



Deutsche Bank

Global Sentiment Survey on Europe 2026

Kurz-Report

Frankfurt am Main, 21. September 2026

Mit wem haben wir gesprochen?



13
Nichteuropäische Märkte
in drei Regionen

100+
Beschäftigte
Mindestgröße der Unternehmen

1.200
Befragte
Führungskräfte und Entscheidungsträger

67%
Bereits in Europa investiert

33%
Noch nicht investiert, planen jedoch einen Markteintritt innerhalb der kommenden 5 Jahre

In welchen Märkten wurde gefragt?

Asien-Pazifik – 50%

China (inkl. Hongkong) – Japan – Singapur – Indien – Australien – Südkorea – Taiwan

Amerika – 33%

USA – Kanada – Mexiko – Brasilien

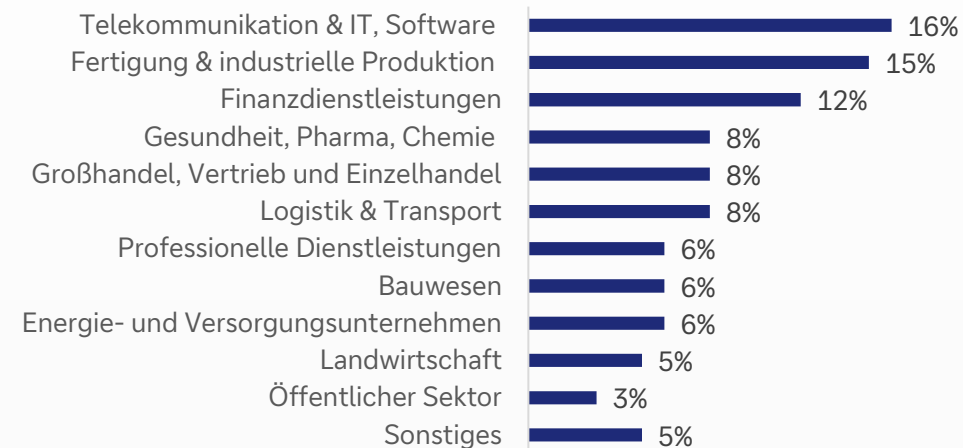
Naher Osten – 17%

Vereinigte Arabische Emirate – Saudi-Arabien

Unternehmensgrößen

13% – 100-249 | **18%** – 250-499 | **25%** – 500-999 | **44%** – 1000+

Branchen





KERNBOTSCHAFTEN

Europa ist die **Top-Investitionsregion** für die befragten Führungskräfte

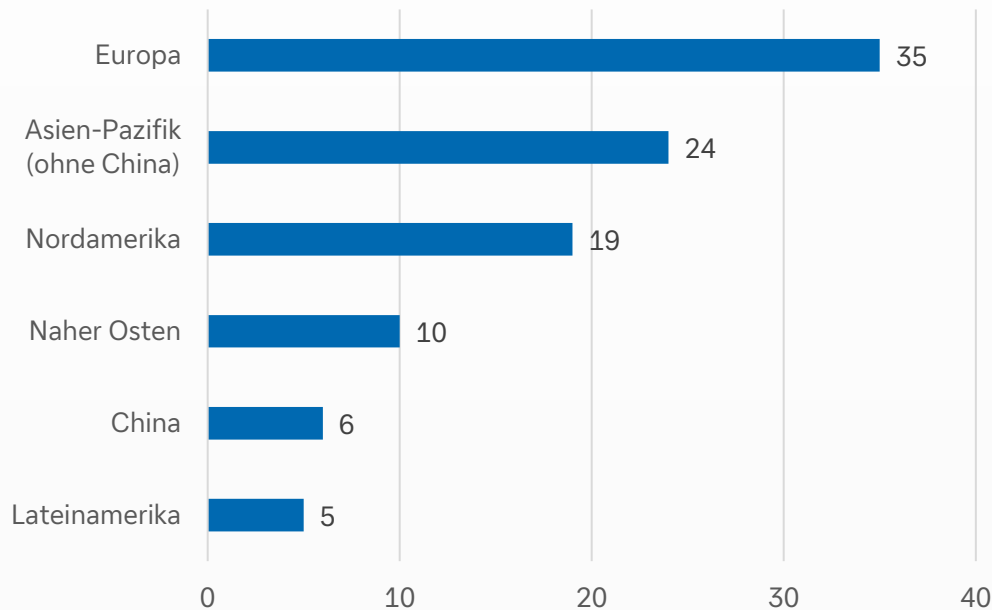
Deutschland ist **Europas Nummer 1**

Lob für politische und wirtschaftliche Stabilität und Innovationskraft, Kritik an Hürden für grenzüberschreitendes Geschäft, Kosten und langsamen Genehmigungen

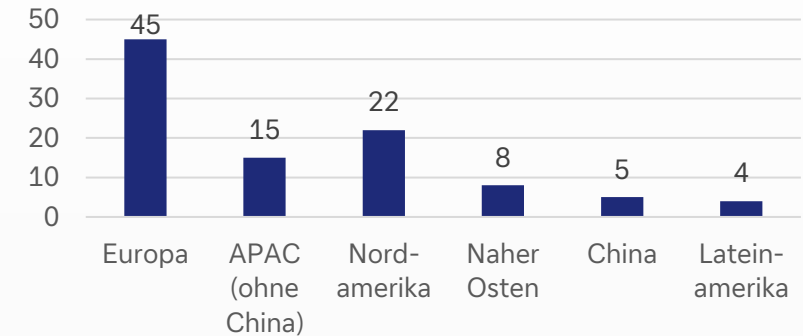
1. Führungskräfte sehen Europa vor Amerika und Asien-Pazifik



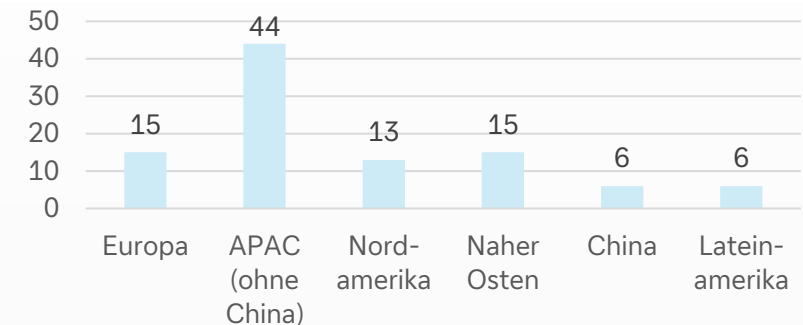
Attraktivität der Regionen, in Prozent



Bereits in Europa investiert, in Prozent



Noch nicht in Europa investiert, aber in Planung, in Prozent



KERNAUSSAGE

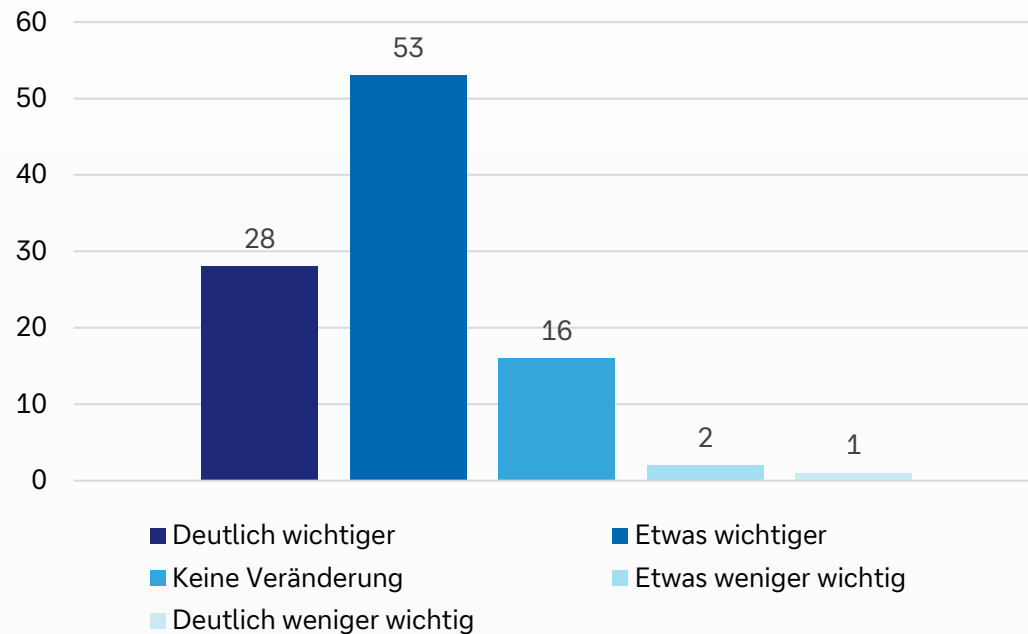
35 Prozent nennen Europa als die derzeit **attraktivste Region** für ihr Unternehmen. Asien-Pazifik (ohne China) folgt mit **24 Prozent**, Nordamerika mit **19 Prozent**. **Bereits in Europa investierte Unternehmen** sind die stärksten Fürsprecher: **45 Prozent bewerten Europa als attraktivste Region**. Unter **Nicht-Investoren** sind es nur **15 Prozent**, während **44 Prozent** den Asien-Pazifik-Raum bevorzugen.

F: Welche der folgenden Regionen ist derzeit für Ihr Unternehmen am attraktivsten?

2. Die Welt setzt zunehmend auf Europa



Entwicklung insgesamt, in Prozent

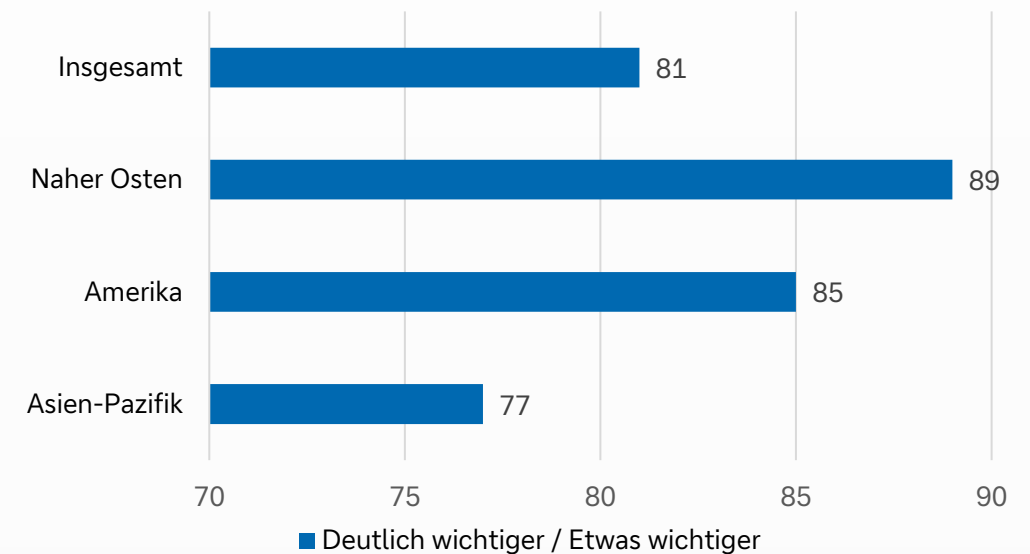


KERNAUSSAGE

81 Prozent geben an, dass Europa für ihre Investitionsentscheidungen heute deutlich wichtiger (**28 Prozent**) oder etwas wichtiger (**53 Prozent**) ist als vor drei Jahren.

F: Ist Europa für Ihre Investitionsentscheidungen heute wichtiger oder weniger wichtig als vor drei Jahren?

Nach Herkunftsregion, in Prozent*



KERNAUSSAGE

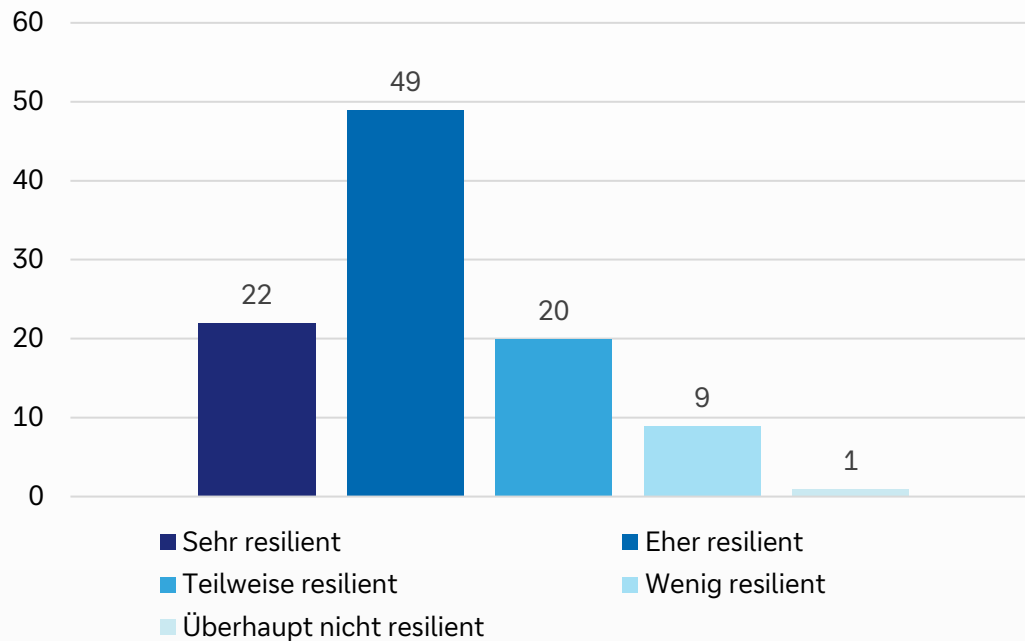
Am stärksten ist dieser Anstieg bei Investoren aus dem Nahen Osten: **89 Prozent** bewerten Europa heute als deutlich oder etwas wichtiger als vor drei Jahren. In Nord- und Südamerika sind es **85 Prozent**, im Asien-Pazifik-Raum **77 Prozent**.

*5-stufige Skala von „deutlich wichtiger“ (5) bis „deutlich weniger wichtig“ (1); dargestellt sind die Top-2-Antwortkategorien.

3. Europa gilt in unsicheren Zeiten als widerstandsfähig



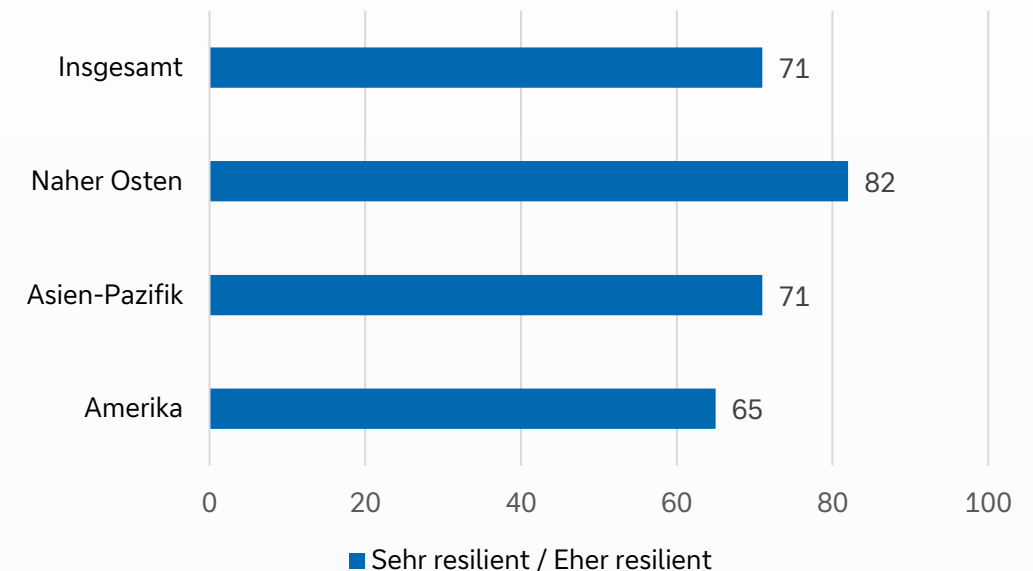
Bewertung insgesamt, in Prozent



KERNAUSSAGE

71 Prozent bewerten Europa als widerstandsfähig, nur 10 Prozent als wenig oder überhaupt nicht resilient.

Nach Herkunftsregion, in Prozent*



KERNAUSSAGE

Im Nahen Osten fällt das Urteil mit **82 Prozent** besonders positiv aus. In Asien und im pazifischen Raum sind es **71 Prozent**, auf dem amerikanischen Kontinent **65 Prozent**.

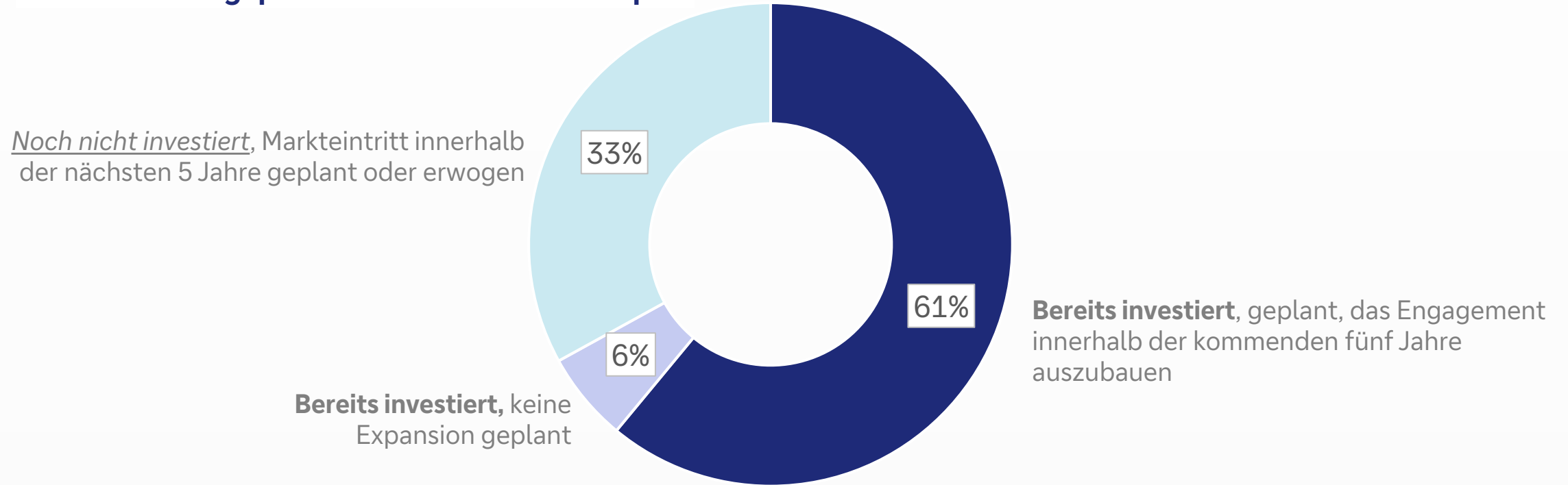
F: Wie resilient ist Europa als Wirtschaftsstandort angesichts wirtschaftlicher und geopolitischer Unsicherheiten?

*5-stufige Skala von „Sehr resilient“ (5) bis „Überhaupt nicht resilient“ (1); dargestellt sind die Top-2-Antwortkategorien.

4. Investoren wollen mehr Europa wagen



Aktuelle und geplante Investitionen in Europa



KERNAUSSAGE

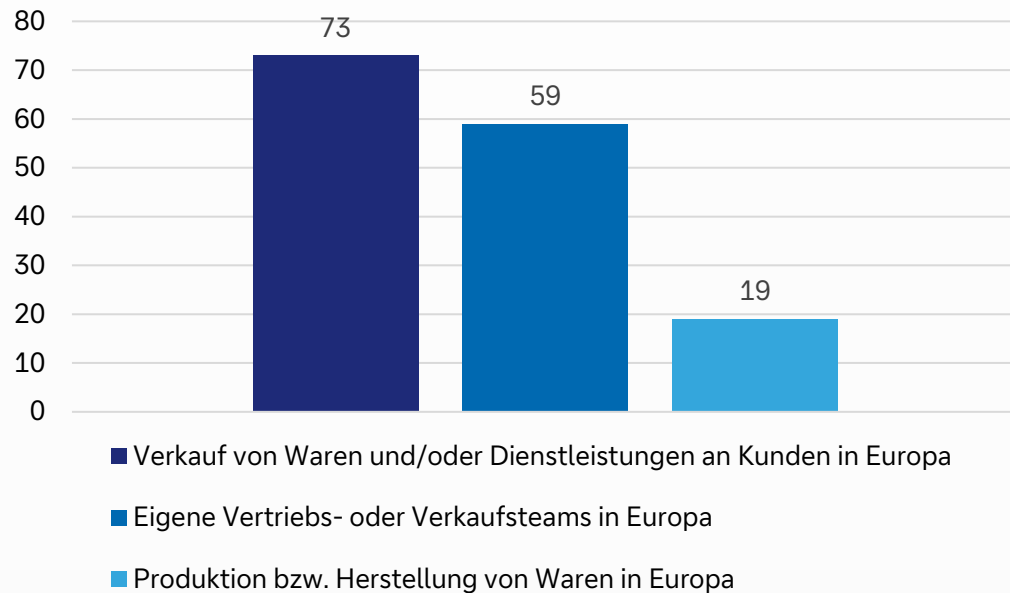
61 Prozent aller Befragten sind bereits in Europa investiert und planen, ihr Engagement innerhalb der kommenden fünf Jahre auszubauen. **Nur 6 Prozent** der bereits investierten Unternehmen planen derzeit keine weitere Expansion. **33 Prozent** sind noch nicht in Europa aktiv, planen oder erwägen jedoch einen Markteintritt innerhalb der kommenden fünf Jahre.

F: Welche der folgenden Aussagen beschreibt die aktuelle und geplante Präsenz Ihres Unternehmens in Europa am besten?

5. Europa ist und bleibt als Absatzmarkt attraktiv, seine industrielle Bedeutung wächst weiter



Aktuelle Geschäftsaktivitäten in Europa, in Prozent*

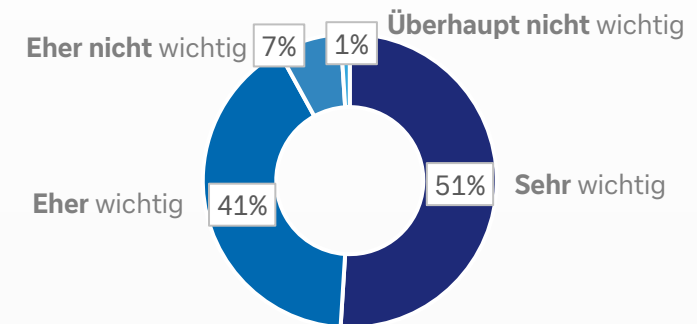


KERNAUSSAGE

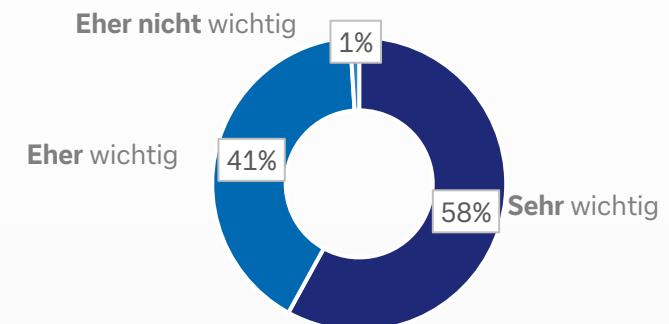
Obwohl derzeit nur **19 Prozent** der in Europa aktiven Unternehmen dort auch produzieren, erwarten **92 Prozent** der Befragten, dass Europa künftig als Produktionsstandort wichtig sein wird.

F: Welche der folgenden Geschäftsaktivitäten hat Ihr Unternehmen derzeit in Europa?
*von Unternehmen, die bereits in Europa investiert sind; Mehrfachnennungen möglich

Wachsende Bedeutung für Produktion, Forschung & Entwicklung, stabile Lieferketten und...



... als Absatzmarkt



F: Wie wichtig ist Europa für das Wachstum Ihres Unternehmens in den kommenden 3 bis 5 Jahren in den folgenden Rollen? Als Industrie- und Produktionsstandort (Produktion, Forschung & Entwicklung, Lieferketten) / Als Absatzmarkt (Nachfrage nach Ihren Produkten und Dienstleistungen)

6. Europa punktet mit Wachstum und Innovationskraft



Europas Stärken*

74%
Wachstumschancen

71%
Innovation und Digitalisierung

70%
Internationale Beziehungen

68%
Wirtschaftliche und marktbezogene Stabilität

KERNAUSSAGE

Europa überzeugt mit Wachstum und Innovationskraft, nicht allein mit Stabilität. Die Befragten sehen insbesondere bei Wachstumschancen (74 Prozent) sowie bei Innovation und Digitalisierung – gerade auch in Verbindung mit dem Potenzial von KI (71 Prozent) – klare oder moderate Vorteile Europas gegenüber anderen Weltregionen. Es folgen internationale Beziehungen (70 Prozent) sowie wirtschaftliche und marktbezogene Stabilität (68 Prozent).

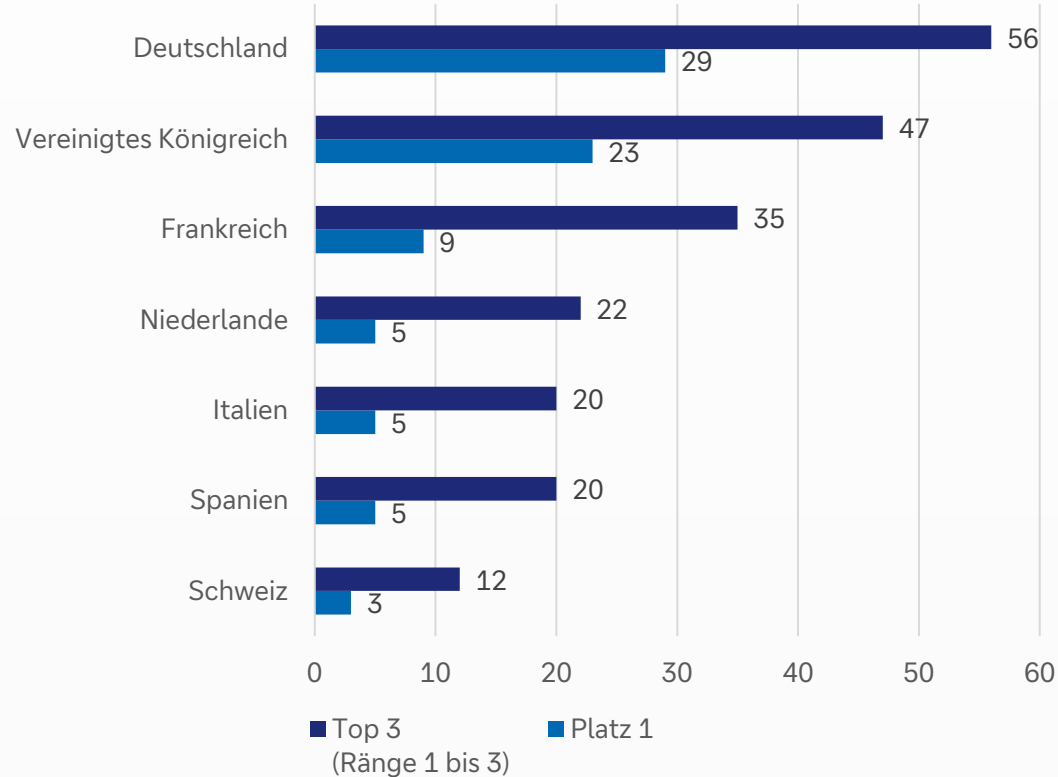
F: Wie bewerten Sie Europa im Vergleich zu anderen Regionen als Investitionsstandort in den folgenden Bereichen?.

*Dargestellt sind die Top-2-Antwortkategorien („klarer Vorteil“ und „moderater Vorteil“) auf einer 6-stufigen Skala.

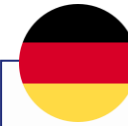
7. Deutschland ist Europas Investitionsmagnet



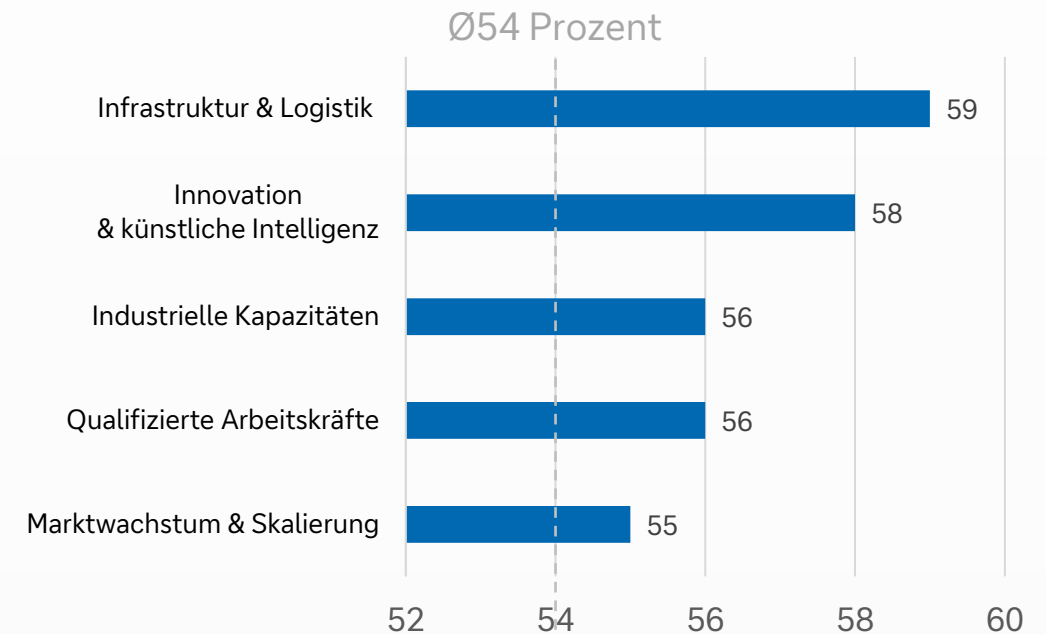
Bevorzugte Investitionsstandorte, in Prozent



F: In welche europäischen Länder wollen Sie in naher Zukunft investieren oder Ihr Geschäft ausbauen? Bitte nennen Sie Ihre drei wichtigsten Zielländer.



Deutschlands Stärken nach Faktoren, in Prozent



KERNAUSSAGE

Deutschland erzielt hohe Werte bei Infrastruktur und Logistik, Innovationskraft – gerade auch in Verbindung mit künstlicher Intelligenz, industriellen Kapazitäten, qualifizierten Arbeitskräften sowie Marktwachstum und Skalierung.

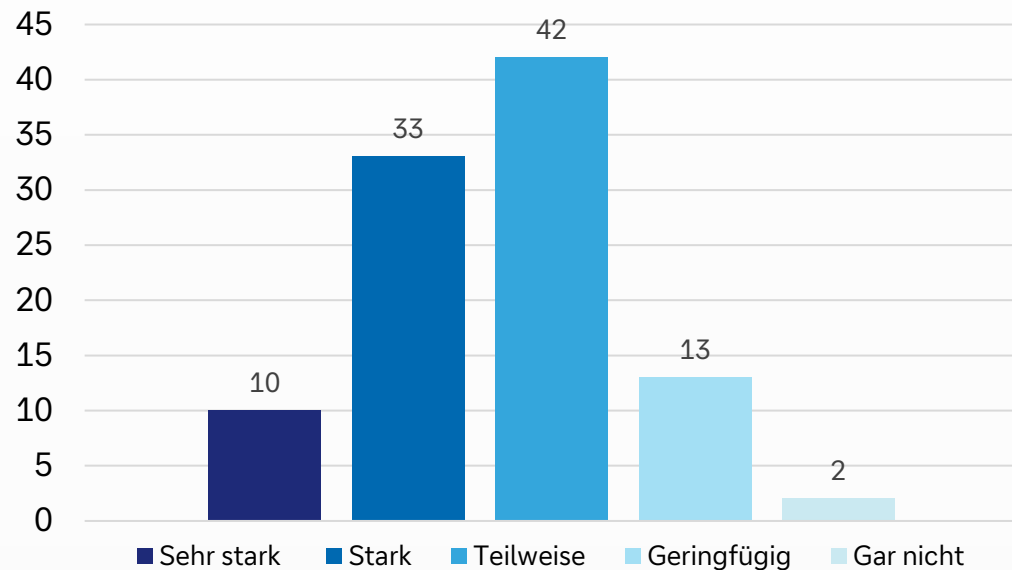
F: Welche dieser europäischen Länder sind aus Ihrer Sicht bei den folgenden Faktoren besonders stark?

8. Europas größte Bremse ist Europa selbst

Hürden für grenzüberschreitendes Geschäft schmälern die Attraktivität des Standorts



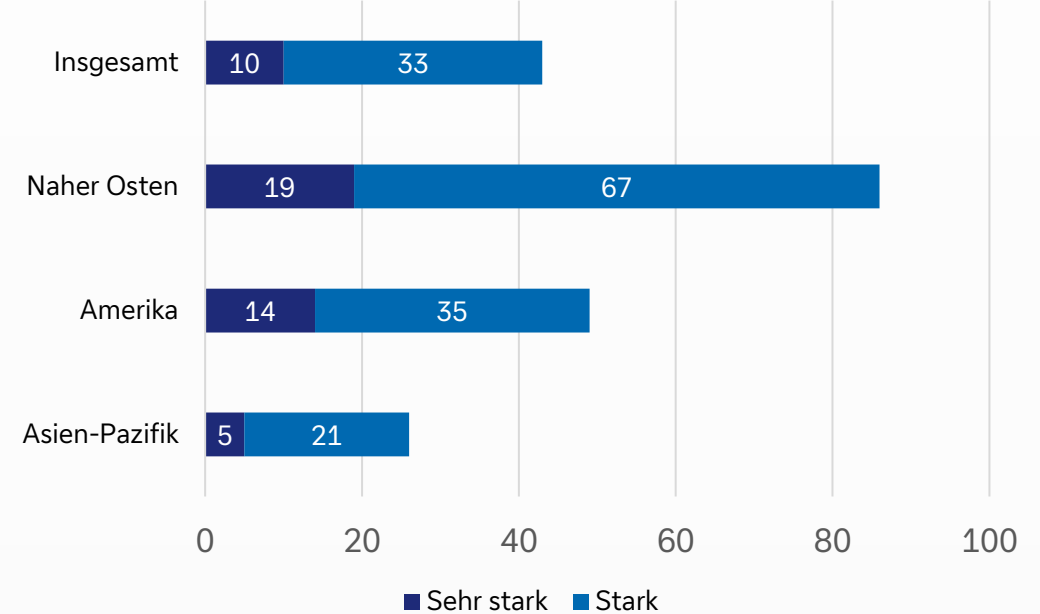
Bewertung insgesamt, in Prozent



KERNAUSSAGE

Hürden für grenzüberschreitendes Geschäft belasten Europas Attraktivität: **43 Prozent** sehen starke oder sehr starke Auswirkungen, weitere **42 Prozent** zumindest teilweise. Nur **15 Prozent** nehmen geringe oder keine Auswirkungen wahr.

Nach Herkunftsregion, in Prozent*



KERNAUSSAGE

Hürden für grenzüberschreitendes Geschäft werden im Nahen Osten am stärksten wahrgenommen: **86 Prozent** sehen einen starken oder sehr starken Einfluss, verglichen mit **49 Prozent** in Nord- und Südamerika und **26 Prozent** im Asien-Pazifik-Raum.

F: In welchem Ausmaß verringern grenzüberschreitende Hürden die Attraktivität Europas?

F: In welchem Ausmaß verringern grenzüberschreitende Hürden die Attraktivität Europas?

*Dargestellt sind die Top-2-Antwortkategorien.

8. Europas größte Bremse ist Europa selbst

Vier Prioritäten zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit Europas



Wahrgenommene Schwachstellen – Positiv-Urteil unter 50 Prozent*

42%
Wettbewerbsfähige Arbeitskosten

44%
Steuersystem

47%
Wettbewerbsfähige Energiekosten

47%
Geschwindigkeit von
Genehmigungsverfahren

KERNAUSSAGE

Dies sind die einzigen Bereiche, in denen **weniger als 50 Prozent der Befragten** Europa gegenüber anderen Regionen einen spürbaren Vorteil zuschreiben. Sie zählen sie zu den wichtigsten Handlungsfeldern für eine stärkere Wettbewerbsfähigkeit Europas.

F: Wie bewerten Sie Europa im Vergleich zu anderen Regionen als Investitionsstandort?

*Dargestellt sind die Top-2-Antwortkategorien: Starker Vorteil / Mittlerer Vorteil.



NÄCHSTER SCHRITT: Vertrauen in Wachstum verwandeln

Europas Stärken bewahren

Stabilität, Offenheit und vertrauenswürdige Institutionen

Den Binnenmarkt vollenden

Weniger Fragmentierung, mehr Skalierung

Privates Kapital mobilisieren

Für Technologie, Infrastruktur und Sicherheit

Führungsrolle bei industrieller KI übernehmen

Innovation in Produktivität übersetzen

Schneller liefern

Von der Ambition zur Umsetzung