

Digitale Souveränität

Wie abhängig ist unsere Wirtschaft?

bitkom

Digitale Souveränität

Wie abhängig ist unsere Wirtschaft?

Wichtigste Erkenntnisse

Diese Studie untersucht die Abhängigkeit deutscher Unternehmen von digitalen Technologien und Services aus dem Ausland. Grundlage ist eine repräsentative Befragung von 603 Unternehmen aller Branchen in Deutschland ab 20 Beschäftigten.

- **Import:** Die meisten Unternehmen (96 Prozent) beziehen digitale Services und Technologien aus dem Ausland. Am gefragtesten sind Endgeräte (90 Prozent), Software (75 Prozent) und Cybersecurity-Lösungen (72 Prozent).
- **Wichtigste Herkunftsregionen** sind für deutsche Unternehmen die EU (exkl. UK) und die USA mit jeweils 87 Prozent sowie China mit 78 Prozent.
- **Abhängigkeit:** 60 Prozent erwarten in den nächsten 5 Jahren eine steigende Importabhängigkeit Deutschlands. Unter den Importeuren digitaler Technologien und Leistungen sehen sich 90 Prozent als »stark« oder »eher« abhängig von ausländischen Partnern, 9 Prozent als »eher nicht« oder »überhaupt nicht« abhängig.
- **Export:** 25 Prozent exportieren digitale Services und Technologien, 71 Prozent exportieren nicht. In die EU (exkl. UK) exportieren davon 92 Prozent, in die USA 60 Prozent, und nach Japan 55 Prozent.
- **Vertrauen gegenüber internationalen Partnern:** 97 Prozent vertrauen Partnern aus der EU (exkl. UK), 99 Prozent haben sehr geringes oder gar kein Vertrauen in Russland. In die USA hat aktuell jedes zweite Unternehmen (51 Prozent) eher großes oder sehr großes Vertrauen, in China lediglich 26 Prozent.
- **Technologien:** Besonders abhängig ist Deutschland vom Import von Halbleitern (49 Prozent stark abhängig), gefolgt von Quantencomputing und 5G-Komponenten.
- **Donald Trump:** Durch den Wahlsieg von Donald Trump sehen 38 Prozent der Unternehmen ihr Vertrauen in die USA als »erheblich geschwächt« (37 Prozent) oder »zerstört« (1 Prozent) an, weitere 60 Prozent als »leicht geschwächt«.

Bitkom-Bewertung

Digital souverän ist ein Land, das eigene substanzielle Fähigkeiten in digitalen (Schlüssel-)Technologien besitzt und selbstbestimmt darüber entscheiden kann, in welchem Umfang und aus welchen Drittländern es digitale Technologien bezieht. Ein digital souveränes Land ist nicht einseitig von bestimmten Bezugsquellen im Ausland abhängig.

Vor dem Hintergrund multipler Krisen und globaler Handelskonflikte ist Digitale Souveränität einer der Faktoren für die Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit des Standorts Deutschland.

Vertrauensvolle Beziehungen zu internationalen Partnern sind zwar ein zentraler Bestandteil einer starken Wirtschaft, doch dürfen sie nicht zu Fremdbestimmung führen. Hierbei geht es nicht um technologische Autarkie, sondern um das Ziel, in der digitalen Welt weiterhin selbstbestimmt Entscheidungen fällen zu können. Digitale Souveränität muss deshalb zu einem politischen Top-Thema werden.

Inhalt

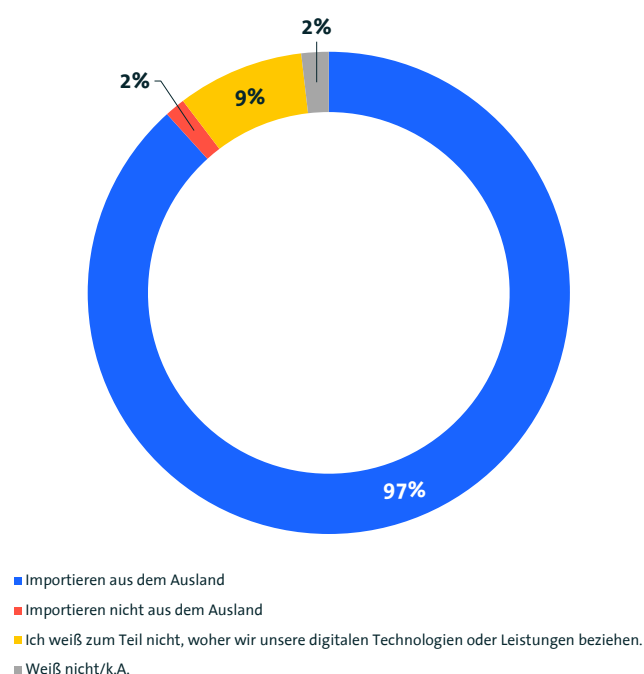
1	Importe und Exporte	5
1.1	Anteil der Importe und Exporte	5
1.2	Importe deutscher Unternehmen	6
1.3	Exporte deutscher Unternehmen	7
2	Abhängigkeit deutscher Unternehmen	8
2.1	Eigene Abhängigkeit von Digitalimporten	8
2.2	Überlebensfähigkeit ohne Digitalimporte	9
2.3	Druck internationaler Partner oder Regierungen	10
2.4	Abhängigkeit von China und den USA	11
2.5	Abhängigkeit vom Import von Schlüsseltechnologien	12
2.6	Ausblick 2030	13
3	Internationale Beziehungen deutscher Unternehmen	14
3.1	Operative und strategische Ausrichtung deutscher Unternehmen	14
3.2	Vertrauen deutscher Unternehmen in internationale Standorte	15
3.3	Internationale Konflikte	16
4	Wahlen in den USA	17
4.1	Vertrauen in die USA nach dem Sieg von Donald Trump	17
4.2	Trump: Chance oder Risiko für die deutsche Wirtschaft?	18
5	Fazit	19
6	Methodik	20

1 Importe und Exporte

Beinahe jedes deutsche Unternehmen kauft digitale Leistungen oder Technologien aus dem Ausland zu. Die Art des Imports (Software, Hardware, Bauteile, Dienstleistungen etc.) ist dabei ebenso heterogen wie die Herkunftsregionen der Importe.

Gleichzeitig exportiert ein deutlich geringerer Teil der Unternehmen eigene Dienstleistungen oder Lösungen in andere Staaten. Am meisten exportieren Unternehmen an Partner in anderen EU-Staaten.

1.1 Anteil der Importe und Exporte

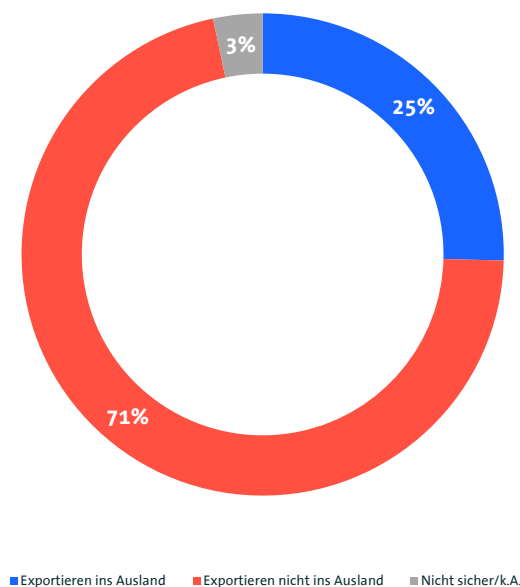


Basis: Alle Befragten (n=603) | Quelle: Bitkom Research 2025
Frage: »Welche digitalen Technologien und Leistungen bezieht Ihr Unternehmen aus dem Ausland?«

Abbildung 1: Anteil der deutschen Unternehmen, die digitale Technologien oder Leistungen aus dem Ausland beziehen.

Das Verhältnis der Digitalimporte und -exporte der deutschen Wirtschaft ist stark einseitig. 96 Prozent der Unternehmen geben an, Produkte und/oder Dienstleistungen aus dem Ausland zu beziehen, und nur 2 Prozent wissen sicher, dass sie keine Digitalimporte durchführen. Gleichzeitig verkauft nur ein Viertel der Unternehmen digitale Technologien oder Leistungen ins Ausland bzw. bietet sie dort an.

Die betrachteten Im- und Exporte umfassen Digitale Endgeräte, Software-Anwendungen, Bauteile, Dienstleistungen wie Call Center Services oder die Programmierung von Apps; außerdem Rohstoffe für IT-Hardware. Nicht abgefragt sind finanzielle oder andere nicht-technische Leistungen wie Kapital oder Rechtsberatung.



Basis: Alle Befragten (n=603) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt.
Quelle: Bitkom Research 2025 | Frage: »Welche digitalen Technologien oder Leistungen verkauft bzw. bietet Ihr Unternehmen im Ausland an?«

Abbildung 2: Anteil der deutschen Unternehmen, die digitale Technologien oder Leistungen ins Ausland verkaufen bzw. dort anbieten.

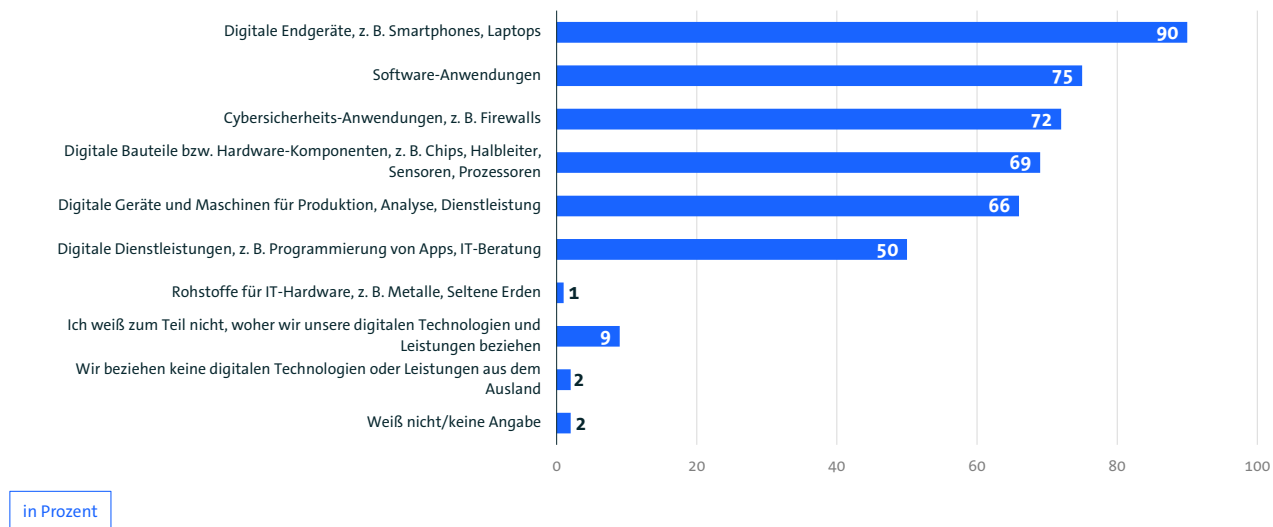
1.2 Importe deutscher Unternehmen

90 Prozent der Unternehmen in Deutschland importieren Endgeräte, 75 Prozent Software-Anwendungen und 72 Prozent Cybersicherheitslösungen. 69 Prozent importieren Hardware-Komponenten und 66 Prozent digitale Geräte und Maschinen für Produktion, Analyse, Dienstleistung

Maschinen, etwa für die Produktion. In 9 Prozent der Betriebe ist nicht vollständig geklärt, woher importiert wird. Die wichtigsten Herkunftsregionen sind die EU (exkl. UK), die USA und China.

Digitalimporte deutscher Unternehmen

Welche der folgenden digitalen Technologien oder Leistungen bezieht Ihr Unternehmen aus dem Ausland?

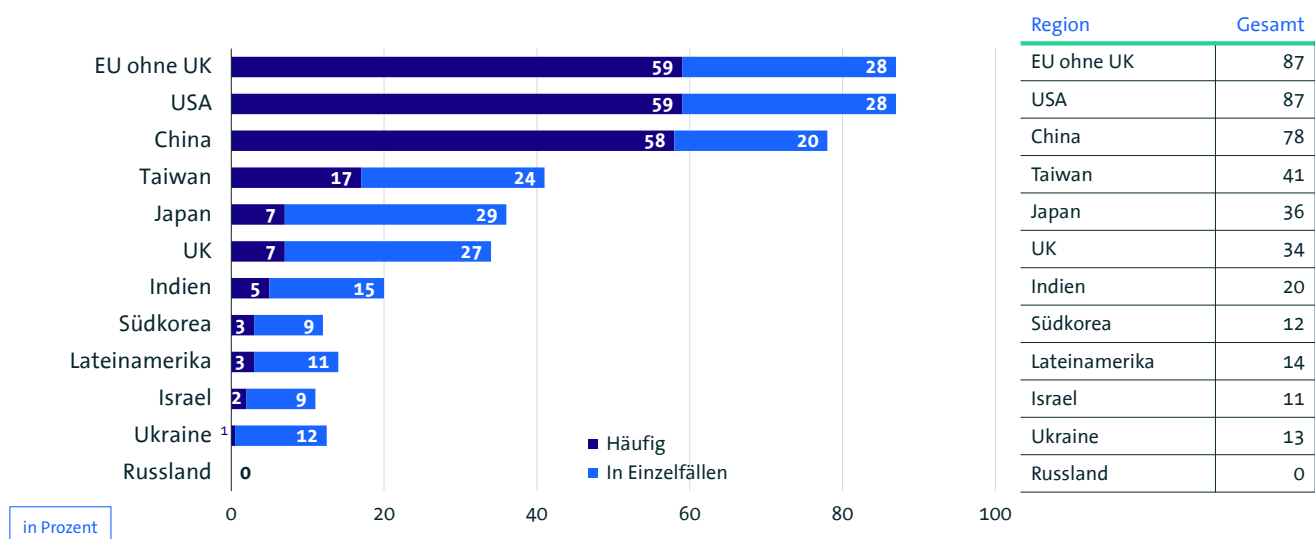


Basis: Alle Befragten (n=603) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 3: Digitalimporte deutscher Unternehmen nach Art der Technologie bzw. Dienstleistung

Herkunftsregionen der Importe

Aus welchen Ländern bzw. Regionen beziehen Sie digitale Technologien bzw. Leistungen?



Basis: Unternehmen, die digitale Technologien bzw. Leistungen aus dem Ausland beziehen (n=526) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 4: Herkunftsregionen der Digitalimporte deutscher Unternehmen

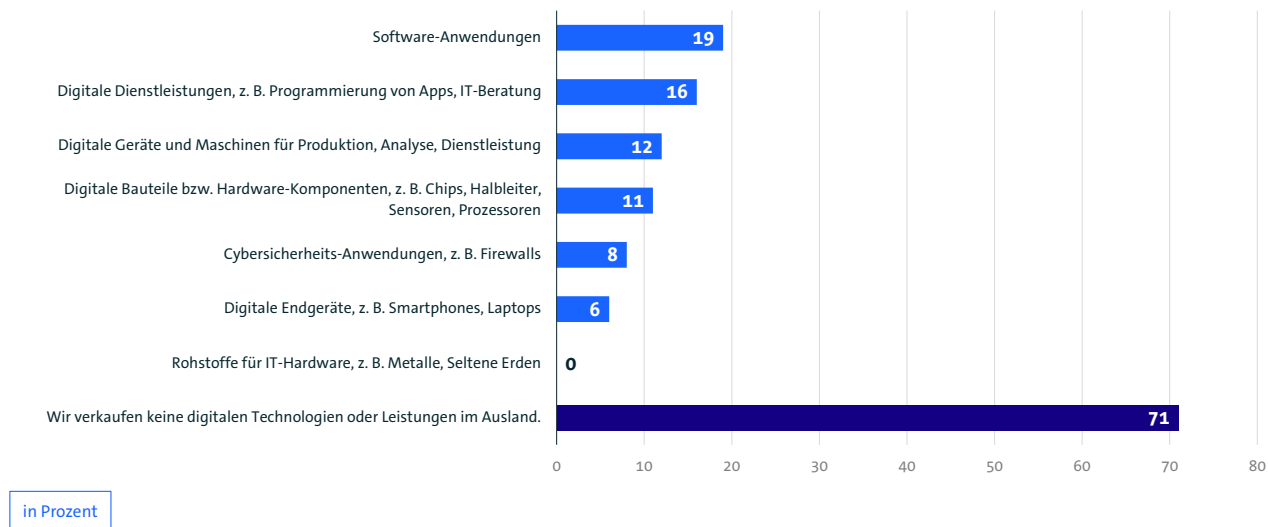
1.3 Exporte deutscher Unternehmen

Ein deutlich geringerer Anteil der deutschen Unternehmen (25 Prozent) exportiert digitale Technologien und Services, darunter Software (19 Prozent), digitale Dienstleistungen (16 Prozent) oder Geräte (12 Prozent), außerdem Hardware-

Komponenten (11 Prozent), Cybersicherheitslösungen (8 Prozent) und digitale Endgeräte (6 Prozent). 71 Prozent der Unternehmen verkaufen keine Technologien oder Leistungen im Ausland.

Digitalexporte deutscher Unternehmen

Welche der folgenden digitalen Technologien oder Leistungen verkauft bzw. bietet Ihr Unternehmen im Ausland an?

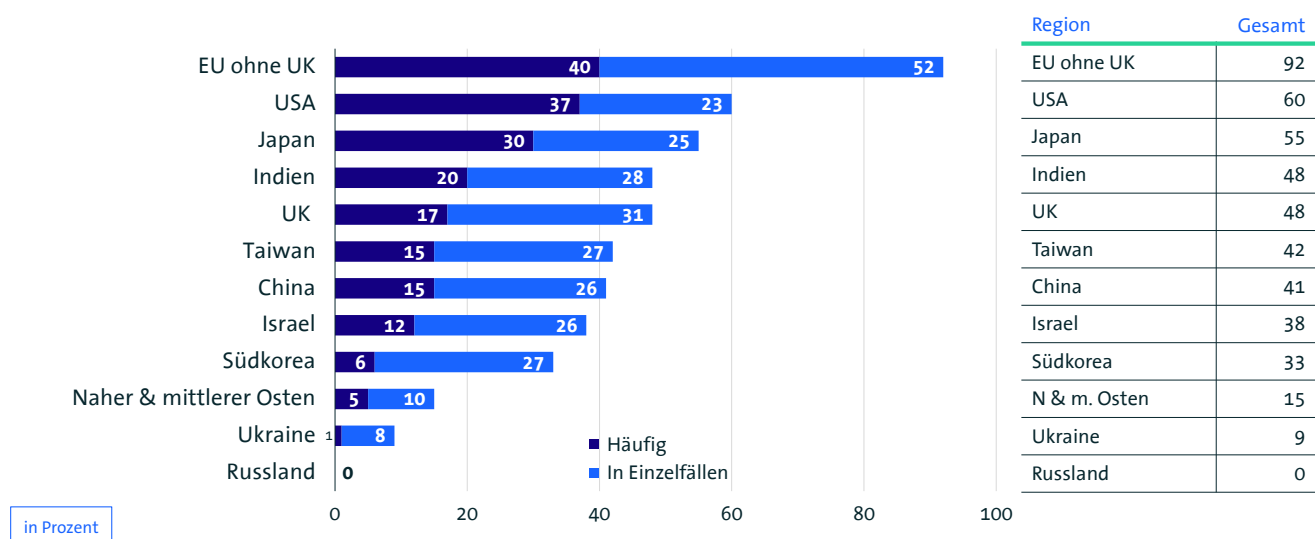


Basis: Alle Befragten (n=603) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 5: Digitalexporte deutscher Unternehmen nach Art der Technologie bzw. Dienstleistung

Zielregionen der Exporte

In welche Länder bzw. Regionen verkaufen Sie digitale Technologien bzw. Leistungen?



Basis: Unternehmen, die digitale Technologien bzw. Leistungen ins Ausland verkaufen (n=153) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 6: Zielregionen der Digitalexporte deutscher Unternehmen

2 Abhängigkeit deutscher Unternehmen

2.1 Eigene Abhängigkeit von Digitalimporten

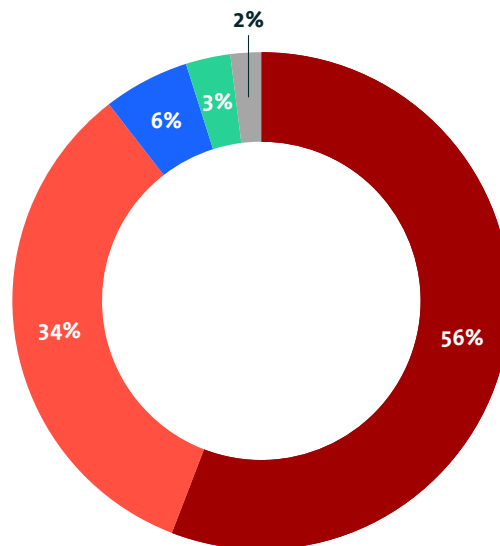
Deutsche Unternehmen, die Technologien oder Dienstleistungen aus dem Ausland importieren, attestieren sich selbst eine Abhängigkeit von Digitalimporten. Der eigenen Einschätzung nach sind 90 Prozent eher abhängig oder stark abhängig vom Bezug aus anderen Ländern.

Die Einschätzungen beruhen sowohl auf der eigenen, direkten Abhängigkeit, als auch auf einer indirekten Abhängigkeit, die durch Partner bzw. Zulieferer des Unternehmens entstehen, welche selbst von Digitalimporten abhängen.

Hohe Abhängigkeit von Digitalimporten

Wie stark ist Ihr Unternehmen Ihrer Meinung nach abhängig vom Import bzw. Bezug digitaler Technologien und Dienstleistungen aus anderen Ländern?

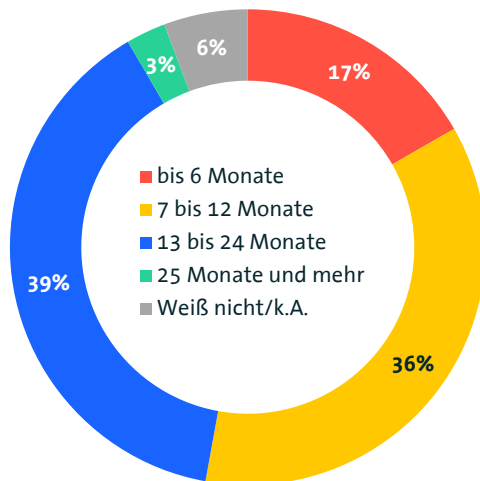
- Stark abhängig
- Eher abhängig
- Eher nicht abhängig
- Überhaupt nicht abhängig
- Weiß nicht/keine Angabe



Basis: Unternehmen, die digitale Technologien bzw. Leistungen aus dem Ausland beziehen (n=526) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 7: Einschätzung der Unternehmen zur eigenen Abhängigkeit von Digitalimporten

2.2 Überlebensfähigkeit ohne Digitalimporte



Basis: Unternehmen, die digitale Technologien bzw. Leistungen aus dem Ausland beziehen (n=526) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt. | Quelle: Bitkom Research 2025 | Frage: »Wie lange kann Ihr Unternehmen überleben, wenn Sie digitale Technologien bzw. Leistungen nicht mehr aus dem Ausland beziehen können?«

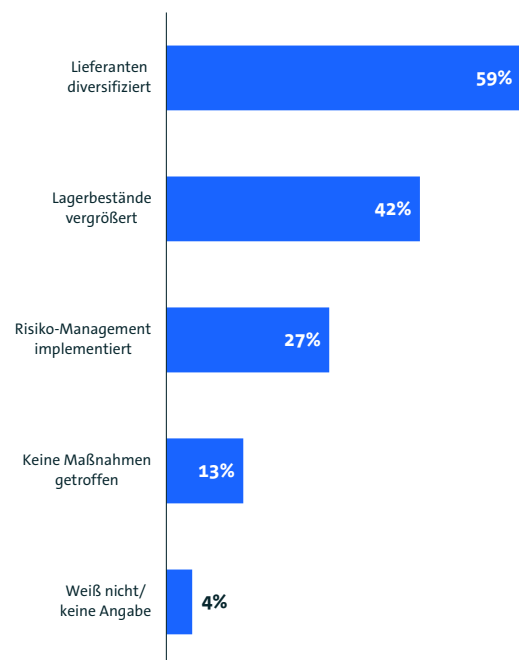
Abbildung 8: Überlebensfähigkeit deutscher Unternehmen ohne Digitalimporte

Deutsche Unternehmen, die digitale Leistungen aus dem Ausland beziehen, sehen sich größtenteils nicht länger als 1 Jahr ohne diese Importe überlebensfähig. 53 Prozent schätzen, dass sie maximal 12 Monate ohne Digitalimporte auskommen könnten. Knapp 4 von 10 Unternehmen sehen sich zwischen 1 und 2 Jahren überlebensfähig.

Kein deutsches Unternehmen, das aktuell digitale Technologien oder Dienste importiert, gibt an, für immer ohne diese Importe überlebensfähig zu sein.

Unternehmen treffen vielfältige Maßnahmen für den Fall, dass bestimmte digitale Technologien oder Services eine Zeit lang nicht mehr geliefert oder importiert werden könnten.

Mehr als die Hälfte hat seine Zulieferer diversifiziert, 42 Prozent vergrößerten ihre Lagerbestände, 27 Prozent implementierten ein Risiko-Management. 13 Prozent hingegen trafen noch keine weiteren Maßnahmen.



Basis: Unternehmen, die digitale Technologien bzw. Leistungen aus dem Ausland beziehen (n=526) | Mehrfachnennungen möglich | Quelle: Bitkom Research 2025 | Frage: »Welche Maßnahmen hat Ihr Unternehmen getroffen, falls bestimmte digitale Technologien oder Services eine Zeit lang nicht mehr importiert werden könnten?«

Abbildung 9: Schutzmaßnahmen der Unternehmen

2.3 Druck internationaler Partner oder Regierungen

Diejenigen Unternehmen, die digitale Leistungen und Technologien aus dem Ausland beziehen oder sie exportieren, sind bezüglich ihrer Wehrhaftigkeit gegenüber Druck ausländischer Partner gespalten.

Die eine Hälfte der Unternehmen (50 Prozent) gibt an, keine Möglichkeiten zu haben, sich gegen Druck ausländischer Partner oder Regierungen zu wehren. Ein Fünftel (20 Prozent)

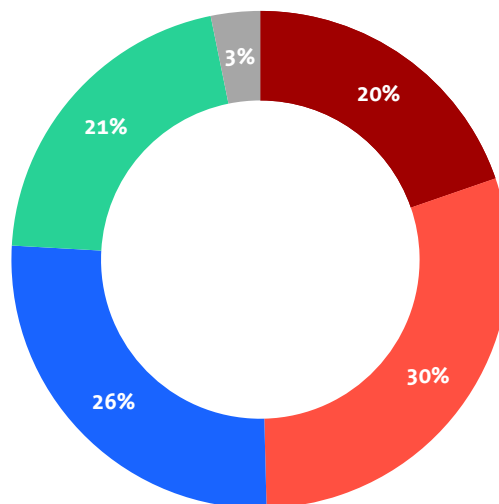
stimmt der Aussage, keine Abwehrmöglichkeiten zu haben »voll und ganz« zu.

Die andere Hälfte (47 Prozent) sieht sich in der Lage, das zu tun, wobei ein Fünftel ganz davon überzeugt ist, Druck abwehren zu können (21 Prozent).

Wehrhaftigkeit gegen Druck von außen

Wenn uns bestimmte ausländische Partner bzw. Regierungen unter Druck setzen, haben wir faktisch keine Möglichkeit, dies abzuwehren.

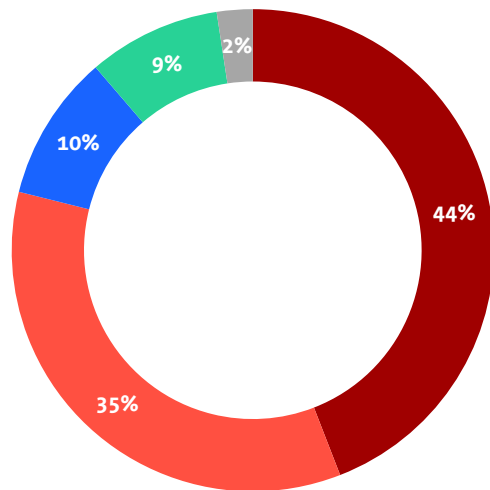
- Trifft voll und ganz zu
- Trifft eher zu
- Trifft eher nicht zu
- Trifft überhaupt nicht zu
- Weiß nicht/keine Angabe



Basis: Unternehmen, die digitale Technologien bzw. Leistungen aus dem Ausland beziehen oder ins Ausland verkaufen (n=542) | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 10: Fähigkeit deutscher Unternehmen, sich gegen Druck internationaler Partner und Regierungen zur Wehr zu setzen

2.4 Abhängigkeit von China und den USA



- Stark abhängig
- Eher abhängig
- Eher nicht abhängig
- Überhaupt nicht abhängig
- Weiß nicht/k.A.

Basis: Unternehmen, die digitale Technologien bzw. Leistungen aus dem Ausland beziehen (n=526) | Quelle: Bitkom Research 2025 | Frage: »Wie stark ist Ihr Unternehmen Ihrer Meinung nach abhängig vom Import bzw. Bezug digitaler Technologien und Dienstleistungen speziell aus China?«

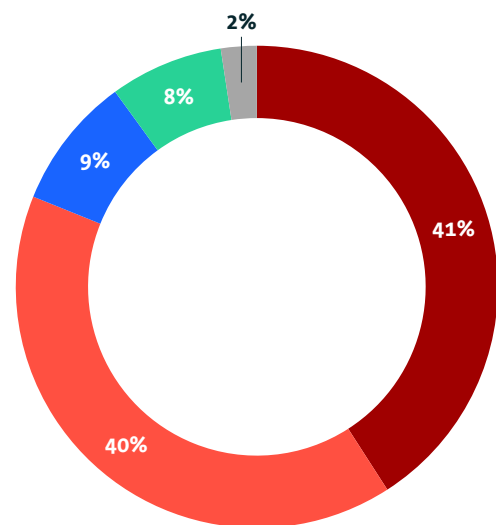
Abbildung 11: Abhängigkeit deutscher Unternehmen von China

Die USA (87 Prozent) und China (78 Prozent) gehören neben den EU-Staaten (87 Prozent exkl. UK) zu den drei mit Abstand wichtigsten Herkunftsregionen für Digitalimporte deutscher Unternehmen (↗ s. Abbildung 4).

Darüber hinaus exportieren 60 Prozent der deutschen Unternehmen digitale Technologien bzw. Leistungen in die USA, 41 Prozent nach China (↗ s. Abbildung 6).

78 Prozent der deutschen Unternehmen sind stark oder eher besorgt wegen der politischen Dominanz der USA, 68 Prozent wegen der politischen Dominanz Chinas.

Damit geht auch eine Abhängigkeit deutscher Unternehmen einher, weiter aus diesen Regionen importieren zu können. Von chinesischen Digitalimporten sehen sich 79 Prozent abhängig (44 Prozent sind stark abhängig von Importen aus China). Von Digitalimporten aus den USA sehen sich sogar 81 Prozent als abhängig an; hier geben 41 Prozent an, stark abhängig von den USA zu sein.



- Stark abhängig
- Eher abhängig
- Eher nicht abhängig
- Überhaupt nicht abhängig
- Weiß nicht/k.A.

Basis: Unternehmen, die digitale Technologien bzw. Leistungen aus dem Ausland beziehen (n=526) | Quelle: Bitkom Research 2025 | Frage: »Wie stark ist Ihr Unternehmen Ihrer Meinung nach abhängig vom Import bzw. Bezug digitaler Technologien und Dienstleistungen speziell aus den USA?«

Abbildung 12: Abhängigkeit deutscher Unternehmen von den USA

2.5 Abhängigkeit vom Import von Schlüsseltechnologien

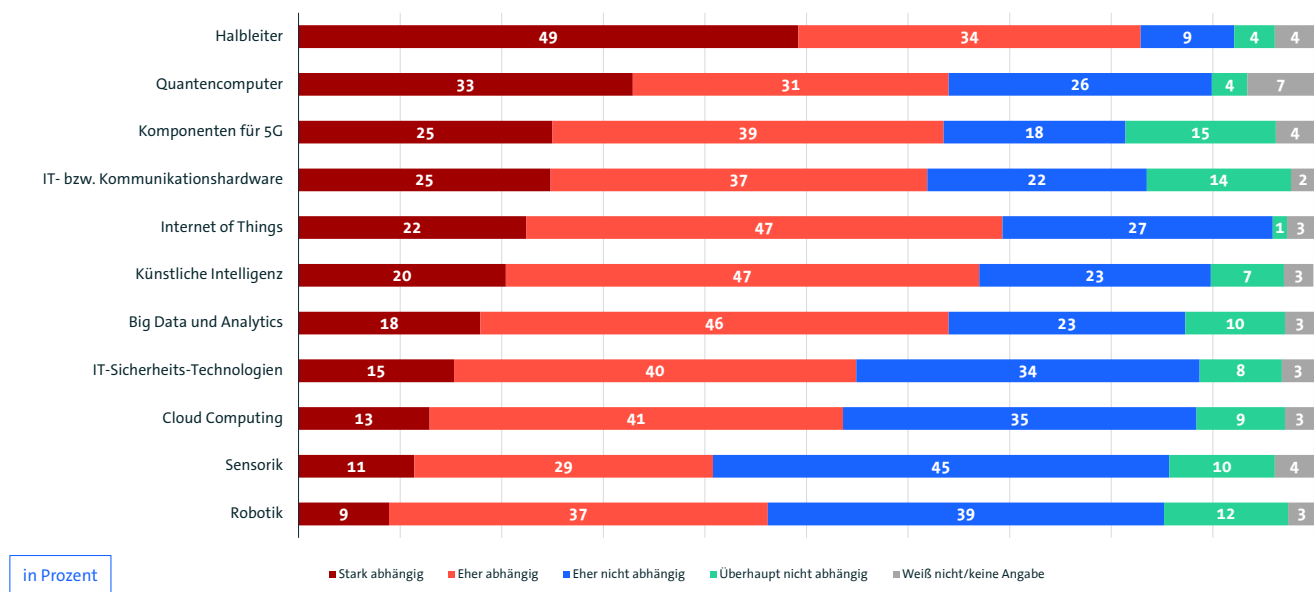
Die Einschätzungen zur Importabhängigkeit Deutschlands von Zukunftstechnologien zeigen eine große Abhängigkeit vom Ausland. Besonders bei Halbleitern sehen das viele Unternehmen als gegeben: 83 Prozent ordnen sie als stark oder eher stark ein. Bei 5G-Komponenten (64 Prozent), Quantencomputern (64 Prozent), IoT (69 Prozent) und KI (67 Prozent) sehen jeweils etwa zwei Drittel eine eher starke bis starke Abhängigkeit Deutschlands.

Weniger abhängig von Importen sehen deutsche Unternehmen das Land bei Sensorik und Robotik. Einzig bei diesen Technologien gibt mehr als die Hälfte der Unternehmen

einen positiven Ausblick. Insgesamt sagen 51 Prozent, Deutschland sei eher oder überhaupt nicht abhängig von Robotik-Importen; beim Thema Sensorik sogar 55 Prozent.

Auffällig viele Unternehmen schätzen Deutschland in den Bereichen 5G-Komponenten sowie IT- bzw. Kommunikationshardware als unabhängig ein: Hier liegen die Werte für »Überhaupt nicht abhängig« bei jeweils 14 bis 15 Prozent, während bei IoT, Quantencomputern und Halbleitern zwischen 1 und 4 Prozent Deutschland als »überhaupt nicht abhängig« von Importen ansehen.

Wie stark ist Deutschland Ihrer Meinung nach konkret abhängig vom Import dieser Technologien aus anderen Ländern?

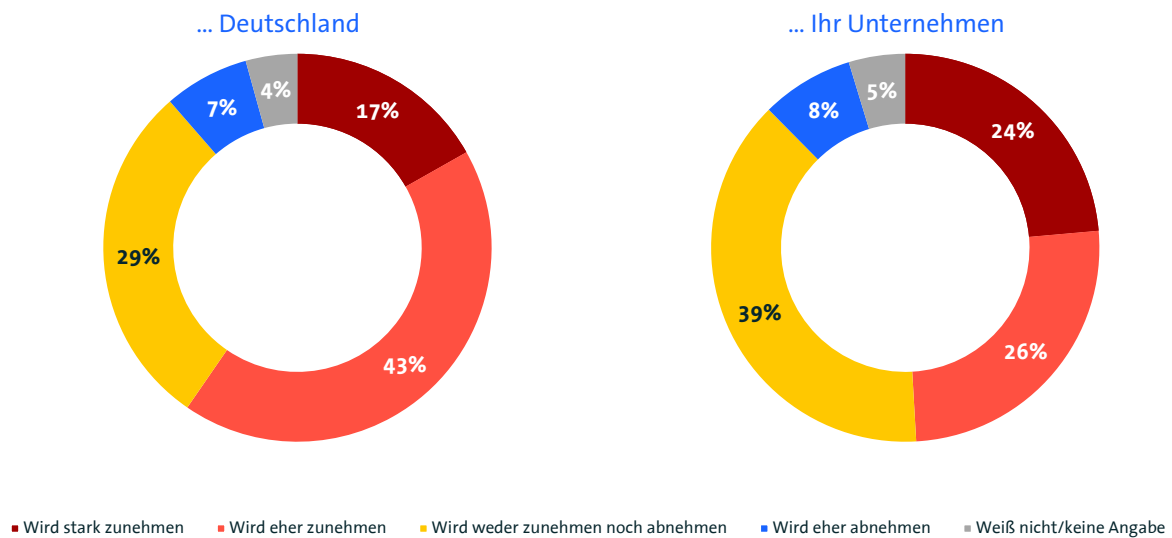


Basis: Alle Befragten (n=603) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 13: Abhängigkeit Deutschlands vom Import digitaler Technologien aus Sicht der deutschen Unternehmen

2.6 Ausblick 2030

Blicken wir fünf Jahre in die Zukunft. Wie wird sich die Abhängigkeit vom Import bzw. Bezug digitaler Technologien, Dienstleistungen und Expertise entwickeln für...



Basis: Alle Befragten (n=603) | Keine Antworten für »Wird stark abnehmen«. | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 14: Ausblick der Unternehmen auf die eigene Abhängigkeit sowie die Abhängigkeit Deutschlands in den kommenden 5 Jahren

Die Mehrheit der Befragten geht davon aus, dass die Abhängigkeit Deutschlands von importierten digitalen Technologien, Dienstleistungen und Expertise in den nächsten fünf Jahren zunimmt. Für Deutschland erwarten 60 Prozent eine stark oder eher stark zunehmende Abhängigkeit, während 29 Prozent sagen, dass sich die Abhängigkeit nicht verändern wird.

Die Hälfte der Unternehmen (50 Prozent) schätzt, dass für sie selbst eine steigende Abhängigkeit von Digitalimporten zu verzeichnen sein wird, während der Anteil neutraler Stimmen mit 39 Prozent noch einmal höher ist. Nur jeweils 7 bzw. 8 Prozent denken, dass die Abhängigkeit eher abnehmen wird – ein starkes Abnehmen der Abhängigkeit sieht in beiden Fällen niemand voraus.

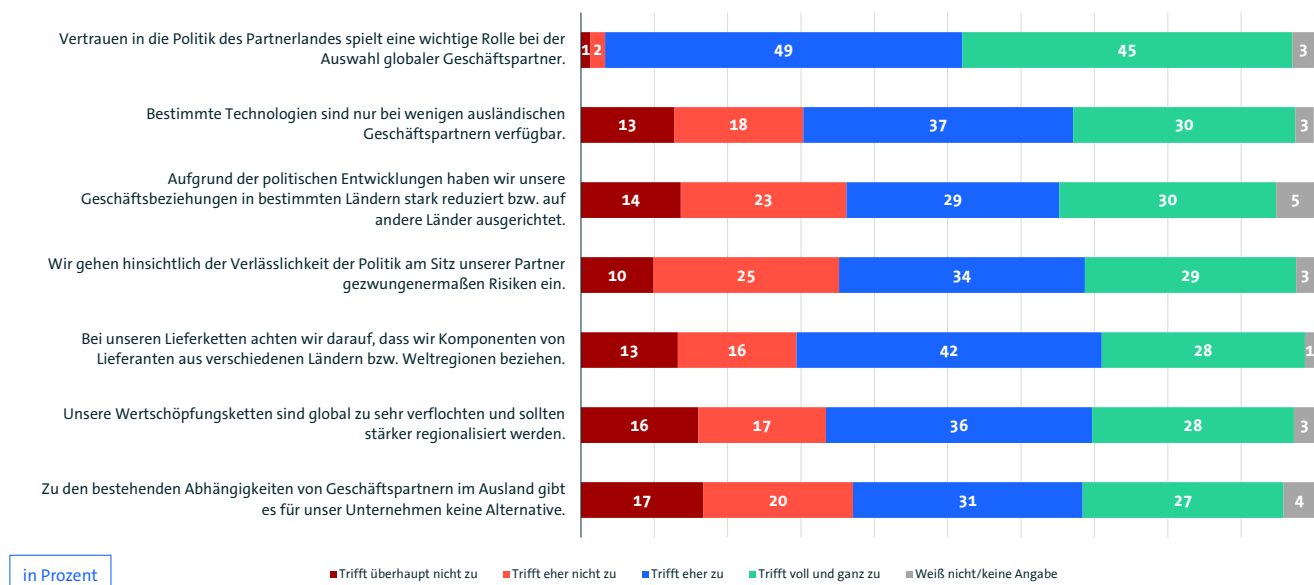
3 Internationale Beziehungen deutscher Unternehmen

3.1 Operative und strategische Ausrichtung deutscher Unternehmen

Viele Unternehmen (64 Prozent) halten ihre Wertschöpfungsketten für zu stark verflochten und meinen, dass diese stärker regionalisiert werden sollten. Ein Großteil (94 Prozent) misst dem Vertrauen in die Politik des Partnerlandes hohe Bedeutung bei. 70 Prozent achten bei der Lieferkettenplanung darauf, Komponenten aus verschiedenen Weltregionen zu beziehen. Dennoch sehen 58 Prozent der Firmen keine Alternativen zu bestehenden Abhängigkeiten im Ausland.

Bestimmte Technologien sind nach Angaben von gut zwei Drittel der Betriebe zudem nur über wenige ausländische Anbieter verfügbar, 63 Prozent gehen deshalb eigenen Angaben zufolge gezwungenermaßen Risiken bei der Auswahl ihrer internationalen Partner ein. Mehr als die Hälfte der Unternehmen (59 Prozent) gibt an, aufgrund politischer Entwicklungen ihre Geschäftsbeziehung in andere Länder zu reduzieren bzw. auf andere Regionen auszurichten.

Inwiefern treffen diese Aussagen zur Geschäftstätigkeit und strategischen Ausrichtung Ihres Unternehmens zu?



Basis: Unternehmen, die digitale Technologien bzw. Leistungen aus dem Ausland beziehen oder ins Ausland verkaufen (n=542) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt. | Quelle: Bitkom Research 2025

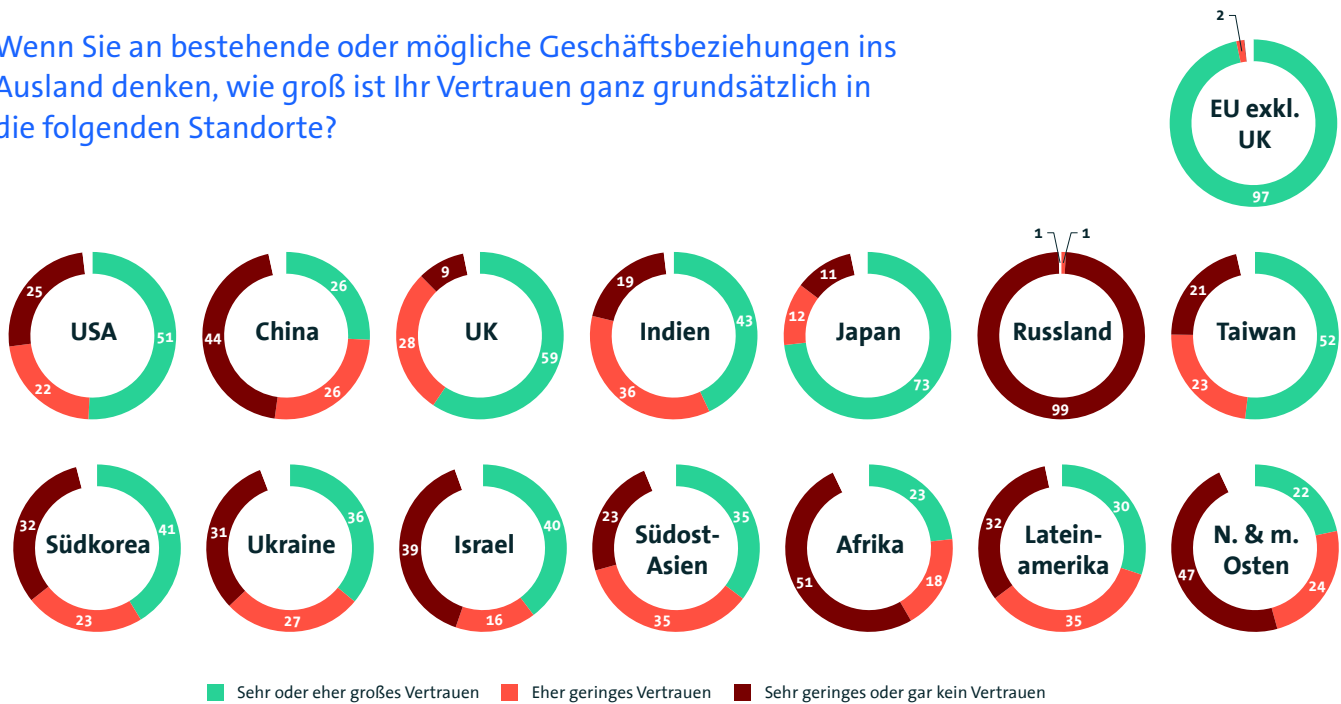
Abbildung 15: Strategische und operative Überlegungen deutscher Unternehmen

3.2 Vertrauen deutscher Unternehmen in internationale Standorte

Deutsche Unternehmen vertrauen vor allem Geschäftsbeziehungen ins EU-Ausland (exkl. UK; 97 Prozent), nach Japan (73 Prozent), UK (59 Prozent), Taiwan (52 Prozent), und in die USA (51 Prozent). Andere Regionen der Welt genießen teilweise ein viel geringeres Vertrauensniveau.

Dem Standort Russland vertraut praktisch kein deutsches Unternehmen (99 Prozent). In die afrikanischen Staaten (51 Prozent), den nahen und mittleren Osten (47 Prozent) und China (44 Prozent) haben viele Unternehmen ein »sehr geringes« oder »gar kein« Vertrauen.

Wenn Sie an bestehende oder mögliche Geschäftsbeziehungen ins Ausland denken, wie groß ist Ihr Vertrauen ganz grundsätzlich in die folgenden Standorte?



Basis: Alle Befragten (n=603) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 16: Vertrauen deutscher Unternehmen in internationale Standorte

3.3 Internationale Konflikte

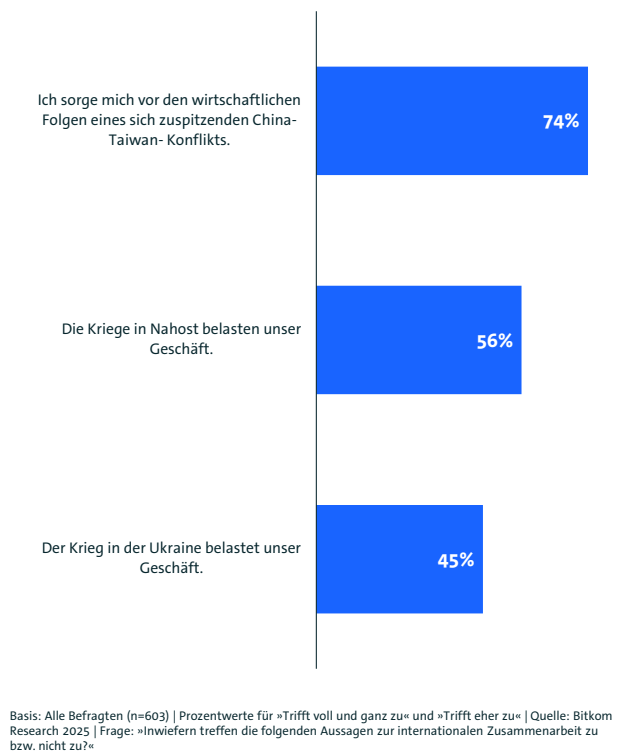


Abbildung 17: Einfluss internationaler Konflikte und Kriege auf deutsche Unternehmen

Deutsche Unternehmen sorgen sich um sich zuspitzende Konflikte bzw. sehen ihr Geschäft konkret durch diese belastet.

Knapp die Hälfte (45 Prozent) sehen sich durch Russlands Angriffskrieg auf die Ukraine belastet, die Kriege in Nahost geben sogar 56 Prozent als Belastung an. Vor den wirtschaftlichen Folgen eines sich zuspitzenden China-Taiwan-Konflikts sorgen sich knapp drei Viertel.

92 Prozent finden, die deutsche Wirtschaft ist zu stark vom Ausland abhängig. Etwa drei Viertel sorgen sich um die Abhängigkeit von China, 60 Prozent um die von den USA.

Ein einheitliches Meinungsbild herrscht bei den Unternehmen vor diesem Hintergrund bei vielen geo- und wirtschaftspolitischen Forderungen.

Beinahe alle Befragten stimmen zu, Deutschland solle weiter eine möglichst offene Weltwirtschaftsordnung anstreben (97 Prozent) und stärker in Schlüsseltechnologien investieren (92 Prozent). Dass die neue Bundesregierung Bestrebungen zu mehr digitaler Souveränität priorisieren sollte, meinen 84 Prozent, und gut vier von fünf (82 Prozent) finden, Deutschland und Europa treten in globalen Handelsstreitigkeiten zu passiv auf.

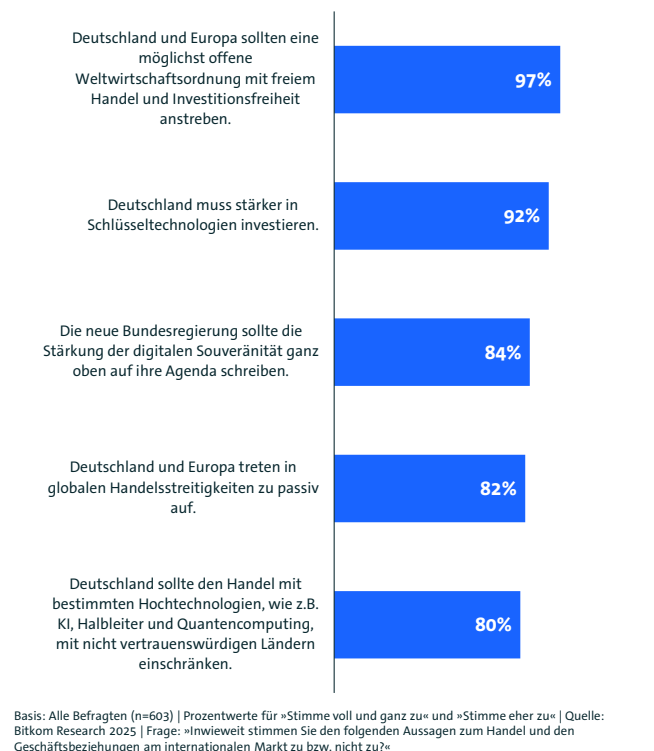


Abbildung 18: Deutschlands Position in internationalen Wirtschaftsbeziehungen

4 Wahlen in den USA

4.1 Vertrauen in die USA nach dem Sieg von Donald Trump

Nach dem Wahlsieg von Donald Trump im November 2024 sehen deutsche Unternehmen sich einer unsicheren Zukunft gegenüber. Mehr als ein Drittel sehen ihr Vertrauen erheblich geschwächt, 60 Prozent zumindest leicht.

Die Hälfte gibt an, ihre Lieferketten voraussichtlich anpassen zu müssen, die eigene Geschäftsstrategie müssen sogar 56 Prozent anpassen.

Der Einfluss auf die deutsche Wirtschaft insgesamt wird kritischer eingeschätzt als der Einfluss auf das eigene Unternehmen.

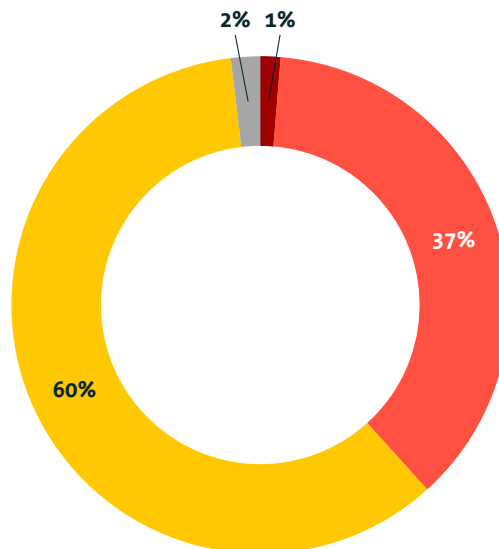
Eindeutiger sind die Prognosen zur Position Deutschlands und Europas gegenüber den USA: 87 Prozent stimmen zu, dass die Regionen von den USA zukünftig weiter abgehängt werden.

Vertrauen in die USA

In den USA haben gerade die Präsidentschaftswahlen stattgefunden.

Wie wird der Wahlsieg von Donald Trump Ihr Vertrauen in die USA beeinflussen?

- Das Vertrauen wird zerstört.
- Das Vertrauen wird erheblich geschwächt.
- Das Vertrauen wird leicht geschwächt.
- Weiß nicht/keine Angabe

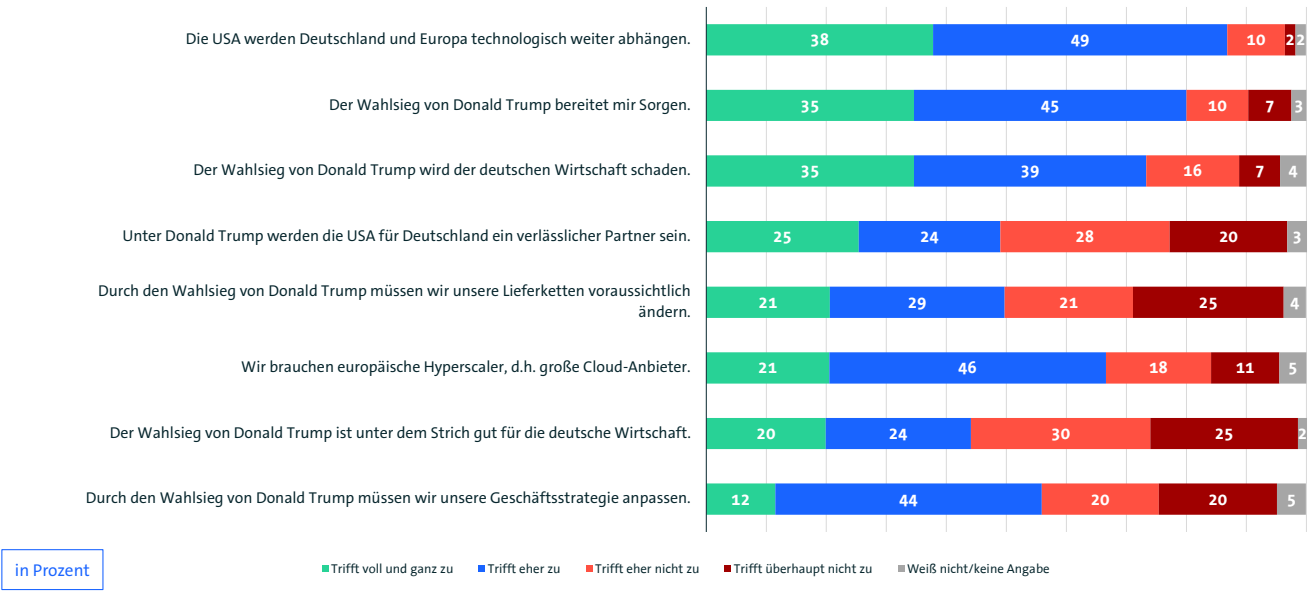


Basis: Alle Befragten (n=603) | Keine Antworten für »wird leicht gestärkt« oder »wird erheblich gestärkt«. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 19: Vertrauen deutscher Unternehmen in die USA vor dem Hintergrund des Wahlsieges von Donald Trump

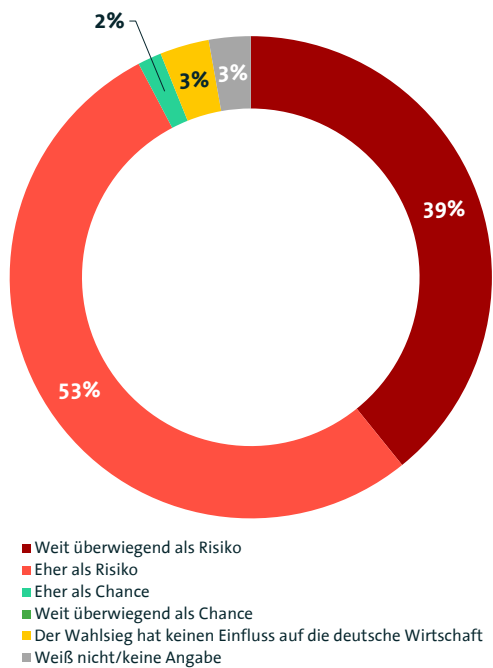
4.2 Trump: Chance oder Risiko für die deutsche Wirtschaft?

Inwiefern treffen die folgenden Aussagen zum Ausgang der US-Wahlen auf Ihr Unternehmen bzw. Ihrer Meinung nach zu?



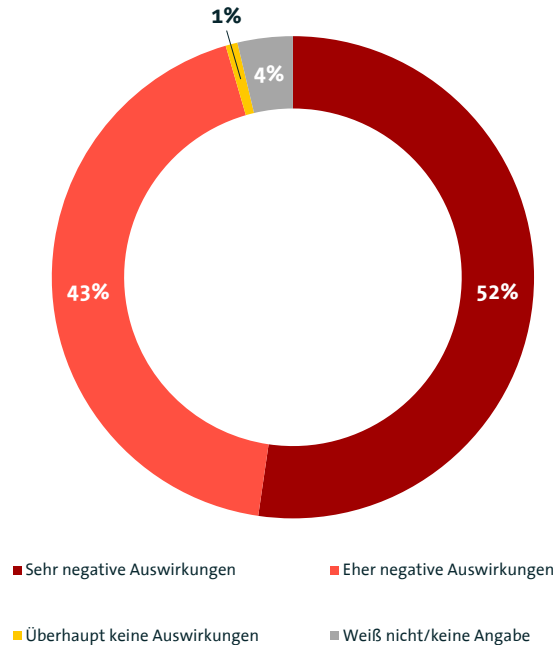
Basis: Alle Befragten (n=603) | Abweichungen von 100 Prozent sind rundungsbedingt. | Quelle: Bitkom Research 2025

Abbildung 20: Von den Unternehmen erwartete Auswirkungen des Wahlsiegs von Donald Trump



Basis: Alle Befragten (n=603) | Keine Antworten für »Weit überwiegend als Chance«. | Quelle: Bitkom Research 2025 | Frage: »Sehen Sie den Wahlsieg von Donald Trump eher als Chance oder eher als Risiko für die deutsche Wirtschaft?«

Abbildung 21: Wahlsieg von Donald Trump: Chance oder Risiko für die deutsche Wirtschaft?



Basis: Alle Befragten (n=603) | Keine Antworten für »sehr positive« oder »eher positive« Auswirkungen. | Quelle: Bitkom Research 2025 | Frage: »Wie wird sich der Wahlsieg von Donald Trump auf Ihr Unternehmen bzw. Ihr Geschäft voraussichtlich auswirken?«

Abbildung 22: Wahlsieg von Donald Trump: Erwartete Auswirkungen auf deutsche Unternehmen

5 Fazit

Die Umfrage zeigt eine wachsende Abhängigkeit der deutschen Wirtschaft vom Import ausländischer digitaler Technologien und Dienstleistungen, obwohl diese die Herausforderungen erkannt und Schutzmaßnahmen implementiert hat.

Nahezu alle deutschen Unternehmen (96 Prozent) sind auf den Import digitaler Technologien und Leistungen angewiesen. Besonders stark ist die Abhängigkeit bei Endgeräten wie Smartphones oder Laptops (90 Prozent), Software-Anwendungen (75 Prozent) und Cybersicherheits-Anwendungen (72 Prozent).

Die wichtigsten Herkunftsländer für Digitalimporte sind:

- EU und USA (je 87 Prozent der Unternehmen, davon je 59 Prozent häufig)
- China (78 Prozent der Unternehmen, davon 58 Prozent häufig)

Die Abhängigkeit von ausländischen Digitalimporten ist so stark, dass...

- 17 Prozent der Unternehmen maximal 6 Monate ohne Importe überleben könnten,
- 36 Prozent zwischen 7 und 12 Monate,
- 39 Prozent zwischen 13 und 24 Monate und
- nur 3 Prozent länger als zwei Jahre.

Als Reaktion auf diese Abhängigkeit haben Unternehmen Gegenmaßnahmen ergriffen:

- 59 Prozent haben ihre Lieferanten diversifiziert
- 42 Prozent haben ihre Lagerbestände vergrößert
- 27 Prozent haben ein spezielles Risiko-Management eingeführt

Die Zukunftsaussichten sind besorgniserregend:

- 67 Prozent geben an, dass bestimmte Technologien nur bei wenigen ausländischen Geschäftspartnern verfügbar sind
- Nur 7 Prozent erwarten eine Verringerung der Abhängigkeit Deutschlands in den nächsten fünf Jahren
- 60 Prozent rechnen sogar mit einer weiteren Zunahme der Abhängigkeit Deutschlands
- Für das eigene Unternehmen sehen 50 Prozent eine steigende Abhängigkeit von digitalen Importen

Das Vertrauensniveau in internationale Partner variiert stark:

- EU-Länder genießen das höchste Vertrauen (97 Prozent sehr großes oder eher großes Vertrauen)
- Japan vertrauen 73 Prozent der Unternehmen
- Großbritannien erreicht 59 Prozent
- Die USA stehen bei 51 Prozent

6 Methodik

Auftraggeber	Bitkom
Methodik	Computergestützte telefonische Befragung/Computer Assisted Telephone Interview (CATI)
Grundgesamtheit	Unternehmen in Deutschland mit mindestens 20 Beschäftigten
Zielpersonen	Geschäftsführung, Vorstand, Leitung Einkauf oder Leitung F&E
Stichprobengröße	n=603
Befragungszeitraum	KW 46 bis KW 50 2024
Gewichtung	Repräsentative Gewichtung des Datensatzes auf Grundlage des aktuellen Unternehmensregisters des Statistischen Bundesamtes
Statistische Fehlertoleranz	+/- 4 Prozent in der Gesamtstichprobe

Herausgeber

Bitkom e.V.
Albrechtstr. 10 | 10117 Berlin

Fachliche Leitung

Nick Kriegeskotte

Wissenschaftliche Leitung

Dr. Anja Weber

Redaktion

Lennart Glamann

Druck & Satz

Katrin Krause

Copyright

Bitkom 2025

Diese Publikation stellt eine allgemeine unverbindliche Information dar. Die Inhalte wurden mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt, jedoch besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität. Insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt daher in der eigenen Verantwortung der Leserin bzw. des Lesers. Jegliche Haftung wird ausgeschlossen. Alle Rechte, auch der auszugsweisen Vervielfältigung, liegen beim Bitkom oder den jeweiligen Rechteinhabern.

Die digitale Abhängigkeit deutscher Unternehmen vom Ausland wächst weiter: 96 Prozent der Firmen importieren digitale Technologien und Services, während nur ein Viertel gegenüber ausländischen Unternehmern als Anbieter auftritt. Die repräsentative Studie mit 603 Unternehmen ab 20 Beschäftigten zeigt: Besonders bei Halbleitern, Quantencomputing und 5G-Komponenten ist die Abhängigkeit von ausländischen Partnern hoch; allerdings können Unternehmen nicht allen internationalen Zulieferern ihr volles Vertrauen aussprechen. Während europäische Partner großes Vertrauen genießen, sehen die Unternehmen geopolitische Risiken durch internationale Konflikte und politische Entwicklungen mit Sorge. Die Studie verdeutlicht die Dringlichkeit, Deutschlands digitale Souveränität zu stärken.

DOI

10.64022/2025-digitale-souveraenitaet