

statement

**BGA-Pressekonferenz Außenhandel
am 7. Oktober 2026**

Es gilt das gesprochene Wort.
Sperrfrist: 7. Oktober 2026, 10:30 Uhr

Außenhandel in einer neuen Realität – neue Allianzen statt Abschottung

Meine Damen und Herren,

Unsicherheit war immer Bestandteil des Außenhandels, gehört zum Alltag und hat seit einiger Zeit einen Ausnahmezustand erreicht, der das Geschäftsmodell des globalisierten Außenhandels infrage stellt. Neue Zölle, Sanktionen und Handelsbeschränkungen können über Nacht Geschäftsmodelle verändern. Lieferketten verschieben sich, geopolitische Konflikte verschärfen sich, der Wettbewerb aus China nimmt zu. Gleichzeitig nimmt die Wettbewerbsfähigkeit am Standort Deutschland ab.

Unsere Unternehmen reagieren darauf: Sie diversifizieren ihre Lieferketten. Sie suchen neue Absatzmärkte. Sie wechseln Lieferanten, erhöhen ihre Lagerhaltung und passen ihre Geschäftsmodelle an.

Das macht die Krise nicht kleiner. Aber es macht unsere Unternehmen widerstandsfähiger.

Die Außenhändler haben gelernt, in der Krise zu arbeiten. Sie haben gelernt, mit Unsicherheit umzugehen.

Das ist zunächst eine gute Nachricht.

Die weniger gute Nachricht ist: Viele der Belastungen, mit denen unsere Unternehmen zu kämpfen haben, können sie selbst nicht beseitigen.

Meine Damen und Herren,

schauen wir zunächst auf die Entwicklung des deutschen Außenhandels.

Grafik 1: Entwicklung im Außenhandel

Im ersten Halbjahr 2026 wurden Waren im Wert von rund 817,8 Milliarden Euro aus Deutschland exportiert (nominal: +3,9 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2025). Preisbereinigt beziehungsweise real fiel der Zuwachs im Warenhandel jedoch deutlich geringer aus: +0,4 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal.

Die Importe stiegen im ersten Halbjahr 2026 auf rund 712,1 Milliarden Euro (nominal: +4,7 Prozent). Ein Teil dieses Anstiegs ist allerdings auf höhere Preise zurückzuführen. Preisbereinigt fällt die Entwicklung entsprechend schwächer aus.“

Der Außenhandelsüberschuss lag bei 105,7 Milliarden Euro (nominal: –0,7 Prozent gegenüber 106,4 Milliarden Euro im ersten Halbjahr 2025) und damit praktisch auf dem Niveau des Vorjahres.

Auf den ersten Blick sind das ordentliche Zahlen.

Bei genauerer Betrachtung relativiert sich das Bild jedoch:

Der nominale Exportzuwachs beruht teilweise auf höheren Preisen und nicht ausschließlich auf einem größeren Absatzvolumen. Zugleich legten die Importe nominal stärker zu als die Exporte. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Importpreise deutlich stärker gestiegen sind als die Exportpreise. Ein Teil des stärkeren nominalen Importzuwachses ist damit preisbedingt und nicht Ausdruck einer entsprechend stärkeren Mengenausweitung.

Unsere Exporte in die USA gingen im ersten Halbjahr um 6,1 Prozent zurück. Noch deutlicher war der Rückgang im Geschäft mit China: Hier lagen die deutschen Exporte 13,5 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Gleichzeitig stiegen die Importe aus China um 8,8 Prozent.

Gerade China entwickelt sich damit für den deutschen Außenhandel zunehmend in eine Richtung, die uns beschäftigen muss: **Wir exportieren weniger nach China und importieren gleichzeitig immer mehr von dort.**

Und wie wechselhaft die Lage bleibt, zeigen die jüngsten Juli-Zahlen.

Insgesamt gingen die deutschen Exporte gegenüber Juni um 0,8 Prozent zurück. Gleichzeitig stiegen die Exporte in die USA innerhalb eines Monats um 19,1 Prozent. Die Exporte nach China gingen dagegen um 9,5 Prozent zurück.

Ein Monat rauf, der nächste runter. Ein Markt wächst, ein anderer bricht ein.

Das ist keine stabile Aufwärtsbewegung. Das ist ein Außenhandel, der sich in einem extrem volatilen Umfeld behaupten muss.

Und noch etwas gehört zur Einordnung: Wir haben einiges aufzuholen. Nach den schwachen vergangenen Jahren bedeutet ein Plus noch lange nicht, dass wir wieder dort sind, wo wir vor Corona und den folgenden Krisen einmal waren.

Vor diesem Hintergrund ordnen wir auch die Ergebnisse unserer aktuellen Unternehmensbefragung ein.

Grafik 2: BGA-Außenhandels-Klimaindikator

Unser Klimaindikator steigt deutlich von 73 auf 87,3 Punkte. Die aktuelle Geschäftslage verbessert sich von 71,8 auf 87,6 Punkte. Auch die Erwartungen haben sich spürbar aufgehellt.

Das ist eine deutliche Verbesserung. Aber es ist noch keine Trendwende.

Der Indikator bleibt unter der Marke von 100 und damit im negativen Bereich. Vor allem aber sehen wir in den Antworten unserer Unternehmen weiterhin große Zurückhaltung.

Die Stimmung hellt sich auf. Ein nachhaltiger Aufschwung ist das noch nicht.

Deshalb bleiben auch wir vorsichtig.

Grafik 3: Prognose

Unsere Außenhandelsprognose passen wir angesichts der zuletzt verbesserten Indikatoren leicht an. Für 2026 rechnen wir nun mit einem Anstieg der Exporte um 1 Prozent. Bei den Importen bleiben wir bei einem erwarteten Anstieg um 3 Prozent im Jahr 2026.

Die verbesserten Indikatoren sind ein positives Signal, aber die geopolitischen Unsicherheiten bleiben enorm. Die weitere Entwicklung im Verhältnis zu China ist offen. Handelskonflikte und neue Handelsbarrieren bleiben ein Risiko. Und auch die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland ist noch nicht stabil genug.

Daher bleiben wir unter den Prognosen anderer Verbände und Institute, denn die Rückmeldungen, die wir aus den Unternehmen erhalten, zeigen:

Für Entwarnung ist es deutlich zu früh.

Meine Damen und Herren,

besonders interessant wird unsere Umfrage beim Blick darauf, was das internationale Geschäft unserer Unternehmen derzeit am stärksten belastet.

Grafik 4: Einflussfaktoren auf das internationale Geschäft

57 Prozent nennen Handelskonflikte, Zölle und Sanktionen.

50 Prozent nennen geopolitische Konflikte und Unsicherheiten.

Aber der entscheidende Wert ist ein anderer:

53 Prozent nennen die Kostenbelastung am Standort Deutschland.

Damit sind unsere hausgemachten Standortprobleme für die Unternehmen eine größere Belastung als die geopolitischen Unsicherheiten. EU-Regulierung und Berichtspflichten kommen mit knapp 46 Prozent noch hinzu.

Unsere Unternehmen können geopolitische Risiken managen. Was sie nicht kompensieren können, sind hausgemachte Wettbewerbsnachteile.

Wir dürfen unsere Unternehmen nicht mit einem Rucksack aus Kosten, Bürokratie und Regulierung in den internationalen Wettbewerb schicken und uns anschließend wundern, wenn sie nicht mehr mithalten können.

Denn unsere Umfrage zeigt gleichzeitig, wie anpassungsfähig die Unternehmen sind.

95 Prozent berichten von Auswirkungen der geopolitischen Spannungen auf ihre Lieferketten. Bei fast 58 Prozent sind diese Auswirkungen sogar erheblich.

Grafik 5: Auswirkungen auf Lieferketten

Die Konsequenzen sind ganz konkret: längere Lieferzeiten, höhere Transportkosten und höhere Einkaufspreise. Lieferausfälle sind dagegen für deutlich weniger Unternehmen das Hauptproblem.

Und die Unternehmen reagieren.

Fast die Hälfte diversifiziert ihre Beschaffungsmärkte. Mehr als die Hälfte erhöht die Lagerhaltung. 72 Prozent passen ihre Verkaufspreise an.

Das ist Resilienz.

Und genau deshalb sage ich: **Resilienz darf nicht zur Ausrede für schlechte Standortpolitik werden.**

Die Wirtschaft erledigt ihren Teil. Jetzt muss die Politik ihren erledigen.

Meine Damen und Herren,

dazu gehört in der gegenwärtigen Situation auch politische Stabilität.

In einer Welt, in der Unternehmen jeden Morgen mit neuen Zöllen, Sanktionen und Lieferkettenrisiken rechnen müssen, darf Deutschland nicht selbst zum zusätzlichen Unsicherheitsfaktor werden.

Unsere Unternehmen brauchen verlässliche Rahmenbedingungen. Sie brauchen Entscheidungen. Und sie brauchen eine handlungsfähige Regierung.

Deutschland braucht jetzt **Reformtempo statt Stillstand.**

Die Bundesregierung muss ihre Aufgaben erledigen: Standortkosten senken, Bürokratie abbauen, Investitionen erleichtern und unsere Infrastruktur modernisieren.

Und wir müssen unsere wirtschaftliche Sicherheit stärker als bisher auch außenpolitisch denken.

Denn eines hat sich in den vergangenen Jahren fundamental verändert: Handelspolitik, Sicherheitspolitik und Standortpolitik lassen sich nicht mehr voneinander trennen.

Meine Damen und Herren,

damit komme ich zu Europa.

Hier brauchen wir einen Perspektivwechsel.

Wir müssen Europa größer denken.

In einer Welt wachsender geopolitischer Blöcke können wir uns nicht darauf beschränken, unseren bestehenden Binnenmarkt immer kleinteiliger zu regulieren.

Europa braucht wirtschaftliche Größe. Europa braucht neue Märkte. Und Europa braucht mehr verlässliche Partner.

Deshalb brauchen wir eine Handelsallianz der offenen Märkte.

Denn es geht gerade nicht darum, einen neuen abgeschotteten Block zu schaffen.

Es geht um ein Bündnis der Staaten, die weiter auf freien, offenen und regelbasierten Handel setzen.

Die Europäische Union und die Staaten des transpazifischen CPTPP könnten den Kern einer solchen Handelsallianz bilden. Weitere gleichgesinnte Partner könnten hinzukommen.

Ein großer Wirtschaftsraum, der nicht durch Abschottung zusammengehalten wird, sondern durch Offenheit.

Eine solche Allianz könnte Handelshemmnisse untereinander abbauen, neue Märkte öffnen und Lieferketten diversifizieren.

Und sie würde den beteiligten Staaten mehr Gewicht geben, wenn andere Länder Zölle und Handelspolitik als politisches Druckmittel einsetzen.

Je größer das Netz unserer verlässlichen Handelspartner ist, desto geringer wird die Abhängigkeit vom einzelnen Markt – **und desto größer wird unser eigenes wirtschaftliches Gewicht.**

Wie Kommissionspräsidentin von der Leyen bereits in ihrer Rede zur Lage der Union mit Blick auf Kanada angestoßen hat, brauchen wir neue Formen assoziierter Mitgliedschaft. Wir sollten diesen Gedanken aber konsequent weiterdenken:

Eine engere wirtschaftliche Integration wie beispielsweise ein Zugang zum EU-Binnenmarkt darf nicht automatisch die Übernahme sämtlicher regulatorischer und finanzieller Verpflichtungen einer EU-Vollmitgliedschaft voraussetzen.

Grafik 6: Europäischer Partnerraum / assoziierte Mitgliedschaft

Aber wer Zugang zu Teilen unseres Binnenmarktes erhält, muss dort selbstverständlich gemeinsame Spielregeln einhalten.

Der Vorteil liegt auf der Hand: Europa kann seinen Wirtschaftsraum schneller erweitern, Lieferketten diversifizieren und strategische Partner enger an sich binden, ohne für jedes Land nur die Wahl zwischen Freihandelsabkommen und Vollmitgliedschaft zu lassen.

Eine solche assoziierte Mitgliedschaft wäre mehr als ein Freihandelsabkommen, aber flexibler als eine Vollmitgliedschaft.

Kanada oder Großbritannien wären dafür interessante Partner. Beitrittskandidaten könnten über ein solches Modell wesentlich früher wirtschaftlich integriert werden.

Das Prinzip ist einfach: **Gleiche Regeln dort, wo ein gemeinsamer Markt sie braucht. Aber keine regulatorische Vollintegration um ihrer selbst willen.**

Damit könnten wir einen größeren gemeinsamen Wirtschaftsraum schaffen, unsere Rohstoffbasis verbreitern, Lieferketten diversifizieren und Europas wirtschaftliches Gewicht stärken.

Aber dabei sollten wir nicht stehen bleiben.

Wir brauchen deshalb unterschiedliche Ebenen wirtschaftlicher Zusammenarbeit:

- einen starken europäischen Binnenmarkt,
- einen engeren europäischen Partnerraum mit assoziierten Mitgliedern
- und darüber hinaus eine breite Handelsallianz mit den Staaten, die unsere Überzeugung von offenen Märkten und regelbasiertem Handel teilen.

Das ist kein Rückzug aus der Globalisierung. **Das ist eine Strategie für eine neue Phase der Globalisierung.**

Europa wird nicht stärker, indem es sich abschottet.

Europa wird stärker durch Größe, durch Offenheit und durch mehr verlässliche Partner.

Dazu gehört auch, die europäischen Mittel auf die richtigen Aufgaben zu konzentrieren. Entscheidend ist, dass wir vorhandene Mittel dort einsetzen, wo gemeinsames europäisches Handeln echten Mehrwert schafft: Neue Unternehmensabgaben gehen dagegen in die falsche Richtung. Sie schaffen neue Belastungen

Meine Damen und Herren,

ob dieser Ansatz gelingt, zeigt sich gerade sehr konkret am **Industrial Accelerator Act**.

Das Ziel, Investitionen zu beschleunigen und industrielle Kapazitäten in Europa zu stärken, unterstützen wir.

Aber wir warnen vor der falschen Antwort auf ein richtig erkanntes Problem.

Wenn aus europäischer Resilienz am Ende neue Local-Content-Vorgaben, Herkunftsnachweise und Berichtspflichten werden, ist niemandem geholfen.

Grafik 7: Bewertung des Industrial Accelerator Act

Auch unsere Unternehmen sehen das differenziert. Rund 23 Prozent befürworten Gegenmaßnahmen, wenn andere Staaten wettbewerbsverzerrend handeln. Rund ein weiteres Viertel unterstützt sie nur in konkret betroffenen Sektoren.

Die größte einzelne Gruppe – rund 41 Prozent – sagt aber: Nein, verbessert stattdessen die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in Deutschland und Europa.

Entscheidend ist nicht, ob auf einem Produkt „Made in EU“ steht. Entscheidend ist, dass wir morgen noch drei Alternativen haben, wenn heute ein Lieferant ausfällt.

Europa braucht einen Industrial Accelerator Act, der seinen Namen verdient. Investitionen müssen schneller möglich werden, Genehmigungen einfacher und Verfahren kürzer. Genau hier muss der IAA ansetzen.

Dabei kann er auch ein Baustein für unsere Idee einer europäischen Handelsallianz sein. Denn engerer Handel mit verlässlichen Partnern bedeutet mehr als niedrige oder keine Zölle: Auch klare Herkunfts- und Wertschöpfungsregeln können den Warenaustausch erleichtern – sofern sie eng begrenzt, einfach nachweisbar und digital abbildbar sind. Gegenseitige Anerkennung von Standards kann zusätzliche Bürokratie vermeiden.

Unsere Botschaft lautet deshalb: **Beschleunigung ja, neue Handelsbarrieren nein.**

Der IAA sollte Investitionen erleichtern, internationale Lieferketten offenhalten und den Handel mit unseren Partnern einfacher machen – nicht komplizierter.

Meine Damen und Herren,
damit sind wir bei China.

China ist und bleibt ein zentraler Handelspartner für Deutschland und Europa. Aber unsere Beziehungen verändern sich.

Grafik 8: China / Diversifizierung

Mehr als die Hälfte der von uns befragten Unternehmen gibt an, direkt oder indirekt stark oder sehr stark von China abhängig zu sein.

Gleichzeitig reagieren die Unternehmen bereits auf die veränderte Situation. Ein großer Teil der betroffenen Unternehmen wartet zunächst die weitere Entwicklung ab.

Andere reduzieren ihr Engagement oder suchen neue Beschaffungs- und Vertriebswege.

Der richtige Weg ist deshalb nicht Decoupling, was der IAA für uns bedeuten würde. Er ist Diversifizierung.

Europa darf auf chinesische Konzentration nicht mit eigener Abschottung reagieren. Wer chinesische Abschottung kopiert, macht Europa nicht resilienter, sondern kleiner.

Unsere Stärke muss Offenheit und Diversifizierung sein.

Wir brauchen alternative Beschaffungsmärkte. Wir brauchen neue Absatzmärkte. Wir brauchen mehr Freihandelsabkommen, einen größeren europäischen Partnerraum und eine starke Handelsallianz.

Gleichzeitig müssen wir gegenüber China selbstbewusster auftreten.

Europa will China nicht daran hindern, wettbewerbsfähig zu sein oder zu exportieren. Aber ein Wirtschaftsmodell, das strukturelle Überkapazitäten dauerhaft über ausländische Märkte abbaut, führt zwangsläufig zu politischen Gegenreaktionen.

Deshalb brauchen wir ein Rebalancing. Wenn China seine Binnennachfrage stärkt, muss ein größerer Teil dieser Nachfrage auch für ausländische Unternehmen offenstehen: durch weniger Marktzugangshürden, transparente Zulassungsverfahren, fairen Zugang zu öffentlichen Ausschreibungen und eine stärkere Öffnung etwa bei Dienstleistungen.

De-Risking darf nicht Decoupling bedeuten. Und strategische Unabhängigkeit darf nicht mit Autarkie verwechselt werden.

Meine Damen und Herren,

Europa muss sich gegen unfairen Wettbewerb wehren können. Aber aus Handelsschutz darf kein Schutzschirm für mangelnde Wettbewerbsfähigkeit werden.

Wer nachweislich von staatlichen Subventionen profitiert und damit europäische Unternehmen massiv schädigt, muss mit einer europäischen Antwort rechnen. Aber niedrige Preise, hohe

Produktionskapazitäten oder verlorene Marktanteile sind noch kein Beweis für unfairen Wettbewerb.

Wir dürfen nicht zulassen, dass einzelne Wirtschaftszweige ihre strukturellen Probleme mit Zöllen lösen und die Rechnung dafür der Rest der europäischen Wirtschaft bezahlt.

Denn jeder Eingriff hat Folgen: für Importeure, für industrielle Weiterverarbeiter, für Exporteure und am Ende für die Verbraucher.

Wer Importe verteuert, verteuert europäische Produktion. Und wer europäische Produktion verteuert, schwächt unsere Exporte.

Deshalb sehen wir die deutsch-französischen Pläne für ein neues Handelsinstrument kritisch. Europa braucht keinen handelspolitischen Blankoscheck und erst recht keine europäische Version der amerikanischen Section 301.

Wir brauchen klare Beweise, hohe Eingriffsschwellen und eine verbindliche Prüfung des gesamtwirtschaftlichen europäischen Interesses.

Handelsschutz darf Zeit für Transformation kaufen. Er darf Transformation nicht ersetzen.

Meine Damen und Herren,

wenn ich unsere Ergebnisse heute auf einen Punkt bringen müsste, dann wäre es dieser:

Unsere Unternehmen haben gelernt, mit einer schwierigeren Welt umzugehen.

Sie diversifizieren. Sie suchen neue Märkte. Sie verändern ihre Lieferketten. Sie investieren. Und sie tragen unternehmerische Risiken.

Sie erwarten von der Politik nicht, dass sie ihnen diese Risiken abnimmt.

Aber sie erwarten zu Recht, dass Deutschland und Europa ihnen den Rücken freihalten. Denn der aktuelle Kurs erschwert den Handel und wir sehen zugleich, dass sich die Wege des internationalen Handels verändern.

2025 sind die deutschen Importe zwar um 4,3 Prozent gestiegen, während die Exporte nur um 0,9 Prozent zulegen. Gleichzeitig zeigen Außenhandels- und Zahlungsbilanzstatistik, dass

internationale Handelsgeschäfte längst nicht immer mit einem physischen Warenfluss durch Deutschland oder die EU verbunden sind.

Vor dem Hintergrund zunehmender Zoll-, Produkt- und Regulierungsvorgaben müssen wir aufpassen, dass Europa nicht selbst zum Hindernis für internationale Handelsgeschäfte wird. Denn je komplexer und aufwendiger der Zugang zum europäischen Binnenmarkt wird, desto attraktiver können alternative Handelswege außerhalb des europäischen Warenverkehrs werden.

Wenn Waren Europa gar nicht mehr erreichen, weil der Transithandel einfacher ist als der Import, verliert Europa nicht nur Handel, sondern auch Wertschöpfung.

Grafik 9: Standortinvestitionen

Die Hälfte unserer befragten Unternehmen hält trotz aller Schwierigkeiten unverändert am Standort Deutschland fest und investiert hier. Weitere 40 Prozent warten zunächst die weitere Entwicklung ab.

Das ist Chance und Warnung zugleich.

Diese Unternehmen wollen bleiben.

Wir sollten ihnen endlich wieder gute Gründe dafür geben.

Weniger Kosten und Bürokratie zu Hause. Mehr Märkte und verlässliche Partner nach außen. Ein starker Binnenmarkt. Ein größerer europäischer Wirtschaftsraum. Und eine Handelspolitik, die Diversifizierung ermöglicht, statt neue Grenzen zu errichten.

Deutschland war erfolgreich, weil wir offen waren.

Europa wird erfolgreich bleiben, wenn wir offen bleiben, einfacher werden, unseren Markt vergrößern – und gleichzeitig lernen, unsere wirtschaftlichen Interessen selbstbewusster zu vertreten.

China setzt auf Konzentration. Europas Stärke muss Diversifizierung sein. Unser Wettbewerbsvorteil liegt nicht darin, andere bei der Abschottung zu kopieren, sondern darin, den größten verlässlichen Wirtschaftsraum der Welt zu schaffen.

Dafür brauchen unsere Unternehmer vor allem eines: **mehr Freiheit zum Handeln.**

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.