

Presseinformation

09. Februar 2026

Sonderumfrage: Mehr Heimatmarkt, andere Lieferketten - der Mittelstand ordnet sich neu

DZ BANK AG
Deutsche Zentral-
Genossenschaftsbank
Pressestelle

- Wegen US-Zöllen und China-Abhängigkeit: Mehr als die Hälfte der mittelständischen Unternehmen setzen bei Einkauf und Absatz verstärkt auf den Heimatmarkt
- Gleichzeitig strebt der Mittelstand eine breite Diversifikation seiner Lieferketten an; branchenweit Europa und Indien attraktivste Märkte
- Stefan Beismann, Firmenkundenvorstand DZ BANK: „Unternehmen haben verstanden, dass sie selbst aktiv werden müssen, um ihre Lieferketten neu zu sortieren oder neue Absatzmärkte zu erschließen.“

Der deutsche Mittelstand kann sich den Auswirkungen der US-Zölle nicht entziehen, obwohl viele der Unternehmen auf den hiesigen Inlandsmarkt konzentriert sind. Das zeigt eine repräsentative Umfrage unter mehr als 1.000 Inhabern und Geschäftsführern mittelständischer deutscher Unternehmen. Zwar sehen sich nur 12 Prozent der Befragten direkt von den US-Zöllen betroffen, beispielsweise durch einen Rückgang der Nachfrage nach ihren Produkten in den USA oder Margenverluste. Allerdings geben 44 Prozent der Unternehmen an, die Auswirkungen der Handelsbarrieren indirekt über Preiserhöhungen oder Nachfragerückgänge bei Kunden und Zulieferern zu spüren. Zudem leidet bei fast einem Viertel der Mittelständler (23 Prozent) die Planungssicherheit unter der wechselhaften US-Politik. Die Sorge vor dem erratischen Verhalten des US-Präsidenten sowie der Wunsch, sich gegen Abhängigkeiten wie zum Beispiel von China abzusichern, fördert die Rückbesinnung auf den Heimatmarkt. So plant jeder zweite Mittelständler, verstärkt den Einkauf (51 Prozent) und den Absatz (53 Prozent) seiner Waren näher vor die eigene Haustür zu bringen.

Die Studienergebnisse verdeutlichen zudem, dass Unternehmen über die reine Inland-Ausland-Frage hinaus ihre Lieferketten breiter diversifizieren wollen. 41 Prozent der Befragten beabsichtigen, Beschaffung und Absatz ihrer Waren stärker auf unterschiedliche Märkte zu verteilen. Dabei bleibt trotz des Heimatfokus auch das Auslandsengagement für die Lieferketten ein wichtiger Faktor. Immerhin ein Viertel

der Unternehmen plant trotz geopolitischer Verschiebungen eine globalere Einkaufs- und Verkaufsstrategie.

Stefan Beismann, Firmenkundenvorstand der DZ BANK, kommentiert: „Der internationale Handel erweist sich als widerstandsfähiger als einzelne politische Maßnahmen. Auch wenn wir beobachten, wie sich Handelspartner und Lieferketten neu ordnen und heimische Märkte an Bedeutung gewinnen, wird der Welthandel weiter bestehen bleiben. Die Notwendigkeit, wirtschaftliche und geopolitische Abhängigkeiten zu reduzieren, ist der wesentliche Treiber dafür, bestehende Liefer-, Produktions- und Absatznetzwerke neu auszurichten – jüngere Entwicklungen wie die US-Zölle wirken hier allenfalls als Katalysator für einen ohnehin notwendigen Wandel.“

US-Politik sorgt für Planungsunsicherheit

Branchenübergreifend fallen die direkten Auswirkungen der US-Zölle auf den deutschen Mittelstand sogar drei Prozentpunkte geringer aus, als im Frühjahr 2025 angenommen (Herbst 2025: 12 Prozent; Frühjahr 2025: 15 Prozent). Allerdings leiden im Metall-, Automobil- und Maschinenbau knapp 25 Prozent der Befragten direkt unter den Handelsbeschränkungen. Innerhalb dieser Branche ist auch die indirekte Betroffenheit über Zulieferer oder Lieferanten besonders hoch, wie 61 Prozent der befragten Metall-, Automobil- und Maschinenbauer angeben. Selbst im Baugewerbe, das sich durch die indirekten Auswirkungen am wenigsten betroffen sieht, trifft dies auf 23 Prozent der Befragten zu.

Eine weitere Folge der derzeitigen US-Politik für den Mittelstand ist die Planungsunsicherheit. Das ist vor allem bei großen Unternehmen mit einem jährlichen Umsatz ab 50 Millionen Euro der Fall, wie 33 Prozent dieser Unternehmen angeben. „Die jüngste Aufregung um die US-Zolldrohungen in Bezug auf Grönland ist einmal mehr Ausdruck eines Umfelds, in dem es kaum Planungssicherheit gibt. Die exportorientierten Unternehmen können sich auf einst wichtige und vertraute Märkte nicht mehr verlassen. Die meisten aber haben verstanden, dass sie selbst aktiv werden müssen, um ihre Lieferketten neu zu sortieren oder neue Absatzmärkte zu erschließen“, sagt Beismann. „Jahrzehntelange Verhandlungen und Verzögerungen neuer Freihandelsabkommen wie aktuell bei Mercosur zeigen einmal mehr, dass Unternehmen nicht auf die Politik warten sollten, um sich für die Zukunft solide aufzustellen.“

Europa und Indien interessant

Um sich in den neuen geopolitischen Gegebenheiten zurechtzufinden, bewerten Unternehmen ihr Auslandsengagement neu. Für die kommenden fünf Jahre liegt der Fokus dabei klar auf Europa. Gut 22 Prozent der befragten Mittelständler planen, ihre Beziehungen zu Westeuropa auszubauen. Auch in Bezug auf Ost- und Mitteleuropa sind es 22 Prozent. Die Studienergebnisse zeigen, dass die Marktrolle Westeuropas gegenüber Ost- und Mitteleuropa steigt. Während im Frühjahr 2024 Ost- und Mitteleuropa mit 24 Prozent noch vor Westeuropa (21 Prozent) lagen, hat Westeuropa Ost- und Mitteleuropa bis zum Herbst 2025 als attraktiveren Standort für den deutschen Mittelstand abgelöst.

Als einen weiteren wichtigen Markt sieht der Mittelstand mittelfristig Indien. 14 Prozent der Unternehmen planen eine Intensivierung ihrer Aktivitäten dort. Damit hält das Interesse an diesem Markt an, das im Frühjahr 2024 mit 15 Prozent auf einem ähnlichen Niveau lag. „Die geplante Vertiefung der Handelsbeziehungen zwischen Indien und der Europäischen Union ist für den deutschen Mittelstand äußerst attraktiv. Indien ist einer der größten aufstrebenden Märkte, der bislang aufgrund hoher Zölle für ausländische Unternehmen schwierig zu begehen war“, sagt Beismann. „Das nun vereinbarte Handelsabkommen muss neben dem Abbau von Zöllen aber auch einfachere Zulassungsverfahren und weniger Bürokratie beim Markteintritt gewährleisten.“

Marktrolle der USA und Chinas nimmt ab

Die USA und auch China haben auf Fünfjahressicht hingegen an Bedeutung verloren. Im US-amerikanischen Raum möchten nur noch 9 Prozent der Unternehmen ihr Engagement ausbauen (Frühjahr 2024: 12 Prozent). 18 Prozent erwarten, dass die Marktrolle der Vereinigten Staaten geringer ausfallen wird (Frühjahr 2024: 9 Prozent).

Auch China hat im Mittelstand an Attraktivität verloren. Die Zahl der Unternehmen, die ihre Geschäftsbeziehungen in den kommenden fünf Jahren dort ausbauen möchten, ist im Vergleich zum Frühjahr 2024 um drei Prozentpunkte auf 14 Prozent gesunken. Gleichzeitig wollen sich 14 Prozent der Befragten aus dem Land zurückziehen, vier Prozentpunkte mehr als 2024.

Über die Sonderumfrage

Die Daten für die Sonderumfrage wurden in der Zeit vom 09. September bis 14. Oktober 2025 über Telefon- und Onlineinterviews erhoben. An der repräsentativen Umfrage beteiligten sich mehr als 1.000 Inhaber und Geschäftsführer mittelständischer deutscher Unternehmen.

Ansprechpartner:
Mirja Lehleuter, Pressesprecherin der DZ BANK
Tel. +49 69 744757378
mirja.lehleuter@dzbanks.de