

Einkaufsmanager

Praxis-Werkzeuge und Knowhow für Einkaufsprofis

KW 36–37 | 2026



3 Weiterbildung im Einkauf

In Krisenzeiten wird oft das Weiterbildungsbudget gestrichen. Hier sind 4 Gründe, warum sich dies im Einkauf als Bumerang erweisen kann.

4 Arbeitshilfe: 10 unerlässliche Parameter bei der Zollabwicklung

Bei der Zollabwicklung gibt es eine ganze Reihe an Details zu beachten. Mit dieser Arbeitshilfe übersehen Sie nichts.

5 Interview: Wodurch unterscheiden sich Verkäufer generell von Einkäufern?

Ein Vertriebsexperte bestätigt, dass die Preisstrukturanalyse und belegbare Alternativen Verkäufer vor Probleme stellen.

TOP-THEMA

6 6 gängige Organisationsformen im Einkauf unter der kritischen Lupe

Ohne eine effiziente Organisation im Einkauf kann die Wettbewerbsfähigkeit Ihrer Firma leiden. Doch jede Form hat neben klaren Vorteilen auch Nachteile.

EDITORIAL



Hans-Christian Seidel

ist seit rund 20 Jahren globaler Einkaufstrainer in Seminaren und Coach. Sein Themenschwerpunkt umfasst in erster Linie das Thema Verhandlungen sowie die Bereiche Einkauf, Wirtschaft, Leadership, interkulturelle Kompetenz und Konfliktmanagement.

Jetzt auch noch eine Strategie für Wasser

Liebe Leserin, lieber Leser,

als ich vor vielen Jahren noch als Einkaufsleiter tätig war, hatten wir für fast alle Produkte klare Bevorratungsstrategien. Wasser gehörte damals wirklich nicht dazu, war es doch unbegrenzt verfügbar. Wäre ich heute Einkaufsleiter, müsste ich das notgedrungen ändern. Prüfen Sie doch mal die Wasserverfügbarkeit für Ihre Firma, denn dieses Thema kommt auch auf den Einkauf in den nächsten Jahren zu.

Ohne ständiges Training im Rahmen von Weiterbildungsmaßnahmen wird der Einkauf nicht besser – das sollte daher nicht gestrichen werden. Warum, sehen Sie gleich auf der nächsten Seite.

Die Exporte nach China und in die USA gehen – wie nicht anders erwartet – deutlich zurück. Erfreulich ist, dass die Exporte in europäische Länder steigen.

Ihr

Hans-Christian Seidel,
Chefredakteur

INHALTSVERZEICHNIS

WEITERBILDUNG 3

- ☐ Weiterbildung im Einkauf: 4 Gründe, warum hier nicht der Rotstift angesetzt werden darf

ARBEITSHILFE 4

- ☐ Zollabwicklung: 10 unerlässliche Parameter

INTERVIEW 5

- ☐ Wodurch unterscheiden sich Verkäufer eigentlich von Einkäufern?

TOP-THEMA 6

- ☐ 6 Organisationsformen im Einkauf unter der Lupe

IMPORT/EXPORT 8

- ☐ 1. HJ 2026: die Top-20-Länder

PREISENTWICKLUNGEN 9

- ☐ Die Erzeugerpreise im Juli 2026

LESERFRAGEN 10

- ☐ „Welche begrenzte Aussagefähigkeit haben Lieferantenbewertungen?“
- ☐ „Welche Kriterien sind bei Preisgleitklauseln wichtig?“

PREISENTWICKLUNGEN 11

- ☐ Die Großhandelspreise im Juli 2026

NACHRICHTEN 12

- ☐ Import- und Exportwerte 1. HJ 2026
- ☐ Gefahr für Deutschlands Top-Rating AAA
- ☐ IW-Umfrage zu kritischen Rohstoffen

Hier können Sie den Text abhaken, wenn Sie ihn fertig durchgearbeitet haben.



Alle Arbeitshilfen als Downloads unter
www.zolex.de/arbeitshilfen

IMPRESSUM – Der „Einkaufsmanager“ erscheint beim VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Theodor-Heuss-Straße 2–4, 53177 Bonn, Tel.: 0228 9550100, Fax: 0228 3696480 • Alle Beiträge werden mit großer Sorgfalt recherchiert. Dennoch ist eine Haftung – auch für telefonische Auskünfte – ausgeschlossen. • Fragen an die Redaktion senden Sie bitte an: redaktion@zolex.de • Chefredakteur: Hans-Christian Seidel • Herausgeber: Martin Grashoff, verantwortlich (Adresse siehe oben) • Produktleitung: Julia Flinkerbusch, Bonn • Endredaktion/ Lektorat: Ulrike Floßdorf, Oberdürenbach • Gutachter: Holger Thrun, Öhringen, RA Rolf Becker, Alfster • Satz: Schmelzer Medien GmbH, Siegen • Druck: PFITZER GmbH & Co. KG, Benzstr. 39, 71272 Renningen • E-Mail: kundenservice@vnr.de • © 2026 by VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Amtsgericht Bonn, HRB 8165, Vorstand: Richard Rentrop, Michael Schrader, Bonn • Bonn, Berlin, Bukarest, Jacksonville, Manchester, Passau, Warschau • ISSN: 1617-7444 • Dieses Produkt besteht aus FSC®-zertifiziertem Papier. Hinweis: Wir verwenden der sprachlichen Einfachheit halber in unseren Beiträgen immer die männliche Sprachform (Einkäufer, Kunde, Mitarbeiter). Selbstverständlich sind damit auch alle anderen Geschlechtsformen gemeint.

WEITERBILDUNG

4 Gründe, warum gerade jetzt bei der Weiterbildung im Einkauf nicht der Rotstift angesetzt werden darf

Was passiert, wenn in den Firmen die Zahlen nicht mehr stimmen? Sie wissen es: Die Kosten müssen runter. Das betrifft auch die Weiterbildungsbudgets. Dabei ist es gerade in Krisenzeiten unerlässlich, die Einkäufer noch stärker zu machen! Vergessen Sie nicht: Die Streichung von Weiterbildungsbudgets senkt mit Sicherheit kurzfristig die Kosten, erhöht diese jedoch mittel- und langfristig.

1. Steigende Anforderungen und Herausforderungen

Die Anforderungen an Einkäufer und Führungskräfte steigen rasant, ohne dass Einkäufer und ihre Vorgesetzten darauf vorbereitet sind. Die wichtigsten davon sind:

- 🌐 Einkäufer haben ein großes Defizit in Bezug auf die geopolitischen Zusammenhänge, die den Einkauf zunehmend treffen. Das erkenne ich in meinen Seminaren oft.
- 🌐 Auch der Einkauf wird von KI überrollt. Während große Firmen diesbezüglich bereits etwas fortgeschrittener sind, steckt das Thema bei KMU häufig noch in den Kinderschuhen.
- 🌐 In puncto Persönlichkeit brauchen Einkäufer mehr Selbstsicherheit und proaktives Handeln. Das gilt es in Weiterbildungen zu entwickeln.
- 🌐 Bei Verhandlungen geht es keinesfalls nur um Preise. In der aktuellen geopolitischen Lage müssen Einkäufer im Zusammenhang mit Krisenmanagement auch über die Sicherstellung der Lieferketten, Qualitäten und Entwicklung von Lieferanten verhandeln.
- 🌐 Ein Rechtsanwalt kann nicht alle vertraglichen Sachverhalte bearbeiten. Daher sind solide Rechtskenntnisse über neue gesetzliche Vorgaben, Vertragsrecht und Compliance-Anforderungen unerlässlich.



ACHTUNG

Wettbewerb braucht starke Typen

Rein optimierte Organisations- und Prozessorientierung reichen nicht aus, um die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern. Dies kann nur durch starke Persönlichkeiten, die proaktiv agieren, realisiert werden.

2. Wissen verfliegt

Viele Entscheider unterliegen der Illusion, dass die in Weiterbildungsmaßnahmen erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten lange halten. Ich kann das jedoch aus meinen Erfahrungen heraus nur partiell bestätigen. Eine große Mehrheit ist dankbar für hilfreiche sogenannte „Refresher“, um das einst erworbene Wissen zu reaktivieren und zu festigen.

3. Verkäufer trainieren deutlich mehr

Bedenken Sie: Verkäufer werden häufiger trainiert als Einkäufer. Fachliche Defizite werden durch intensive Kommunikationstrainings mehr als kompensiert. In diesen Trainings werden Verkäufer ...

- 🌐 in Intensiv-Rollenspielen darin geschult, auf alle Standardausagen der Einkäufer mit einer entsprechenden Einwandbehandlung zu reagieren.
- 🌐 angewiesen, mit Ankündigungen über angeblich unausweichliche Preiserhöhungen einen ersten und immer wieder sehr erfolgreichen Anker zu setzen. **Beachten Sie:** Es werden in der Praxis wesentlich mehr Preiserhöhungen von Verkäufern als Preisreduzierungen von Einkäufern gefordert.

4. Ausbau von Stärken und Ausgleich von Defiziten

Um den gestiegenen Anforderungen besser Rechnung zu tragen, müssen die individuellen Stärken der einzelnen Einkäufer ausgebaut werden.

Der aktuelle Fachkräftemangel erfordert es in vielen Firmen, Eigengewächse für den Einkauf anzuwerben und in Bezug auf den Einkauf fit zu machen.



MEIN TIPP

Training zahlt sich aus

Sparen Sie nicht am falschen Ende und nutzen Sie die Zeit, um Ihren Einkauf für die neuen Herausforderungen und den Verkäufern gegenüber schlagkräftiger zu machen. Einkäufer werden nicht von allein oder nur von ein paar Motivationssprüchen besser. Vielmehr müssen sie ständig trainiert werden!

Hans-Christian Seidel ist globaler Verhandlungs- und Einkaufstrainer aus Mühlthal und agiert zusätzlich als Individualcoach für Einkäufer.





ARBEITSHILFE

10 unerlässliche Parameter bei der Zollabwicklung

Eine korrekte Verzollung erfordert von Ihnen als Einkäufer ein profundes Knowhow, denn bei Fehlern haftet bei direkter Vertretung Ihre Firma, nicht der Spediteur oder der Lieferant. Hier sind die 10 wichtigsten Parameter mit Beispielen und Reflexionsfragen.

NR.	PARAMETER	WICHTIGE FRAGEN UND BEISPIELE
1	Ermittlung der korrekten Zolltarifnummer	☞ Kenne ich die korrekte Zolltarifnummer? ☞ Handelt es sich um eine (nationale) 11-stellige Nummer? ☞ Hat ein neuer oder ein vom Lieferanten ausgewählter Spediteur diese ermittelt? ☞ Habe ich sie selbst über den Elektronischen Zolltarif (EZT-online) oder die EU-Datenbank TARIC ermittelt? ☞ Nutze ich für die Recherche die EBTI-Datenbank? ☞ Habe ich eine verbindliche Zolltarifauskunft (vZTA) bei der Generalzolldirektion beantragt?
2	Ermittlung des Zollwerts	Kenne ich den wahren Zollwert bis zur EU-Außengrenze? ☞ Material-, Fracht- und Versicherungskosten ☞ zuzüglich Verkäuferprovisionen und Lizenzgebühren ☞ abzüglich Einkaufsprovisionen und Inlandsfrachten innerhalb der EU
3	Klärung des Ursprungs	☞ Handelt es sich um einen präferenziellen oder nicht präferenziellen Ursprung? ☞ Erfüllt die Ware die maßgeblichen Ursprungsregeln? ☞ Stammt die Ware aus der EU (Lieferantenerklärung erforderlich)? Mit welchem prozentualen Anteil wird die Ware in der EU vom Lieferanten weiterverarbeitet? ☞ Besteht ein Freihandelsabkommen mit dem Lieferland? ☞ Welche Ursprungsnachweise werden benötigt?
4	Verhandlung der Lieferkonditionen	☞ Haben wir die korrekten Lieferkonditionen mit dem Verkäufer geklärt? ☞ Werden die aktuellen Incoterms® 2020 verwendet (z. B. EXW, FCA, FOB, CIP, DDP)? ☞ Ist dies dem Verkäufer wirklich bewusst? ☞ Habe ich berücksichtigt, dass die Incoterms® der ICC etwa alle 10 Jahre in einer neuen Version vorliegen (maßgeblich ist die im Vertrag benannte Version)?
5	Ermittlung der Gesamtkosten	☞ Habe ich in einer Total-Cost-of-Ownership-Analyse die Gesamtkosten ermittelt? ☞ Habe ich die Kosten für bestimmte CO₂-intensive Güter in Bezug auf CBAM ermittelt? ☞ Gibt es Anti-Dumpingzölle, Ausgleichszölle oder weitere neue Strafzölle? ☞ Kenne ich die Höhe der Einfuhrumsatzsteuer und etwaige weitere Gebühren? ☞ Lohnt sich der Drittlandbezug weiterhin? ☞ Entstehen durch die Zahlungsbedingungen höhere Kosten, z. B. für Akkreditive?
6	Klärung der Einfuhrbeschränkungen	☞ Gibt es Embargos, Black Lists oder Sanktionen gegen das Drittland? ☞ Gibt es Sanktionen, Verbote/Beschränkungen (VuB), produktspezifische Anforderungen (z. B. CE-Kennzeichnung)? ☞ Benötigt die Ware besondere Genehmigungen, Versicherungen oder Lizenzen? ☞ Sind produktspezifische Vorschriften einzuhalten (z. B. CE-Kennzeichnung)? ☞ Bestehen Verbote oder Beschränkungen für bestimmte Materialien?
7	Sicherstellung der gesamten Begleitunterlagen	Liegen die folgenden aktuellen Transportdokumente des Lieferanten eines Drittlandes vor? ☞ Frachtpapier (B/L, CMR, AWB) ☞ Präferenznachweis (EUR.1, Erklärung zum Ursprung/REX) ☞ Einfuhrgenehmigungen ☞ Handelsrechnung (Commercial Invoice) und Packliste ☞ Ursprungszeugnis und Qualitätszertifikate
8	Klärung der Zollaussetzung	☞ Habe ich geprüft, ob für mein Produkt eine temporäre Zollaussetzung möglich ist? ☞ Ist mir bekannt, dass bei einem Zollkontingent ein möglicherweise reduzierter Satz nur bis zu einer Mengengrenze gilt?
9	Klärung der Zolloptimierung	☞ Sind mir die legalen Hebel bei einer Zolloptimierung bekannt, z. B. korrekte Einreihung, Zolllager, aktive/passive Veredelung, Endverwendung, Rückwaren, Umwandlungsverfahren und AEO-Vereinfachungen?
10	Klärung der Verantwortlichkeiten	☞ Sind die Verantwortlichkeiten zwischen mir und dem Lieferanten klar geregelt und ist geklärt, wer die Zollanmeldung vornimmt? ☞ Weiß ich, dass ich bei einer direkten Vertretung für die korrekte Verzollung verantwortlich bin und nicht der Lieferant oder der Spediteur? ☞ Ist mir bewusst, dass ich bei der Zollprüfung Rede und Antwort stehen muss? ☞ Bin ich auf eine mögliche Zollprüfung genügend vorbereitet? Sind mir die Risiken der Zollprüfung bewusst? ☞ Benötige ich dazu externe Unterstützung? ☞ Wer ist für die Dokumentenpflege und -archivierung verantwortlich? ☞ Verfügt der Lieferant über ausreichende Erfahrungen im Export?

Übersicht: 10 unerlässliche Parameter bei der Zollabwicklung – eigene Darstellung

INTERVIEW

Die entscheidenden Unterschiede zwischen Einkäufern und Verkäufern

Einkäufer und Verkäufer sind oft ganz verschiedene Typen und sie nutzen unterschiedliche Taktiken, um ihre Ziele zu erreichen. Was beeindruckt Verkäufer an Einkäufern am meisten? Darüber habe ich mit Markus Milz von der Milz & Comp. GmbH in Köln gesprochen.



Hans-Christian Seidel:

Wodurch unterscheiden sich Verkäufer Ihrer Erfahrung nach grundsätzlich von Einkäufern und was machen sie im Vergleich besser?

Hans-Christian Seidel:

Von was für einem Typ Einkäufer und von welchen Taktiken sind Verkäufer in Verhandlungen am meisten beeindruckt?

Markus Milz:

Nicht durch den Charakter – die Klischees vom extrovertierten Verkäufer und vom analytischen Einkäufer führen in die Irre. Der Unterschied ist ein systemischer: **Verkäufer arbeiten in einem System, Einkäufer meist nur in einem Prozess.**

Konkret: Ein Vertriebsmitarbeiter im Mittelstand bekommt 3 bis 5 Trainingstage im Jahr, ein Zielsystem, ein CRM, Coaching durch seine Führungskraft – und eine Verhandlungsvorbereitung, die diesen Namen verdient. Er kennt die Entscheiderstruktur auf Ihrer Seite: wer bezahlt, wer nutzt, wer blockiert. Er kennt seine Alternative, wenn Sie Nein sagen. Und er weiß, was er maximal geben darf, bevor er den Raum betritt.

Im Einkauf sehe ich das selten. Dort wird ein Preiserhöhungsschreiben lediglich zum Termin gemacht – aber nicht zum Projekt.

Was Verkäufer also besser machen: Sie üben. Regelmäßig, im Rollenspiel, eingebettet in ein Führungssystem, das Können, Wollen und Tun zusammenhält. Verkäufer verhandeln nicht besser, weil sie die besseren Menschen wären – sondern weil sie diesen Termin zum hundertsten Mal führen, während ihr Gegenüber ihn zum ersten Mal führt.

Die gute Nachricht: Diese Asymmetrie ist keine Frage von Talent, sondern von Vorbereitung. Und damit die am leichtesten zu schließende Lücke, die ich kenne.

Markus Milz:

Der laute Einkäufer beeindruckt niemanden. Auf den Hardliner, der pauschal 5 % fordert und mit Auslistung droht, ist jeder Verkäufer trainiert – dafür gibt es Standardantworten.

Schwer wird es beim ruhigen, exzellent vorbereiteten Einkäufer, der mehr über die Kalkulation des Lieferanten weiß, als dem Verkäufer lieb ist.

2 Taktiken wirken wirklich:

1. **die Preisstrukturanalyse:** „Welchen Anteil an Ihren Herstellkosten hat der Rohstoff, über den wir hier reden?“ Diese Frage bringt die meisten Verkäufer ins Rudern – weil sie die eigene Kalkulation selbst nicht kennen. 6 % auf den Gesamtpreis, wenn 12 % der Kosten betroffen sind: Das rechnet sich vor dem Kunden nicht schön.
2. **die belegte Alternative.** Nicht die angedrohte – die tatsächlich belegte. Wer ein einziges Mal einen angekündigten Lieferantenwechsel wirklich durchgezogen hat, verhandelt die nächsten 5 Jahre in einer anderen Liga.

Markus Milz ist Gründer und Geschäftsführer der Milz & Comp. GmbH in Köln, einer Unternehmensberatung und Akademie für Strategie, Führung, Vertrieb und KI vor allem im Mittelstand. Er ist Autor mehrerer Fachbücher, u. a. „Vertriebspraxis Mittelstand“, sowie Keynote-Speaker.



TOP-THEMA

6 gängige Organisationsformen im Einkauf unter der kritischen Lupe

Viele Unternehmen können brachliegende Potenziale nicht nutzen, weil sie die dazu geeignete Organisationsform den Erfordernissen des Geschäftes nicht anpassen und daher nicht umsetzen. Diese hängt von der Unternehmensgröße, der Anzahl der Standorte, der Branche und dem Bedarf ab. Angewiesene Umorganisationen im Einkauf führen oft zu Unmut und Kompetenzgerangel. Dies liegt häufig auch daran, dass die jeweiligen Einkäufer nicht aktiv in die nötige Umgestaltung einbezogen werden oder alle paar Monate eine erneute Umorganisation ansteht. Oft werden sie dann vor vollendete Tatsachen gestellt. Auf dieser Doppelseite erläutere ich Ihnen die 6 am häufigsten anzutreffenden Organisationsformen im Einkauf – kritisch betrachtet.



1. Klassische Linie

Bei der klassischen Form, bei der Einkäufer und Einkaufsleiter lediglich operativ arbeiten, kauft jeder Einkäufer sein Sortiment und führt alle einkaufsrelevanten Tätigkeiten selbst durch. Strategische Aufgaben erfolgen durch den Einkaufsleiter. Diese Form gibt es häufig in kleinen Firmen. Intensivere und taktische Nachverhandlungen in Bezug auf die Preise finden hier eher selten statt. Vielmehr sind die Tätigkeiten eines Einkäufers in Richtung eines reinen Bestellers und „Terminjägers“ reduziert.



ACHTUNG

Strategien bleiben auf der Strecke

Die Einkäufer erledigen das Tagesgeschäft ordnungsgemäß und führen zum Teil auch noch einkaufsfremde Tätigkeiten aus. Der Nachteil ist, dass gewinnbringende Einkaufsstrategien so auf der Strecke bleiben.

2. Unterteilung in strategischen und operativen Einkauf

Um – im Vergleich zur klassischen Linie – mehr Savings zu realisieren, haben einige Firmen neben dem operativen Einkauf einen strategischen Einkauf geschaffen.

In der Praxis gab es hierbei viel Unmut, weil sich die dann ausschließlich operativ agierenden Einkäufer degradiert fühlten, während die Strategen sich fürs reine und „lästige“ Tagesgeschäft nicht mehr – oder nur in absoluten Ausnahmefällen – zuständig sahen.



ACHTUNG

Savings nur mit klarer Trennung

Wenn der strategische Einkauf tatsächlich vom Tagesgeschäft weitgehend befreit ist, können wirksame Einkaufsstrategien umgesetzt und Einsparungen erzielt werden. Wichtig ist, dass Sie Ihr Team so führen, dass keine Zweiklassengesellschaft im Einkauf entsteht.

3. Matrixorganisation

Diese Organisationsform ist mehrdimensional. Sie ist häufig in Firmen mit mehreren Standorten und im Projekteinkauf anzutreffen. Fachliche, standortbezogene, regionale, aber auch unternehmensweite Besonderheiten und Anforderungen werden berücksichtigt. Häufig haben die Einkäufer in einer Matrixorganisation 2 Vorgesetzte: den jeweiligen Standortleiter und einen Warengruppenmanager, Projektleiter oder Kollegen aus einer Stabstelle.



ACHTUNG

Loyalitätskonflikte drohen

Probleme gibt es so häufig aufgrund möglicher Interessenkonflikte zwischen der jeweiligen Werksleitung und den standortübergreifenden strategischen Einkäufern. Oft verstecken sich Einkäufer geschickt hinter dem Standortleiter, um die Anweisungen von Stabstellen zu umgehen.

4. Category-Management

Ein Category-Management, Warengruppenmanagement oder Leadbuyer-Konzept gibt es häufig in internationalen Konzernen. Im Unterschied zu der Matrixorganisation sind die einzelnen Einkäufer den internationalen Warengruppenmanagern, welche weltweit 1 oder 2 Warengruppen betreuen, oder dem weltweiten Einkaufsleiter volldisziplinarisch unterstellt.

! ACHTUNG

Bedenken Sie die Nachteile

Nachteile dieser Organisationsform sind der erhöhte Abstimmungsbedarf, die starre Fokussierung auf ausgewählte Single-Sourcing-Lieferanten und dass einige Besonderheiten einzelner Standorte auf der Strecke bleiben.

5. Unterteilung in zentralen und dezentralen Einkauf

Bei der Unterteilung in zentralen und dezentralen Einkauf werden sowohl die lokalen als auch die standortübergreifenden Belange berücksichtigt. Die unternehmensweiten Aktivitäten werden von strategischen Einkäufern übernommen, ohne dass es sich um ein systematisches Category-Management handeln muss. Diese Organisation gibt es häufig bei mittelgroßen Firmen mit 1 bis zu 3 Standorten.

! ACHTUNG

Abstimmungsbedarf steigt

Hierbei treten oft langwierige Abstimmungsschwierigkeiten auf. Wichtig ist, dass ein strategischer Einkäufer, der Potenziale herausfiltert, ein klares GF-Mandat hat.

6. Einkaufskooperation

Kleinere Firmen können aufgrund ihres niedrigen Bedarfes kaum nennenswerte Savings generieren. Daher schließen sich KMU-Betriebe einer Einkaufskooperation an. Vom erhöhten gemeinsamen Bedarf des Verbundes profitieren dann alle Betriebe.

! ACHTUNG

Nur gemeinsam zum Ziel

Wichtig ist hierbei, dass die Betriebe sich mit den anderen abstimmen und Kompromissbereitschaft zeigen.

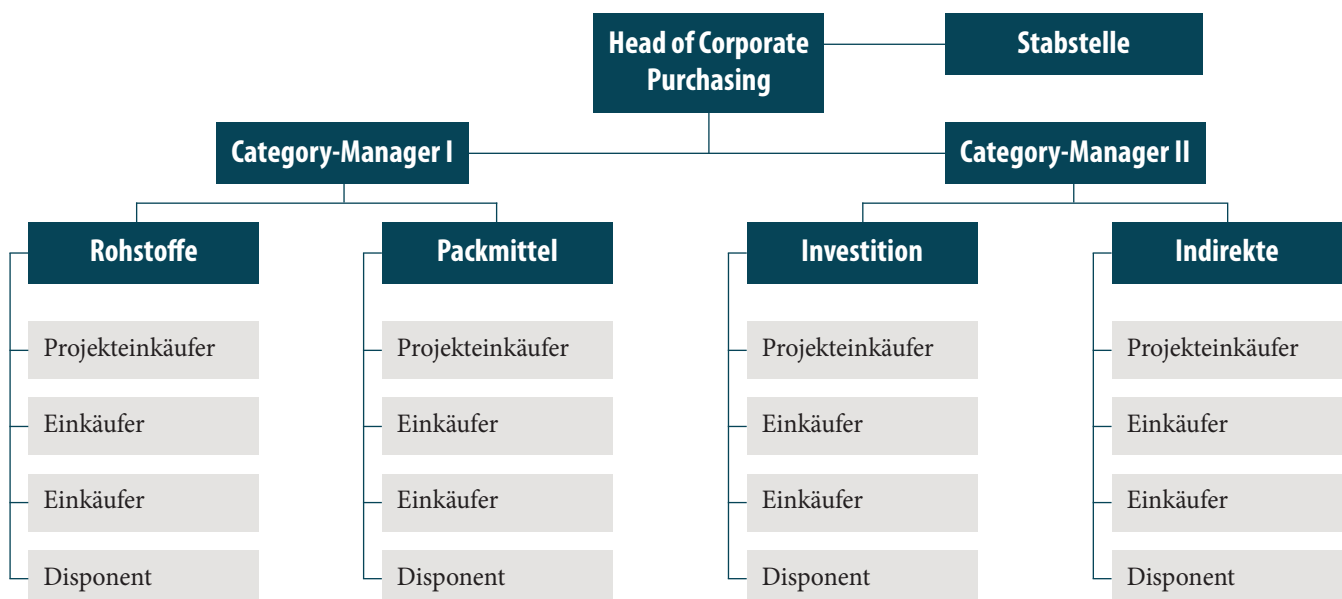
Hans-Christian Seidel ist globaler Verhandlungs- und Einkaufstrainer aus Mühlthal und agiert zusätzlich als Individualcoach für Einkäufer.



CSEI-Consulting

We train worldwide

Organigramm: Category-Management im Einkauf



IMPORT/EXPORT

Die TOP-20-Länder beim Import/Export im 1. Halbjahr 2026

Welches waren die wirtschaftlich bedeutendsten Länder für Deutschland beim Import und Export im 1. Halbjahr 2026 im Vergleich zum 1. Halbjahr 2025? Die folgende Tabelle, die ich für Sie erstellt habe, zeigt einige Auffälligkeiten.

- 1. Globale Wirtschaft:** Die EU hat erfreulicherweise Freihandelsabkommen mit den Mercosur-Ländern, Australien und Indien geschlossen. Doch inwieweit sich das in den nächsten Jahren in positiven Zahlen ausdrückt, bleibt abzuwarten. Die Musik spielte auch im 1. Halbjahr 2026 beim Handel mit den USA, China und Europa. Um vom Außenhandel mit China und den USA unabhängiger zu werden, muss die EU weitere Freihandelsabkommen abschließen und als Binnenmarkt stärker wachsen.
- 2. EU-Länder:** Die EU-Länder sowie die europäischen Länder haben in Summe am Import und Export und bei der Handelsbilanz den größten Anteil. Die Exporte dorthin sind in den meisten Fällen gestiegen. Frankreich hat in Bezug auf die Handelsbilanz inzwischen die USA überholt.
- 3. USA:** Die USA bleiben zwar auch im 1. Halbjahr 2026 der größte Exportmarkt und weisen für Deutschland erstmals nur

- noch die zweitbeste Handelsbilanz auf. Die aktuellen Maßnahmen der US-Regierung zeigen einen deutlichen Exportrückgang von über 6 % und einen Importanstieg von 7 % für die deutsche Wirtschaft im Vergleich zum 1. Halbjahr 2025.
- 4. China:** Die Exporte nach China gingen um mehr als 12 % zurück. Die Importe stiegen um knapp 9 %. Dies bedeutet: Von Derisking oder Decoupling weiterhin keine Spur. Durch die chinesische Exportschwemme nach Deutschland ist im 1. Halbjahr 2026 der Import aus China auf fast 90 Mrd. € gestiegen.
- 5. Drittstaaten in Übersee:** Mit Ausnahme von USA, China, Japan, Südkorea und erstmals Vietnam sind keine Länder beim Import/Export außerhalb Europas in den Top 20. Auch Indien, Australien, Indonesien, Mexiko und Brasilien, mit denen Freihandelsabkommen abgeschlossen wurden, befinden sich nach wie vor nicht unter den Top-20-Ländern.

Export			Import			Handelsbilanz mit ausgewählten Ländern ohne Reihenfolge	
Rang	Land	Exportwert in Mrd. €	Rang	Land	Import- Wert in Mrd. €	Land	Wert in Mrd. €
1	USA	73 (77)	1	China	89 (81)	Frankreich	26
2	Frankreich	63 (58)	2	USA	50 (47)	USA	23
3	Niederlande	60 (55)	3	Niederlande	48 (48)	Großbritannien	22
4	Polen	53 (49)	4	Polen	40 (40)	Österreich	15
5	Italien	44 (42)	5	Italien	38 (36)	Schweiz	14
6	Österreich	43 (39)	6	Frankreich	37 (33)	Polen	13
7	Großbritannien	42 (40)	7	Tschechien	31 (30)	Spanien	11
8	Schweiz	41 (37)	8	Österreich	28 (26)	Italien	6
9	China	36 (41)	9	Schweiz	27 (28)	Belgien	6
10	Spanien	31 (29)	10	Belgien	24 (23)	Schweden	6
11	Belgien	30 (29)	11	Spanien	20 (20)	Dänemark	6
12	Tschechien	30 (26)	12	Großbritannien	20 (19)	Mexiko	3
13	Ungarn	16 (15)	13	Ungarn	17 (17)	Australien	3
14	Schweden	16 (14)	14	Norwegen	15 (14)	Südkorea	2
15	Türkei	14 (15)	15	Türkei	12 (13)	Brasilien	2
16	Dänemark	13 (12)	16	Japan	11 (11)	Kanada	2
17	Rumänien	11 (11)	17	Irland	11 (11)	Indien	0
18	Japan	9 (12)	18	Slowakei	10 (10)	Japan	-2
19	Slowakei	9 (9)	19	Schweden	10 (9)	Taiwan	-3
20	Südkorea	9 (9)	20	Vietnam	9 (9)	China	-53

Übersicht: Die 20 wichtigsten Import- und Exportländer im 1. Halbjahr 2026 – eigene Darstellung (Quelle: Destatis)

PREISENTWICKLUNGEN

Die Erzeugerpreise im Juli 2026

Die Erzeugerpreise stiegen im Juli 2026 um 3,0 % im Vergleich zum Juli 2025 und um 1,1 % zum Vormonat Juni 2026.



Ausgewählte Güter

Veränderung in %
zum Juli 2025Veränderung in %
zum Juni 2026

Ausgewählte Güter	Veränderung in % zum Juli 2025	Veränderung in % zum Juni 2026
Gewerbliche Erzeugnisse insgesamt	3,0	1,1
Erzeugnisse der Vorleistungsgüter	5,4	0,1
Erzeugnisse der Investitionsgüter	2,3	0,2
Erzeugnisse der Konsumgüter	-1,7	-0,2
Erzeugnisse der Verbrauchsgüter	-2,3	-0,3
Energie	3,8	3,4
Gewerbliche Erzeugnisse insgesamt ohne Reparatur	3,0	1,0
Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	5,5	-0,6
Kohle	5,7	7,8
Erdöl	24,2	-13,6
Erdgas	12,4	-3,3
Rindfleisch, frisch oder gekühlt	-6,8	-1,4
Schweinefleisch, frisch oder gekühlt	-22,2	-5,5
Geflügelfleisch	2,1	0,1
Pflanzliche und tierische Öle und Fette	9,0	0,9
Zucker	5,1	0,5
Holz sowie Holz-, Kork- und Flechtwaren (ohne Möbel)	6,6	0,2
Verpackungsmittel, Lagerbehälter und Ladungsträger aus Holz	6,5	1,0
Papier, Pappe und Waren daraus	-0,4	0,5
Wellpapier und -pappe; Verpackungsmittel aus Papier, Karton und Pappe	0,7	0,4
Schachteln und Kartons aus Wellpapier oder Wellpappe	1,2	0,8
Naphtha	34,6	-3,8
Dieselmotoren	30,3	16,8
Leichtes Heizöl	52,0	21,8
Schweres Heizöl	29,0	-3,0
Flüssiggas	3,6	-11,0
Chemische Erzeugnisse	8,4	-0,7
Pharmazeutische u.ä. Erzeugnisse	1,4	-0,1
Gummiwaren	2,7	0,5
Kunststoffwaren	6,5	0,7
Glas, Keramik, bearbeitete Steine und Erden	3,1	0,2
Erzeugnisse aus Beton, Zement und Gips	3,6	0,4
Metalle	12,6	0,1
Stabstahl, warm verarbeitet	4,5	0,9
Aluminium und Halbzeug daraus	22,3	1,9
Kupfer und Halbzeug daraus	28,7	0,6
Strompreis	-1,6	3,6

Übersicht: Erzeugerpreise Juli 2026 – eigene Darstellung

LESERFRAGEN

„Was sind die Grenzen der Aussagefähigkeit von Lieferantenbewertungen?“

FRAGE Wir führen alljährlich unsere Lieferantenbewertungen durch und senden diese an unsere Lieferanten. Natürlich verlangen wir eine Stellungnahme des Lieferanten und verfolgen Abweichungen bzw. Schwachpunkte aktiv nach.

Wo sehen Sie aus Ihrer bisherigen Erfahrung heraus Probleme in der Aussagefähigkeit solcher Lieferantenbewertungen?

ANTWORT Die aufbereiteten Ergebnisse einer jährlichen Lieferantenbewertung sind jedoch auch eine Momentaufnahme. Das bedeutet: Plötzlich und schnell auftretende Bedrohungen werden nicht erfasst.

Aufgrund ...

- 🌐 einer plötzlichen finanziellen Schieflage kann ein Lieferant unterjährig schnell in Zahlungsschwierigkeiten kommen.
- 🌐 eines unvorhergesehenen geopolitischen Ereignisses mit Tragweite sind die Lieferketten bedroht.
- 🌐 einer überraschenden Übernahme des Lieferanten werden dessen Verkaufsstrategien geändert.

Ich empfehle daher, den Fokus nicht nur auf große, unkritische Lieferanten zu legen, sondern eher auf neue drittländische bzw. kritische Lieferanten, die schon bei früheren Lieferungen Probleme aufwiesen.

Stellen Sie sich dazu die folgenden 3 Reflexionsfragen:

- 🌐 Welche qualitative und aktuelle Datenbasis haben wir?
- 🌐 Über welches KI-Level verfügen wir?
- 🌐 Welche ersten Signale haben wir übersehen?

Hans-Christian Seidel

„Auf welche Kriterien muss ich aktuell bei Preisgleitklauseln achten?“

FRAGE Wir haben aktuell viel mit angekündigten Preiserhöhungen zu kämpfen. Einige Verkäufer schlagen den Einsatz von Preisgleitklauseln vor. Wie beurteilen Sie diese Möglichkeit, um in einer Verhandlung einen tragfähigen Kompromiss zu erzielen und auf welche Kriterien muss ich achten?

ANTWORT Ganz so einfach können auch Verkäufer die Preise nicht erhöhen. Voraussetzung ist eine wirksame vertragliche Grundlage für die Preisanpassung und bei gesetzlichen Gründen werden belastbare Argumente verlangt, damit ein Verkäufer trotz einer bestehenden Vereinbarung die Preise einseitig erhöhen kann. Stellen Sie sich die folgenden Reflexionsfragen:

- 🌐 Wie viel Transparenz gibt Ihnen Ihr Lieferant? Sind es nur Allgemeinfloskeln?
- 🌐 Sind Ihnen die prozentualen Anteile der jeweiligen Kostenarten bekannt?
- 🌐 Verfügen Sie über eine Preishistorie und hat Ihr Verkäufer Ihnen bei früheren rückläufigen Preisentwicklungen auch Preisreduzierungen gewährt?
- 🌐 Sind diese Preiserhöhungen wirklich zulässig und halten sie auch in rechtlicher Hinsicht stand?
- 🌐 Ist vereinbart, dass bei fallenden Preisen auch eine Preisreduzierung kommt? Wer verfolgt das nach?
- 🌐 Ab welchem preislichen Level erfolgt eine Anpassung? Ab 5 % nach oben oder nach unten?
- 🌐 Hat der Lieferant Kontrakte, sodass ihn Preiserhöhungen in Wahrheit gar nicht treffen?

Hans-Christian Seidel

PREISENTWICKLUNGEN

Großhandelspreise Juli 2026

Die Verkaufspreise im deutschen Großhandel lagen im Juli 2026 um 5,3 % höher als im Vorjahresmonat Juli 2025. Im Vergleich zum Vormonat Juni 2026 stiegen die Preise nur leicht um 0,2 %.

Hauptursache für den Anstieg zum Vorjahresmonat waren vor allem die starken Preisanstiege bei Mineralölzeugnissen (+24,1 %) und NE-Erzen, NE-Metallen, NE-Metallhalbzeug (+27,8 %). Aber auch die Preise für Eisen, Stahl und Halbzeug (+8,3 %) und chemische Erzeugnisse (+13,1 %) sind deutlich angestiegen.

GH m. landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren:	-4,3 %
GH m. Getreide, Rohtabak, Saaten und Futtermitteln:	4,7 %
GH m. Obst, Gemüse und Kartoffeln:	-2,8 %
GH m. Fleisch und Fleischwaren:	-6,1 %
GH m. Milch, Milcherzeugnissen, Eiern, Speiseölen, Nahrungsfetten:	-9,4 %
GH m. Kaffee, Tee, Kakao und Gewürzen:	-0,5 %
GH m. Mehl und Getreideprodukten:	-3,1 %
GH m. Gebrauchs- und Verbrauchsgütern:	1,5 %
GH m. pharmazeutischen, medizinischen und orthopädischen Erzeugnissen:	1,9 %
GH m. Karton, Papier, Pappe, Schreibwaren, Bürobedarf, Büchern, Zeitschriften und Zeitungen:	2,4 %
GH m. sonstigen Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör:	3,0 %
GH m. Büromöbeln:	2,2 %
GH m. festen Brennstoffen:	6,7 %
GH m. Mineralölzeugnissen:	24,1 %
GH m. Eisenerzen, Eisen, Stahl, Eisen- und Stahlhalbzeug:	8,3 %
GH m. NE-Erzen, NE-Metallen und NE-Metallhalbzeug:	27,8 %
GH m. Holz, Baustoffen, Anstrichmitteln und Sanitärkeramik:	5,5 %
GH m. Flachglas:	-2,8 %
GH m. Metall- und Kunststoffwaren für Bauzwecke:	3,7 %
GH m. chemischen Erzeugnissen:	13,1 %
GH m. Rohstoffen, Halb- und Fertigwaren:	3,8 %

Quelle: Destatis

Ihr komplettes Einkaufs-Knowhow in der App immer dabei!



Ihre Ausgabe digital



Preise für Rohstoffe und Vorprodukte samt Expertenprognose



Mächtige Suchfunktion

Google Play



Apple Store



Jetzt scannen



Einfach mobil lesen

Nutzen Sie alle Vorteile Ihres Onlinebereichs!



Zugriff auf vielfältige Arbeitshilfen, Mustervorlagen und Checklisten



Ausgabenarchiv und Spezialreports



Profitieren Sie von unserem Experten Netzwerk: www.zolex.de/expert



www.zolex.de/login

„Sie haben eine inhaltliche Frage oder einen Themenwunsch? Kein Problem! Schreiben Sie mir gern an redaktion@zolex.de. Ich freue mich, von Ihnen zu hören.“



Hans-Christian Seidel

WIRTSCHAFTSTICKER

Rating-Warnung, China-Klumpenrisiko, Handel gespalten

Das beschäftigt aktuell die Wirtschaft: Die Import- und Exportzahlen nach Warengruppen im 1. Halbjahr zeigen ein uneinheitliches Bild. Die 3 großen Ratingagenturen warnen vor einer AAA-Abstufung, und eine IW-Umfrage macht die China-Abhängigkeit im Rohstoffbezug sichtbar. Nachfolgend die konkreten Zahlen und Einordnungen für Ihre Einkaufspraxis.

1. Import- und Exportwerte im 1. Halbjahr 2026

Bei den 8 größten Warengruppen (gemessen am Import) vom Januar bis Juni 2026 gibt es folgende Werte (Quelle: Destatis):

a. Kraftwagen und Kraftwagenteile:

🌐 Import:	76 Mrd. €	(3,2 %)
🌐 Export:	124 Mrd. €	(-6,1 %)

b. Datenverarbeitungsgeräte, elektr. u. opt. Erzeugnisse:

🌐 Import:	75 Mrd. €	(9,5 %)
🌐 Export:	72 Mrd. €	(9,0 %)

c. Elektrische Ausrüstungen:

🌐 Import:	56 Mrd. €	(-1,1 %)
🌐 Export:	57 Mrd. €	(4,1 %)

d. Maschinen:

🌐 Import:	53 Mrd. €	(0,6 %)
🌐 Export:	107 Mrd. €	(-1,4 %)

e. Chemische Erzeugnisse:

🌐 Import:	50 Mrd. €	(-2,8 %)
🌐 Export:	71 Mrd. €	(1,0 %)

f. Metalle:

🌐 Import:	42 Mrd. €	(13,2 %)
🌐 Export:	47 Mrd. €	(20,2 %)

g. Pharmazeutische und ähnliche Erzeugnisse:

🌐 Import:	40 Mrd. €	(-3,2 %)
🌐 Export:	59 Mrd. €	(-2,7 %)

h. Nahrungsmittel und Futtermittel:

🌐 Import:	38 Mrd. €	(-3,2 %)
🌐 Export:	39 Mrd. €	(-2,3 %)

2. Gefahr für Deutschlands Top-Rating

Die 3 bekannten Ratingagenturen S&P Global, Moody's und Fitch sehen Deutschland, aufgrund seiner höheren Staatsverschuldung, des unsicheren politischen Kurses und des ausblei-

benden Wachstums zunehmend kritischer. Daher befürchten sowohl die Bundesregierung als auch Wirtschaftsexperten, dass Deutschland seinen Triple-A-Status (AAA) beim Top-Rating mittelfristig verlieren könnte.

Eine Herabstufung Deutschlands in Bezug auf die Kreditwürdigkeit würde die Kosten für Zinsen am Kapitalmarkt erheblich erhöhen.

3. Umfrage des IW zu kritischen Rohstoffen

In einer repräsentativen und branchenübergreifenden Umfrage des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) gaben rund 900 Firmen an, welche Konsequenzen ihnen beim Import von Rohstoffen aus China bevorstehen:

🌐 höhere Beschaffungskosten:	88 %
🌐 Lieferengpässe:	71 %
🌐 Produktionsverzögerungen/-stillstand:	61 %
🌐 unvollständige Erfüllung von Kundenaufträgen:	55 %
🌐 höhere Lagerhaltungskosten:	54 %
🌐 Verlust von Kunden:	39 %

Den kompletten Download finden Sie auf der folgenden Website:

<https://kurzlinks.de/iw-trends-rohstoffe>

IN DER NÄCHSTEN AUSGABE LESEN SIE:

Arbeitshilfe: 10 Ansatzpunkte für den Steckbrief der Verkäufer

Interview: Wie sehr wir bei KI in die Abhängigkeit der USA geraten sind

Teamverhandlungen: So setzen Sie 10 wichtige Typen innerhalb Ihres Teams optimal ein

Rohstoffe: Preisentwicklungen im August 2026