

AmCham Germany **TRANSATLANTIC** Business Barometer

2022

**Wie Unternehmen
Deutschland und die USA
als Investitionsstandorte
bewerten**



Das AmCham Germany Transatlantic Business Barometer ist eine exklusive Umfrage unter US-Investoren in Deutschland und deutschen Investoren in den USA.

Es liefert eine fundierte Analyse der Stimmungslage und bietet einen Überblick über die Einschätzungen und Perspektiven zu beiden Wirtschaftsstandorten.

Seit über 15 Jahren werden die US-Unternehmen im Rahmen des AmCham Germany Business Barometers befragt.

Wie bereits in den letzten vier Jahren wurden auch in diesem Jahr zusätzlich deutsche Unternehmen in den USA befragt.

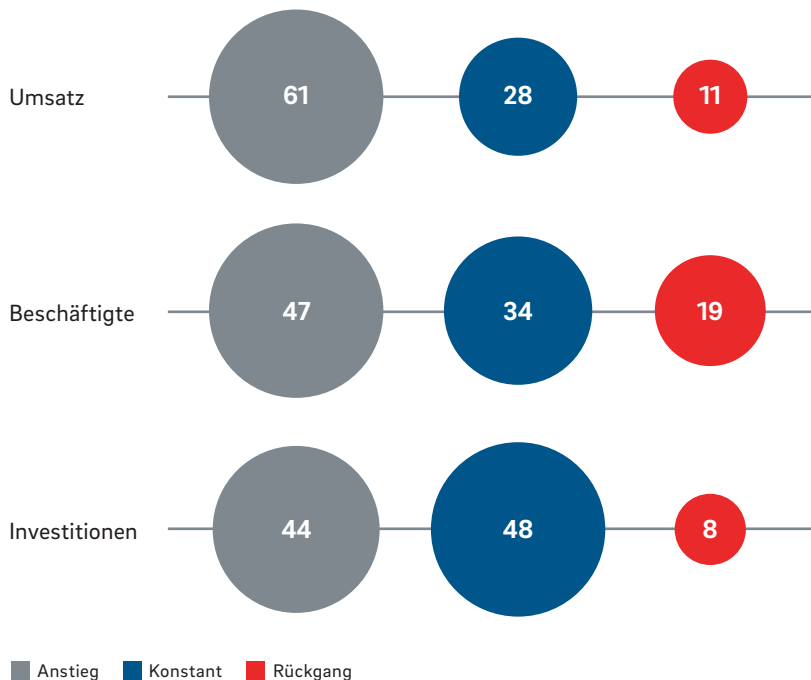
Wie US-Unternehmen den Standort Deutschland 2022 einschätzen

Deutschland im Frühjahr 2022. Der Konflikt in der Ukraine beherrscht die Diskussion. Die Befragung zum diesjährigen Business Barometer startete am 14. Februar kurz vor dem Beginn des Krieges und endete am 11. März 2022. Sie liefert so ein Stimmungsbild in der sich immer weiter verschärfenden Situation. Trotz des Konflikts erwarten 90% der befragten US-Unternehmen in Deutschland 2022 einen Umsatzanstieg. Der Standort Deutschland wird mehrheitlich gut bewertet. Defizite sehen die Unternehmen insbesondere bei der digitalen Infrastruktur und den Energiekosten, die zusätzlich vom Ukraine-Krieg belastet werden.

1 US-UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND – AUFHOLEN NACH CORONA

Nach der gedämpften Entwicklung im Jahr 2020 konnten viele US-Unternehmen in Deutschland im letzten Jahr ihr Geschäft wieder ausbauen.

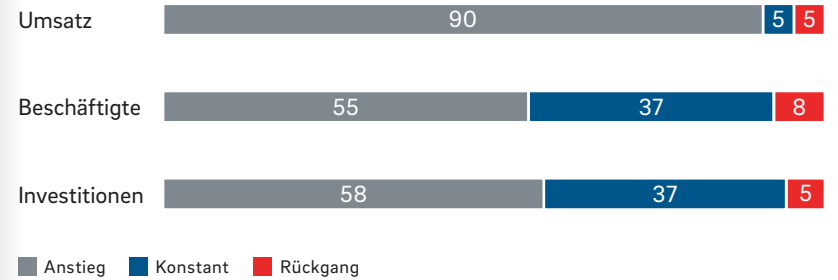
Wie verlief das Jahr 2021 für Ihr Unternehmen? [%]



2 GROSSE ERWARTUNGEN AN DAS LAUFENDE JAHR

Die große Mehrheit der US-Unternehmen in Deutschland rechnet mit einem guten Geschäftsjahr 2022.

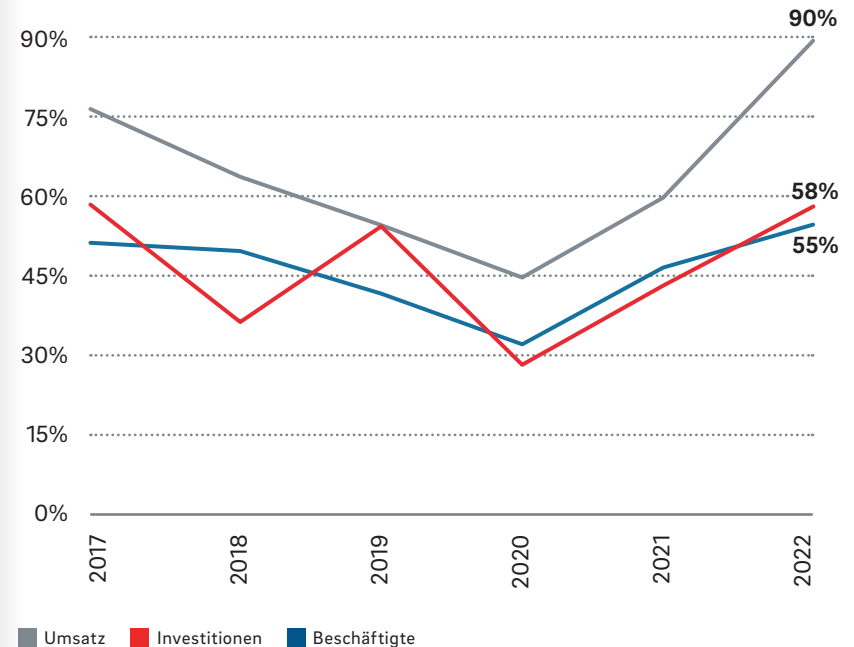
Wie werden sich Umsatz, Beschäftigtenzahl und Investitionen 2022 entwickeln? [%]



BLICK NACH OBEN

Schon im letzten Jahr sind die amerikanischen Unternehmen in Deutschland wieder gewachsen. Sie erwarten, dass der Trend sich in diesem Jahr fortsetzt und sind besonders optimistisch, dass die Umsätze steigen.

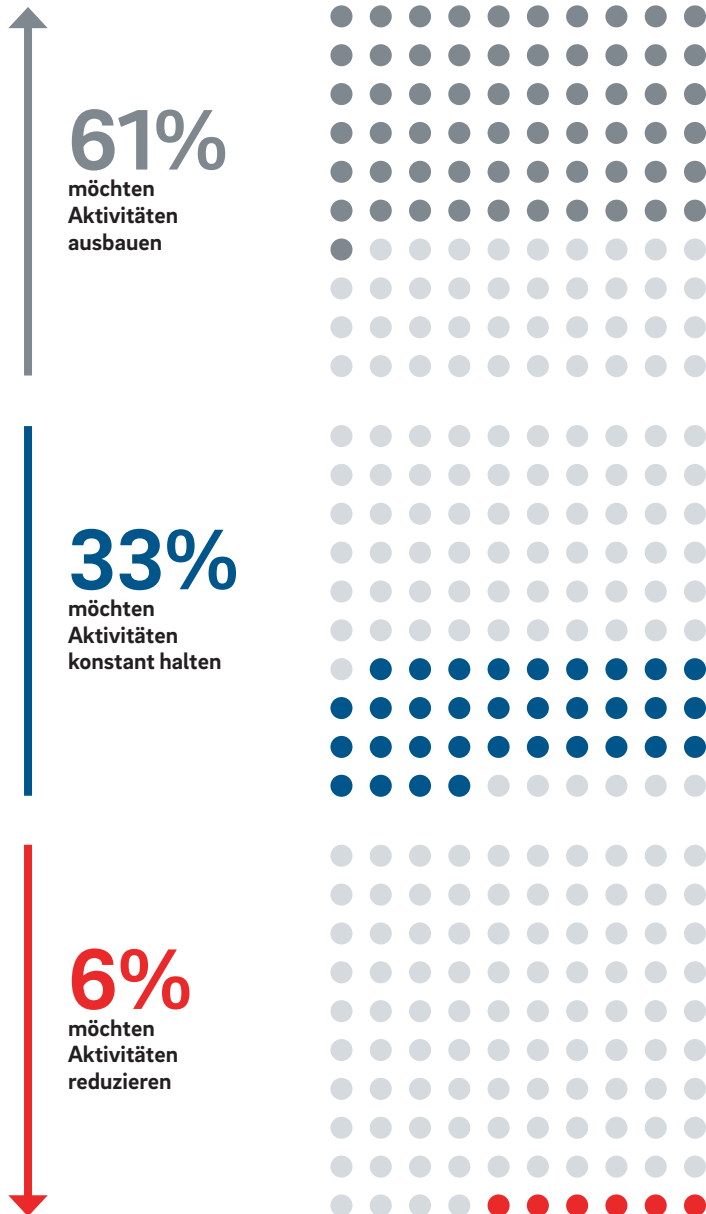
Anteil der Unternehmen, die einen Anstieg bei Umsatz, Investitionen und Beschäftigtenzahl für das jeweilige Jahr verzeichneten (2017-2021) bzw. erwarten (2022)



3 US-UNTERNEHMEN AUCH MITTELFRISTIG AUF WACHSTUMSKURS IN DEUTSCHLAND

Sechs von zehn der US-Unternehmen in Deutschland möchten ihre Aktivitäten in den kommenden drei bis vier Jahren ausbauen.

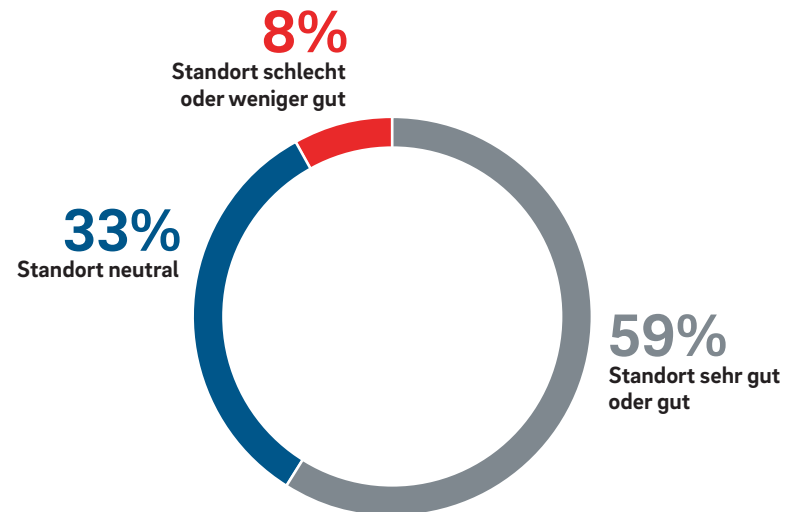
Werden Sie Ihre Aktivitäten in Deutschland in den nächsten drei bis vier Jahren ausbauen, konstant halten oder reduzieren?



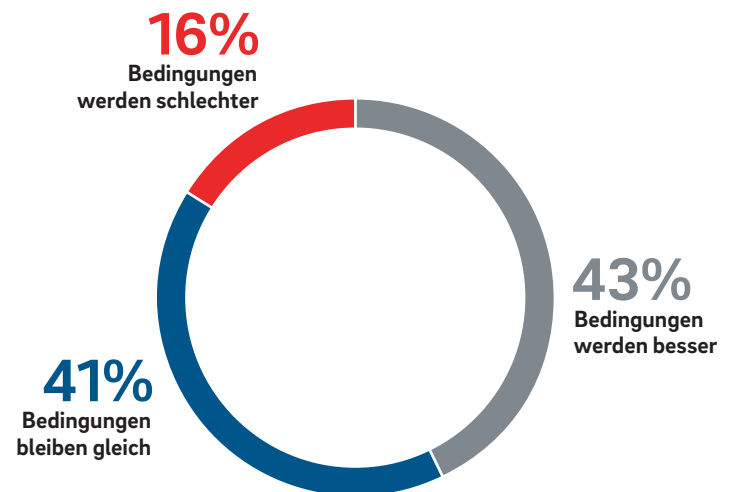
4 DEUTSCHLAND: GUTER STANDORT MIT POTENZIAL NACH OBEN

Fast 60% der Unternehmen bewerten den Standort Deutschland als sehr gut oder gut. Beim Blick in die Zukunft zeigen sich gemischte Erwartungen. Dass nur 43% der Unternehmen mit einer Verbesserung der Standortbedingungen rechnen, dokumentiert Handlungsbedarf.

Wie bewerten Sie aktuell die Standortbedingungen in Deutschland?



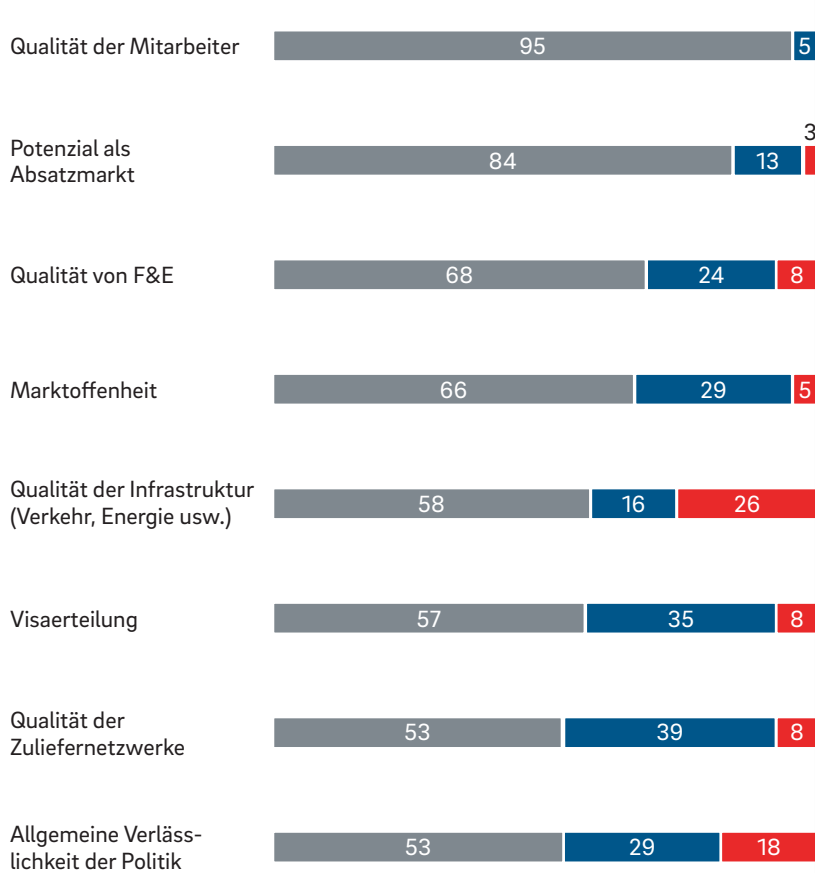
Wie werden sich die Standortbedingungen in Deutschland in den nächsten drei bis vier Jahren entwickeln?



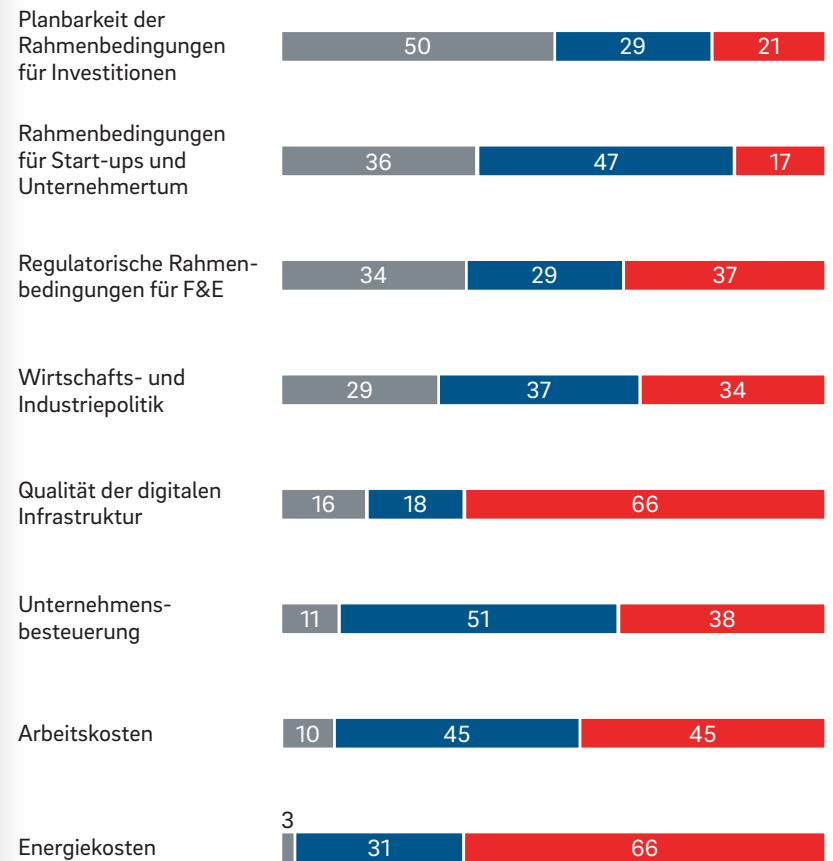
5 DEUTSCHLAND-CHECK: HERVORRAGENDE MITARBEITER, HOHE KOSTEN

Die Qualität der Mitarbeiter, das Potenzial als Absatzmarkt und die Qualität von F&E werden von den befragten US-Unternehmen in Deutschland am höchsten geschätzt. Bei der Qualität der Infrastruktur gibt es Lob, ein Viertel der Unternehmen sieht hier jedoch Verbesserungsbedarf.

Wie bewerten Sie die Standortfaktoren im Einzelnen? [%]



Die Energiekosten sind in Deutschland generell ein drängendes Thema. Im Zuge des Ukraine-Krieges hat sich ihre Bedeutung noch verstärkt und um den Bereich Energiesicherheit erweitert. Die Defizite in der digitalen Infrastruktur sind bekannt und müssen schnell angegangen werden.

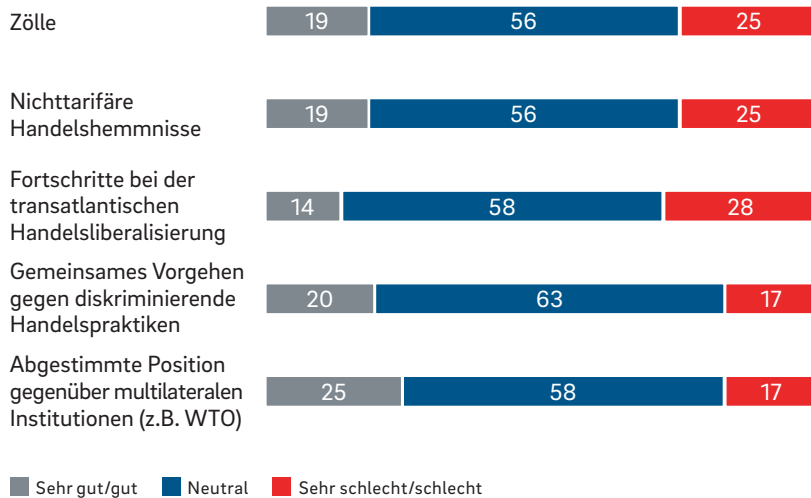


■ Sehr gut/gut ■ Neutral ■ Schlecht/weniger gut

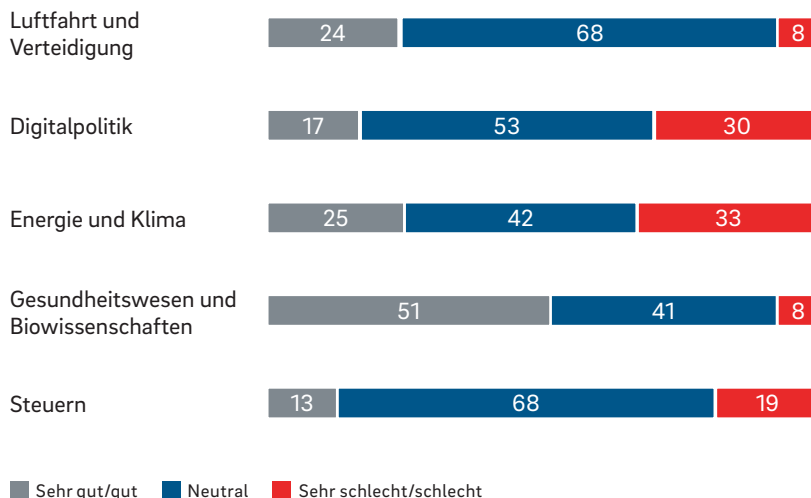
6 TRANSATLANTISCHE HANDELS- UND GESCHÄFTS- BEZIEHUNGEN MIT HANDLUNGSBEDARF

Bei den transatlantischen Handelsbeziehungen gibt es aus Sicht der Unternehmen noch viel Luft nach oben. Besonderer Handlungsbedarf besteht bei der Handelsliberalisierung, der Digitalpolitik und bei Energie und Klima.

Wie beurteilen Sie die transatlantischen Handelsbeziehungen in den folgenden Bereichen? [%]



Wie würden Sie die transatlantischen Geschäftsbeziehungen in den folgenden Bereichen bewerten? [%]



7 DIGITALER WIRTSCHAFTSRAUM: GEMEINSAME POSITIONIERUNG ALS HÖCHSTE PRIORITÄT

Bei der Schaffung eines Digitalen Transatlantischen Wirtschaftsraums¹ sehen die US-Unternehmen in Deutschland eine stärkere gemeinsame Positionierung bei digitalpolitischen Fragen und einen transatlantischen Austausch von personenbezogenen Daten als vordringlich an.

Welche sind aus Ihrer Sicht die drei wichtigsten Handlungsfelder für die Schaffung eines Digitalen Transatlantischen Wirtschaftsraums?² [%]

Stärkere gemeinsame transatlantische Positionierung bei digitalpolitischen Fragen

67

Sicherung eines transatlantischen Austauschs von personenbezogenen Daten

61

Kooperation für mehr Cybersicherheit

58

Vertrauenswürdigkeit als regulatorischer Maßstab

50

Sicherung von Wertschöpfung durch Industriedaten

31

Künstliche Intelligenz als transatlantische Schlüsseltechnologie

17

Transatlantische Kooperation bei Halbleitern

17

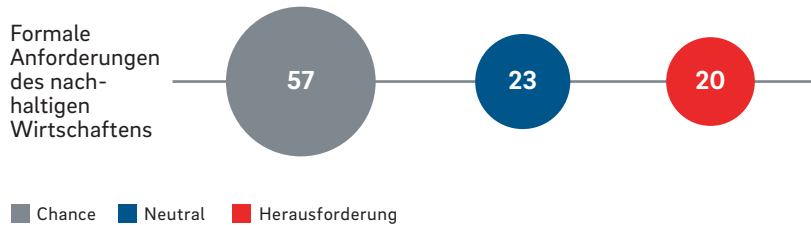
¹ AmCham Germany setzt sich für die perspektivische Schaffung eines Digitalen Transatlantischen Wirtschaftsraums ein. Damit ist ein digitaler transatlantischer Binnenmarkt gemeint, der u.a. den Abbau direkter oder indirekter Handelsbarrieren und die Harmonisierung regulatorischer Rahmenbedingungen im transatlantischen Verhältnis anstrebt.

² Nennung von drei Feldern möglich.

8 ANFORDERUNGEN AN NACHHALTIGKEIT ALS CHANCE

Mehr als die Hälfte der US-Unternehmen in Deutschland nimmt die formalen Anforderungen des nachhaltigen Wirtschaftens eher als Chance wahr. Im Bereich der Kommunikation sehen sich viele Unternehmen schon gut aufgestellt, bei den Berichtspflichten besteht der größte Nachholbedarf.

Sehen Sie die formalen Anforderungen des nachhaltigen Wirtschaftens (EU-Taxonomie, Anforderungen des Finanzmarktes, Environment, Sustainability, ESG-Reporting) eher als Chance oder als Herausforderung? [%]



Wie sehen Sie Ihr Unternehmen in den folgenden Bereichen im Zusammenhang mit EU- und US-Taxonomie-Vorgaben vorbereitet? [%]

Berichtspflichten: gesteigerte Reporting-Anforderungen



Strategie: Identifizierung und Bewertung von Unternehmensaktivitäten anhand der Taxonomie-Kriterien und ggf. Anpassung der Produktstrategie



Kommunikation: Anpassung interner Prozesse für eine Verbesserung der Kommunikation mit Investoren und anderen Stakeholdern zum Thema Nachhaltigkeit und Transparenz



Umgang mit Inkohärenz: Umsetzungsprobleme aufgrund nicht einheitlich vergleichbarer internationaler Standards (z.B. bisher kein einheitliches Regelwerk in den USA)



■ Sehr gut/gut ■ Neutral ■ Schlecht/weniger gut

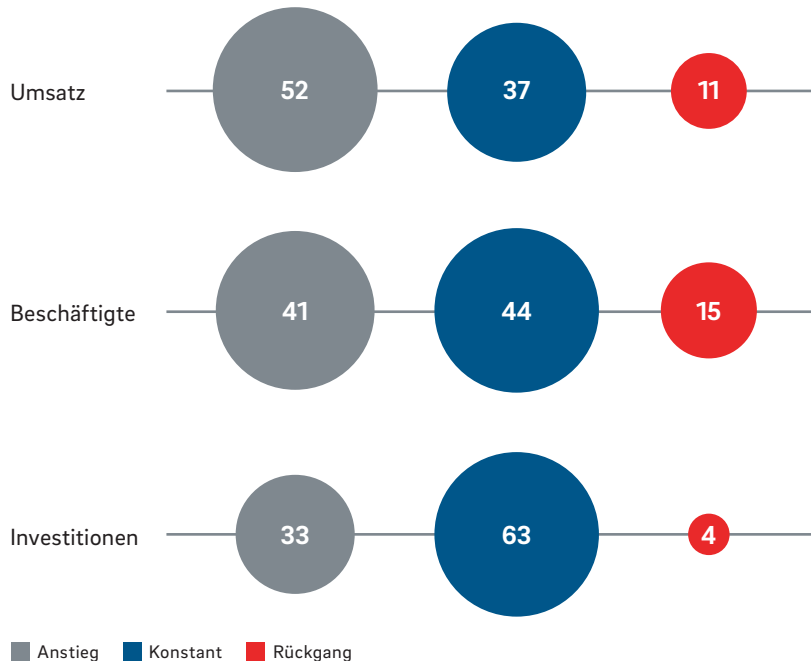
Wie deutsche Unternehmen den Standort USA 2022 einschätzen

USA im Frühjahr 2022. Auch in den USA berührt der Ukraine-Krieg die wirtschaftlichen Aussichten. Doch die aktuellen Vorhersagen der deutschen Unternehmen in den USA, die kurz vor und nach dem Ausbruch des Krieges an unserer Umfrage teilgenommen haben, erweisen sich als robust. Rund vier von fünf Unternehmen rechnen 2022 mit einem Anstieg des Umsatzes. Als Standort bekommen die USA von den Unternehmen beste Bewertungen. Bei den transatlantischen Handels- und Geschäftsbeziehungen sehen sie allerdings wie die US-Unternehmen in Deutschland Luft nach oben.

1 DEUTSCHE UNTERNEHMEN IN DEN USA – UMSÄTZE HABEN ANGEZOGEN

Mehr als die Hälfte der deutschen Unternehmen in den USA berichtet davon, dass sie ihre Umsätze 2021 erhöhen konnten. Beim Ausbau ihrer Investitionen waren sie dagegen noch zurückhaltend.

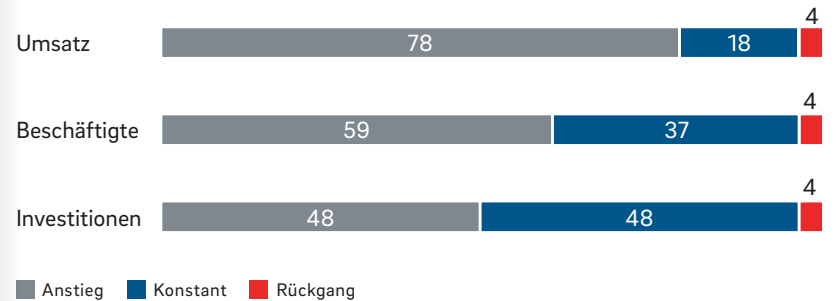
Wie verlief das Jahr 2021 für Ihr Unternehmen? [%]



2 EIN POSITIVER BLICK AUF 2022

Fast vier Fünftel der befragten Unternehmen erwarten im laufenden Jahr höhere Umsätze, die Mehrheit auch einen Zuwachs bei ihren Mitarbeitern.

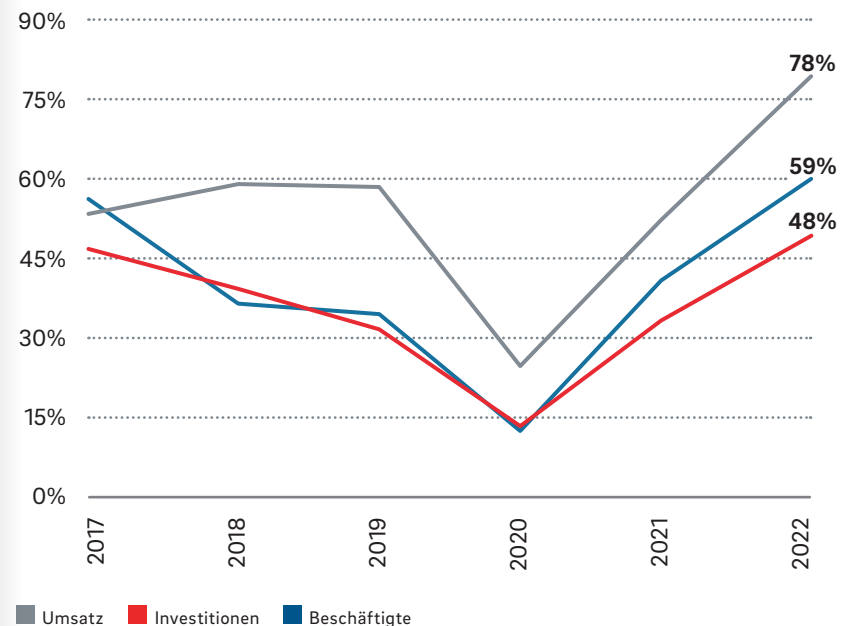
Wie werden sich Umsatz, Beschäftigtenzahl und Investitionen 2022 entwickeln? [%]



RASCH AUS DEM TAL

Nach dem Einbruch 2020 durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie konnten die deutschen Unternehmen in den USA ihre Aktivitäten 2021 wieder hochfahren und rechnen mit weiterem Wachstum in diesem Jahr.

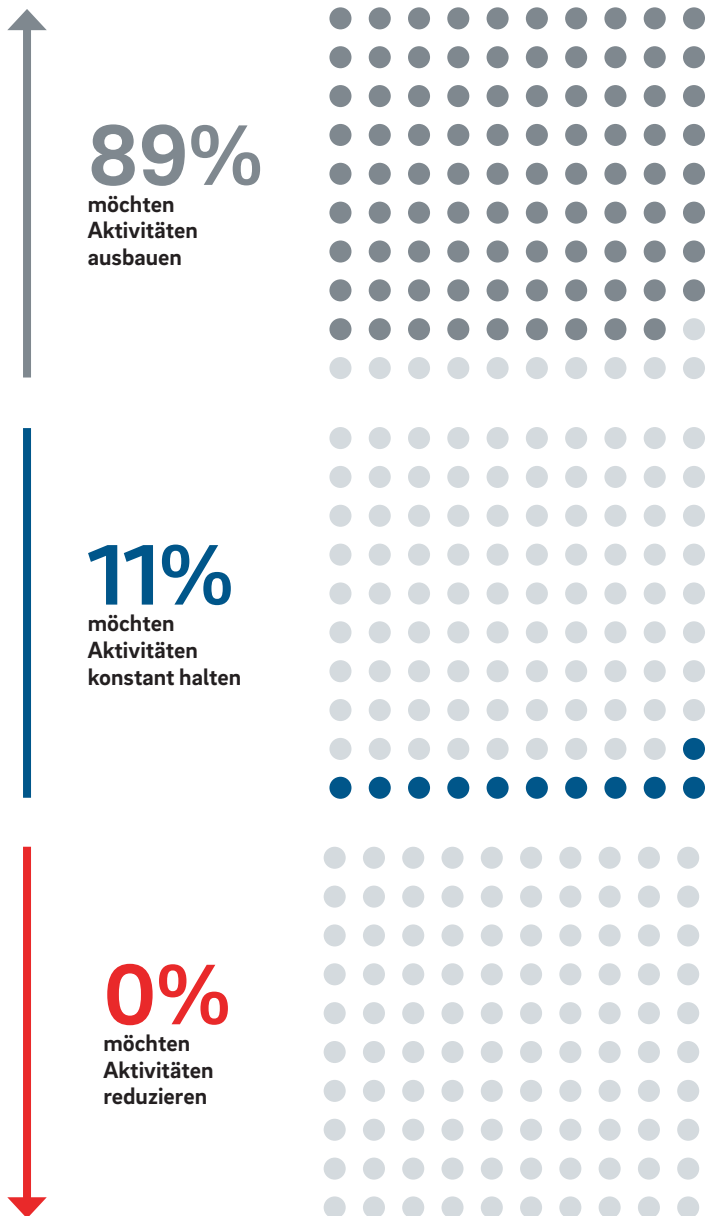
Anteil der Unternehmen, die einen Anstieg bei Umsatz, Investitionen und Beschäftigtenzahl für das jeweilige Jahr verzeichneten (2017-2021) bzw. erwarten (2022)



3 KONTINUIERLICHES WACHSTUM

Neun von zehn aller befragten Unternehmen möchten ihre Aktivitäten in den USA mittelfristig weiter ausbauen.

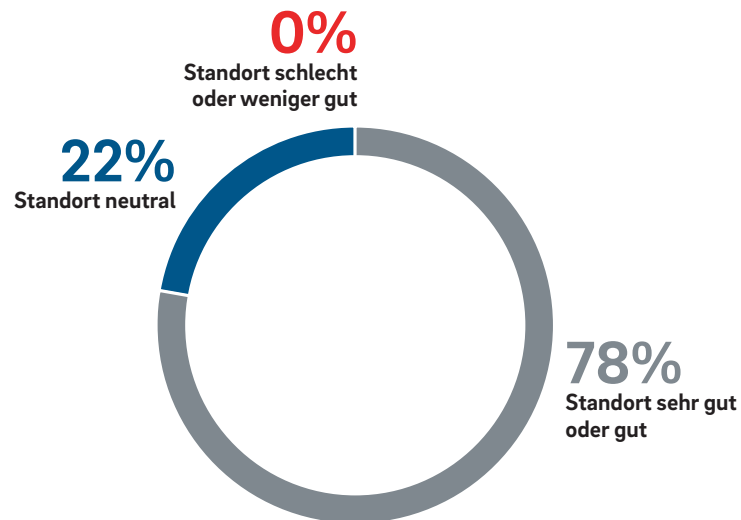
Werden Sie Ihre Aktivitäten in den USA in den nächsten drei bis vier Jahren ausbauen, konstant halten oder reduzieren?



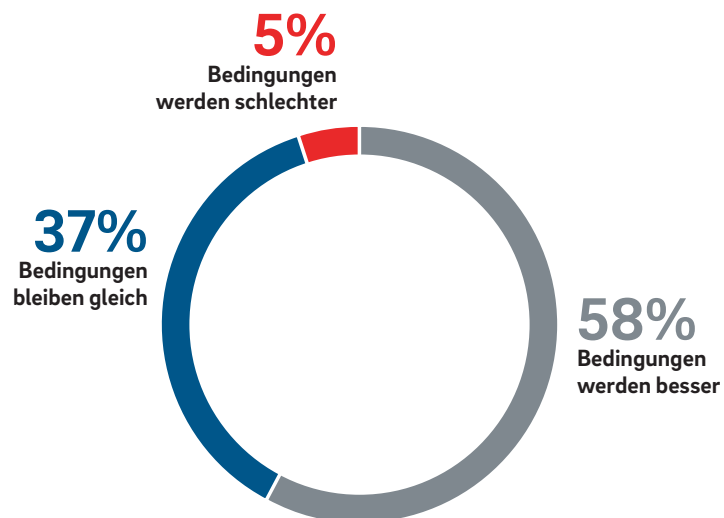
4 STANDORT USA: HEUTE SCHON EXZELLENT – MORGEN NOCH BESSER?

Die deutschen Unternehmen stellen dem Standort USA schon heute ein hervorragendes Zeugnis aus, mehr als die Hälfte der Befragten erwartet sogar eine weitere Steigerung.

Wie bewerten Sie aktuell die Standortbedingungen in den USA?



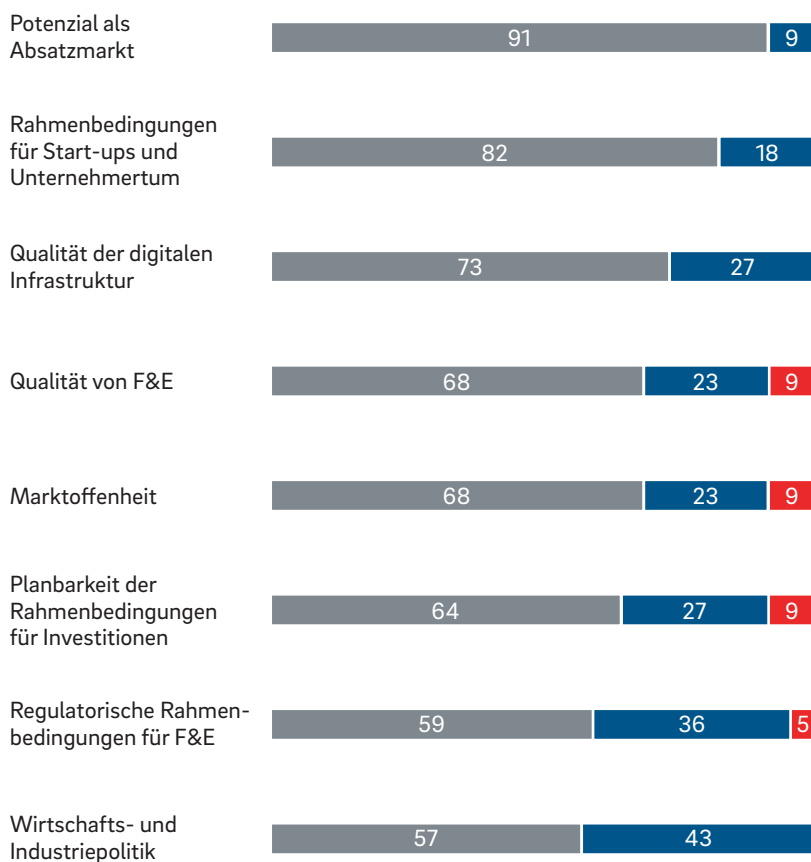
Wie werden sich die Standortbedingungen in den USA in den nächsten drei bis vier Jahren entwickeln?



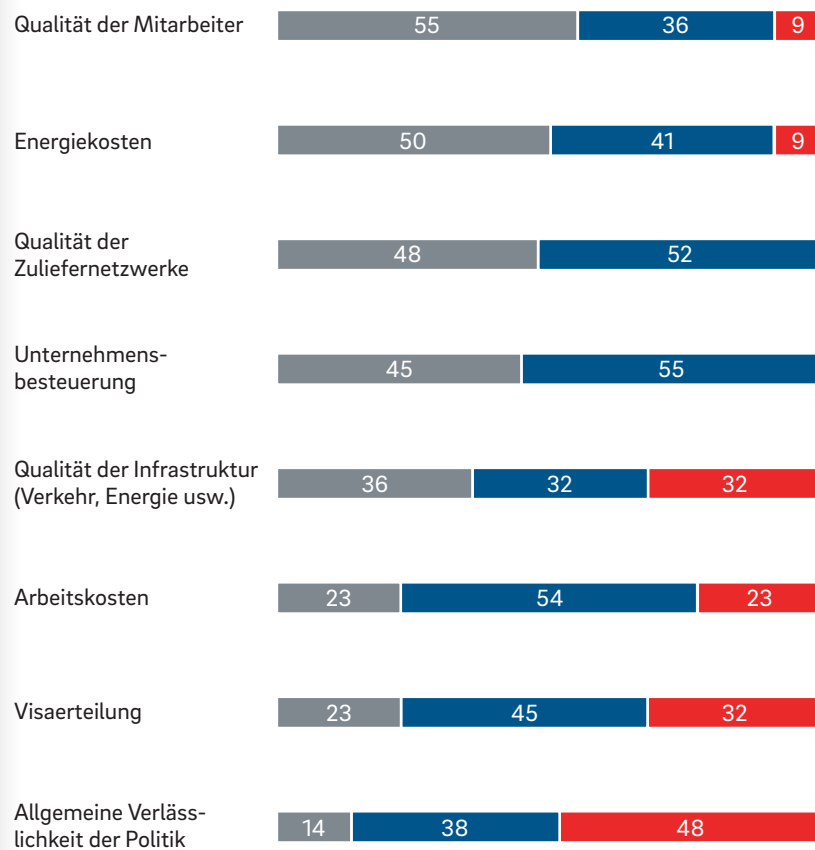
5 USA-CHECK: STARKER STANDORT MIT WENIGEN SCHWÄCHEN

Die deutschen Unternehmen schätzen die vielen Stärken des amerikanischen Marktes. Das Potenzial als Absatzmarkt, die Rahmenbedingungen für Start-ups und Unternehmertum sowie die Qualität der digitalen Infrastruktur werden besonders hervorgehoben.

Wie bewerten Sie die Standortfaktoren im Einzelnen? [%]



Bei der Qualität der Infrastruktur, den Arbeitskosten, der Visaerteilung und der allgemeinen Verlässlichkeit der Politik sehen die deutschen Unternehmen in den USA den größten Verbesserungsbedarf.

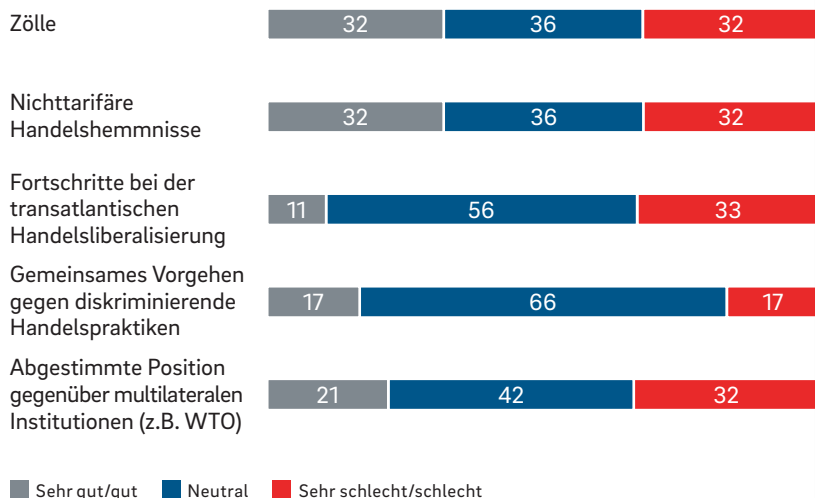


■ Sehr gut/gut ■ Neutral ■ Schlecht/weniger gut

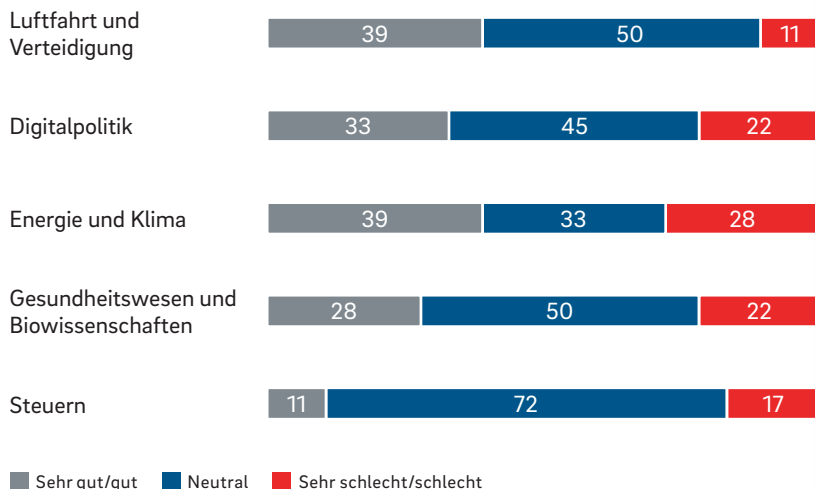
6 HANDELS- UND GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN MIT LUFT NACH OBEN

Die Beurteilung der transatlantischen Handels- und Geschäftsbeziehungen zeichnet ein gemischtes Bild. Im Bereich Handel wünschen sich etliche Unternehmen Fortschritte bei der Handelsliberalisierung und eine besser abgestimmte Position gegenüber multilateralen Institutionen.

Wie beurteilen Sie die transatlantischen Handelsbeziehungen in den folgenden Bereichen? [%]



Wie würden Sie die transatlantischen Geschäftsbeziehungen in den folgenden Bereichen bewerten? [%]



7 DIGITALER WIRTSCHAFTSRAUM: GEMEINSAME POSITIONIERUNG UND CYBERSICHERHEIT WICHTIG

Analog zu den US-Unternehmen in Deutschland steht auch bei den deutschen Unternehmen in den USA die gemeinsame transatlantische Positionierung bei digitalpolitischen Fragen an oberster Stelle¹. Die Kooperation für mehr Cybersicherheit ist ihnen ebenfalls besonders wichtig.

Welche sind aus Ihrer Sicht die drei wichtigsten Handlungsfelder für die Schaffung eines Digitalen Transatlantischen Wirtschaftsraums?² [%]

Stärkere gemeinsame transatlantische Positionierung bei digitalpolitischen Fragen



Kooperation für mehr Cybersicherheit



Vertrauenswürdigkeit als regulatorischer Maßstab



Sicherung von Wertschöpfung durch Industriedaten



Künstliche Intelligenz als transatlantische Schlüsseltechnologie



Sicherung eines transatlantischen Austauschs von personenbezogenen Daten



Transatlantische Kooperation bei Halbleitern



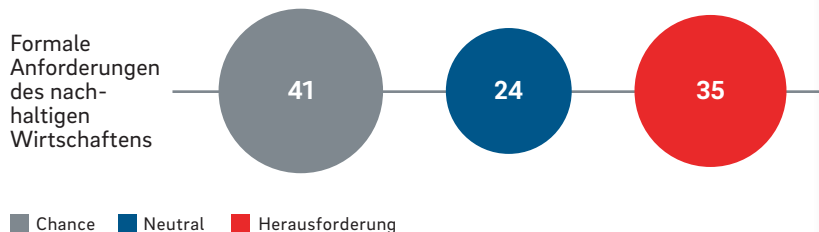
¹ AmCham Germany setzt sich für die perspektivische Schaffung eines Digitalen Transatlantischen Wirtschaftsraums ein. Damit ist ein digitaler transatlantischer Binnenmarkt gemeint, der u.a. den Abbau direkter oder indirekter Handelsbarrieren und die Harmonisierung regulatorischer Rahmenbedingungen im transatlantischen Verhältnis anstrebt.

² Nennung von drei Feldern möglich.

8 ANFORDERUNGEN AN NACHHALTIGKEIT: NICHT-EINHEITLICHE STANDARDS ALS HERAUSFORDERUNG

41% der deutschen Unternehmen in den USA nehmen die formalen Anforderungen des nachhaltigen Wirtschaftens eher als Chance wahr. Strategisch sehen sich viele Unternehmen schon gut aufgestellt, beim Umgang mit Inkohärenz besteht der größte Nachholbedarf.

Sehen Sie die formalen Anforderungen des nachhaltigen Wirtschaftens (EU-Taxonomie, Anforderungen des Finanzmarktes, Environment, Sustainability, ESG-Reporting) eher als Chance oder als Herausforderung? [%]



Wie sehen Sie Ihr Unternehmen in den folgenden Bereichen im Zusammenhang mit EU- und US-Taxonomie-Vorgaben vorbereitet? [%]

Berichtspflichten: gesteigerte Reporting-Anforderungen



Strategie: Identifizierung und Bewertung von Unternehmensaktivitäten anhand der Taxonomie-Kriterien und ggf. Anpassung der Produktstrategie



Kommunikation: Anpassung interner Prozesse für eine Verbesserung der Kommunikation mit Investoren und anderen Stakeholdern zum Thema Nachhaltigkeit und Transparenz



Umgang mit Inkohärenz: Umsetzungsprobleme aufgrund nicht einheitlich vergleichbarer internationaler Standards (z.B. bisher kein einheitliches Regelwerk in den USA)



Sehr gut/gut Neutral Schlecht/weniger gut

Quelle für alle Daten und Grafiken ist, wenn nicht anders angegeben, AmCham Germany Transatlantic Business Barometer 2022.

22 Transatlantic Business Barometer 2022

Über AmCham Germany

Die American Chamber of Commerce in Germany (AmCham Germany) ist die Stimme der transatlantischen Wirtschaft. Wir fördern die globalen Handelsbeziehungen, die auf dem starken Fundament der amerikanisch-deutschen Partnerschaft stehen. Dabei unterstützen wir aktiv die Interessen unserer Mitglieder durch unser Netzwerk in Wirtschaft, Politik und den AmChams weltweit. AmCham Germany ermöglicht interkulturelles Verständnis, Zusammenarbeit und neue Investitionen durch die Grundsätze eines transparenten Dialogs, freien Handels und eines wettbewerbsfähigen und offenen Wirtschaftsklimas.

Über Roland Berger

Roland Berger ist die einzige Strategieberatung europäischer Herkunft mit einer starken internationalen Präsenz. Als unabhängige Firma, im alleinigen Besitz unserer Partnerinnen und Partner, sind wir mit 50 Büros in allen wichtigen Märkten präsent. Unsere 2400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeichnet eine einzigartige Kombination aus analytischem Denken und empathischer Einstellung aus. Angetrieben von unseren Werten Unternehmergeist, Exzellenz und Empathie sind wir überzeugt davon, dass Wirtschaft und Gesellschaft ein neues, nachhaltiges Paradigma benötigen, das den gesamten Wertschöpfungskreislauf im Blick hat. Nur so können wir die tiefgreifenden Herausforderungen unserer Zeit heute und morgen erfolgreich meistern.

Über die Teilnehmer

Insgesamt haben 62 Mitgliedsunternehmen von AmCham Germany teilgenommen, deren Antworten in das Business Barometer eingeflossen sind. 36 US-Unternehmen mit einem Standort und Umsatz von mindestens 55 Mrd. € in Deutschland sowie 26 deutsche Unternehmen mit einem Standort und Umsatz von mindestens 100 Mrd. € in den USA haben am diesjährigen AmCham Germany Transatlantic Business Barometer teilgenommen. Die Umfrage fand im Februar und März 2022 statt.

Herausgeber

Roland Berger GmbH

Dr. Christian Krysz
Sederanger 1
80538 München
+49 89 9230-0
press@rolandberger.com
www.rolandberger.com

AmCham Germany

Daniel Andrich
Geschäftsführer
Börsenplatz 13-15
60313 Frankfurt am Main
+49 69 929104-0
presse@amcham.de
www.amcham.de

Die Angaben im Text sind unverbindlich und dienen lediglich zu Informationszwecken. Ohne spezifische professionelle Beratungsleistung sollten keine Handlungen aufgrund der bereitgestellten Informationen erfolgen. Haftungsansprüche gegen Roland Berger GmbH, die durch die Nutzung der in der Publikation enthaltenen Informationen entstanden sind, sind grundsätzlich ausgeschlossen.