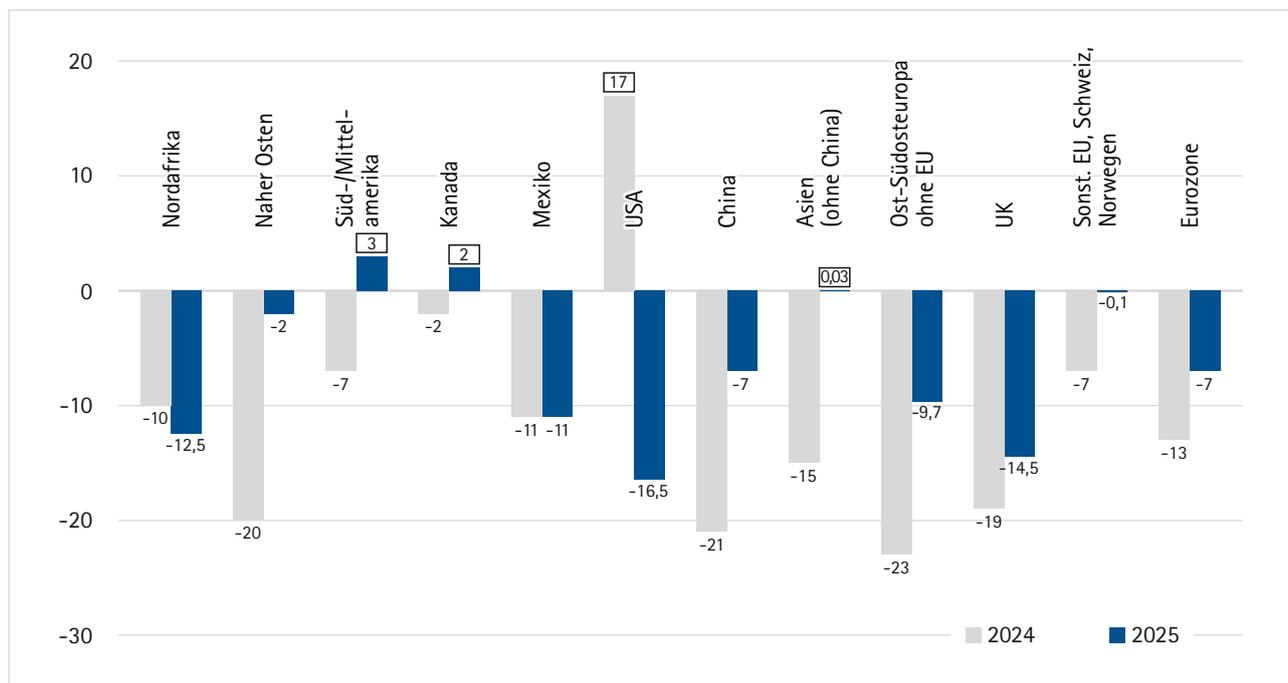
73 Prozent der Unternehmen mit USA-Geschäft bezeichnen sie als befriedigend oder sogar gut. Aber die Erwartungen sind von einem Wert von +16 auf -17 regelrecht abgestürzt (Saldo der Positiv- und Negativnennungen).

Ganz offensichtlich belastet der Mangel an Planbarkeit die niedersächsischen Unternehmen bei ihren US-Geschäften. Nach einer Umfrage der deutschen Auslandshandelskammern in den USA (German-American Business Outlook GABO) erwarten 81 Prozent der deutschen Tochtergesellschaften in den USA negative Auswirkungen durch die US-Zölle; ein Viertel von diesen Unternehmen gibt an, voraussichtlich in hohem Maße durch die Zölle betroffen zu sein. Noch öfter genannt werden allerdings die Schwierigkeiten, qualifizierte Arbeitskräfte in den USA zu finden. Daneben sind auch Visa- und Einwanderungsbelange häufig genannte Probleme auf dem US-Markt.





Geschäftslage und -perspektiven in weiteren ausgewählten Weltregionen



Geschäftsperspektiven 2024 in den Weltregionen

Saldo aus „besser“ minus „schlechter“-Meldungen bezogen auf die Zahl der im Land tätigen Unternehmen

Quelle: IHKN-Umfrage „Going International“ 2025

Insgesamt bewerten die niedersächsischen Unternehmen ihre aktuelle Geschäftssituation auf den meisten internationalen Märkten eher negativ. Die Perspektiven für die kommenden 12 Monate hingegen werden etwas positiver eingeschätzt als noch im Vorjahr – mit der schon genannten auffälligen Ausnahme hinsichtlich der USA.

Vereinigtes Königreich: Plateau erreicht?

Die Zeiten, als das Vereinigte Königreich auf den vordersten Plätzen im niedersächsischen Außenhandel zu finden war, sind erst einmal vorbei: im vergangenen Jahr belegte Großbritannien insgesamt den 10. Rang. Bemerkenswert in der Umfrage ist die Zahl der Unternehmen, die angeben, nicht im Vereinigten Königreich tätig zu sein: lag der Anteil vor mehr als vier Jahren noch regelmäßig bei ca. 17 bis 18 Prozent, ist er zuletzt kontinuierlich angestiegen und liegt nun bei fast 40 Prozent. Viele insbesondere kleinere Unternehmen haben sich aus den Geschäftsbeziehungen zurückgezogen – zu aufwändig ist die Geschäftsabwicklung durch den Brexit geworden.

Möglicherweise ist hier aber erst einmal ein Plateau erreicht, denn bei den Erwartungen der noch in Großbritannien tätigen Unternehmen ist der Anteil der „schlechter“-Antworten deutlich zurückgegangen, es dominiert jetzt eindeutig die Einschätzung „gleichbleibend“. Von einer Verbesserung ist aber nach wie vor keine Rede: Nur 8 Prozent der in UK tätigen Unternehmen erwarten eine Verbesserung ihrer Geschäfte.

Asien/Pazifik: Deutlich positivere Erwartungen – auch in China

Recht positiv blicken die Unternehmen auf ihr Asiengeschäft: ausgehend von einer überwiegend als gut oder befriedigend eingeschätzten Lage drehen sich auch die Geschäftserwartungen ganz leicht in den positiven Bereich. Auch für China verbessern sich die Geschäftserwartungen der niedersächsischen Unternehmen deutlich – allerdings auf einem sehr stark negativen Vorjahresniveau, so dass die Erwartungen immer noch im negativen Bereich liegen. Aber inzwischen erwartet inzwischen die Mehrheit der Unternehmen, dass die Geschäfte gleich bleiben oder sich verbessern – eine Verschlechterung wird nur noch von 23 Prozent der dort tätigen Unternehmen befürchtet; im Vorjahr waren das noch 33 Prozent).

Süd- und Mittelamerika:

Die Region hat bei den Geschäftserwartungen der niedersächsischen Unternehmen den größten Sprung nach vorne gemacht und liegt nun als eine der wenigen Weltregionen deutlich im positiven Bereich. Allerdings zeigt die Befragung auch, dass nicht allzu viele Unternehmen von diesen positiven Aussichten profitieren: nach wie vor gibt es einen sehr hohen Anteil von 61 Prozent der Unternehmen, die derzeit keinerlei Aktivitäten in Richtung Süd- und Mittelamerika haben.

Die Hoffnung besteht, dass das EU-Mercosur-Freihandelsabkommen dazu führen wird, mehr Unternehmen zu einem Einstieg in diese Märkte zu bewegen. Noch ist das Abkommen nicht in Kraft, die Vorteile sind deshalb für Unternehmen nicht leicht zu greifen – aber konkret versprechen sich bereits 26 Prozent der Unternehmen einen leichteren Marktzugang in den Mercosur-Staaten, knapp 17 Prozent planen einen Ausbau oder eine Neuaufnahme der Tätigkeit in der Region und 15 Prozent versprechen sich eine echte Kosteneinsparung wegen geringerer Zölle.

Knapp 72 Prozent der dort tätigen Unternehmen sind derzeit mindestens zufrieden mit der geschäftlichen Lage; sogar 87 Prozent erwarten, dass es mindestens so weitergeht oder sich verbessert!



Ein Blick in die Außenhandelsstatistik

Exportplus trotz Handelshürden

1.		Niederlande	10,05 Mrd. Euro
2.		Frankreich	8,05 Mrd. Euro
3.		USA	7,34 Mrd. Euro
4.		Polen	6,85 Mrd. Euro
5.		Vereinigtes Königreich	6,31 Mrd. Euro
6.		Italien	4,97 Mrd. Euro
7.		Österreich	4,64 Mrd. Euro
8.		Spanien	4,35 Mrd. Euro
9.		Tschechien	3,94 Mrd. Euro
10.		Belgien	3,92 Mrd. Euro

TOP 10 der niedersächsischen Exportmärkte 2024

Quelle: Statistisches Bundesamt

Große Dynamik war im Jahr 2024 nur in wenigen der Hauptexportmärkte zu registrieren. Die anhaltend positive Konjunktur in Spanien ließ auch die niedersächsischen Exporte dorthin um gut 20 Prozent steigen. Auch nach Italien wurde deutlich mehr ausgeführt als zuletzt (plus 12 Prozent). Auffällige Zunahmen gab es darüber hinaus bei den Ausfuhren nach Kanada (plus 24 Prozent), Marokko (plus 37 Prozent) und in die Türkei (plus 16 Prozent).

Insgesamt lässt sich feststellen, dass sich die niedersächsischen Exporteure trotz der Vielzahl an neuen Hürden und Hemmnissen gut auf den internationalen Märkten behauptet haben, was in einem Gesamt-Exportplus von 3,8 Prozent Ausdruck findet.

Osteuropa legt bei Importen weiter zu

1.		Norwegen	17,97 Mrd. Euro
2.		Polen	13,11 Mrd. Euro
3.		China	10,96 Mrd. Euro
4.		Niederlande	10,86 Mrd. Euro
5.		Tschechien	6,48 Mrd. Euro
6.		USA	5,90 Mrd. Euro
7.		Italien	4,80 Mrd. Euro
8.		Spanien	4,44 Mrd. Euro
9.		Frankreich	4,39 Mrd. Euro
10.		Ungarn	4,22 Mrd. Euro

TOP 10 der niedersächsischen Importmärkte 2024

Quelle: Statistisches Bundesamt

Bereits im Vorjahr war der starke Anstieg der Importe aus den osteuropäischen EU-Ländern die auffälligste Entwicklung. Dieser Trend hat sich im Jahr 2024 verstetigt.

Die größten Aufsteiger bei den niedersächsischen Importländern sind Rumänien (13 Prozent Steigerung, nach bereits 13 Prozent im Vorjahr), die Slowakei (plus 21 Prozent nach plus 8 Prozent im Vorjahr) und Tschechien (plus 11 Prozent nach plus 27 im Vorjahr); auch Ungarn hat seinen Platz unter den Hauptimportländern nach dem Plus von 31 Prozent aus dem Vorjahr halten können.



Fazit:

Der Wind auf den Weltmärkten wird kontinuierlich rauer. Erfolge auf neuen, aber auch auf angestammten Märkten zu erzielen, ist heute schwieriger als noch vor einigen Jahren. Umso mehr gilt es, genau hinzusehen, wo die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen gestärkt werden kann. Denn die Umfrageergebnisse zeigen in großer Deutlichkeit: Die EU und Deutschland haben es selbst in der Hand, die nötigen Änderungen herbeizuführen und damit den international tätigen Unternehmen Rückenwind zu verleihen.

Zwei Ansatzpunkte sollten dabei ganz oben auf der politischen Agenda stehen:

- Zum einen sollten die zahlreichen Schranken, die derzeit noch im EU-Binnenmarkt bestehen, dringend beseitigt werden – die EU-Staaten sind nach wie vor die wichtigsten Exportmärkte für die niedersächsischen Unternehmen, dementsprechend würden Erleichterungen beim innereuropäischen Export starke Entlastungseffekte für die niedersächsischen Unternehmen bedeuten.
- Zum anderen gilt es, die zahlreichen vor allem bürokratischen Hindernisse abzubauen, auf die Unternehmen in ihrem internationalen Geschäft derzeit viel Energie verwenden müssen – Energie, die wesentlich sinnvoller eingesetzt werden könnte, um die eigene Wettbewerbsposition auf den Weltmärkten zu verbessern.

Fokus Niedersachsen

Unser Blickpunkt auf die Wirtschaft

Mai 2025

Ihre Ansprechperson:

Tilman Brunner
Sprecher International

IHK Niedersachsen (IHKN)

Bischofsholer Damm 91
30173 Hannover

Telefon 0511 310 72 01
Telefon 0511 920 901 10

E-Mail brunner@hannover.ihk.de
info@ihk-n.de

Web www.ihk-n.de

Titelfoto: ©Urheber: Shutterstock / Siwakorn1933
Seite 1: ©Urheber: Shutterstock / Peshkova
Seite 7: ©Urheber: Shutterstock / Nichcha

Die IHK Niedersachsen ist die Landesarbeitsgemeinschaft der IHK Braunschweig, IHK Elbe-Weser, IHK Hannover, IHK Lüneburg-Wolfsburg, Oldenburgischen IHK, IHK Osnabrück - Emsland - Grafschaft Bentheim sowie IHK für Ostfriesland und Papenburg. Sie vertritt rund 520.000 gewerbliche Unternehmen gegenüber Politik und Verwaltung.

Der Fokus Niedersachsen erscheint in regelmäßigen Abständen zu aktuellen Themen aus Wirtschaft und Politik und steht unter: www.fokus-niedersachsen.de auch zum Download zur Verfügung.

Bitte beachten: Zur besseren Lesbarkeit wird in dieser Publikation auf die geschlechtsspezifische Differenzierung verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten im Sinne der Gleichbehandlung für alle Geschlechter.



Fokus Niedersachsen

Going International 2025



IHK Niedersachsen (IHKN)

Bischofsholer Damm 91
30173 Hannover

Telefon 0511 920 901 10

E-Mail noske@ihk-n.de
info@ihk-n.de

Web www.ihk-n.de