

Der Handel

Spezial Nachhaltigkeit

Das Recht auf Reparatur kommt –
und viele Händler freuen sich

Innovative City-Logistik

Wie Lieferfahräder und E-Transporter
Kosten und Zeit sparen

e·tailment
WAREHOUSING

2025
VISIBILITY CHARTS
E-COMMERCE
★ ★ ★

TOP 25
SOCIAL COMMERCE
PIONEERS

ZOLL!

WAS NUN?

Nur ruhig Blut

Daten sichten, scharf kalkulieren –
so können deutsche Händler weiter punkten

„Nach wie vor gutes Standing“

Trotz des Zollgewitters sind die USA für deutsche Händler nach Einschätzung der Auslandshandelskammer unverändert ein sehr relevanter Markt. Das Verhältnis zu deutschen Unternehmen sei gut.

Die US-amerikanische Zollpolitik bringt nicht nur Deutschland Probleme. Das Ifo-Institut zum Beispiel sieht „negative Auswirkungen auf das Wachstum und höhere Verbraucherpreise“ in den USA.

Matthias Hoffmann kann das bestätigen. Der Geschäftsführer der Auslandshandelskammer (AHK) USA Süd beobachtet, dass europäische Produkte möglicherweise teurer werden könnten. Gleichzeitig zeichne sich ab, dass die US-Amerikaner ihr Geld eher zusammenhielten, zudem gebe es Kunden, die Produkte aus den USA bevorzugten. „Wir spüren eine gewisse Zurückhaltung“, sagt er. „Niemand weiß, was als Nächstes passiert.“

Das bedeutet für europäische Händler, die in die USA exportieren, ohne Frage eine schwierige Lage. Insbesondere dann, wenn es vergleichbare Produkte aus den USA selbst gibt. „Wer unbedingt italienischen Parmesan essen möchte, wird auch zehn Prozent mehr dafür zahlen“, sagt Stephan

Fetsch, Head of Customer Goods von KPMG Deutschland. „Ansonsten gibt es sicher auch amerikanischen Hartkäse aus Kuhmilch.“

Händler müssten sich fragen, wie es sich unter veränderten Rahmenbedingungen lohnt, weiterhin in die USA zu liefern, fügt Hoffmann hinzu. Darüber hinaus aber sieht er keinen Grund, in Schockstarre zu fallen. „Der US-Markt ist für Deutschland unverändert relevant und wird es bleiben“, sagt er. Es gebe eine große Diskrepanz zwischen der US-amerikanischen Bundesregierung und dem, was aus den Bundesstaaten zu hören sei – dort werde ganz klar das gute Verhältnis zu deutschen Unternehmen betont. „Wir spüren als Handelskammer keine negativen Gefühle. Man arbeitet gern mit uns zusammen.“

Dass es eine Lösung geben könnte, zeigt DHL. Weil die Schwelle für das vereinfachte Einfuhrverfahren von 2.500 auf 800 US-Dollar sank, sah sich der Logistiker großem Mehraufwand gegenüber – und setzte im April die Lieferung von B2C-Paketen mit deklarierten Werten über

800 Dollar an Privatpersonen in den USA aus. Eine runde Woche später lief alles weiter. Nach einem „konstruktiven Dialog mit der US-Zollbehörde, dem Heimatschutzministerium und dem Handelsministerium“ sowie „Anpassungen der US-Zollbestimmungen“ war die Lage geklärt. Seitdem liefert DHL wieder jenseits der 800 Dollar. ◀

STEFAN BECKER



© Shutterstock/wrathline.labs

” Deutsche Konsumgüter haben in den USA nach wie vor ein gutes Standing.“

Matthias Hoffmann
Geschäftsführer,
AHK USA Süd



© AHK USA Süd

Der News-Ticker

Die Deutsch-Amerikanischen Handelskammern und die Organisation Representative of German Industry and Trade unterhalten einen Ticker, in dem sie die Zoll-Entwicklungen verständlich aufbereiten: ahk-usa.net/u-s-zölle-2025.