

ambiente

christmasworld

creativeworld

Aktueller Branchenindex: Globale Unsicherheiten belasten Unternehmen zunehmend

Frankfurt am Main/Köln, September 2026. Die zweite Erhebungswelle des Branchenindex von IFH KÖLN und Messe Frankfurt zeigt: Während sich das globale Geschäftsklima gegenüber der ersten Erhebungswelle insgesamt kaum verändert und auf verhaltenem Niveau bleibt, haben sich die Belastungsfaktoren deutlich verschoben. Vor allem globale Unsicherheiten, steigende Produktions- und Beschaffungskosten sowie Zölle und Handelsbeschränkungen setzen Unternehmen zunehmend unter Druck.

Der globale Branchenindex von IFH KÖLN und Messe Frankfurt macht als internationales Stimmungs- und Trendbarometer Entwicklungen in den messerelevanten Segmenten frühzeitig sichtbar. Für die zweite Erhebungswelle wurden im Juni und Juli 2026 weltweit insgesamt 667 Vertreter*innen aus Industrie sowie Handel & Service befragt. Mit einem Indexwert von 100,4 nach 100,1 in der ersten Erhebungswelle bleibt das globale Geschäftsklima nahezu unverändert und insgesamt verhalten. Die Industrie zeigt sich dabei etwas zuversichtlicher als Handel & Service. Auch regional bestehen Unterschiede: Asien liegt mit +4,2 Indexpunkten über dem Gesamtindex, Amerika mit +2,3 Punkten, während Europa mit -1,2 Punkten darunter liegt. „Die Wirtschaft befindet sich derzeit weniger in einer Erholung als unter dem Druck zur Neuorientierung. Zwar stabilisiert sich die Stimmung punktuell, zugleich verlagern sich die Belastungen von einer schwachen Nachfrage hin zu geopolitischen Unsicherheiten, steigenden Kosten und Handelshemmnissen“, so Dr. Ralf Deckers, Bereichsleiter Strategic Insights & Analytics am IFH KÖLN.

Global uncertainties and rising costs are increasingly affecting business.

Top 5 Challenges



Q8.a: What are the biggest challenges for your company in the current situation?

Der Branchenindex zeigt, wie sich die zentralen Herausforderungen der Konsumgüterbranche entwickeln.
Grafik: IFH KÖLN.

Kosten und geopolitische Krisen rücken in den Mittelpunkt

Besonders deutlich zeigt der Vergleich der beiden Erhebungswellen, wie sich die Herausforderungen für Unternehmen verschieben. In der Industrie nennen inzwischen 84 Prozent die globale Unsicherheit durch Kriege und Konflikte als zentrale Herausforderung – gegenüber 52 Prozent in der ersten Erhebungswelle. Gleichzeitig gewinnen steigende Produktionskosten erheblich an Bedeutung: Ihr Anteil steigt von 51 auf 66 Prozent. Auch bei Handel & Service nimmt die globale Unsicherheit deutlich zu – von 46 auf 63 Prozent. Die zweite Erhebungswelle fiel dabei in eine Phase wachsender geopolitischer Spannungen. Die militärischen Auseinandersetzungen in der Golfregion und die damit verbundenen Risiken für zentrale internationale Handels- und Energierouten verdeutlichen, wie eng geopolitische Stabilität, globale Lieferketten und wirtschaftliche Planungssicherheit miteinander verbunden sind. Gleichzeitig gewinnen steigende Beschaffungskosten an Gewicht, während die Konsumzurückhaltung der privaten Haushalte im Vergleich zur ersten Erhebungswelle an Bedeutung verliert. Damit zeigt die zweite Erhebungswelle: Unternehmen werden zunehmend durch schwer zu beeinflussende, externe Belastungen und steigende Kosten gefordert.

Politische Belastung nimmt ebenfalls zu

Zölle und Handelsbeschränkungen setzen Unternehmen weiter unter Druck. Regional sind Unternehmen in Amerika nach wie vor am stärksten betroffen: 74 Prozent geben an, stark oder sehr stark betroffen zu sein. In Asien liegt der Wert inzwischen bei 66 Prozent, in Europa bei 42 Prozent. Zum Vergleich: In der ersten Erhebungswelle lagen die entsprechenden Werte bei 75 Prozent in Amerika, 58 Prozent in Asien und 33 Prozent in Europa. Damit nimmt die Belastung insbesondere in Asien und Europa zu. Trotz dieser Entwicklung fühlen sich die Unternehmen nicht wesentlich besser auf Veränderungen bei Zöllen und Importbeschränkungen vorbereitet. Ein großer Teil sieht sich weiterhin nur teilweise darauf eingestellt.

KI-Nutzung trifft auf strukturelle Hürden

Eine weitere Herausforderung ist der Einsatz von Künstlicher Intelligenz. KI wird derzeit vor allem für Content-Erstellung und medienbezogene Anwendungen genutzt. In der Industrie ist die Nutzung bereits etwas weiter fortgeschritten als bei Handel & Service. Die größten Herausforderungen bei der Einführung von KI liegen laut zweiter Erhebungswelle vor allem in fehlendem Know-how sowie in der Integration in bestehende Systeme. Auch Budgetfragen, fehlende Ressourcen sowie Datenschutz- und Sicherheitsrisiken spielen eine wichtige Rolle.

Verhaltener Ausblick trotz schwieriger Rahmenbedingungen

Trotz der gestiegenen geopolitischen und wirtschaftlichen Belastungen blicken die Unternehmen nicht ausschließlich pessimistisch auf die kommenden Monate. Vor allem die Industrie zeigt sich mit Blick auf die weitere Entwicklung zuversichtlicher als Handel & Service. Auch die leichte Verbesserung der Umsatzentwicklung deutet auf erste Erholungstendenzen hin. Insgesamt bleiben die Erwartungen jedoch verhalten.

„Unternehmen passen sich zunehmend an das volatile Umfeld an, doch von einem breit getragenen Aufschwung kann noch keine Rede sein“, so Dr. Ralf Deckers. Julia Uherek, Bereichsleiterin Consumer Goods Fairs bei der Messe Frankfurt, ergänzt: „Gerade in einem solchen Umfeld braucht die Branche Orientierung, verlässliche Netzwerke und neue Geschäftskontakte. Internationale Plattformen wie die Frankfurter Konsumgütermessen bringen dafür die richtigen Partner zusammen. Wir können die Volatilität nicht abschaffen – aber wir können Unternehmen dabei unterstützen, besser mit ihr umzugehen.“

Der Branchenindex kann [hier](#) heruntergeladen werden.

Über den Branchenindex

Der globale Branchenindex von IFH KÖLN und Messe Frankfurt ist ein internationales Stimmungs- und Trendbarometer für die messerelevanten Konsumgütersegmente der Ambiente, Christmasworld und Creativeworld. Ziel ist es, relevante Entwicklungen, Stimmungen und Trends frühzeitig sichtbar zu machen und Unternehmen eine datengestützte Grundlage für strategische Entscheidungen zu bieten. Für die zweite Erhebungswelle des globalen Branchenindex von IFH KÖLN und Messe Frankfurt wurden im Juni und Juli 2026 667 Unternehmen über die Kommunikationskanäle der Messe Frankfurt online befragt. Davon entfallen 258 Befragte auf die Industrie und 409 auf Handel & Service. 68 Prozent der Befragten stammen aus Europa, 20 Prozent aus Asien, acht Prozent aus Amerika und zwei Prozent aus Afrika. Die erste Erhebungswelle fand von Dezember 2025 bis Januar 2026 statt.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de

Nächste Messetermine:

Die nächsten Konsumgütermessen finden erneut Anfang Februar zeitgleich auf dem Frankfurter Messegelände statt.

Ambiente/Christmasworld: 29. Januar bis 2. Februar 2027

Creativeworld: 29. Januar bis 1. Februar 2027

Hinweis für Journalist*innen:

Weitere tagesaktuelle News, Expertenwissen und Ideen für den Handel finden Sie auf [Conzoom Solutions](#). Mit dem Netzwerk [Conzoom Circle](#) verknüpft die Messe Frankfurt die international bedeutendsten Plattformen für die globale Konsumgüter- und Handelsbranche und bündelt online Branchenwissen und -kompetenz.

Presseinformationen & Bildmaterial: ambiente.messefrankfurt.com/presse | christmasworld.messefrankfurt.com/presse | creativeworld.messefrankfurt.com/presse

Ins Netz gegangen:

www.facebook.com/ambientefair | www.instagram.com/ambientefair | www.linkedin.com/company/ambientefair

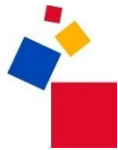
www.facebook.com/christmasworld/ | www.instagram.com/christmasworld.frankfurt/

www.linkedin.com/company/christmasworldfrankfurt

www.facebook.com/creativeworld.frankfurt | www.instagram.com/creativeworld.frankfurt/
www.linkedin.com/company/creativeworldfrankfurt

Hashtags:

#ambiente27 #ambientefair
#christmasworld27 #christmasbusiness
#creativeworld27 #creativeindustry



Ihr Kontakt:

Jelena Brezac
Tel.: +49 69 75 75-6880
jelena.brezac@messefrankfurt.com
Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main
www.messefrankfurt.com

Hintergrundinformationen Messe Frankfurt:

www.messefrankfurt.com/hintergrundinformationen

Hintergrundinformationen zu Conzoom Circle

conzoom-circle.messefrankfurt.com/information