

Trumps Handelskrieg wird Ihr Einkaufserlebnis verändern

Erfahren Sie, wie Trumps Handelskrieg die Produktvielfalt beim Einkaufen drastisch einschränken wird. Tarife führen zu weniger Optionen und Innovationen in den Regalen.



In den kommenden Wochen werden sich die Auswirkungen des Handelskriegs unter Präsident Donald Trump bei jedem Einkauf bemerkbar machen. Die Vielfalt an Produkten in Geschäften und online wird deutlich eingeschränkt, da Unmengen an Variationen, Farben, Größen und Geschmackrichtungen durch eine reduzierte Auswahl ersetzt werden. Dies stellt einen drastischen Wandel für die Verbraucher dar, die in der Vergangenheit an ein umfangreiches Angebot gewöhnt waren.

Die Auswirkungen des Handelskriegs auf die Produktvielfalt

Wie Studien zeigen, hat sich die Zahl der importierten Waren in

den Regalen in den letzten fünf Jahrzehnten verdreifacht, was einem Anstieg des BIP um 2,6% entspricht. Supermärkte führen derzeit etwa 30.000 verschiedene Artikel, Walmart verkauft in seinen Supermärkten bis zu 120.000 Produkte, und das Online-Katalog von Amazon umfasst Millionen von Artikeln. Doch mit den von Trump eingeführten universellen Zöllen von 10% auf nahezu alle Produkte, die in die Vereinigten Staaten eingeführt werden, müssen Verbraucher mit weniger Auswahl rechnen, insbesondere bei Schuhen, Taschen, Spielzeug und vielen anderen Produkten.

Steigende Preise und reduzierte Auswahl

„Das wird eine der größten Folgen der Zölle sein. Die Varietät, die wir gewohnt sind, wird stark eingeschränkt werden“, erklärt Jason Miller, Professor für Lieferkettenmanagement an der Michigan State University. Viele Unternehmen stehen schon jetzt vor der Herausforderung, welche Produkte sie trotz der hohen Zölle weiterhin anbieten können. Manche Produkte werden aus dem Sortiment genommen, weil sie entweder zu teuer in der Produktion sind oder Verbraucher bei Preiserhöhungen abspringen.

Unternehmen, die zuvor Produkte aus China bezogen haben, kaufen nun nur noch ihre meistverkauften Artikel von Herstellern aus anderen Ländern, in denen sie günstigere Preise verhandeln können. Zudem werden Produktneueinführungen und Innovationen, die über Jahre hinweg entwickelt wurden, ausgesetzt.

Auswirkungen auf kleine Unternehmen

Tarife haben nicht nur große Unternehmen betroffen, sondern auch kleine Firmen, die auf das Angebot von Produkten angewiesen sind. Sarah Wells, Gründerin einer Marke für Still-Reisen und Accessoires, stellt fest, dass ihr Bestseller, ein Rucksack für Milchpumpen, nur noch in Schwarz oder einer weiteren Farbe erhältlich sein wird, sobald der aktuelle

Lagerbestand aufgebraucht ist. „Wir können gerade jetzt nicht vier andere Farben anbieten“, bedauert Wells, die gezwungen ist, Bestellungen aus China aufgrund der 145% Zölle einzustellen.

Große Marken und ihr reduziertes Sortiment

Große Marken ziehen ebenfalls ihre Konsequenzen. Hasbro, Eigentümer von Nerf, Play-Doh und weiteren Spielwaren, plant, einige Artikel zu streichen, die unter den neuen Zöllen nicht rentabel sind. Etwa 80% der in den USA verkauften Spielsachen werden in China hergestellt. Die Marken Newell und Acco Brands haben ebenfalls angekündigt, das Sortiment zu straffen, da viele ihrer Produkte aus China stammen und die Zölle einen signifikanten Einfluss auf die Kalkulation haben.

Weniger Innovation und Kreativität

Die Folgen dieser Zölle werden nicht nur die Produktvielfalt einschränken, sondern auch Innovationen hemmen und Gewinner sowie Verlierer in der Einzelhandelsbranche hervorrufen. Unternehmen, die in der Lage sind, sich in dieser neuen Ära des Protektionismus erfolgreich zu positionieren, werden weniger überschaubare Produktkataloge anbieten. „Je breiter das Sortiment eines Unternehmens ist, desto gefährdeter ist es, Produktlinien abubrechen“, erklärt Shawn Nelson, CEO des Möbelhändlers Lovesac. Verbraucher müssen möglicherweise mit weniger neuen Produkten rechnen oder gar keinen Zugang zu innovativen Angeboten haben.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Handelszölle eine grundlegende Veränderung in der Warenverfügbarkeit herbeiführen, was sowohl Verbraucher als auch Einzelhändler vor neue Herausforderungen stellt. Die Zukunft des Handels könnte weniger Auswahl und innovative Produkte für die Konsumenten bedeuten.

Details	
Quellen	• edition.cnn.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at