

**MEDIENMITTEILUNG****Allianz Trade Global Survey: Wie sich Exporteure an den Handelskrieg anpassen**

- Auf dem Höhepunkt des US-Handelskriegs befragt Allianz Trade insgesamt 4.500 Exporteure in Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Polen, Großbritannien, den USA, Singapur und China zu den größten Chancen und Risiken im Welthandel, zu wirtschaftlichen und geopolitischen Unsicherheiten sowie zu ihren Bewältigungsstrategien
- Deutsche Exporteure sorgen sich deutlich mehr um geopolitische Risiken und Protektionismus (35 %) als ihre Pendanten in anderen Ländern (29 %)
- Weitere Top-Risiken der deutschen Unternehmen bleiben hohe Energiekosten, Lieferkettenstörungen und Zahlungsrisiken
- Fast jedes vierte der befragten deutschen Unternehmen erwartet eine sich verschlechternde Zahlungsmoral (37 %) und ein Drittel mit mehr Zahlungsausfällen (34 %). Anders als in den Vorjahren sind die Deutschen damit deutlich optimistischer als der weltweite Schnitt (53 % bzw. 48 %)

**Hamburg, 20. Mai 2025** – In der vierten Auflage der Allianz Trade Global Survey hat der weltweit führende Kreditversicherer 4.500 Exporteure in neun Ländern<sup>1</sup> zu den größten Chancen und Risiken im Welthandel, bei Lieferketten, wirtschaftlichen und geopolitischen Unsicherheiten sowie zu ihren Bewältigungsstrategien befragt. Die Besonderheit in diesem Jahr: Die Unternehmen wurden in zwei Wellen befragt – einmal vor und einmal nach dem „Liberation Day“ (2. April) und der Eskalation der Zollspirale. Die Ergebnisse zeigen deutliche Verschiebungen in den Wachstumserwartungen und Risikoeinschätzungen – insbesondere hinsichtlich Zahlungsrückständen – sowie vielfältige Strategien, um die Auswirkungen des Handelskriegs abzumildern. Trotz der bilateralen Handelsabkommen der letzten Wochen bleibt die Unsicherheit bestehen. Ein Teil der Entspannung könnte nur vorübergehend sein.

„Im krassen Gegensatz zum großen Optimismus vor der Ankündigung der Zölle am 2. April bestätigt die diesjährige Global Survey, was wir auf allen Märkten beobachten: Unsicherheit und Fragmentierung begleiten uns noch länger“, sagt Aylin Somersan Coqui, CEO von Allianz Trade. „Der Liberation Day hat die Schwachstellen von Unternehmen mit stark konzentrierten Lieferketten und Exportmärkten offenbart. Die Zahlen sprechen für sich: Die positiven Exportprognosen sind weltweit von 80 % auf 40 % gesunken. 42 % der Unternehmen rechnen nun mit einem Rückgang ihrer Exportumsätze zwischen 2 % und 10 %. Vor dem 2. April lag dieser Wert bei lediglich 5 %. Trotz der jüngsten bilateralen Handelsabkommen mit Großbritannien und China schätzen wir die weltweiten Exportverluste für 2025 auf erhebliche 305 Mrd. US-Dollar. Die Unternehmen bleiben allerdings nicht untätig. Nachdem sie seit 2020 mehrere Schocks bewältigt haben, passen sie sich erneut an. Sie diversifizieren ihre Partner, gestalten ihre Logistik neu und verankern die Risikoteilung in der gesamten Wertschöpfungskette. Denn in der heutigen Handelslandschaft hängt der Erfolg zunehmend von der Anpassungsfähigkeit ab.“

**Deutschland: Erleichterung über Handelsabkommen – aber Lage kann sich schnell drehen**

Deutsche Exporteure sorgen sich deutlich mehr um geopolitische Risiken und Protektionismus (35 %) als ihre Pendanten in anderen Ländern (29 %). Weitere Top-Risiken der deutschen Unternehmen bleiben hohe Energiekosten, Lieferkettenstörungen und Zahlungsrisiken.

Auch bei deutschen Unternehmen haben sich die Wachstumsaussichten bei den Ausfuhren stark eingetrübt. Vor dem Handelskrieg rechneten noch acht von zehn der befragten deutschen Unternehmen (82 %) mit steigenden Umsätzen bei ihren Ausfuhren. Damit war die Stimmung zu Jahresbeginn ähnlich positiv wie im Vorjahr (81 %). Nach der Eskalation der Zollspirale hat sich die Zahl der Optimisten allerdings halbiert: Nur noch 40 % der deutschen Exportunternehmen erwarten steigende Umsätze.

---

<sup>1</sup> Deutschland, Frankreich, Italien, Spanien, Polen, Großbritannien, den USA, Singapur und China. Gemeinsam machen diese Länder insgesamt fast 60 % der weltweiten Wirtschaftsleistung (weltweites Bruttoinlandsprodukt, BIP) aus

„Mit den bilateralen Handelsabkommen – insbesondere zwischen den USA und China – ist ein heftiger Wirbelsturm zunächst einmal an Deutschland vorbeigezogen“, sagt Dr. Jasmin Gröschl, Senior Volkswirtin von Allianz Trade. „Mit der drohenden Umleitung von chinesischen Warenströmen in die Europäische Union und insbesondere nach Deutschland stand viel auf dem Spiel – in der Industrie sogar zehntausende Jobs. Insofern ist die Erleichterung bei hiesigen Unternehmen groß. Eine stabile Schönwetterlage zeichnet sich allerdings nicht ab. Die Unsicherheiten sind gekommen, um zu bleiben, und ein Teil der Entspannung könnte nur vorübergehend sein.“

Wenig überraschend rechnet jedes vierte deutsche Unternehmen (43 %) mit insgesamt negativen Auswirkungen des Handelskriegs (weltweit: 60 %) und mit einem Rückgang des eigenen Exportumsatzes (Deutschland: 39 %; weltweit: 45 %). Die Auswirkungen gehen dabei weit über das reine Handelsvolumen hinaus: Rund ein Drittel der befragten Unternehmen in Deutschland (34 %) erwägt aufgrund der Kombination aus Zöllen und Währungsschwankungen eine vorübergehende Einstellung der Produktion – dies ist insbesondere in den Branchen der Fall, die stark von importierten Vorleistungen abhängig sind. Weltweit liegt dieser Anteil bei nur etwa einem Viertel (27 %).

### **Hamstern 2.0: Unternehmen nutzen 90 Tage Moratorium für verstärkte Ex- und Importe**

Unternehmen dürften demnach das 90-tägige Moratorium nutzen (12. August für China und 8. Juli für den Rest der Welt), möglichst viele Waren zu versenden und zu ordern – wie auch schon zu Beginn des Jahres: 86 % der US-Unternehmen gaben an, dass sie ihre Importe aus China und der EU vor Inkrafttreten der Zölle vorgezogen haben, in Deutschland waren es 84 %. Bemerkenswert ist, dass etwa ein Viertel der befragten deutschen Unternehmen (24 %) angab, sogar schon vor den US-Wahlen damit begonnen zu haben. Weitere 60 % starteten entweder nach den Wahlen (27 %) oder in den letzten Monaten (33 %).

### **Preissteigerung: Deutsche Firmen geben weniger Kosten an Kunden weiter als Wettbewerber**

Die durch die Zölle gestiegenen Kosten machen Unternehmen auf der ganzen Welt zu schaffen. Die Bewältigungsstrategien sind allerdings unterschiedlich. Nur jedes fünfte Unternehmen weltweit (22 %), plant, die gestiegenen Kosten selbst zu absorbieren, anstatt sie an die Kunden weiterzugeben. In Deutschland gilt das für fast ein Drittel (30 %), in China sogar für 34 % der befragten Unternehmen. Die Weitergabe der gestiegenen Kosten an Kunden ist hingegen bei rund 38 % der weltweiten Unternehmen das Mittel der Wahl. Dies ist insbesondere in den USA der Fall, wo mehr als die Hälfte der Unternehmen eine Preiserhöhung plant (54 %). Deutsche Exporteure sind bei Preiserhöhungen mit etwa 32 % zurückhaltender. Hierzulande planen rund 17 % der Unternehmen sogar, ihre Preise zu senken, um Marktanteile zu halten – das ist mehr als der globale Durchschnitt (14 %).

Die Diversifizierung von Lieferketten und Kundenstämmen ist eine bewährte Strategie zur Risikominderung. Das ist nicht verwunderlich, da 54 % der Befragten geopolitische und politische Risiken sowie soziale Unruhen als eine der drei größten Bedrohungen für ihre Lieferketten ansehen. Mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen (30 %) hat bereits neue Exportmärkte gefunden, während fast zwei Drittel (63 %) dies vorhaben. In Deutschland planen über 90 % der deutschen Exporteure entsprechende Schritte, rund ein Drittel (32 %) hat bereits neue Märkte erschlossen, weitere 59 % wollen diesen Schritt im kommenden Jahr gehen.

Um die Zollkosten unter Kontrolle zu halten, suchen die meisten Unternehmen nach alternativen Versandwegen, darunter 62 % der US-Unternehmen. Die Umfrage zeigt auch, dass die Unternehmen hinsichtlich der Handelsbedingungen zunehmend die Verantwortung für die Logistik und die Kosten (einschließlich Zollabfertigung) bis zum Standort des Käufers auf ihre Lieferanten übertragen. Eine interessante Ausnahme bilden die USA, wo „Cost, Insurance & Freight“ (CIF) nach wie vor die Regel ist. Die Unternehmen wollen auch die Kosten der Wechselkursschwankungen weitergeben. 59 % von ihnen bevorzugen die Aufnahme von Preisklauseln in Verträge, um das Wechselkursrisiko mit Kunden und Lieferanten zu teilen.

Deutsche Exporteure setzen jetzt vor allem auch auf Kosteneinsparungen (45 %) und Effizienzsteigerungen in der eigenen Produktion, halten jedoch angesichts der Unsicherheiten auch teilweise größere Investitionen zurück (20 %). Die Hälfte der deutschen Exporteure verhandelt zudem mit

bestehenden Lieferanten (50 %) über bessere Konditionen bei Einkauf und Transport, ein weiteres Drittel (34 %) sucht neue Lieferanten.

### **Wenn zwei sich streiten, freut sich der Dritte: Lateinamerika profitiert vom Handelskrieg**

Die Entkopplung von USA und China dürfte sich trotz der 90-tägigen Aussetzung der Zölle mittelfristig fortsetzen. Die Exportabsichten der US-Unternehmen nach China und Ostasien halbierte sich nach dem Tag der Befreiung auf 10 %. Die Erwartungen chinesischer Unternehmen hinsichtlich ihrer Exporte nach Nordamerika brachen von 15 % auf 3 % ein. US-Unternehmen mit Produktionsstätten in China suchen zunehmend nach Alternativen außerhalb Asiens: Ein Viertel von ihnen zieht Westeuropa in Betracht, ein weiteres Viertel Lateinamerika.

„Auch wenn das neue Handelsabkommen den durchschnittlichen US-Einfuhrzollsatz für China von atemberaubenden 103 % auf 39 % senkt, liegt dieser immer noch weit über dem vor der zweiten Trump-Regierung geltenden Satz von 13 %“, sagt Françoise Huang, Senior Volkswirtin bei Allianz Trade. „Vor diesem Hintergrund dürfte das sogenannte ‚Friendshoring‘, also die Handelsbeziehungen mit wohlgesonnen Nationen, weiter an Bedeutung gewinnen: Europa und Lateinamerika entwickeln sich zu attraktiven Alternativen für chinesische Unternehmen. Auch europäische Unternehmen zeigen zunehmend Interesse an Exporten nach China und Asien. Insgesamt entwickelt sich Lateinamerika zum Gewinner der Umleitungs- und Handelsumgehungsstrategien. Aufgrund der geringeren Kosten fassen sowohl chinesische als auch europäische Unternehmen die Region als Zugang zu den USA ins Auge.“

### **Vorsicht Zahlungsausfälle – fast die Hälfte fürchtet mehr Ausfälle, Deutsche optimistischer**

Der Handelskrieg hat die Erwartungen hinsichtlich der Zahlungsbedingungen getroffen: Nach dem Tag der Befreiung rechnen 25 % der Exporteure mit Zahlungsfristen, die um mehr als 7 Tage länger sind, was einem Anstieg von +13 Prozentpunkten entspricht. Fast die Hälfte der Exporteure (48 %) rechnet mit einem erhöhten Zahlungsausfallrisiko – insbesondere in den USA, Italien und Großbritannien. Dies spiegelt die allgemeine Verschlechterung der globalen Handelsbedingungen wider. Anders als in den Vorjahren sind die Deutschen aber deutlich optimistischer als der weltweite Schnitt. In Deutschland erwartet fast jedes vierte der befragten Unternehmen eine sich verschlechternde Zahlungsmoral (37 %) und ein Drittel mehr Zahlungsausfälle (34 %).

Nur 11 % der Exportunternehmen werden weiterhin innerhalb von 30 Tagen bezahlt, wobei dieser Anteil bei den Top-Exporteuren wie den USA, China und Deutschland deutlich geringer ist. Etwa 70 % der Unternehmen erhalten Zahlungen zwischen 30 und 70 Tagen – dieser Anteil ist im Vereinigten Königreich (75 %), in Frankreich (73 %), Italien (73 %) und den USA (73 %) etwas höher und variiert je nach Branche und Unternehmensgröße.

„Größere Unternehmen sind meist mit längeren Zahlungszielen konfrontiert: Rund ein Viertel (26 %) der befragten Unternehmen mit einem Umsatz von über 5 Mrd. EUR hat Zahlungsfristen von mehr als 70 Tagen, verglichen mit 18 % im Gesamtdurchschnitt“, sagt Ana Boata, Leiterin Economic Research bei Allianz Trade. „Dies deutet darauf hin, dass große Unternehmen zunehmend die Rolle einer unsichtbaren Bank für kleinere Unternehmen übernehmen. Da Exporteure mit längeren Zahlungszyklen und steigenden Insolvenzrisiken konfrontiert sind, stehen sie unter Druck, Kosten weiterzugeben, neue Märkte zu erschließen oder sogar ihre gesamte internationale Präsenz zu überdenken.“

**Die vollständige Studie mit den Ergebnissen der Exportumfrage (ENG, pdf) finden Sie beigefügt und hier:**

[https://www.allianz-trade.de/content/dam/onemarketing/aztrade/allianz-trade\\_de/dokumente/2025-05-20-allianz-trade-global-survey-2025.pdf](https://www.allianz-trade.de/content/dam/onemarketing/aztrade/allianz-trade_de/dokumente/2025-05-20-allianz-trade-global-survey-2025.pdf)

---

**Allianz Trade** ist weltweiter Marktführer im Kreditversicherungsgeschäft und anerkannter Spezialist für Bürgschaften und Garantien, Inkasso sowie Schutz gegen Betrug oder politische Risiken. Allianz Trade

verfügt über mehr als 100 Jahre Erfahrung und bietet seinen Kunden umfassende Finanzdienstleistungen an, um sie im Liquiditäts- und Forderungsmanagement zu unterstützen.

Über das unternehmenseigene Monitoring-System verfolgt und analysiert die Allianz Trade Gruppe täglich die Insolvenzentwicklung von mehr als 83 Millionen kleiner, mittlerer und multinationaler Unternehmen. Insgesamt umfassen die Expertenanalysen Märkte, auf die 92% des globalen Bruttoinlandsprodukts (BIP) entfallen.

Mit dieser Expertise macht die Allianz Trade Gruppe den Welthandel sicherer und gibt den weltweit über 70.000 Kunden das notwendige Vertrauen in ihre Geschäfte und deren Bezahlung. Als Tochtergesellschaft der Allianz und mit einem AA-Rating von Standard & Poor's ist die Holding von Allianz Trade mit Sitz in Paris im Schadensfall der finanzstarke Partner an der Seite seiner Kunden.

Das Unternehmen ist in über 40 Ländern vertreten und beschäftigt mehr als 5.800 Mitarbeiter weltweit. 2024 erwirtschaftete die Allianz Trade Gruppe einen konsolidierten Umsatz von EUR 3,8 Milliarden und versicherte weltweit Geschäftstransaktionen im Wert von EUR 1.400 Milliarden.

Weitere Informationen auf [www.allianz-trade.de](http://www.allianz-trade.de)

#### Pressekontakt

Antje Wolters

Pressesprecherin

+49 (0) 40 / 88 34 – 1033

+49 (0) 160 / 899 27 72

[Antje.wolters@allianz-trade.com](mailto:Antje.wolters@allianz-trade.com)

#### Social Media



LinkedIn [Allianz Trade Deutschland](#)



XING [Allianz Trade Deutschland](#)



YouTube [Allianz Trade Deutschland](#)



Twitter [Allianz Trade](#)

---

#### Hinweis bezüglich zukunftsgerichteter Aussagen

Die in dieser Meldung enthaltenen Informationen können Aussagen über zukünftige Erwartungen und andere zukunftsgerichtete Aussagen enthalten, die auf aktuellen Einschätzungen und Annahmen der Geschäftsführung basieren, und bekannte und unbekannt Risiken sowie Unsicherheiten beinhalten, aufgrund derer die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse von den hier gemachten Aussagen wesentlich abweichen können. Neben zukunftsgerichteten Aussagen im jeweiligen Kontext spiegelt die Verwendung von Wörtern wie „kann“, „wird“, „sollte“, „erwartet“, „plant“, „beabsichtigt“, „glaubt“, „schätzt“, „prognostiziert“, „potenziell“ oder „weiterhin“ ebenfalls eine zukunftsgerichtete Aussage wider. Die tatsächlichen Ergebnisse, Entwicklungen oder Ereignisse können aufgrund verschiedener Faktoren von solchen zukunftsgerichteten Aussagen beträchtlich abweichen. Zu solchen Faktoren gehören u.a.: (i) die allgemeine konjunkturelle Lage einschließlich der branchenspezifischen Lage für das Kerngeschäft bzw. die Kernmärkte der Allianz-Gruppe, (ii) die Entwicklung der Finanzmärkte einschließlich der „Emerging Markets“ einschließlich Marktvolatilität, Liquidität und Kreditereignisse, (iii) die Häufigkeit und das Ausmaß der versicherten Schadenereignisse einschließlich solcher, die sich aus Naturkatastrophen ergeben; daneben auch die Schadenkostenentwicklung, (iv) Stornoraten, (v) Ausmaß der Kreditausfälle, (vi) Zinsniveau, (vii) Wechselkursentwicklungen einschließlich des Wechselkurses EUR-USD, (viii) Entwicklung der Wettbewerbsintensität, (ix) gesetzliche und aufsichtsrechtliche Änderungen einschließlich solcher bezüglich der Währungskonvergenz und der Europäischen Währungsunion, (x) Änderungen der Geldpolitik der Zentralbanken bzw. ausländischer Regierungen, (xi) Auswirkungen von Akquisitionen, einschließlich der damit verbundenen Integrationsthemen, (xii) Umstrukturierungsmaßnahmen, sowie (xiii) allgemeine Wettbewerbsfaktoren jeweils in einem örtlichen, regionalen, nationalen oder internationalen Rahmen. Die Eintrittswahrscheinlichkeit vieler dieser Faktoren kann durch Terroranschläge und deren Folgen noch weiter steigen. Das Unternehmen übernimmt keine Verpflichtung, zukunftsgerichtete Aussagen zu aktualisieren.