



Der Handelskonflikt zwischen den USA und China ist wieder voll entbrannt – und diesmal trifft es Apple besonders hart. Während andere Tech-Giganten wie Meta, Google oder Microsoft die jüngsten Börsenturbulenzen relativ gut überstanden haben, erlebt der iPhone-Hersteller einen herben Rückschlag. Was steckt dahinter?

Apples Achillesferse: physische Produkte aus China

Apple produziert den Großteil seiner Geräte in China. Laut Schätzungen werden rund 80 Prozent der Apple-Produkte dort hergestellt – und ganze 90 Prozent der iPhones. Dieser tiefe Produktionsfokus auf China war bislang ein Wettbewerbsvorteil in Sachen Kosten und Effizienz. Doch Trumps neue Zollpolitik hat diese Abhängigkeit in eine Schwäche verwandelt.

Seit dem 3. April erhebt die US-Regierung einen Einheitstarif von 10 Prozent auf alle Importe – für chinesische Produkte gilt sogar ein Strafzoll von 145 Prozent. Für Apple bedeutet das: Die Kosten für in China produzierte und in die USA exportierte Geräte schießen durch die Decke. Und die Anleger? Reagieren prompt. Die Aktie verlor bereits 11 Prozent – der stärkste Rückgang unter den sogenannten GAFAM-Unternehmen.

Dienstleister vs. Produzenten – ein struktureller Nachteil?

„Apple ist ein Produktunternehmen, während die meisten anderen GAFAMs Dienstleistungen verkaufen“, erklärt die Ökonomin Joëlle Toledano. Und genau diese physischen Produkte sind das Hauptziel von Trumps Zolloffensive. Während Cloud-Dienste, Werbeplattformen oder Softwarelösungen kaum direkt von Importzöllen betroffen sind, trifft es Gerätehersteller wie Apple mit voller Wucht.

Im Gegensatz dazu konnten Firmen wie Meta und Microsoft einen Teil ihrer Verluste wieder wettmachen. Der Nasdaq-Index erlebte am 9. April seinen stärksten Tag seit der Finanzkrise 2008 – mit einem Plus von über 12 Prozent. Sogar Tesla legte um sagenhafte 22 Prozent zu. Nur Apple fiel weiter zurück.



Auch China schlägt zurück

Doch nicht nur die US-Zölle machen Apple zu schaffen. Die chinesische Regierung hat als Reaktion auf Trumps Politik Gegenmaßnahmen beschlossen – mit bis zu 84 Prozent Strafzoll auf US-Produkte. Und das betrifft nicht nur Waren, sondern auch die Marktstellung amerikanischer Unternehmen vor Ort.

China ist ein riesiger Absatzmarkt für Apple. Zwar sanken die Auslieferungen im Vorjahr um 17 Prozent, doch Millionen iPhones werden nach wie vor in China verkauft. Ein Handelskrieg bedeutet also nicht nur höhere Produktionskosten – sondern auch weniger Nachfrage im zweitgrößten Markt.

Apple investiert in die USA – reicht das?

Im Februar kündigte Apple an, in den nächsten vier Jahren rund 500 Milliarden Dollar in die Produktionskapazitäten in den USA zu stecken. Donald Trump reagierte begeistert und lobte das Unternehmen öffentlich. Doch bislang hat Apple keine Ausnahmegenehmigung von den neuen Zöllen erhalten – anders als noch 2019, als Trump während seiner ersten Amtszeit den iPhone-Hersteller verschonte.

War das großzügige Investitionspaket also ein Versuch, sich erneut in Trumps Gunst zu bringen? Michael Acton, Apple-Experte beim „Financial Times“-Podcast, sieht das als wahrscheinliche Strategie. Doch die Rechnung könnte diesmal nicht aufgehen – der politische Wind hat sich gedreht.

Auch andere sind betroffen – aber nicht so stark

Tesla, das 2023 über die Hälfte seiner Fahrzeuge in China produzierte, musste ebenfalls Verluste hinnehmen. Amazon, das stark von chinesischen Zulieferern abhängt, steht ebenfalls unter Druck. Doch keiner der Tech-Giganten ist so tief in der Produktionsrealität Chinas verankert wie Apple.

Und genau das macht Apple derzeit zum Symbol für die Schattenseite der Globalisierung. Was einst als Modellbeispiel effizienter Lieferketten galt, wird im Zeitalter von Zöllen, Protektionismus und geopolitischer Rivalität plötzlich zum Risikofaktor.



Rückkehr zur heimischen Produktion?

Trump hat mehrfach betont, er wolle die industrielle Fertigung zurück in die USA holen. Apple könnte also zu einem Paradebeispiel für diese Politik werden – freiwillig oder unter Druck. Doch ein vollständiger Umbau der Produktionsstrukturen kostet Zeit, Geld und strategische Flexibilität. Und die Konkurrenz schläft nicht.

Bleibt nur eine Frage: Kann Apple sich aus der Zwickmühle befreien – oder wird aus dem ikonischen Tech-Riesen ein warnendes Beispiel?

Autor: Andreas M. Brucker