

Trump senkt Zölle auf China: Preissteigerungen und Engpässe drohen weiterhin

Trump senkt die Zölle auf chinesische Waren, doch Verbraucher bleiben von Preissteigerungen und Engpässen betroffen. Erfahren Sie, warum die Erleichterung möglicherweise vorübergehend ist.



Der drastische Rückgang der Zollltarife auf chinesische Produkte, die in die Vereinigten Staaten geliefert werden, könnte Verbraucher denken lassen, dass erhebliche Erleichterungen bevorstehen – zumindest im Vergleich zu vorher. In der Praxis könnte es jedoch anders wirken.

Dringlichkeit für Unternehmen

Angesichts der Tatsache, dass die neuen Tarife nur vorübergehend sind, sind Unternehmen darauf angewiesen,

Bestellungen schnell abzuwickeln und Produkte aus China auf Schiffe und Flugzeuge zu laden, während die Tarife bei einem Minimum von 30 % liegen, im Vergleich zu 145 %. Unternehmen sind bereit, dafür einen Aufpreis zu zahlen.

Diese zusätzlichen Kosten werden voraussichtlich in die Einsparungen absorbiert, die Unternehmen durch die niedrigeren Tarife erzielen könnten. Für Verbraucher bedeutet das, dass die Preise für viele Waren aus China, dem zweitgrößten Importland der USA, weiterhin hoch bleiben dürften.

Die Hintergründe der Tarifsenkung

Die überarbeiteten Tarife wurden eingeführt, nachdem sich Regierungsvertreter der USA und Chinas Anfang des Monats in Genf trafen. Das Ergebnis war eine **Tarifsenkung** für 90 Tage zwischen beiden Nationen, während die Verhandlungen fortgesetzt werden.

Allerdings ist ungewiss, ob dieser teilweise Frieden die vollen 90 Tage andauern wird. Selbst wenn dem so ist, bleibt unklar, auf welchem Niveau die neuen Zölle liegen werden.

Steigende Produktionskosten

Andrew Rader, Geschäftsführer im Verbrauchersektor bei Maine Pointe, einer globalen Beratungsfirma für Lieferketten und Betriebsabläufe, erklärt, dass die Kunden, die er berät, einen Anstieg der Produktionskosten in China beobachten. Fabrikbesitzer bieten Überstundenvergütungen und andere Boni an, was ungewöhnlich ist. Wichtige Rohstoffe, die in Konsumgütern verwendet werden, wie Kunststoffe und Metalle, sind um „über 10 % oder mehr“ gestiegen.

Zusätzlich führen die steigenden Bestellungen dazu, dass immer mehr Fabriken die Mindestbestellmengen erhöhen. Dies zwingt Unternehmen dazu, höhere Bestände als gewünscht zu

übernehmen, was mit zusätzlichen Lagerkosten verbunden ist. Statt drei Monate Lagerbestand müssen einige Firmen bis zu sechs Monate Produkte bezahlen.

Nach all diesen Produktionskosten schätzt Rader, dass amerikanische Unternehmen, die Waren aus China importieren, 15 % bis 25 % mehr für die Herstellung bezahlen. Und das sind noch nicht einmal die Transportkosten, die ebenfalls steigen, sowie die 30 %-Zölle, die weiterhin gelten.

Die Auswirkungen auf amerikanische Verbraucher

Die zusätzlichen Kosten, die Unternehmen tragen, werden voraussichtlich an die Verbraucher weitergegeben. Allerdings ist der Anstieg der Preise nicht unbedingt im Verhältnis 1:1 zu den zusätzlichen Kosten. Unternehmen neigen dazu, einen Teil der Mehrkosten zu absorbieren, um ihre Kunden nicht zu verlieren.

Andy Tsay, Professor für Betriebswirtschaft und Analytik an der Leavey School of Business der Santa Clara University, weist darauf hin, dass Verbraucher sich nicht nur um steigende Preise sorgen sollten. „Jede zusätzliche Kosten- und Risikoquelle in der Lieferkette muss sich irgendwie bemerkbar machen, möglicherweise nicht nur durch einen Anstieg des Endpreises, sondern auch auf weniger offensichtliche Weise“, erklärt er. Beispielsweise könnten mehr Produkte aufgrund der Herausforderungen und Kosten, die Unternehmen beim Import aus China haben, nicht vorrätig sein.

Weitere Überlegungen

Eine weitere Überlegung ist, dass Artikel seltener im Angebot sind und die Rabatte geringer ausfallen könnten. Es besteht auch die Möglichkeit, dass neue Produkte gar nicht auf den Markt kommen.

Zusätzlich könnte das Hin und Her bedeuten, dass amerikanische Verbraucher auch weiterhin mit hohen Preisen konfrontiert sind, selbst wenn Präsident Donald Trump die Tarife letztlich modifiziert. „Wenn Unternehmen aus diesem erzwungenen Experiment lernen, dass sie die Zahlungsbereitschaft der Kunden unterschätzt haben, werden die Preise wahrscheinlich nicht wieder stark sinken, selbst wenn die Zölle wegfallen“, so Tsay.

Details	
Quellen	• edition.cnn.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at