

# Trumps Zollkrieg zeitigt dies- wie jenseits des Atlantiks unangenehme Folgen

Die Schweizer Uhrenbranche leidet, die hiesigen Käser noch mehr – den Grossteil der Kosten tragen aber sowieso die Amerikaner

MORITZ KAUFMANN, JANIQUE WEDER, ANDREA MARTEL, DIETER BACHMANN

Manche nehmen es immer noch persönlich. Die Kanadier zum Beispiel. Noch bevor der US-Präsident Donald Trump vor einem Jahr seinen beispiellosen Handelskrieg lostrat, hatte er sich schon mit Kanada angelegt. Angeblich um den Strom illegaler Drogen aus dem nördlichen Nachbarland in die USA zu stoppen, belegte er dieses am 1. Februar 2025 mit Zöllen von 25 Prozent. Die Begründung für diese Massnahme stellte sich schnell als hanebüchen heraus. Doch da war der Schaden schon angerichtet.

Die Kanadier, die sonst als friedliebend bekannt sind, fingen an, die USA zu boykottieren. Und dies tun sie bis heute, wie jüngste Zahlen zeigen. Etwa die Touristen. Die Zahl der Grenzübertreite im Auto fiel im Februar gegenüber jener im gleichen Vorjahresmonat um 15 Prozent, die Zahl der Flugpassagiere, die aus Kanada in die USA reisten, um 18 Prozent. Das Credo «Buy Canadian», das mittlerweile von der kanadischen Regierung in Form eines Inländervorrangs bei Auftragsvergaben übernommen wurde, wird immer noch befolgt. Die Exporte von amerikanischen Spirituosen nach Kanada fielen teilweise um 85 Prozent.

## Nicht ganz konsequent

Allerdings: So konsequent wie die Kanadier zieht es fast niemand durch. Zwar gab es auch in Europa Boykottbewegungen. In Dänemark hilft die App «Uden USA» Konsumenten dabei, amerikanische Eigentümer hinter einem Produkt zu erkennen. Populär wurde sie vor allem nach dem Streit um Grönland.

Doch weite Teile der Bevölkerung machen den Unterschied zwischen der amerikanischen Politik und den Firmen. Diese geben sich auch Mühe, Lokalkolorit zu zeigen. Coca-Cola zum Beispiel lancierte in Deutschland die Kampagne «Made in Germany» beziehungsweise «Produziert in der Schweiz seit 90 Jahren» für die Schweiz.

Vor allem aber verfügen die USA über eine Vielzahl von starken Konsummarken. Auch wenn man Trump nicht mag – auf ein iPhone oder New-Balance-Sneaker will deswegen dann doch niemand verzichten. Das heisst aber nicht, dass Trumps Zollpolitik keine Spuren bei den Konsumenten hinterlassen hätte – diesseits wie jenseits des Atlantiks, wie die folgenden Fallbeispiele zeigen.

■ **Swiss Cheese wird in den USA zum Luxusgut:** Es ist eines dieser Klischees, die zutreffen: Die Schweiz ist ein Käse-land. Je nach Untersuchung ist es sogar die Nation mit dem höchsten Käsekonsum weltweit. Doch während Gruyère, Appenzeller und Emmentaler hierzulande schon fast zu den Grundnahrungsmitteln zählen, ist Schweizer Käse im Ausland ein Premiumprodukt, das eher zu besonderen Gelegenheiten als täglich zum Frühstück auf den Tisch kommt.

Und weil Schweizer Käse nun einmal in der Schweiz mit Schweizer Milch hergestellt werden muss, gab es keine Ausweichmöglichkeit bei Trumps Zöllen. Die Produkte verteuerten sich in den USA spürbar. Das traf die Branche mit voller Wucht. «Die Zahlen zeigen klar, dass die Zusatzzölle eine Auswirkung auf die Exportmenge hatten», schreibt die Branchenorganisation Switzerland Cheese Marketing (SCM).

Zwar waren vergangenes Jahr die Käseexporte grundsätzlich rückläufig. Doch nirgends brachen sie so stark ein wie in den USA: Minus 18,4 Prozent lautete die niederschmetternde Bilanz Ende 2025. In die USA wurden somit gemäss SCM noch 7172 Tonnen Käse exportiert. Die beliebtesten Sor-



Der «Liberation Day» hat die finanziellen Freiheiten so mancher Konsumenten arg beschnitten.

ILLUSTRATION SIMON TANNER / NZZ

Ein Roadtrip durch die Weiten der USA wäre derzeit für einmal erschwinglich. Und doch bleiben die Leute weg.

ten waren erneut die Klassiker: Gruyère und Switzerland Swiss, ein industriell gefertigter Grosslockkäse, also eine Art Billig-Emmentaler.

Dass Amerikaner beim Käse preissensibel reagieren, liegt daran, dass er für sie offenbar ein entbehrlicher Luxus ist, bei dem man angesichts steigender Lebenshaltungskosten eher einmal spart. Als Donald Trump Schweizer Produkte vorübergehend mit einem Megazoll von 39 Prozent belegte, ging die Nachfrage besonders stark zurück. Als der Satz später auf 15 Prozent reduziert wurde, gingen auch die Preise leicht zurück.

Dennoch bleibt die Situation angespannt. Denn der rückläufige Käsekonsum belastet die gesamte Schweizer Landwirtschaft. Rund 45 Prozent der in der Schweiz produzierten Milchmenge gehen in die Käseproduktion. Schon jetzt wird hierzulande zu viel Milch produziert. Käsereien können gar nicht mehr alles verarbeiten, was die Bauern anliefern. Viele Kühe müssen derzeit geschlachtet werden. Trumps Zölle – sie stellen auch das Selbstbild des Agrarlands Schweiz infrage.

■ **Ein Trip nach Las Vegas? Nein, danke:** Eigentlich wäre jetzt die perfekte Zeit für den grossen amerikanischen Traum im Kleinen. Der Dollar ist schwach, und die Fluggesellschaften locken noch – höhere Kerosinpreise aufgrund des Iran-Kriegs nicht einberechnet – mit Billigflügen über den Atlantik. Ein Roadtrip durch die Weiten der USA wäre für einmal also erschwinglich. Und doch bleiben die Leute weg.

Zugegeben, mit Zöllen hat dies nur indirekt etwas zu tun. Sie belasten nicht das Portemonnaie der Touristen, wohl aber ihre Lust am Reisen. In der Branche hat das Phänomen längst einen Namen: «Trump slump».

Die Zahlen bestätigen dieses Gefühl. Die USA waren im Jahr 2025 die einzige grosse Tourismusdestination der Welt, die nicht gewachsen ist. Während der globale Tourismus floriert, ging die Nachfrage in den Staaten laut dem World Travel and Tourism Council um 6 Prozent zurück. In der Schweiz zeigt sich die Unlust an Amerika gar noch stärker: 360 000 Personen reisten im vergangenen Jahr von hier in die USA. Das sind 11 Prozent weniger als im Vorjahr.

Gründe für den Rückgang gibt es einige. Trumps verschärfte Gangart an der

Grenze verunsichert. Geschichten, wonach Grenzbeamte die Smartphones und Laptops der Einreisenden durchleuchten und auf private Fotos und Nachrichten zugreifen, verderben die Ferienstimmung. Und der Vorschlag, dass Reisende dem amerikanischen Staat künftig ihre Social-Media-Aktivitäten auflisten sollen, dazu alte Telefonnummern, E-Mails und die Geburtsorte von Familienmitgliedern, macht die Vorstellung vom unbeschwerten Reisen im «Land of the Free» endgültig zu einer Illusion. Da bleibt manch einer aus Protest lieber gleich zu Hause. Eine Umfrage des Branchenmagazins «Travel Inside» will herausgefunden haben, dass zwei von drei Reisenden die USA bewusst boykottieren.

Ob sich 2026 daran etwas ändern wird? Mit der Fussball-WM, dem 100-Jahr-Jubiläum der Route 66 und dem 250. Geburtstag der Nation stehen grosse Partys an. Es wird sich zeigen, ob das Spektakel das ersetzen kann, was in den Ferien wirklich zählt: das Gefühl, willkommen zu sein.

■ **Schweizer Uhren bleiben auch mit Aufpreis gefragt:** Uhren sind von Donald Trumps Zollpolitik besonders stark betroffen. Das aus zwei Gründen: Sie zählen zu den wichtigsten Exportgütern der Schweiz, und die USA sind ihr wichtigster Absatzmarkt. Die zusätzlichen Zölle verteuerten Schweizer Uhren in den USA im vergangenen Jahr spürbar. Händler berichten von Preissteigerungen von bis zu 20 Prozent, je nach Modell. Dennoch brachen die Verkäufe nicht ein. Die Exporte in die USA sanken im Jahr 2025 nur um etwa 0,5 Prozent.

Ein Grund dafür liegt darin, dass Uhren – anders als der erwähnte Käse – nicht verderben. Ob sie früher verschickt werden und in einem Lagerhaus warten, spielt keine Rolle. Als Trump neue Zölle ankündigte, zogen viele Hersteller ihre Lieferungen vor. Immer wieder stiegen die Exportzahlen sprunghaft, sobald höhere Abgaben drohten. So liessen sich manche Zölle umgehen.

Zudem reagieren Uhrenkäufer offenbar weniger empfindlich auf Preissteigerungen als andere Konsumenten. Bei günstigeren Uhren überlegten die Kunden länger, sagt ein Händler aus Los Angeles. Bei teureren Modellen akzeptierten sie hingegen die höheren Preise ohne grosses Zögern. Oder sie

griffen noch rasch zu, wenn eine neue Zollerhöhung drohte.

Wie viel des Preisanstiegs den Zöllen zuzuschreiben ist, bleibt unklar. Der Dollar verlor im vergangenen Jahr gegenüber dem Franken deutlich an Wert, weshalb die Hersteller ihre Preise in Dollar anpassen mussten, wenn sie nicht wollten, dass ihre Uhren in den USA plötzlich günstiger sein würden als in der Schweiz. Bei Golduhren trieb der steigende Goldpreis die Kosten weiter in die Höhe. Einige Händler vermuten, dass manche Marken die Zölle als Vorwand nutzten, um ohnehin geplante Preiserhöhungen durchzusetzen.

Für die Schweizer Uhrenindustrie bedeutete Trumps Zollpolitik etwas tiefere Margen und vor allem erheblichen Mehraufwand – in der Logistik wie in der Preisgestaltung. Ein CEO einer Uhrenfirma meinte kürzlich bei einem Firmenbesuch, er habe die Dollar-Preislisten seiner Marken noch nie so oft anpassen müssen wie in diesem Jahr.

Die eigentliche Zolllast tragen jedoch die amerikanischen Konsumenten. Sie zahlen heute deutlich mehr für ihre Swiss-made-Uhr als vor einem Jahr. Zwar könnten Käufer versuchen, ihre Uhr im Ausland zu erwerben. Doch Händler halten das für unwahrscheinlich, da die Uhr bei der Rückkehr in die USA ohnehin verzollt werden müsste. Sie schwarz einzuführen, trauten sich die wenigsten.

■ **Wo bleiben die Chlorhühner und das US-Beef?** In der Hoffnung, Trump nach dem Zollhammer milde zu stimmen, hat die Schweiz ihm Fleisch angeboten. Genauer: das Recht, bestimmte Mengen amerikanisches Rind-, Bison- und Pouletfleisch zollfrei in die Schweiz einzuführen. Der Präsident verkaufte diesen Passus aus der gemeinsamen Absichtserklärung seinen heimischen Ranchern und Farmern als Chance.

In der Schweiz sorgte die Konzession hingegen für Aufregung. Besorgte Konsumenten sahen bereits Tiefkühltruhen voll mit amerikanischen Chlorhühnern und hormonbehandelten Steaks, hiesige Geflügel- und Rindfleischproduzenten befürchteten vor allem unnötige Konkurrenz aus Übersee.

Noch ist ungewiss, was die Schweiz mit den USA für einen Zoll-Deal aushandeln wird. Doch schon jetzt ist klar: Weder werden die Supermärkte dereinst amerikanisches Fleisch im grossen Stil anbieten, noch werden aufgrund dieser Konzession die Preise sinken. Das hat mehrere Gründe: So darf Geflügelfleisch, das mit Chlor oder anderen chemischen Substanzen zur Desinfektion behandelt wurde, hierzulande weder hergestellt noch verkauft werden – und auch nicht in die Schweiz importiert werden. Um hiesigen Konsumenten Chlorpoulets vorsetzen zu können, brauchte es also eine Gesetzesänderung.

## Hürden für den Vertrieb

Von amerikanischem Beef könnten die Schweizer Händler im Rahmen eines Zollkontingents theoretisch schon heute mehr importieren. Dass sie es nicht tun, hat mit dem hohen Preis zu tun. Aber auch damit, dass amerikanisches Rindfleisch mit einem Vermerk versehen sein muss: Es könnte mit Leistungsförderern wie Hormonen erzeugt worden sein.

Nicht zuletzt ist das den Amerikanern in Aussicht gestellte Kontingent mit 500 Tonnen schlicht zu klein, um auf dem Markt spürbar etwas zu bewegen: 2024 importierte die Schweiz rund 23 000 Tonnen Rindfleisch, davon rund 260 Tonnen aus den USA. Vielleicht kommen ein paar Konsumenten neu auf den Geschmack von Bisonfleisch. Doch von den 1000 Tonnen, die neu zollfrei importiert werden könnten, dürfte nur ein sehr kleiner Teil beansprucht werden.