

Asiatische Snacks in chinesischen Geschäften: Teil des Handelskriegs

Die Handelskriege belasten lokale asiatische Lebensmittelgeschäfte in den USA, während hohe Zölle die Preise für beliebte Snacks und Produkte in chinesischen Supermärkten in die Höhe treiben.



In Flushing, Queens, stapeln sich frische Produkte, Sojasaucen und Snacks mit Meeresgeschmack in den Regalen des Chang Jiang Supermarkts. Chang Jiang befindet sich in einer Reihe von Geschäften in dieser von Asiaten geprägten Gemeinde, wo bunte Schilder auf Chinesisch prangen und frisches Obst in Kisten auf dem Bürgersteig verkauft wird.

Die Bedeutung lokaler Lebensmittelgeschäfte für Gemeinschaften

Lokale Lebensmittelgeschäfte sind oft die Lebensadern der

Gemeinschaften, die sie bedienen. Indische Lebensmittelhändler bieten beispielsweise Cake Rusk Kekse an, die perfekt zum Chai-Tee passen. Chinesische Lebensmittelhändler haben zuverlässig rote Gläser mit Lao Gan Ma Chiliöl und getrockneten Pflaumen im Angebot.

Die Auswirkungen des Handelskriegs auf asiatische Lebensmittelgeschäfte

Doch der Chang Jiang Supermarkt — wie viele andere asiatisch-amerikanische Lebensmittelgeschäfte — ist vom Handelskonflikt unter Präsident Donald Trump betroffen. Die meisten importierten Waren unterliegen einem 10 %igen Zoll, selbst nachdem die Trump-Administration die gegenseitigen Zölle gegen eine Vielzahl von Ländern ausgesetzt hat. Chinas Güter stehen jedoch ganz oben auf der Liste, mit US-Zöllen, die auf satte 145 % gestiegen sind. Die fehlenden Verhandlungen zwischen den beiden Nationen belasten die Gemeinschaftsverbindungen und setzen insbesondere chinesische Lebensmittelhändler wie Chang Jiang unter Druck.

„Wenn die Zölle nicht sinken, wird nach zwei Monaten kein neues Inventar (aus China) mehr im Markt sein“, sagte Wu, der Manager des Supermarkts, der im Gespräch mit CNN darauf bestand, nur seinen Nachnamen zu verwenden.

Preiserhöhungen für importierte Lebensmittel

In den gesamten USA müssen Käufer mit steigenden Preisen für Meeresfrüchte, Kaffee, Obst, Käse, Nüsse, Schokoladenriegel und andere importierte Lebensmittel rechnen. Besonders hart trifft es einkommensschwache Haushalte, da sie einen größeren Anteil ihres Einkommens für Lebensmittel ausgeben. Für diejenigen, die auf Produkte aus China angewiesen sind, werden die enormen Zölle auf chinesische Waren noch gravierendere Auswirkungen haben.

„Die Unternehmen in China sind immer noch auf uns Verbraucher angewiesen. Wie stark die Preise auch steigen, es wirkt sich alles auf uns Verbraucher aus“, erklärte Wu.

Unvorhersehbare Konsequenzen durch erhöhte Preise

In einem Telefoninterview auf Mandarin berichtete Wu, dass die Lieferanten, von denen er einkauft, die Preise für alle Produkte erhöhen. Während die Hersteller die Preise für die derzeit verfügbaren Waren nicht erhöht haben, könnte das neue Inventar Preisanstiege von 30 %, 40 % oder sogar 50 % erfahren.

„Das Problem ist häufig nicht einmal der Preis der Artikel. Einige Hersteller haben ganz aufgehört, Waren in die USA zu versenden, was zu Verkaufsbeschränkungen und möglichen Engpässen führen könnte“, sagte er.

„Die Preise für die aktuellen Artikel haben sich nicht sehr erhöht“, fügte er hinzu. „Aber anstelle mir die 50 oder 100 benötigten Artikel zu verkaufen, sagen sie: ‚Ich gebe dir nur fünf oder zehn Artikel, und das war’s.‘“

Der Supermarkt hat die Preise für seine Kunden bislang noch nicht erhöht. Doch in zwei Monaten, wenn sein Inventar aus China aufgebraucht sein wird, plant Wu, auf Lieferanten in anderen Ländern — vielleicht Taiwan oder aus Südostasien — zurückzugreifen, um die Verluste auszugleichen.

Hoffnung auf eine baldige Lösung des Handelskriegs

„Wir hoffen, dass der Handelskrieg zwischen den USA und China so schnell wie möglich gelöst wird“, sagte er. „Wenn sich die Situation weiterhin für zwei Monate hinzieht, werden die Folgen unvorstellbar sein.“

Aber es sind nicht nur die Geschäfte in New York betroffen — ähnliche Probleme gibt es auch an der Westküste im Wing Hop Fung in Arcadia, Kalifornien. Das Familienunternehmen importiert Tees, chinesische Kräuter und andere asiatische Produkte aus dieser mehrheitlich asiatischen Gemeinde in der Nähe von Los Angeles.

„Unser größter Handelspartner ist China, also wenn wir hören, dass die Zölle steigen, haben wir definitiv das Gefühl, dass dies eine Bedrohung für kleine Familienunternehmen wie unseres darstellt“, sagte Lan Ong, deren Eltern Wing Hop Fung 1985 gegründet haben und die das Unternehmen derzeit leitet.

Wachsende Nachfrage nach ethnischen Lebensmittelspezialitäten

Die Nachfrage nach speziellen und ethnischen Lebensmittelzutaten ist in den letzten zehn Jahren gestiegen, erklärte Phil Lempert, Redakteur des Handelsmagazins Supermarket Guru, gegenüber CNN. Der Markt für diese Spezialitäten wird voraussichtlich bis 2032 weltweit 153,2 Milliarden Dollar erreichen, im Vergleich zu 81,6 Milliarden Dollar im Jahr 2023, so Schätzungen von Fortune Business Insights. Dies ist vor allem dem wachsenden Interesse an asiatischen, hispanischen und orientalischen Gerichten geschuldet.

„Das Internet hat uns mit Lebensmitteln aus der ganzen Welt vertraut gemacht“, sagte Lempert. „Eine Vielzahl von Menschen geht in die Geschäfte, um Lebensmittel zu finden, die sie in ihrem traditionellen Supermarkt nicht finden können.“

Dieses gesteigerte Interesse hat zur Transformation der Supermarktbranche in den Vereinigten Staaten geführt. H Mart, ein koreanischer Lebensmittelladen mit einer treuen Online-Fangemeinde, hat seit seiner Gründung in Woodside, Queens, im Jahr 1982 auf nahezu 100 Standorte im ganzen Land expandiert. Patel Bros, das in den 1970er Jahren in Chicago gegründet wurde, ist heute die größte indische Lebensmittelkette in den

USA. Auch die asiatische Supermarktkette 99 Ranch hat Filialen in mehreren Bundesstaaten von Kalifornien bis New Jersey.

Die großen Ketten in der Branche haben die Ressourcen, um ihre Lieferketten vorzubereiten und zu stärken, bemerkte Lempert. Aber für kleine, lokal geführte Lebensmittelgeschäfte bleibt nicht viel Spielraum.

Die Herausforderungen für kleine Unternehmen

In Honolulu hat die Unsicherheit wegen Trumps Zöllen auch kleine Unternehmen in Chinatown erschüttert. Chu Lan Shubert-Kwock, die die lokale Chinatown Business & Community Association gegründet hat, meinte, dass der Handelskrieg „uns zurückwerfen wird.“

„Die Unternehmen werden nicht aufstocken, bis sie ihre Produkte verkaufen“, sagte sie letzte Woche gegenüber dem CNN-Sender KHNL/KGMB. „Du wirst nichts kaufen, bis du dir sicher bist, wie hoch die Kosten für deine Waren sind und wie viel du sie verkaufen kannst.“

„Niemand gewinnt in diesem Handelskrieg“, fügte sie hinzu.

Im Laufe der Zeit könnten Käufer in diesen Geschäften weniger Produkte im Regal finden. Sie werden auch mit höheren Preisen konfrontiert sein, so Lempert.

Wu warnte die Kunden des Chang Jiang, die sich Sorgen um ihre Lieblingsprodukte machen könnten, die möglicherweise verschwinden oder teurer werden.

„Ich rufe alle dazu auf, sich in dieser kurzen Zeit einzudecken, in der die Waren noch zu den aktuellen Preisen erhältlich sind“, sagte er. „Denn die Preise werden später definitiv in die Höhe schießen.“

Details

Quellen

• edition.cnn.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at