

A wide-angle photograph of the Golden Gate Bridge in San Francisco, California, taken during sunset. The bridge's iconic orange-red color is highlighted by the warm, golden light of the setting sun. The bridge spans across the blue water of the San Francisco Bay, with the city's hills and buildings visible in the background under a clear, blue sky with a few wispy clouds.

AHK World Business Outlook Frühjahr 2026

Sonderauswertung USA

DIHK

AHK



US-Wirtschaft: Deutsche Unternehmen zwischen Zuversicht und Unsicherheit

Das wirtschaftliche Umfeld in den USA bleibt aus Sicht der dort aktiven deutschen Unternehmen angespannt, auch wenn sich einzelne Indikatoren zuletzt stabilisiert haben. Die Konjunkturerwartungen haben sich erneut eingetrübt und verharren deutlich unter dem langjährigen Durchschnitt: Nur 24 Prozent der Unternehmen rechnen mit einer konjunkturellen Erholung, während 30 Prozent eine Verschlechterung erwarten. Verstärkt wird diese Einschätzung durch die Rolle der USA als Konfliktpartei im Nahen Osten sowie durch die handelspolitischen Verwerfungen des vergangenen Jahres.

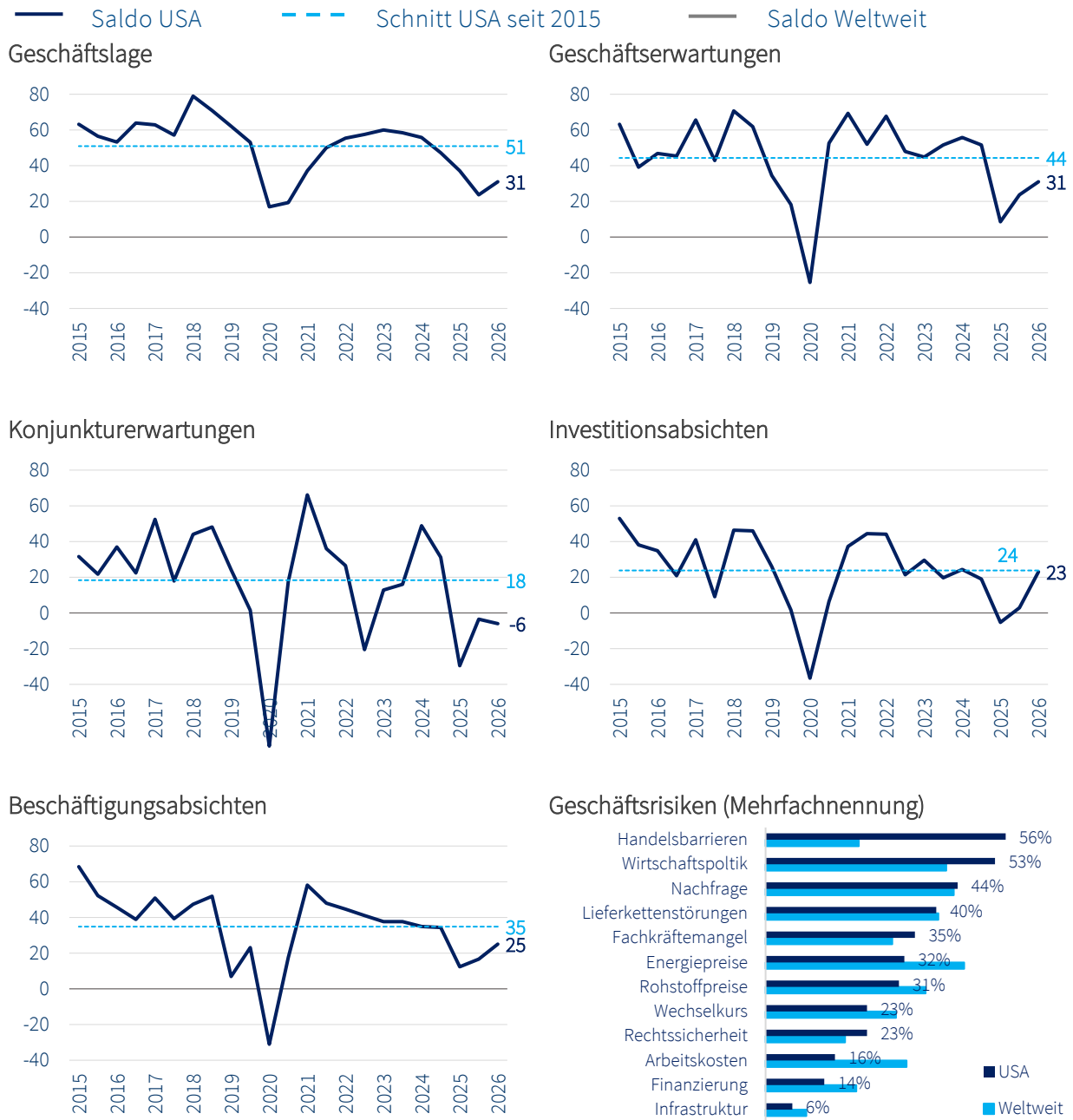
Die aktuelle Geschäftslage hat sich nach dem Zollschock des vergangenen Jahres zwar normalisiert: 43 Prozent bewerten ihre aktuelle Geschäftslage als gut, im Herbst 2025 waren es nur 39 Prozent. Auch die Geschäftserwartungen haben sich zuletzt aufgehellt: Knapp die Hälfte der deutschen Unternehmen in den USA sind hier optimistisch nach zuvor nur 31 Prozent. Dennoch bleiben die Bewertungen der aktuellen Geschäfte sowie die Erwartungen deutlich hinter dem langjährigen US-Durchschnittsniveau.

In den Erwägungen der Betriebe mit Standorten in den USA überwiegen inzwischen wieder die Argumente, dass die USA gute Investitionsbedingungen anbieten. Deutlich verbessern sich die Investitionsabsichten der deutschen Unternehmen vor Ort: 41 Prozent planen höhere Investitionen, zuvor waren es noch 26 Prozent. Auch die Beschäftigungsabsichten der deutschen Unternehmen vor Ort verbessern sich im Vergleich zum Herbst 2025, wenngleich weniger stark: 35 Prozent planen mit mehr Personal, nur noch zehn Prozent mit einer Verringerung (zuvor 19 Prozent). Trotz Verbesserung bleiben Investitions- und Beschäftigungsabsichten in den USA auch weiterhin unter dem langjährigen US-Durchschnitt.

Unternehmen mit lokalen Produktionsstandorten profitieren zwar teilweise von protektionistischen Maßnahmen zugunsten der US-Wirtschaft. Gleichzeitig bleibt die Unsicherheit über die wirtschafts- und handelspolitische Ausrichtung der USA ein zentraler Belastungsfaktor. Handelsbarrieren bleiben in den USA (56 Prozent, weltweit: 22 Prozent) das dominierende Geschäftsrisiko, gefolgt von den wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen (53 Prozent, weltweit: 42 Prozent) und der Nachfrageentwicklung (44 Prozent weltweit ebenso).



Alle Grafiken bilden den Saldo aus besser/höher/gut und schlechter/geringer/schlecht Antworten ab.

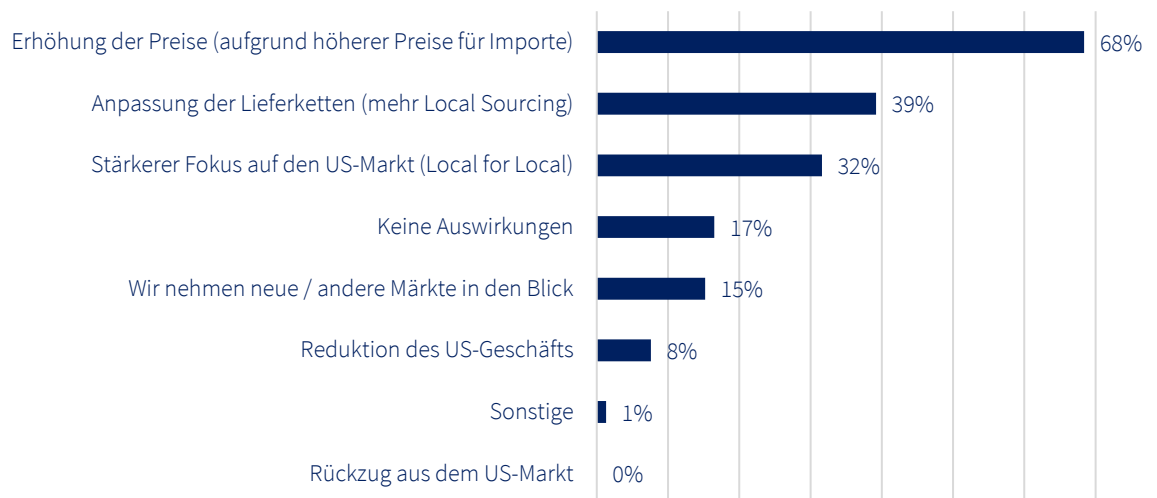




Deutsche Unternehmen in den USA gehen sehr strategisch mit den gestiegenen Kosten infolge der US-Handelspolitik um. Mehr als zwei Drittel der Unternehmen erhöhen ihre Preise als Reaktion auf gestiegene Importkosten – die Belastung wird überwiegend an US-Verbraucherinnen und Verbraucher weitergegeben. In den USA intensivieren deutsche Unternehmen ihre Wertschöpfung vor Ort: Rund 40 Prozent richten ihre Lieferketten zunehmend lokal aus, zudem legt knapp ein Drittel der Unternehmen einen stärkeren Fokus auf die Geschäfte vor Ort und eine Produktion in den USA für den US-Markt (local for local). Obwohl Unternehmen, die bereits vor Ort aktiv sind, von ihrer vorteilhaften Position im lokalen Markt profitieren können, wollen immerhin noch 15 Prozent davon ihre Absatzmärkte stärker diversifizieren, um potenziellen Umsatzverlusten entgegenzuwirken. Nur acht Prozent wollen ihr US-Geschäft verringern, während kein deutsches Unternehmen einen vollständigen Rückzug aus dem US-Markt plant.

Wie gehen die Unternehmen in den USA mit den Auswirkungen der US-Zoll-/Handelspolitik um?

Angabe der Standorte innerhalb der USA, Mehrfachnennung möglich



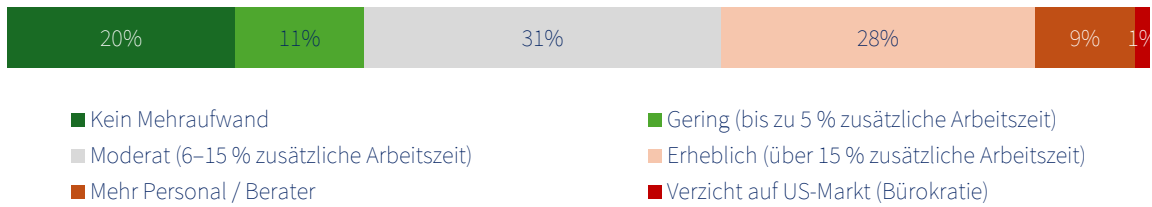
Die US-Zollpolitik beschert den deutschen Unternehmen in den USA nicht nur neue Unsicherheiten, sondern auch steigende Bürokratiekosten. 59 Prozent schätzen den zusätzlichen Arbeitsaufwand durch die US-Handelspolitik als moderat oder sogar erheblich ein. Neun Prozent der Unternehmen mussten bereits zusätzliche Stellen schaffen oder externe Berater beauftragen, um den zusätzlichen bürokratischen Aufwand bewältigen zu können.

Insbesondere die komplexen Vorgaben bei Stahl- und Aluminiumzöllen bringen viele Unternehmen an ihre Belastungsgrenze. Die jüngsten Anpassungen in diesem Bereich haben die Bürokratiekosten zwar leicht gesenkt, dafür steigen aber für viele Unternehmen die Zollkosten aufgrund neuer Berechnungsregeln. Auch die Nachweispflichten zum Ursprung des verbauten Stahl- und Aluminiums bestehen weiter. Ausgerechnet die USA, die der EU regelmäßig



übermäßige Bürokratie vorhalten, treiben mit ihrer Zollpolitik selbst den administrativen Aufwand massiv in die Höhe.

Zusätzlicher administrativer Aufwand durch die aktuelle US-Zoll- und Handelspolitik (z. B. Zollverfahren, Ursprungszeugnisse, Compliance-Prüfungen)





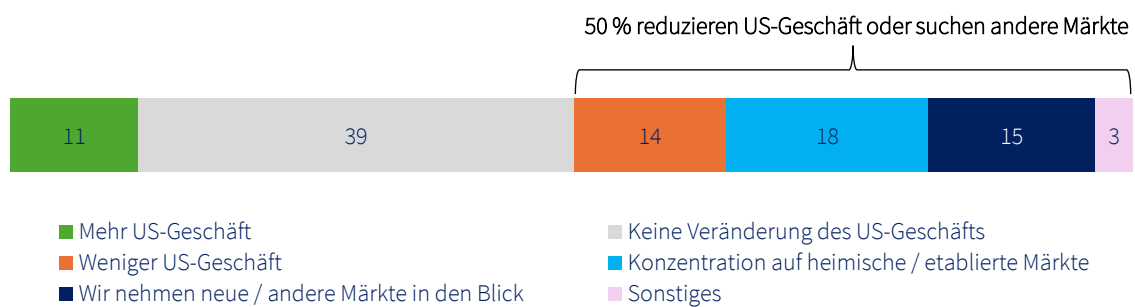
Strategieanpassungen deutscher Unternehmen aufgrund der US-Handelspolitik

Die US-Handelspolitik bleibt ein prägendes Thema für deutsche Unternehmen im Ausland. Das betrifft nicht nur deutsche Unternehmen mit Standorten in den USA, sondern auch deutsche Unternehmen an ausländischen Standorten weltweit. Mehr als jedes zweite Unternehmen mit US-Geschäft ergreift Maßnahmen, um der US-Handelspolitik zu begegnen.¹ Trotz des Urteils des US Supreme Courts im Februar, mit dem ein zentraler Baustein des bestehenden Zollregimes der Trump-Administration für rechtswidrig erklärt worden ist, bestehen weiterhin eine Vielzahl von Zöllen fort. Gleichzeitig drohen neue Zölle, etwa durch laufende Section 301-Untersuchungen oder befinden sich in der Vorbereitung. Im Umgang mit der US-Hochzollpolitik entwickeln deutsche Unternehmen verschiedene Strategien für ihr US-Geschäft.

Etwas mehr als die Hälfte der befragten deutschen Unternehmen weltweit (51 Prozent) hat US-Geschäft. Jedes zweite Unternehmen davon reduziert infolge der US-Zollpolitik sein US-Geschäft oder richtet sich auf andere Märkte aus: Konkret verringern 14 Prozent ihr US-Geschäft aufgrund der hohen US-Einfuhrzölle. 18 Prozent konzentrieren sich vor diesem Hintergrund stärker auf ihre heimischen und etablierten Märkte. 15 Prozent richten ihren Blick auf neue alternative Absatzmärkte und diversifizieren ihre Geschäftsaktivitäten. 39 Prozent der Unternehmen mit US-Geschäft nehmen keine strategischen Veränderungen vor; lediglich elf Prozent planen ihr US-Geschäft vor diesem Hintergrund auszubauen.

Maßnahmen der Unternehmen, um der US-Handelspolitik zu begegnen

Angaben von AHK-Mitgliedsunternehmen außerhalb der USA, bezogen auf Unternehmen, die US-Geschäft haben, in Prozent



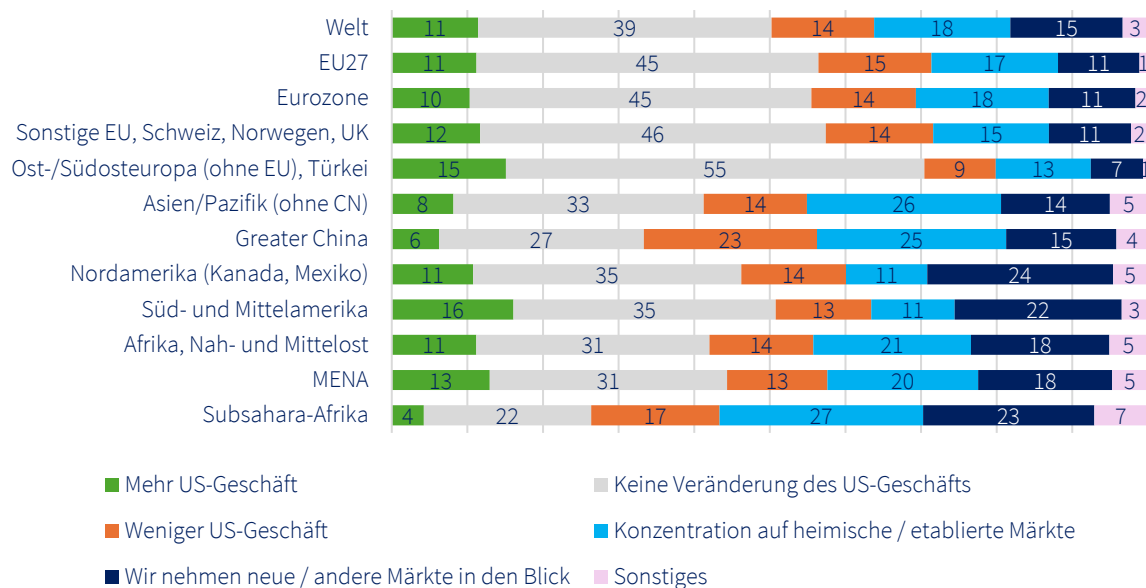
¹ Befragt wurden Mitgliedsunternehmen der Deutschen Auslandshandelskammern, Delegationen und Repräsentanten (AHK).



Mehr US-Geschäft: Insbesondere in Ländern, die umfangreiche Handelsvereinbarungen mit den USA abgeschlossen haben, geben mehr deutsche Unternehmen an, ihr US-Geschäft ausweiten zu wollen, als Unternehmen planen, es zu reduzieren. Dies betrifft Unternehmen mit Standorten in Mexiko (13 Prozent mehr US-Geschäft, neun Prozent weniger), welches von dem existierenden USMCA Abkommen profitiert, sowie in einzelnen Ländern Süd- und Mittelamerikas, wie beispielsweise in Argentinien (14 Prozent mehr US-Geschäft, sieben Prozent weniger US-Geschäft). Dort hat die Regierung im November 2025 ein neues, umfangreiches Handelsabkommen mit den USA abgeschlossen.

Maßnahmen der Unternehmen, um der US-Handelspolitik zu begegnen

Angabe der Standorte außerhalb der USA, bezogen auf Unternehmen, die US-Geschäft haben, in Prozent



Weniger US-Geschäft: Für Länder, die besonders stark von den Zollkonflikten und handelspolitischen Spannungen mit den USA betroffen sind, zeigt sich hingegen ein umgekehrtes Bild. In China sieht fast jedes dritte Unternehmen mit US-Geschäft vor, diese Geschäftsbeziehungen zurückzufahren, während nur vier Prozent eine Ausweitung in Erwägung ziehen. In Südafrika plant mehr als ein Drittel der im US-Markt aktiven Betriebe mit einer Reduzierung ihres US-Geschäfts. Kein Unternehmen zieht dort eine Ausweitung in Erwägung. Auch in der Asien-Pazifik-Region überwiegen die restriktiven Vorhaben (14 Prozent) die expansiven (acht Prozent).

Konzentration auf heimische / etablierte Märkte: Mehr als ein Viertel der deutschen Unternehmen in der Asien-Pazifik-Region mit US-Geschäft plant infolge der US-Handelspolitik, sein US-Geschäft durch eine stärkere Fokussierung auf den Heimatmarkt zu ersetzen oder sich verlässlicheren etablierten Märkten zuzuwenden. Besonders ausgeprägt ist dieser Trend bei deutschen Unternehmen mit US-Geschäft in Indonesien (41 Prozent) und Thailand (42 Prozent). Ebenso in China: Dort setzen 41 Prozent der Unternehmen verstärkt auf den heimischen Markt. In Indien plant



knapp ein Drittel der Unternehmen mit US-Geschäft sich auf bereits etablierte Märkte in lokaler Nähe zu konzentrieren. Die Tendenz zu mehr Lokalisierung sowie Regionalisierung ist hier stärker ausgeprägt als im Rest der Welt.

Blick auf neue / andere Märkte: In Süd- und Mittelamerika nehmen mehr als ein Fünftel der deutschen Unternehmen mit US-Geschäft (22 Prozent), alternative Märkte zu den USA in den Blick. Beispielsweise in Kolumbien richtet knapp ein Drittel der im US-Markt aktiven deutschen Unternehmen (29 Prozent) infolge der volatilen US-Zollpolitik seine Aktivitäten stärker auf neue Zielmärkte aus. Dort gilt insbesondere das benachbarte Venezuela derzeit als attraktiver Absatzmarkt. In Indien sind es ein Fünftel der Betriebe, die anstatt des US-Markts neue Absatzmärkte erwägen. Insgesamt zeigt sich, Unternehmen reagieren strategisch auf die als unberechenbar wahrgenommene US-Handelspolitik mit einer Diversifizierung ihrer Geschäftstätigkeiten und erschließen neue Märkte. Selbst in Mexiko, das im Rahmen des USMCA-Abkommens privilegiert ist, prüfen 28 Prozent der deutschen Unternehmen mit US-Geschäft gezielt zusätzliche Absatzmärkte.

Einige Unternehmen nutzen das Freitextfeld, um weitere strategische Anpassungen im Umgang mit der US-Handelspolitik zu benennen. Dazu zählen insbesondere Anpassungen der Lieferketten, Maßnahmen zur Kosten- und Risikosteuerung sowie vereinzelt auch ein Ausbau der US-Präsenz. Gleichzeitig berichten einige Unternehmen, dass sie nur begrenzt oder lediglich indirekt über ihre Kunden von der US-Zollpolitik betroffen sind.

Eines zeigt die protektionistische US-Handelspolitik: Unternehmen, die von außerhalb mit den USA handeln, orientieren sich eher um und suchen nach neuen Partnerschaften, da sie stärker von Handelsbarrieren betroffen sind. Während deutsche Unternehmen, die bereits vor Ort stärker in den USA verwurzelt sind, von ihrer vorteilhaften Position im lokalen Markt profitieren können.



Statistischer Anhang

Aktuelle Geschäftslage der Unternehmen

(Anteil der Nennungen in Prozent, Saldo aus „gut“ minus „schlecht“-Antworten)

Land/Region	gut	befriedigend	schlecht	Saldo
Weltweit	39	48	13	26
Nordamerika (=USA, Kanada, Mexiko)	40	48	12	28
Kanada	35	45	20	15
Mexiko	30	64	6	24
USA	43	45	12	31

Geschäftserwartungen der Unternehmen in den kommenden 12 Monaten

(Anteil der Nennungen in Prozent, Saldo aus „besser“ minus „schlechter“-Antworten)

Land/Region	besser	gleichbleibend	schlechter	Saldo
Weltweit	43	42	15	28
Nordamerika (=USA, Kanada, Mexiko)	46	39	15	31
Kanada	35	40	25	10
Mexiko	50	37	13	37
USA	46	39	15	31

Erwartungen der Unternehmen an die Konjunkturerwartung vor Ort

(Anteil der Nennungen in Prozent, Saldo aus „besser“ minus „schlechter“-Antworten)

Land/Region	besser	gleichbleibend	schlechter	Saldo
Weltweit	21	47	32	-11
Nordamerika (=USA, Kanada, Mexiko)	22	46	32	-10
Kanada	5	60	35	-30
Mexiko	17	45	38	-21
USA	24	46	30	-6

Investitionsabsichten der Unternehmen in den kommenden 12 Monaten

(Anteil der Nennungen in Prozent, Saldo aus „höher“ minus „geringer“-Antworten)

Land/Region	höher	gleichbleibend	geringer	Saldo
Weltweit	31	47	22	9
Nordamerika (=USA, Kanada, Mexiko)	38	44	18	20
Kanada	17	66	17	0
Mexiko	28	51	21	7
USA	41	41	18	23



Beschäftigungsabsichten der Unternehmen in den kommenden 12 Monaten

(Anteil der Nennungen in Prozent, Saldo aus „höher“ minus „geringer“-Antworten)

Land/Region	höher	gleichbleibend	geringer	Saldo
Weltweit	31	53	16	15
Nordamerika (=USA, Kanada, Mexiko)	33	56	11	22
Kanada	20	50	30	-10
Mexiko	23	64	13	10
USA	35	55	10	25

Geschäftsrisiken für deutsche Unternehmen im Ausland

(in Prozent, Mehrfachnennung möglich)

Land/Region	Nachfrage	Finanzierung	Arbeitskosten	Fachkräftemangel	Wechselkurs	Energiepreise	Rohstoffpreise	Rechtssicherheit	Wirtschaftspolitik	Infrastruktur	Handelsbarrieren	Störung Lieferkette
Weltweit	44	21	33	29	30	46	37	18	42	9	22	40
Nordamerika (=USA, Kanada, Mexiko)	42	26	38	39	21	40	30	34	49	9	24	43
Kanada	50	10	25	25	20	40	35	5	60	10	50	35
Mexiko	44	16	23	22	34	20	28	44	66	16	30	36
USA	44	14	16	35	23	32	31	23	53	6	56	40

Auswirkungen der Eskalation im Nah-Ost-Konflikt auf die Geschäfte der Unternehmen

Anteil in Prozent, Mehrfachnennung möglich

Land	Keine Auswirkungen	Steigende Inputkosten (Rohstoffe, Vorprodukte)	Störungen in der Lieferkette	Schwierigkeiten bei der Mitarbeiterentsendung	Sonstiges
Welt	15	62	52	14	11
Nordamerika	23	63	42	8	10
Kanada	25	60	40	10	20
Mexiko	22	62	37	2	10
USA	23	64	47	12	7



Mit Blick auf zunehmende geopolitische Herausforderungen: Welche Maßnahmen haben die Unternehmen bereits umgesetzt und welche Maßnahmen planen sie

Anteil in Prozent

Land	Ausbau Lieferantennetzwerk			Erschließung Absatzmärkte			Verlagerung			Erhöhte Investitionen vor Ort			Erhöhung Lagerhaltung		
	Bereits umgesetzt/ in Umsetzung	(Zusätzlich) in Planung	Nicht und auch nicht geplant	Bereits umgesetzt/ in Umsetzung	(Zusätzlich) in Planung	Nicht und auch nicht geplant	Bereits umgesetzt/ in Umsetzung	(Zusätzlich) in Planung	Nicht und auch nicht geplant	Bereits umgesetzt/ in Umsetzung	(Zusätzlich) in Planung	Nicht und auch nicht geplant	Bereits umgesetzt/ in Umsetzung	(Zusätzlich) in Planung	Nicht und auch nicht geplant
Welt	37	29	35	36	40	25	12	18	70	16	30	54	16	24	60
Nordamerika	33	33	35	34	41	28	11	25	66	19	25	57	11	17	72
Kanada	30	35	35	35	40	30	15	20	65	10	20	70	10	25	70
Mexiko	34	32	36	33	48	23	4	26	70	9	27	64	8	11	81
USA	34	34	34	34	36	31	16	25	63	29	25	48	15	19	66



Konsequenzen der Unternehmen, um der US-Handelspolitik zu begegnen

Anteil in Prozent, ohne Angabe "Nicht relevant, da kein US-Geschäft"; Frage wurde US-Kammern nicht gestellt

Land/Region	Keine Veränderung des US-Geschäfts	Mehr US-Geschäft	Weniger US-Geschäft	Konzentration auf heimische / etablierte Märkte	Wir nehmen neue / andere Märkte in den Blick	Sonstiges
Welt	39	11	14	18	15	3
EU27	45	11	15	17	11	1
Eurozone	45	10	14	18	11	2
Estland	62	14	14	7	3	0
Frankreich	21	16	32	0	26	5
Griechenland	42	5	21	26	5	0
Italien	34	11	13	21	13	8
Kroatien	74	3	3	15	5	0
Lettland	48	12	0	24	16	0
Litauen	64	14	7	7	7	0
Niederlande	11	11	16	21	42	0
Österreich	27	13	0	33	27	0
Portugal	14	7	36	29	14	0
Slowakei	45	17	17	17	5	0
Slowenien	59	11	16	14	0	0
Spanien	44	12	6	18	12	9
Sonstige EU, Schweiz, Norwegen, UK	46	12	14	15	11	2
Bulgarien	43	7	19	14	17	0
Dänemark	15	12	35	15	19	4
Norwegen	21	0	0	29	7	43
Polen	58	13	15	8	6	0
Rumänien	49	9	5	28	9	0
Schweden	29	5	43	14	10	0
Schweiz	27	0	18	18	27	9
Tschechien	44	13	20	15	8	0
Ungarn	48	16	10	16	11	0
Vereinigtes Königreich	61	14	0	8	17	0
Ost-/Südosteuropa (ohne EU), Türkei	55	15	9	13	7	1
Bosnien und Herzegowina	41	12	24	18	6	0
Kosovo	69	16	6	0	9	0
Nordmazedonien	64	12	12	12	0	0
Serbien	60	28	9	4	0	0
Weißrussland (Belarus)	44	6	0	28	22	0
Asien/Pazifik (ohne CN)	33	8	14	26	14	5
Indien	29	4	16	29	20	2
Indonesien	37	4	7	41	11	0
Japan	40	15	17	17	2	9
Kasachstan	48	19	5	5	10	14
Korea, Süd	30	15	5	20	20	10
Malaysia	40	8	14	18	14	6
Philippinen	31	3	11	31	19	6
Singapur	32	21	11	16	21	0
Sri Lanka	29	7	21	29	14	0



Land/Region	Keine Veränderung des US-Geschäfts	Mehr US-Geschäft	Weniger US-Geschäft	Konzentration auf heimische / etablierte Märkte	Wir nehmen neue / andere Märkte in den Blick	Sonstiges
Thailand	30	2	16	42	7	2
Vietnam	12	6	12	29	29	12
Greater China	27	6	23	25	15	4
China	15	4	30	41	11	0
Hong Kong, SAR	43	10	14	5	19	10
Nordamerika (Kanada, Mexiko)	35	11	14	11	24	5
Kanada	42	5	26	0	16	11
Mexiko	34	13	9	15	28	2
Süd- und Mittelamerika	35	16	13	11	22	3
Argentinien	43	14	7	14	21	0
Bolivien	47	21	2	7	19	5
Brasilien	33	4	25	15	17	6
Chile	40	10	20	10	20	0
Costa Rica	20	15	15	10	35	5
Ecuador	27	12	15	18	21	6
El Salvador	48	6	6	16	19	3
Kolumbien	39	10	16	3	29	3
Panama	23	23	15	0	31	8
Paraguay	26	26	5	26	16	0
Peru	57	7	14	0	21	0
Venezuela	10	65	5	5	15	0
Afrika, Nah- und Mittelost	31	11	14	21	18	5
Ägypten	29	12	13	21	21	4
Irak	22	22	11	28	11	6
Israel	45	28	0	10	10	7
Kenia	25	9	9	34	19	3
Kuwait	38	0	19	31	13	0
Marokko	40	20	13	20	7	0
Oman	13	0	25	38	25	0
Pakistan	47	16	5	16	11	5
Saudi-Arabien	25	6	13	31	19	6
Südafrika	7	0	36	36	21	0
Vereinigte Arabische Emirate	32	14	18	11	18	7
MENA	31	13	13	20	18	5
Subsahara-Afrika	22	4	17	27	23	7
GCC	28	8	15	25	18	5



Methodik

Der AHK World Business Outlook basiert auf einer regelmäßigen DIHK-Umfrage bei den Mitgliedsunternehmen der Deutschen Auslandshandelskammern, Delegationen und Repräsentanzen (AHKs). Sie erfasst im Frühjahr 2026 die Rückmeldungen von weltweit über 4.500 deutschen Unternehmen, Niederlassungen und Tochtergesellschaften sowie Unternehmen mit engem Deutschlandbezug: Davon sind 82 Rückmeldungen von Unternehmen mit einem Standort in den Vereinigten Staaten. Die Umfrage wurde vom 16. März bis 10. April 2026 durchgeführt.

40 Prozent der antwortenden Unternehmen stammen aus dem Bereich Industrie und Baugewerbe, 42 Prozent aus dem Dienstleistungssektor und weitere 18 Prozent sind Handelsunternehmen. Kleinere Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern machen 54 Prozent der Antworten aus. 26 Prozent der Unternehmen beschäftigen 100 bis 1.000 Mitarbeiter. Große Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeiter haben einen Anteil von 20 Prozent der Befragten weltweit. 47 Prozent sind Tochterunternehmen/Niederlassungen von deutschen Unternehmen, 43 Prozent sind lokale oder (nicht deutsche) internationale Unternehmen ohne Niederlassung in Deutschland und weitere 10 Prozent sind lokale oder (nicht deutsche) internationale Unternehmen mit einer Niederlassung in Deutschland. Die Ergebnisse für die kontinentalen Regionen sowie den globalen Wert sind gewichtet.

Impressum

Deutsche Industrie- und Handelskammer

Bereich Internationale Wirtschaftspolitik, Außenwirtschaftsrecht

Postanschrift: 11052 Berlin | Hausanschrift: Breite Straße 29 | Berlin-Mitte

Telefon 030 20308-0

DIHK Online : [Homepage](#) | [Facebook](#) | [X\(Twitter\)](#) | [LinkedIn](#) | [Instagram](#) | [Youtube](#)

Redaktion: Lola Machleid, Paul Meyer

Grafik: Sebastian Titze

Titelbild: <https://www.gettyimages.de/>

Stand: Mai 2026