



Dokumentation

Ursachen und Treiber der Inflation
Aktuelle Diskussion

Ursachen und Treiber der Inflation

Aktuelle Diskussion

Aktenzeichen: WD 5 - 3000 - 052/23
Abschluss der Arbeit: 20.06.2023
Fachbereich: WD 5: Wirtschaft und Verkehr, Ernährung und Landwirtschaft

Die Wissenschaftlichen Dienste des Deutschen Bundestages unterstützen die Mitglieder des Deutschen Bundestages bei ihrer mandatsbezogenen Tätigkeit. Ihre Arbeiten geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten der Wissenschaftlichen Dienste geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegende, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab dem jeweiligen Fachbereich anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

Inhaltsverzeichnis

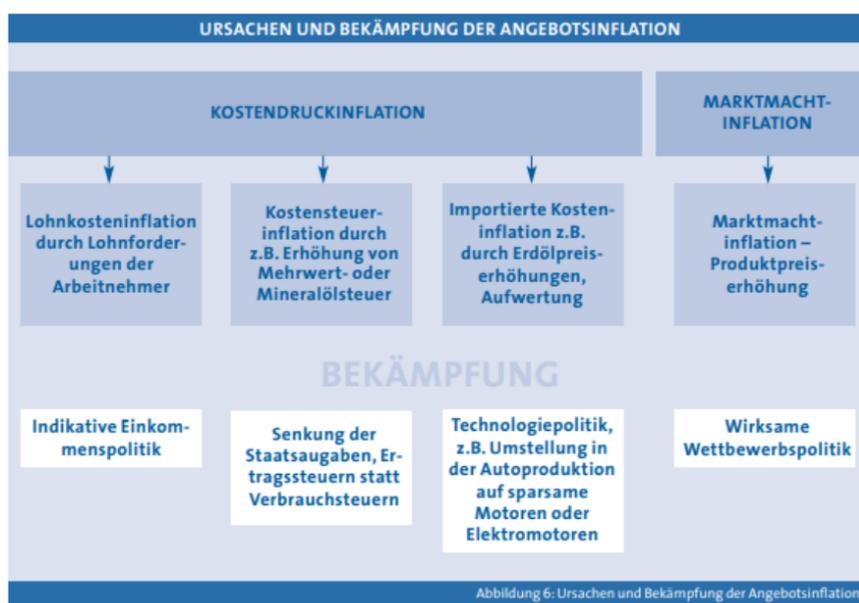
1.	Fragestellung und Einleitung	4
2.	Inflationstreiber in der volkswirtschaftlichen Diskussion	6
3.	Inflationsmessung	9
3.1.	Verbraucherpreisindizes	9
3.2.	Inflation/Kerninflation	13
4.	Preiserhöhungen jenseits gesteigener Vorleistungen	14
4.1.	Ifo-Institut Dresden	14
4.2.	Allianz Trade	16
4.3.	Statistiken und veränderte Konsumgewohnheiten aufgrund gesteigener Lebensmittelpreise	18
4.4.	Presseveröffentlichungen zu Verursachern von Preiserhöhungen bei Lebensmitteln	22

1. Fragestellung und Einleitung

Ausgangspunkt der folgenden Arbeit sind Fragen zu den Ursachen der derzeitigen Inflation bzw. nach etwaigen Inflationstreibern. So wird in der Presse u. a. über ungerechtfertigte Preissteigerungen als Inflationstreiber diskutiert.¹

2022 beschäftigte sich eine Arbeit des Fachbereichs (WD 5 3000 – 071/22) bereits mit der Einordnung der derzeitigen Inflation hinsichtlich ihrer auslösenden Faktoren.² Die Analyse ergab eine in der wirtschaftswissenschaftlichen Diskussion unstrittige angebotsseitige Inflation.³

Die nachfolgende Grafik verdeutlicht nochmals, welche Ursachen und Bekämpfungsmöglichkeiten eine Angebotsinflation in Form einer Kostendruckinflation bzw. Marktmachtinflation den Marktteilnehmern auferlegt:⁴



Quelle siehe Fn 4

-
- 1 S. z. B. [Bereichern sich Lebensmittelkonzerne an der hohen Inflation? | tagesschau.de](https://www.tagesschau.de/inflation-oder-gierflation-101.html), [Inflation oder „Gierflation“: Was sich von Großkonzernen lernen lässt \(handelsblatt.com\)](https://www.handelsblatt.com/news/wirtschaft/inflation-oder-gierflation-101.html).
 - 2 <https://www.bundestag.de/resource/blob/903614/80c0090fd448174c695baec81e967a9a/WD-5-071-22-pdf-data.pdf>.
 - 3 Siehe zum Verständnis der Angebotsinflation <https://www.bundestag.de/resource/blob/903614/80c0090fd448174c695baec81e967a9a/WD-5-071-22-pdf-data.pdf> S. 7 ff. Ergänzend hierzu: Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ), Inflation, 73. Jahrgang, 1–3/2023, 2. Januar 2023. https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/APuZ_2023-01-03_online.pdf, u. a. Schrotten S. 11.
 - 4 Kronberger, Ralf, u. a., WIRD HOHE INFLATION WIEDER ZUM THEMA?, in: Aktuelle Unterlage der Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule, Juni 2010, http://www.kronberger.ws/aws_aktuelle_65_screen.pdf, S. 13.

„Je nach Art des Verteilungskampfes können **unterschiedliche Formen der Angebotsinflation**^{5]} unterschieden werden. Wenn die Arbeitnehmer zur Verbesserung ihrer Einkommensposition höhere Löhne durchsetzen können, kann dies in eine **Lohnkosteninflation** münden. Wenn der Staat die indirekten Steuern erhöht – wie beispielsweise die Mehrwertsteuer oder die Mineralölsteuer – kann eine **Kostensteuereinflation** entstehen. [...]

Wenn das Ausland höhere Preise für seine Exportgüter durchsetzt – ein empirisches Beispiel dazu sind die Auswirkungen erhöhter Erdölpreise – dann kann **importierte Kosteninflation** die Konsequenz sein. In den genannten Bereichen führen steigende Kosten zu steigenden Preisen, die ihren Niederschlag in einer Kostendruckinflation („Cost-push inflation“) finden.

Eine weitere Art der Angebotsinflation ist die **Marktmachtinflation**. Wenn Unternehmen über ausreichend Marktmacht verfügen, dann sind sie in der Lage ihre Gewinnposition zu verbessern, indem sie ihre Preise erhöhen. Dies kann bei entsprechend großen Marktanteilen bzw. Preiserhöhungen das allgemeine Preisniveau beeinflussen.

Um die Angebotsinflation zu bekämpfen ist es wichtig, die Verteilungauseinandersetzungen, die den Preisauftrieb erzeugen, einzudämmen. Wenn die Wirtschaftspolitik in diese Bereiche eingreift, wird dies Einkommenspolitik genannt. Die Einkommenspolitik konzentriert sich darauf, das Verteilungsverhalten nur indirekt zu beeinflussen. Am Beispiel der Lohnverhandlungen bedeutet das, dass nicht der Staat die Lohnerhöhungen festlegt, sondern die Kollektivvertragspartner, bestehend aus Vertretern der Arbeitnehmer und Arbeitgeber, autonom die Kollektivvertragslöhne festlegen.

Der Staat kann – um die Lohnkosteninflation einzudämmen oder zu vermeiden – Empfehlungen geben. Er greift aber sonst i. d. R. nicht weiter ein. Wenn es um die Vermeidung der Kostensteuereinflation geht, liegt es direkt am Staat, diese hintan zu halten. Anstatt die indirekten Steuern zu erhöhen, sollte der Staat die Staatsausgaben reduzieren, um den Staatshaushalt zu entlasten. Eine Erhöhung der Ertragssteuern anstatt der indirekten Steuern ist politisch schwer durchsetzbar und wirkt stärker wachstumsdämpfend als die Erhöhung der Verbrauchssteuern. Die **importierte Kosteninflation** ist direkt **wenig beeinflussbar**. Entweder werden die **Preissteigerungen** der importierten Güter **hingenommen** oder die Nachfrage wird auf **alternative Güter** gelenkt, was meist nur mittelfristig möglich ist. Als zum Beispiel im Jahr 2007 und 2008 die Erdölpreise stark anstiegen, stieg der Druck auf die Automobilproduzenten verbrauchsarme Fahrzeuge bzw. alternative Antriebe für Fahrzeuge – wie beispielsweise Elektromotoren – anzubieten.

Die Bekämpfung der Marktmachtinflation erfordert eine wirksame Wettbewerbspolitik.“⁶

Im Folgenden werden die in der volkswirtschaftlichen Diskussion für angebotsseitige Inflation maßgeblich eingeordneten Inflationstreiber betrachtet. Dies erfolgt anhand von Stellungnahmen

5 Alle Hervorhebungen durch Verfasser dieser Dokumentation.

6 Kronberger, Ralf, u.a., WIRD HOHE INFLATION WIEDER ZUM THEMA?, in: Aktuelle Unterlage der Arbeitsgemeinschaft Wirtschaft und Schule, Juni 2010, [aws aktuelle 65 juni10 \(kronberger.ws\)](#) S. 14.

wirtschaftswissenschaftlicher Institute, Studien, Statistiken des Statistischen Bundesamts (Destatis)/Eurostat sowie Pressemitteilungen.

2. Inflationstreiber in der volkswirtschaftlichen Diskussion

In einer Aufsatzsammlung der Zeitschrift „Aus Politik und Zeitgeschichte“ (APuZ) der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) zum Thema Inflation äußern sich einige namhafte Wirtschaftswissenschaftler zur angebotsseitigen Inflation.⁷

Michael Hüther⁸ führt in seinem Beitrag wie folgt aus:⁹

„Das Besondere an dieser Entwicklung von 2022 nach 2023 liegt darin, dass die Rezession nicht – wie gewöhnlich in der deutschen Wirtschaftsgeschichte – durch einen Einbruch der gesamtwirtschaftlichen Nachfrage ihren Ausgang nimmt, sondern durch die **angebotsseitigen Schwierigkeiten der energieintensiven Industrien** mit deren Durchwirkung in der Wertschöpfungskette. So ist die Energieversorgung, vor allem die für den Standort bedeutsame Aussicht auf wettbewerbsfähige Preise, weiterhin die zentrale Herausforderung für die Unternehmen. Die Lage auf dem Arbeitsmarkt ist hingegen weitgehend stabil, und sollte es tatsächlich zu einer Rezession kommen, wäre dies eine weitere Besonderheit der anstehenden Konjunkturphase. Während das Bild für die Realwirtschaft changiert, sind die Erwartungen für die Inflation – gemessen am Konsumentenpreisindex – eindeutig: Nach den historischen Höchstständen werden sich im Jahr 2023 die Inflationsraten zurückbilden, aber immer noch rund drei Mal so hoch sein wie das Ziel der Europäischen Zentralbank, das bei 2 Prozent liegt.“

Jens Südekum¹⁰ bemerkt in seinem Beitrag:¹¹

„Die europäische Inflation ist zuallererst die Folge des russischen Angriffskriegs auf die Ukraine. Von der 10-prozentigen Teuerung in der Eurozone ist rund die Hälfte (also 5 Prozentpunkte) direkt dem Einfluss gestiegener **Energie- und Lebensmittelpreise** geschuldet.

7 bpb, Aus Politik und Zeitgeschichte (APuZ), Inflation, 73. Jahrgang, 1–3/2023, 2. Januar 2023. https://www.bpb.de/system/files/dokument_pdf/APuZ_2023-01-03_online.pdf.

8 Michael Hüther ist Direktor des Instituts der Deutschen Wirtschaft (IW Köln) und Honorarprofessor an der EBS Business School, Oestrich-Winkel, s. APuZ 1-3/2023 S. 6.

9 Hüther, Michael, Geldpolitik und Finanzpolitik im Dilemma, in: APuZ 1-3/2023 (Fn 7) S. 4 ff. Hervorhebungen durch Verfasser der Dokumentation.

10 Jens Südekum ist Professor für internationale Volkswirtschaftslehre des Düsseldorfer Instituts für Wettbewerbsökonomie an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf und Mitglied im Wissenschaftlichen Beirat beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, s. APuZ 1-3/2023 (Fn 7) S. 8.

11 Südekum, Jens, Unterschiedliche Inflationskrankheiten, in: APuZ 1-3/2023 (Fn 7) S. 6ff. Hervorhebungen durch Verfasser der Dokumentation.

Die restlichen 5 Prozent stehen für die Kerninflation^{12]}. Doch auch die dortigen Preisanstiege sind oft indirekte Folgen der Energiepreisschocks, etwa weil Unternehmen ihre gestiegenen Kosten an die Kunden weiterreichen müssen. Dagegen ist die heimische (private oder staatliche) Nachfrage kein prominenter Inflationstreiber. Die europäischen Hilfsprogramme während der Pandemie lagen im Rahmen oder unterhalb der Produktionslücke, die privaten Konsumausgaben haben das Vorkrisenniveau weiterhin nicht erreicht. Zudem sehen wir in der Eurozone keine Zweitrundeneffekte der Energiepreisschocks. Zwar wurde eindringlich vor einer Lohn-Preis-Spirale gewarnt. Doch selbst in stark gewerkschaftlich organisierten Branchen wie der süddeutschen Metall- und Elektroindustrie konnten die Tarifabschlüsse nicht mit der Inflation mithalten, sodass Reallohnverluste von rund 4 Prozent die Folge waren.“

Achim Truger¹³ schlussfolgert:¹⁴

„Die Verbraucherpreisinflation erreichte im Oktober 2022 in Deutschland mit einer Rate von 10,4 Prozent im Vorjahresvergleich den höchsten Stand seit Anfang der 1950er Jahre. Sie ist von hohen Raten bei allen **drei Hauptaggregaten, Energie, Nahrungsmitteln und Kerninflation**, getrieben. Auch wenn die Inflation im Laufe des Jahres 2023 rückläufig sein dürfte, ist noch bis ins Jahr 2024 hinein mit überhöhten Inflationsraten zu rechnen.“

Mechthild Schrooten¹⁵ führt in ihrer Analyse wie folgt aus:¹⁶

„Das aktuelle Inflationsgeschehen ist komplex. Einen wichtigen Erklärungsansatz liefert in diesem Zusammenhang die Idee von der ‚importierten Inflation‘. Diese setzt sich aus zwei Komponenten zusammen: einerseits der Preisentwicklung auf den internationalen Märkten, andererseits der Wechselkursentwicklung des Euro gegenüber dem US-Dollar. Kurzum: Insbesondere die hohen Weltmarktpreise für fossile Energie schlagen auf die nationalen Inflationsraten durch. Dazu kommt, dass auch die Weltmarktpreise für andere Rohstoffe, Grundstoffe und Lebensmittel teilweise erheblich angezogen haben. Verschärfend schlagen Lieferengpässe, weltwirtschaftliche Entwicklung, aber auch der russische Angriffskrieg auf die Ukraine zu Buche. Angebotsoligopole prägen die internationalen Märkte für fossile Energie schon lange. Auch andere Märkte für andere Rohstoffe sind teilweise von Oligopolen und Fast-Monopolen geprägt. Die Anbieter:innen haben gegenüber

12 Anm.: wird in Pkt. 3.2 näher erörtert.

13 Achim Truger ist Professor für Sozioökonomie mit Schwerpunkt Staatstätigkeit und Staatsfinanzen an der Universität Duisburg-Essen und Mitglied des Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, s. APuZ 1-3/2023 (Fn 7) S. 10.

14 Truger, Achim, Notwendige Zielgenauigkeit, APuZ 1-3/2023 (Fn 7) S. 08 ff. Hervorhebungen durch Verfasser der Dokumentation.

15 Mechthild Schrooten ist Professorin für Volkswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Geld und Internationale Integration an der Hochschule Bremen, s. APuZ 1-3/2023 (Fn 7) S. 16.

16 Schrooten, Mechthild, DER PREIS IST HOCH Inflation, Preisdeckel und Preisbremsen, in: APuZ 1-3/2023 (Fn 7) S. 11 ff.

der Nachfrage Marktmacht. Denn Marktmacht bedeutet Preissetzungsmacht und führt letztendlich zum Marktversagen.“

Isabella Weber, Professorin an der Universität Amherst in Massachusetts, hat im Rahmen eines Forums des Instituts für Makroökonomie und Konjunkturforschung (IMK) der Hans Böckler Stiftung ihre Forschungsergebnisse zu Marktmacht und Strategien, mit denen große Unternehmen versuchen, selbst in Krisenzeiten ihre Profite zu steigern, vorgestellt. Die Böckler Stiftung fasst ihre Präsentation folgendermaßen zusammen:¹⁷

„Sie sieht viele Anzeichen dafür, dass wir es aktuell in erster Linie mit einer ‚Verkäuferinflation‘ zu tun haben. Das lasse sich etwa aus amerikanischen Firmendaten ablesen. Die hohen Preissteigerungen, die in den USA nicht erst mit dem Ukrainekrieg, sondern schon während der Coronakrise begannen, sind demnach zu einem erheblichen Teil keine Reaktionen der Unternehmen auf schwierige makroökonomische Bedingungen. Stattdessen spielen Unternehmensstrategien zur Erhöhung der Gewinnmargen eine wichtige Rolle. Engpässe in der Versorgung mit Vorprodukten, die zunächst die Kosten der Unternehmen erhöht hatten, dienen zunehmend als willkommene Anlässe, um höhere Preise – und höhere Profitmargen – zu rechtfertigen.

In der perfekten Marktwirtschaft könne dies nicht funktionieren, wenden viele Ökonomen ein: Unternehmen, die überhöhte Preise aufrufen, würden von der Kundschaft abgestraft, die zur günstigeren Konkurrenz wechselt. Am Ende habe niemand echte Preissetzungsmacht, sondern alle müssten mit den Preisen leben, die sich am Markt einpendeln. Doch die Realität sieht zumindest in den USA anders aus, betont Weber. Viele große Unternehmen müssten kaum Konkurrenz zu fürchten, weil sie eine nur schwer angreifbare Marktposition und ihre Kunden mit hohem Marketing-Aufwand an sich gebunden haben. Vor allem aber: Auch ohne handfeste Kartellabsprachen agierten die führenden Unternehmen einer Branche sehr ähnlich. Sie lieferten sich in der Regel keine Preiskämpfe um Marktanteile, sondern zögen gern mit, wenn der Erste die Preise anhebt.

Das wirft allerdings die Frage auf: Warum gab es vor Corona jahrzehntelang keine nennenswerte Inflation? Weber kommt in ihrer Analyse zu dem Schluss, dass das dominante Geschäftsmodell vor der Pandemie ein anderes war. Zwar ging es auch damals um permanente Profitsteigerung und Preiskriege blieben die Ausnahme. Aber die Gewinnmargen wurden nicht durch höhere Verkaufspreise ausgeweitet, sondern durch sinkende Produktionskosten: immer mehr Outsourcing, immer billigere Vorprodukte. Dies hat sich mit der aktuellen Krise der Globalisierung verändert. Unterbrochene Lieferketten und teurere Rohstoffe zwingen die Unternehmen, an anderen Schrauben zu drehen, um ihre Gewinne weiter zu steigern. Sie machen aus der Not eine Tugend und erhöhen mit Verweis auf Lieferprobleme die Preise.“

17 Hans Böckler Stiftung, Inflation: Wenn die Konzerne abkassieren, Böckler Impuls Ausgabe 09/2023. <https://www.boeckler.de/de/boeckler-impuls-wenn-die-konzerne-abkassieren-49605.htm>.

3. Inflationmessung

3.1. Verbraucherpreisindizes

Eurostat verweist auf folgende Messmethoden zur Erhebung von Preisveränderungen:¹⁸

„Mit **Verbraucherpreisindizes (VPI)** wird gemessen, wie sich die Preise von Waren und Dienstleistungen, die von privaten Haushalten erworben, benutzt oder bezahlt werden, im Zeitverlauf verändern. Verbraucherpreisindizes sind wichtige Messgrößen für die Inflation in der Europäischen Union.

Durch die Verbraucherpreisindizes soll möglichst das gesamte Spektrum an Waren und Dienstleistungen abgedeckt werden, das von der Bevölkerung im Hoheitsgebiet eines Landes konsumiert wird. Hierzu wird eine repräsentative Teilmenge ausgewählt, die als Warenkorb bezeichnet wird. Zu den darin enthaltenen Waren und Dienstleistungen zählen beispielsweise Lebensmittel und Getränke, Hygieneprodukte, Zeitungen und Zeitschriften, Ausgaben für Wohnung, Wasser, Strom, Gas und andere Brennstoffe, Gesundheit, Transport, Kommunikation, Bildung, Gaststätten und Hotels.

Viele der im Warenkorb enthaltenen Waren und Dienstleistungen werden häufig eingekauft oder täglich verbraucht.

VPI können für unterschiedlichste Zwecke genutzt werden, wie zum Beispiel:

- als Orientierungshilfe für die Geldpolitik;
- für die Indexierung von Handelsverträgen, Löhnen und Gehältern, Sozialleistungen oder Finanzinstrumenten;
- als Hilfsmittel für die Bereinigung der Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung oder für die Berechnung von Veränderungen beim Verbrauch der Gebietsansässigen oder des Lebensstandards.

Eurostat erstellt harmonisierte Verbraucherpreisindizes (HVPI), die internationale Vergleiche der Inflation anhand der Verbraucherpreise ermöglichen. HVPI werden von der Europäischen Zentralbank zur Überwachung der Inflation im Euroraum sowie zur Bewertung der Inflationskonvergenz gemäß Artikel 121 des Vertrags von Amsterdam herangezogen.“

Das Statistische Bundesamt (Destatis) erstellt für Deutschland den nationalen Verbraucherpreisindex (VIP) sowie im Rahmen von Eurostat den harmonisierten Verbraucherpreisindex (HVPI). Destatis führt hierzu in einer Pressemitteilung vom 22.02.2023 ergänzend aus:¹⁹

18 [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Consumer_price_index_\(CPI\)/de](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Consumer_price_index_(CPI)/de).

19 https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2023/02/PD23_069_611.html.

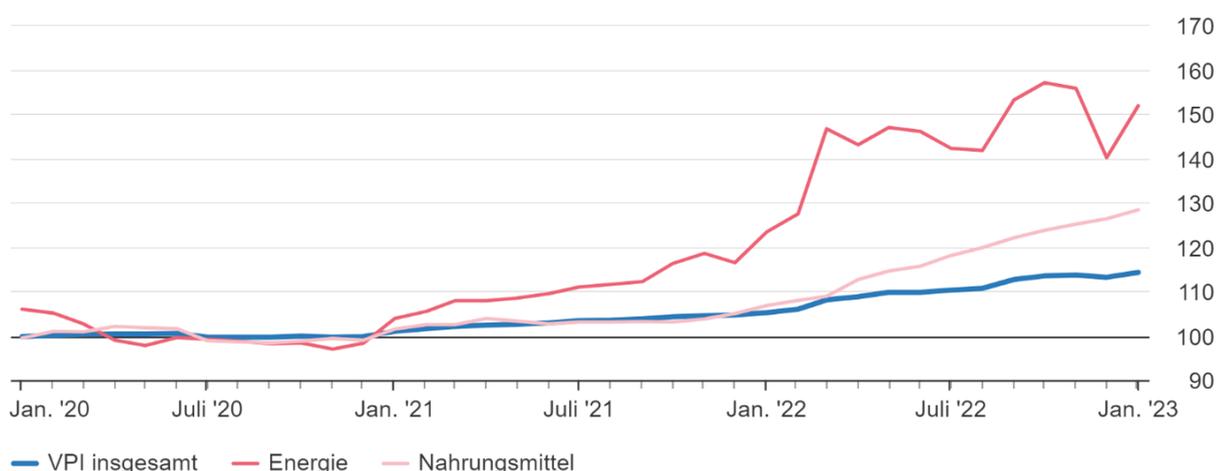
„Der Verbraucherpreisindex (VPI) und der Harmonisierte Verbraucherpreisindex (HVPI) unterscheiden sich hinsichtlich Erfassungsbereich und Methodik. Bei der Berechnung des VPI werden anders als beim HVPI zusätzlich die Ausgaben der privaten Haushalte für selbstgenutztes Wohneigentum, für Glücksspiel und für den Rundfunkbeitrag berücksichtigt. Zudem werden die Gütergewichte des HVPI jährlich aktualisiert. Aufgrund des deutlich geringeren Gewichts für den Bereich Wohnen im HVPI haben die Preissteigerungen anderer Güterbereiche einen größeren Einfluss auf die Entwicklung des HVPI im Vergleich zum VPI. Diese Unterschiede (Erfassungsbereich, Methodik und Gewichtung) erklären die teilweise deutlichen Abweichungen zwischen VPI und HVPI für Deutschland.“

Destatis führt in einer Pressemitteilung vom 22.02.2023 zur Entwicklung der Inflationsrate weiterhin wie folgt aus:²⁰

„Die Inflationsrate in Deutschland – gemessen als Veränderung des Verbraucherpreisindex (VPI) zum Vorjahresmonat – lag im Januar 2023 bei +8,7 %. Die Inflationsrate hatte im Dezember 2022 nach der Revisionsberechnung auf das neue Basisjahr 2020 bei +8,1 % und im November 2022 bei +8,8 % gelegen. Damit hat sich der Preisauftrieb zu Jahresbeginn wieder verstärkt. ‚Nach einer Abschwächung zum Jahresende bleibt die Inflationsrate damit auf einem hohen Stand‘, sagt Ruth Brand, Präsidentin des Statistischen Bundesamtes, und ergänzt: ‚Wir beobachten Preiserhöhungen bei vielen Waren und zunehmend auch bei Dienstleistungen. Besonders spürbar für die privaten Haushalte waren aber auch im Januar die steigenden Preise für Energie und Nahrungsmittel‘. Wie das Statistische Bundesamt (Destatis) weiter mitteilt, stiegen die Verbraucherpreise im Januar 2023 gegenüber Dezember 2022 um 1,0 %.

Verbraucherpreisindizes für Deutschland

2020 = 100



© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2023

Der Verbraucherpreisindex für Deutschland wird in turnusmäßigen Abständen einer Revision unterzogen und auf ein neues Basisjahr umgestellt. Mit den Ergebnissen für den Berichtsmonat Januar 2023 erfolgt die Umstellung von der bisherigen Basis 2015 auf das Basisjahr 2020. Dabei wurden die Wägungsschemata aktualisiert und methodische Änderungen eingearbeitet.

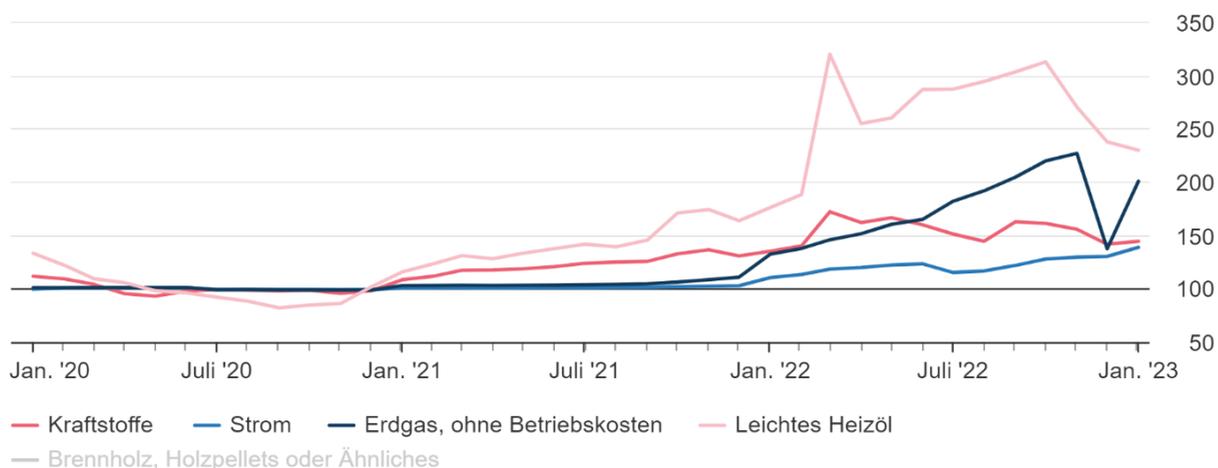
Seit Beginn des Kriegs in der Ukraine sind insbesondere die Preise für Energie und Nahrungsmittel merklich angestiegen und beeinflussen die Inflationsrate weiterhin erheblich. Infolge der Kriegs- und Krisensituation beeinflussen auch Lieferengpässe und Preisentwicklungen auf den vorgelagerten Wirtschaftsstufen die Inflationsrate, dadurch verteuerten sich auch andere Waren und Dienstleistungen. Um den Preisauftrieb einzudämmen, wurden Maßnahmen des dritten Entlastungspakets der Bundesregierung beschlossen, die im Verbraucherpreisindex abgebildet werden.

Die Preise für Energieprodukte lagen im Januar 2023 trotz der Entlastungsmaßnahmen um 23,1 % über dem Niveau des Vorjahresmonats. Im Dezember 2022 hatte die Teuerung der Energieprodukte bei +20,3 % gelegen. Ursächlich für die Preiserhöhung im Januar 2023 dürfte der Wegfall der ‚Dezember-Soforthilfe‘ sein. Hingegen wird der Anstieg bei Energie teilweise durch die Preisbremsen für Strom, Erdgas und Fernwärme begrenzt. Beeinflusst wird die Preisentwicklung bei Energie jedoch durch viele Faktoren, auch durch die internationalen Einkaufspreise.

Im Einzelnen verteuerte sich von Januar 2022 bis Januar 2023 die Haushaltsenergie mit +36,5 % nach wie vor besonders stark: So haben sich die Preise für Erdgas um 51,7 % erhöht und für Fernwärme um 26,0 %. Die Preise für Brennholz, Holzpellets oder andere feste Brennstoffe erhöhten sich um 49,6 %, die Preise für leichtes Heizöl lagen um 30,6 % über denen des Vorjahresmonats. Strom verteuerte sich um 25,7 %, trotz Strompreisbremse und Wegfall der EEG-Umlage. Die Preissteigerung bei Kraftstoffen lag mit +7,0 % allerdings unter der allgemeinen Teuerung.

Preisindizes für Energieprodukte

2020 = 100



Die Preise für Nahrungsmittel erhöhten sich im Januar 2023 um 20,2 % gegenüber dem Vorjahresmonat. Damit blieb die Teuerungsrate hierfür mehr als doppelt so hoch wie die Gesamtinflationrate. Der Preisauftrieb für Nahrungsmittel veränderte sich somit zu Beginn des Jahres 2023 kaum (Dezember 2022: +20,4 %). Erneut wurden im Januar 2023 bei allen Nahrungsmittelgruppen Preiserhöhungen beobachtet: Erheblich teurer wurden Molkereiprodukte und Eier (+35,8 %) sowie Speisefette und Speiseöle (+33,8 %). Deutlich spürbare Preisanstiege gab es beispielsweise auch bei Brot und Getreideerzeugnissen (+22,7 %).

Im Januar 2023 lag die Inflationsrate ohne Energie bei +7,2 %. Wie stark aktuell auch die Nahrungsmittelpreise Einfluss auf die Gesamtteuerungsrate nehmen, zeigt sich an der **Inflationsrate ohne Berücksichtigung von Energie und Nahrungsmitteln** [sog. Kerninflation, sh. Pkt. 3.2].^[21] Sie lag deutlich niedriger bei +5,6 %. Dennoch wird an der Teuerungsrate ohne Energie und Nahrungsmittel offensichtlich, dass auch in anderen Güterbereichen die Teuerung hoch ist. Bereits im Dezember 2022 lag diese Kenngröße mit +5,2 % über der Fünf-Prozent-Marke und hat sich aktuell nochmals erhöht.

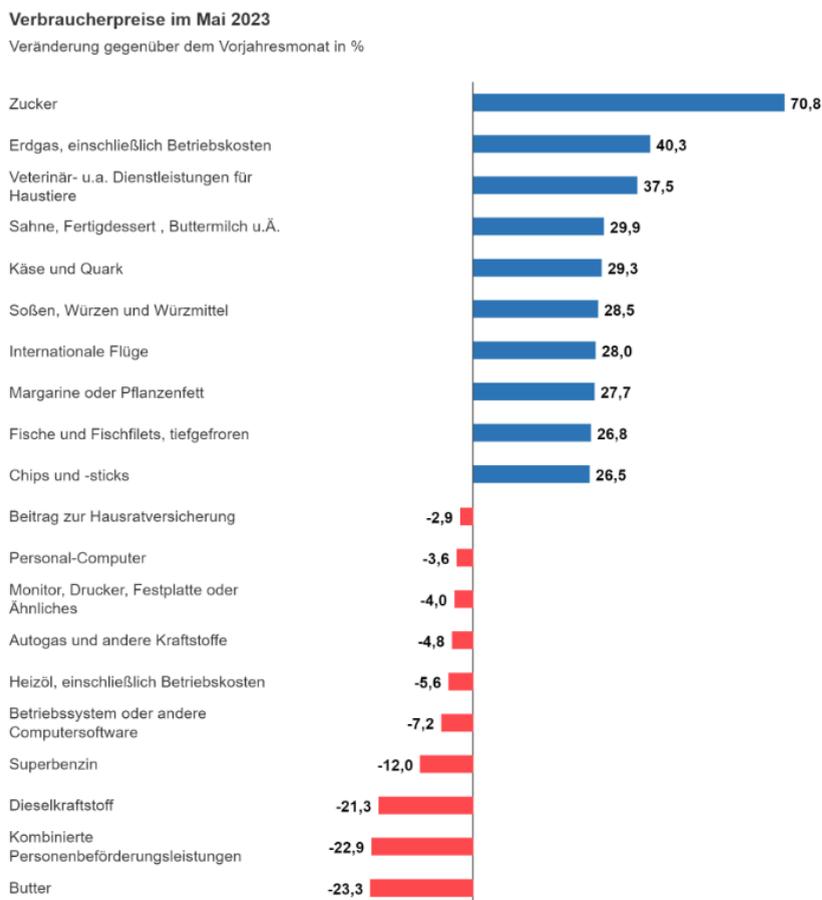
Die Preise für Waren insgesamt erhöhten sich im Januar 2023 gegenüber dem Vorjahresmonat um 12,7 %, Verbrauchsgüter verteuerten sich mit +17,0 % besonders stark. Neben Energie und Nahrungsmitteln sind hier unter anderem Verbrauchsgüter für die Haushaltsführung (+14,6 %) und Tabakwaren (+8,0 %) deutlich teurer. Die Preise von Gebrauchsgütern lagen binnen Jahresfrist um 6,2 % höher. Auffällig hoch war hier die Teuerung von Möbeln und Leuchten (+10,2 %) sowie von Fahrzeugen (+8,4 %).

Die Preise für Dienstleistungen insgesamt lagen im Januar 2023 um 4,5 % über dem Niveau des Vorjahresmonats. Darunter verteuerten sich die Nettokaltmieten um 2,0 %. Überdurchschnittlich erhöhten sich die Preise für einzelne Dienstleistungen, zum Beispiel die Wartung und Reparatur von Wohnungen (+16,9 %) sowie Gaststättendienstleistungen (+10,9 %). Binnen Jahresfrist verbilligten sich hingegen nur sehr wenige Dienstleistungen, günstiger waren Telekommunikationsdienstleistungen (-1,1 %).

Im Vergleich zum Dezember 2022 stieg der Verbraucherpreisindex im Januar 2023 um 1,0 %. Die Energiepreise insgesamt erhöhten sich um 8,3 %. Deutliche Preisanstiege gab es hier bei Erdgas (+46,1 %) und Fernwärme (+63,9 %), auch die Preise für Strom zogen an (+6,5 %). Bei Erdgas und Fernwärme wird der Wegfall der „Dezember-Soforthilfe“ im Preisanstieg deutlich. Die Preisbremsen für Erdgas und Fernwärme, aber auch für Strom dämpften den Preisanstieg im Januar 2023 nur teilweise. Bei den Mineralölprodukten stand den Preisanstiegen bei Kraftstoffen (+1,9 %) ein Preisrückgang bei leichtem Heizöl gegenüber (-3,3 %). Darüber hinaus mussten die privaten Haushalte erneut mehr für Nahrungsmittel bezahlen (+1,6 %), insbesondere für Molkereiprodukte (+2,6 %). Saisonbedingt gingen vor allem die Preise für Pauschalreisen (-19,1 %), Flugtickets (-15,7 %) und Bekleidungsartikel (-5,4 %) zurück.“

Destatis gibt einen aktuellen Überblick über die auffälligsten Preisveränderungen:

21 Hervorhebung und Klammerzusatz durch Verfasser der Dokumentation.



© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2023

<https://www.destatis.de/DE/Themen/Wirtschaft/Preise/Verbraucherpreisindex/verbraucherpreise-preisentwicklung.html>

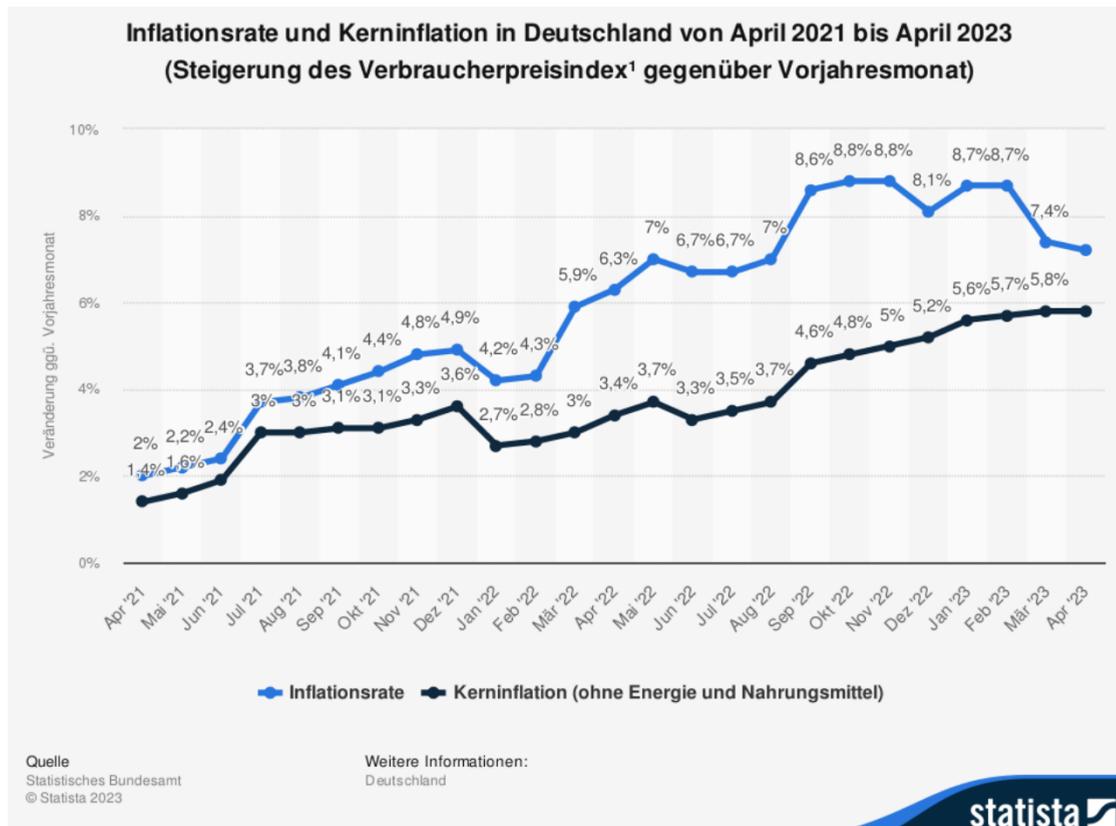
3.2. Inflation/Kerninflation

Statista verweist auf Daten des Statistischen Bundesamts (Destatis) und bemerkt zur Analyse von Preisentwicklungen bzw. Inflationsraten wie folgt:²²

„Um die ökonomischen Ursachen der Preisentwicklung innerhalb einer Volkswirtschaft besser nachvollziehen zu können, etablierte sich das Berechnungsmodell der Kerninflation. Die Kerninflation beschreibt die Entwicklung der Verbraucherpreise ohne Berücksichtigung der Segmente Nahrungsmittel und Energie. Beide Segmente unterliegen oft starken Preisschwankungen, deren Gründe oftmals nicht in der betrachteten Volkswirtschaft zu finden sind. Im Vergleich von Inflationsrate und Kerninflation stiegen zwar beide Werte im betrachteten Zeitraum deutlich an, die Kerninflation unterlag dabei aber deutlich weniger Schwankungen. Im April 2023 lag die Inflationsrate bei 7,2 Prozent,

22 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1378431/umfrage/kerninflation-in-deutschland/>.

ohne Berücksichtigung der Preisentwicklung von Nahrungsmitteln und Energie lag die Teuerungsrate bei 5,8 Prozent.“



<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1378431/umfrage/kerninflation-in-deutschland/>

4. Preiserhöhungen jenseits gestiegener Vorleistungen

Manche Analysen sehen in einigen Wirtschaftsbereichen über die Vorleistungen hinausgehende, unberechtigte Preiserhöhungen, die als reine Mitnahmeeffekte im Sinne der Gewinnmaximierung anzusehen seien.

4.1. Ifo-Institut Dresden

Joachim Ragnitz (Ifo-Institut Dresden) verweist in einem im Dezember 2022 erschienenen Bericht darauf, dass nicht nur gestiegene Preise für Vorleistungen (u. a. Energie) die Ursache von Preiserhöhungen in einigen Sektoren sind. Hierzu bemerkt er wie folgt:²³

„Die amtliche Statistik liefert vierteljährlich unter anderem Angaben zur Entwicklung der nominalen und der preisbereinigten Wertschöpfung für die ‚großen‘ Wirtschaftsbereiche. Hieraus lässt sich ein impliziter Deflator der Bruttowertschöpfung ermitteln, der anzeigt,

²³ Ragnitz, Joachim, 2022, Gewinninflation und Inflationsgewinner, Aktualisierung 7.12.2022. <https://www.ifo.de/publikationen/2022/monographie-autorenschaft/gewinninflation-und-inflationsgewinner-aktualisierung>.

wie die Unternehmen über den kurzfristig unvermeidbaren Kostenanstieg auf der Beschaffungsseite hinaus ihre Preise erhöht haben. Eine Zunahme der Veränderungsrate des Deflators der Bruttowertschöpfung lässt insoweit darauf schließen, dass die Unternehmen nicht nur unvermeidbare Kostensteigerungen an ihre Kunden weitergegeben haben, sondern darüber hinaus auch die Inflation durch eine Steigerung ihrer Gewinne angeheizt haben. [...]

Eine Zunahme der Veränderungsrate des Deflators der Bruttowertschöpfung lässt insoweit darauf schließen, dass die Unternehmen nicht nur Kostensteigerungen bei den Vorleistungsgütern an ihre Kunden weitergegeben haben. Da die Bruttowertschöpfung sich verteilungsseitig primär aus Arbeitseinkommen einerseits und Gewinneinkommen und Abschreibungen andererseits zusammensetzt und die Entwicklung der Arbeitseinkommen aus der Statistik bekannt ist, lässt sich hieraus näherungsweise also auch ermitteln, wie sich die Gewinne der Unternehmen verändert haben.

Auf gesamtwirtschaftlicher Ebene lag der Wert der Produktion in den nicht-staatlichen Sektoren im 3. Quartal 2022 um 12,9 % höher als ein Jahr zuvor, während die Ausgaben für Vorleistungsgüter mit +18,5 % deutlich stärker gestiegen sind. Dies zeigt, dass die hohen Inflationsraten zu einem ganz erheblichen Teil tatsächlich auf die Verteuerung der Vorleistungsbezüge zurückzuführen sind. Die nominale Wertschöpfung im Unternehmenssektor hat sich demgegenüber nur um 6,6 % erhöht, bei einem realen Wachstum von 1,4 %. Die Differenz zwischen nominalem und realem Anstieg der Bruttowertschöpfung (5,2 Prozentpunkte) ist auf Preissteigerungen zurückzuführen, die nicht durch Kostensteigerungen bei Vorleistungsbezügen bedingt ist. Zu einem Teil ist dies durch gestiegene Arbeitskosten erklärbar (Arbeitnehmerentgelte in der Gesamtwirtschaft ohne Staat: + 4,6 %), zum Teil aber offenkundig auch auf höhere Gewinneinkommen zurückzuführen. [...]"

Auf einzelne Wirtschaftsbereiche bezogen setzt er fort: „Insbesondere in der **Land- und Forstwirtschaft einschließlich Fischerei** sowie im **Baugewerbe** und im Bereich **Handel, Gastgewerbe und Verkehr** haben die Unternehmen ihre Preise deutlich stärker erhöht als es aufgrund der gestiegenen Vorleistungspreise allein zu erwarten gewesen wäre: In der Landwirtschaft betrug der Anstieg des Deflators der Bruttowertschöpfung zuletzt 46 %, im Baugewerbe rund 23 % und im Handel etwas mehr als 12 %. Demgegenüber ist im Verarbeitenden Gewerbe (+3,5%) und in den meisten Dienstleistungssektoren der Deflator der Bruttowertschöpfung zuletzt nur noch wenig gestiegen (Unternehmensdienstleistungen: +4,6 %; sonstige Dienstleistungen: +2,7 %). Im zusammengefassten Bereich ‚Bergbau, Energie und Wasserversorgung‘ (hier als Residuum berechnet) sind die Wertschöpfungspreise zuletzt sogar etwas zurückgegangen (-2,6 %), was bedeutet, dass die Unternehmen die hier besonders deutlich gestiegenen Beschaffungskosten zuletzt nicht mehr vollständig an ihre Kunden weitergegeben haben.

Dass die Preise in der Landwirtschaft dabei so kräftig gestiegen sind, kann nicht verwundern. Landwirtschaftliche Rohstoffe werden zumeist global gehandelt, und viele Güter hier haben sich nicht zuletzt aufgrund der durch den Krieg in der Ukraine hervorgerufenen Verknappung weltweit verteuert. Hinzu kommt, dass die Landwirtschaftsunternehmen zunächst wohl ihre noch vorhandenen Vorräte an Dünge- und Futtermitteln aufgebraucht haben, in ihrer Kalkulation aber die zu erwartenden Preissteigerungen bei Nachbestellungen eingerechnet haben. Weniger leicht erklärbar ist es hingegen, dass auch die Wertschöpfungspreise im Bau und im Handel so stark zugelegt haben, denn eine Orientierung an Weltmarktpreisen scheidet hier aus. Da zugleich die Arbeitnehmerentgelte mit

4,5 % bzw. 5,2 % hier zwar überdurchschnittlich, aber dennoch weitaus weniger stark gestiegen sind als die Verkaufspreise, lässt dies nur den Schluss zu, dass hier offenbar viele Unternehmen die Gunst der Stunde genutzt haben, über die Verteuerung der Vorleistungsbezüge hinaus ihre Preise anzuheben und damit ihre Gewinne zu steigern. Begünstigt wurde dies dadurch, dass nach den Beschränkungen aufgrund der Corona-Pandemie bei den privaten Haushalten hohe Ersparnisse aufgelaufen waren, die im Jahr 2022 aufgelöst wurden und die Konsumnachfrage zusätzlich befeuerten. Bei den Baufirmen dürften überdies die hohe Baunachfrage in einigen Ballungszentren hierzu beigetragen haben. Und schließlich dürften auch die breit angelegten Entlastungsmaßnahmen der Politik dazu beigetragen haben, die Nachfrage zu stützen und damit die Preisanhebungsspielräume der Unternehmen zu erweitern.“

4.2. Allianz Trade

Allianz Trade analysiert in einer im April 2023 erschienenen Studie steigende Lebensmittelpreise trotz sinkender Inflation und führt dies auf **Gewinnmitnahmen der Lebensmittelhersteller** zurück. Allianz Trade führt dazu wie folgt aus:²⁴

„Obwohl die Gesamtinflation in Europa – vor allem getrieben durch den Rückgang bei der Energieinflation – zuletzt zurückgegangen ist, bleiben Lebensmittelpreise in Europa weiterhin hoch. Die Inflation bei Nahrungsmitteln, Alkohol und Tabak hat sich in Europa im Jahresvergleich sogar um 1,5 Prozentpunkten (pp) auf knapp 15 % im ersten Quartal 2023 erhöht. In Deutschland war der Anstieg im gleichen Zeitraum sogar noch stärker um mehr als 2 pp auf über 22 %. Das wird nach Einschätzung des weltweit führenden Kreditversicherers Allianz Trade auch noch eine geraume Zeit so bleiben.

„Wir gehen davon aus, dass Lebensmittelpreise noch mindestens ein weiteres Quartal hoch bleiben, bevor dann eine rasche Normalisierung einsetzt“, sagt Andy Jobst, Inflationsexperte und Leiter Makro- und Kapitalmarktresearch bei Allianz Trade. „Lebensmittelpreise sind aktuell allerdings einer der Haupttreiber der Gesamtinflation. Sie machen fast ein Drittel der Teuerung aus und in Deutschland sogar über 40 % – im letzten Jahr war es noch weniger als ein Fünftel“.

Die Teuerungsrate bei Lebensmitteln in Europa dürfte 2023 durchschnittlich 8,0 % betragen, bevor sie im nächsten Jahr deflationär wird (-3,8 %). Die Inflation bei Nahrungsmitteln ist jedoch aufgrund struktureller Faktoren von Land zu Land sehr unterschiedlich. In Deutschland ist diese durch die hohe Dichte an Discountern und dem hohen Anteil an verarbeiteten und verpackten Lebensmitteln wesentlich höher als beispielsweise in Frankreich, Italien oder Spanien. Sie dürfte 2023 bei durchschnittlich über 12 % bleiben. Einen langsamen Abwärtstrend sehen die Allianz Trade Experten erst ab Mitte 2024.

24 <https://www.allianz-trade.de/presse/pressemitteilungen/steigende-lebensmittelpreise-trotz-sinkender-inflation.html>.

„Für das nächste Jahr sind die Aussichten bei der Teuerung von Lebensmittel besser“, sagt Jobst. „Allerdings bedeutet das in vielen Fällen eher eine Stagnation der Preise. Durchgesetzte Preiserhöhungen werden erfahrungsgemäß nur selten zurückgenommen“.

Woher kommt also die Teuerung der Lebensmittel? Die globalen Rohstoffpreise sind es schon mal nicht: Sie haben sich zuletzt deutlich abgekühlt und sind von ihren Höchstständen im Jahr 2022 stark zurückgegangen. Mais ist zwar noch etwa 30 % teurer als Anfang 2021 und Düngemittel sind weiterhin etwa 50 % teurer als noch vor ein paar Jahren, aber Weizen und Sojabohnen notieren inzwischen auf dem Niveau von 2021.

„Tatsächlich sind die Betriebskosten der Lebensmittelproduzenten und -einzelhändler ein Grund für das wachsende Ungleichgewicht zwischen vorgelagerten Rohstoff- und nachgelagerten Lebensmittelpreisen – allerdings nicht der einzige“, sagt Aurélien Duthoit, Branchenexperte bei Allianz Trade. „Wir beobachten auch, dass insbesondere Lebensmittelhersteller hungrig nach Profiten sind. Sie haben die Preise wesentlich stärker erhöht als die Einzelhändler“.

Diese übermäßigen Gewinnmitnahmen der Unternehmen tragen auch einen kleinen, aber trotzdem bedeutenden Anteil zur Lebensmittelinflation im vergangenen Jahr bei. Bei den Betriebskosten waren vor allem Energiepreise der Treiber mit einem Plus im Jahr 2022 von 145 % im Vergleich zum Vorjahr beim Großhandelsstrom und +43 % beim Öl. Aber auch Verpackungsmaterial (+24 % für Glas-, +23 % für Papier-, +18 % für Metall und +16 % für Kunststoffverpackungen) fielen ins Gewicht sowie die Lohnkosten (Lohnstückkosten im Einzelhandel +5 %).

„Seit Mitte Mai 2022 können etwa 10 % der Verteuerung der Lebensmittel in Europa in unserem Inflationsmodell nicht durch die historische Dynamik, Erzeuger- und Energiepreise erklärt werden“, sagt Jobst. „Das ist deutlich mehr als vor der Pandemie und dem Ukraine-Krieg. Damals lag dieser ‚unerklärte Teil‘ bei weniger als 3 %. Noch eklatanter ist die Situation in Deutschland: Mehr als ein Drittel des jüngsten Anstiegs der Lebensmittelpreise hierzulande können nicht mit den traditionellen Risikotreibern erklärt werden. Es scheint zunehmend Anzeichen für Gewinnmitnahmen zu geben sowie unzureichenden Wettbewerb in den Bereichen mit besonders starken Preissteigerungen wie zum Beispiel bei Herstellern von Milchprodukten und Eiern aber auch bei nicht-saisonalen Gemüse und Obst“.

Einzelhändler haben die meisten – wenngleich nicht alle – ihrer Kosten an die Kunden weitergegeben: Allein im Jahr 2022 erhöhten die Lebensmittelproduzenten ihre Preise um +17 % (Deutschland: 18,8 %) gegenüber dem Vorjahr Lebensmittel Einzelhandel hingegen um +12 % (Deutschland: 12,6 %). Die Finanzaufstellungen der börsennotierten Lebensmitteleinzelhändler bestätigen, dass die Kosten Anfang 2022 schneller stiegen als der Umsatz, wobei die Bruttomargen schrumpften und unter das Niveau von vor der Pandemie fielen.

Seit dem zweiten Halbjahr 2022 wächst der Umsatz stärker als der Kostenindex. Das deutet darauf hin, dass die Unternehmen des Lebensmittelsektors Preise erhöht haben, um entgangene Gewinnspannen auszugleichen. Besonders signifikant ist dieser Trend bei den Herstellern verpackter Lebensmittel.

Die anhaltende Teuerung bei den Lebensmitteln hat auch Auswirkungen auf den Binnenkonsum. ‚Wenn die Verbraucher mehr für Lebensmittel bezahlen, geben sie weniger Geld für andere Dinge aus, was eine wirtschaftliche Erholung verlangsamten könnte‘ sagt Jobst. Ein weiterer Anstieg der Lebensmittelpreise um 20 % könnte zu einem Rückgang der Konsumausgaben um fast 1 Prozentpunkt führen. In Deutschland sind die Auswirkungen ähnlich und würden durchschnittlich rund 0,5 pp beim jährlichen Wachstum des realen Bruttoinlandsprodukts (BIP) kosten.“

In der weiteren Betrachtung liegt der Fokus auf den weiterhin hohen Lebensmittelpreisen (größte Inflationstreiber), die die Verbraucher in ihrem Konsum stark tangieren. Neben der Statistik und dem veränderten Konsumverhalten (Kap. 4.3) wird auf Presseveröffentlichungen zu den Ursachen von Lebensmittelpreissteigerungen verwiesen, da diese besonders stark wahrgenommen werden und als stärkste Inflationstreiber gelten (Kap. 4.4).

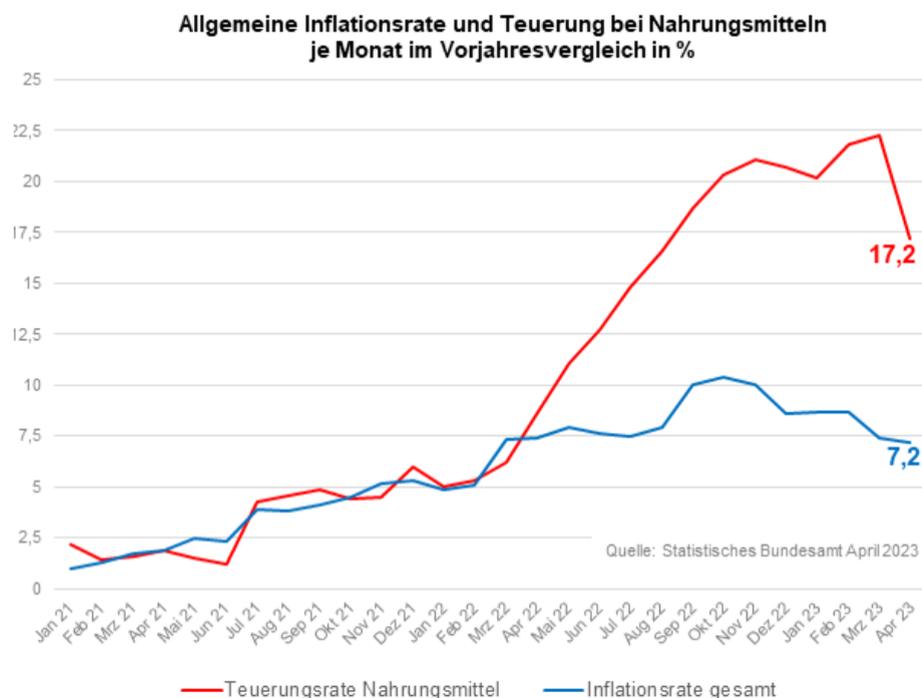
4.3. Statistiken und veränderte Konsumgewohnheiten aufgrund gestiegener Lebensmittelpreise

Die Verbraucherzentrale NRW verweist auf Analysen von Destatis und bemerkt wie folgt:²⁵

„Viele Faktoren verändern die Situation in der Landwirtschaft und der Lebensmittelwirtschaft. Die Kosten für Energie, Düngemittel und Futtermittel bleiben hoch, Arbeitskräftemangel und Mindestlohn verteuern die Personalkosten. Die Teuerung bei Nahrungsmitteln liegt seit April 2022 höher als die allgemeine Inflationsrate.

Seit März 2023 sind die Lebensmittelpreise sogar die Treiber der Inflation. Wie sie die Gesamtteuerungsrate beeinflussen, zeigt die Inflationsrate ohne Berücksichtigung von Energie und Nahrungsmitteln: Sie hätte im April 2023 bei +5,8 Prozent gelegen und wäre damit deutlich niedriger gewesen, als sie tatsächlich war (+7,2 Prozent). Das sieht man gut in der untenstehenden Grafik.

25 <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/lebensmittelproduktion/steigende-lebensmittelpreise-fakten-ursachen-tipps-71788>.

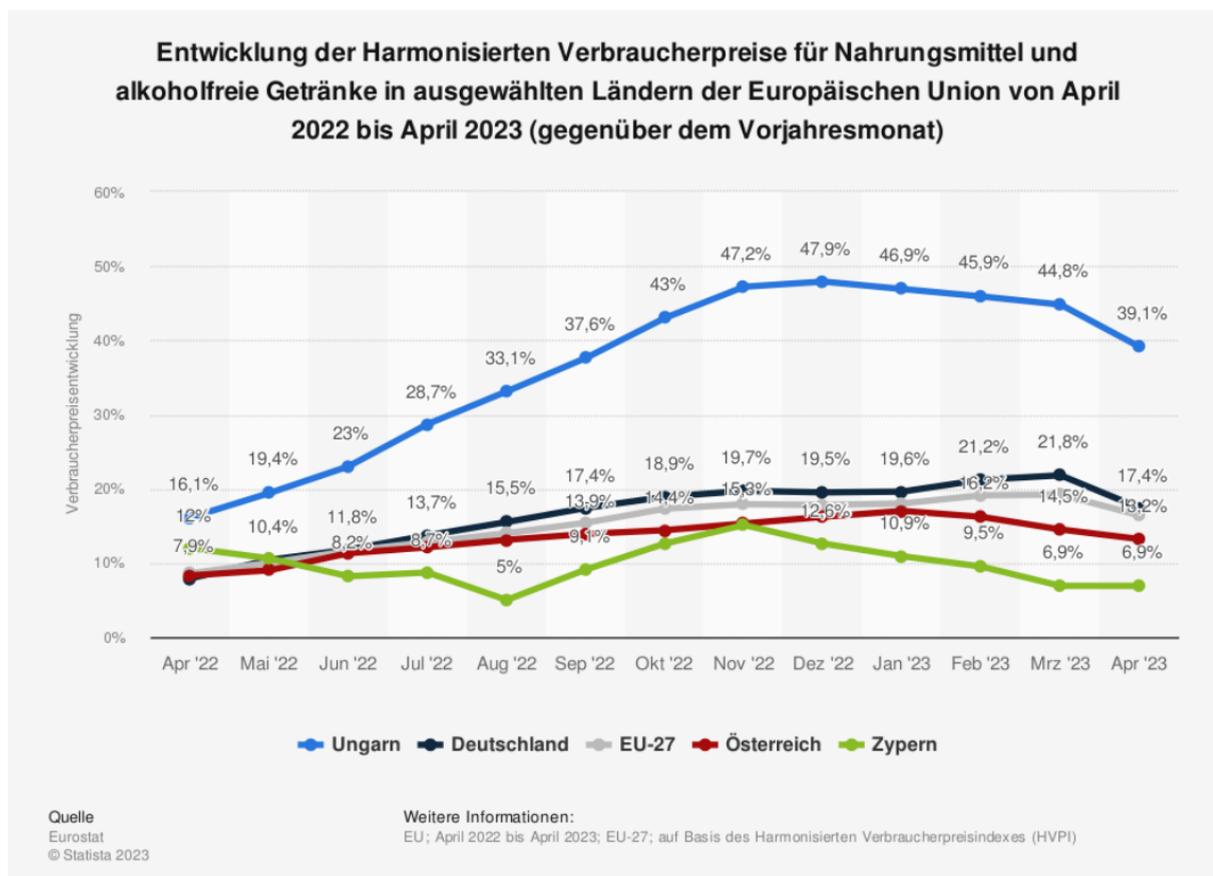


Die Verbraucherzentrale NRW hatte ergänzend Ende März 2023 20 Grundnahrungsmittel in verschiedenen Filialen von 4 Supermärkten und Discountketten in 5 Kommunen in einem Marktcheck verglichen.

Das Ergebnis: Erhebliche Preisunterschiede über alle untersuchten Produkte und Filialen – und Discounter waren nicht bei jedem Produkt die günstigste Wahl.“

Statista verweist in der folgenden Grafik auf Daten von Eurostat, die die Entwicklung der Harmonisierten Verbraucherpreise (BVPI) für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke in ausgewählten Ländern der Europäischen Union von April 2022 bis April 2023 (gegenüber dem Vorjahresmonat) aufzeigen:²⁶

26 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1331639/umfrage/preisentwicklung-fuer-nahrungsmittel-in-ausgewaehlten-laendern-der-eu/>.



Ein im Handelsblatt am 20.05.2023 erschienener Artikel schildert das unterschiedliche und veränderte Konsumverhalten der Verbraucher bei Lebensmitteln innerhalb der EU wie folgt:²⁷

„Überall in Europa können sich viele einen Lebensmitteleinkauf wie früher durch die hohe Inflation nicht mehr leisten. In Deutschland reduzierten sich die Ausgaben für Lebensmittel innerhalb eines Jahres bis März laut Statistischem Bundesamt um 10,3 Prozent.

So stark haben sich die Bundesbürger demnach seit 1994 und damit seit fast 30 Jahren nicht mehr eingeschränkt. Das spiegelt die Situation auch in anderen europäischen Ländern wider, es wird preisbewusster eingekauft.

Bei den Franzosen gilt nicht mehr die Devise vom Essen wie Gott in Frankreich. Viele Franzosen kaufen niedrigere Qualität ein und insgesamt weniger.

27 <https://www.handelsblatt.com/politik/international/inflation-an-diesen-lebensmitteln-sparen-die-europaeer/29160868.html>.

Zahlen des Statistkinstituts Insee^[28] zeigen, dass die Ausgaben für Lebensmittel innerhalb des Jahres 2022 um 8,5 Prozent zurückgegangen sind, die Tendenz setzt sich 2023 verstärkt fort.

Dabei sind die Lebensmittelpreise bis April gegenüber dem Vorjahr laut Insee über 15 Prozent gestiegen. 68 Prozent der Haushalte erklärten in Umfragen, ihr Konsumverhalten verändert zu haben, vor allem jungen Leute, Haushalte mit Kindern oder weniger Geld.

Die meisten Supermärkte bieten seit März eine Reihe von günstigen Grundnahrungsmitteln an. Immer mehr Franzosen greifen zu den Angeboten.

In Großbritannien gibt es solche Anti-Inflations-Produkte nicht. Einen Preisdeckel für Lebensmittel lehnt die Regierung in London ab. Nach einer Yougov Onlineumfrage von Ende April gaben 14 Prozent der befragten Briten an, dass es bei ihnen kleinere Portionen gebe oder Mahlzeiten ganz ausfallen würden.

Die Nichtregierungsorganisation Food Foundation berichtet, dass einkommensschwache Familien häufig zu kalten Lebensmittelspenden greifen würden, um die ebenfalls enorm gestiegenen Energiekosten für das Kochen niedrig zu halten.

Die Preise für Nahrungsmittel und Getränke in Großbritannien sind im März nach britischem Statistikamt um mehr als 19 Prozent gegenüber dem Vorjahr gestiegen. Vor allem Milchprodukte sind demnach zwischen 30 und 40 Prozent teurer geworden.

Die hohen Preise für Nahrungsmittel sind nach Einschätzung der britischen Notenbanker ein wichtiger Grund dafür, dass die Inflationsrate von zuletzt zehn Prozent nur langsam sinkt.

In Italien stiegen die Preise für Grundnahrungsmittel im April im Vergleich zum Vorjahr laut nationalem Statistikamt Istat um 12,6 Prozent. Die Italiener treffen die Preissteigerungen härter als viele andere Europäer, weil die Gehälter hier seit Jahren stagnieren.

Auf Qualität wollen trotzdem die wenigsten verzichten: Es gibt laut des Landwirtschaftsverbands Coldiretti zwar zunehmend Käufe beim Discounter, viele Haushalte schauen auch mehr auf Angebote bei den Supermärkten.

Aber die meisten Italiener versuchen, eher bei der Quantität zu sparen. Laut den neuesten Istat-Zahlen ist das Volumen für Lebensmittelkäufe im März 2023 im Vergleich zum Vorjahr um rund fünf Prozent gesunken.

Gutes Essen ist in Italien stark im Lebensstil verankert – mitunter werden sogar offene Rechnungen später bezahlt, als auf gesunde Ernährung zu verzichten. Weniger geworden sind hingegen Restaurant- und Barbesuche, wie aus einer Studie der Einzelhandelskette

28 Institute National de la statistique et des études économiques, Das Nationale Institut für Statistik und Wirtschaftsstudien ist eine Generaldirektion des Ministeriums für Wirtschaft und Finanzen.

Coop hervorgeht. Dafür wird, wie schon in Pandemiezeiten, wieder mehr zu Hause gekocht und zum Beispiel Brot oder Pizza selbst gebacken.

Auch die Spanier haben sich umgestellt. Sie kaufen in den Supermärkten weniger und andere Nahrungsmittel. Im vergangenen Jahr ist der Lebensmittelkonsum um 8,7 Prozent laut einer vom Marktforschungsunternehmen Kantar durchgeführten Studie gesunken. In diesem Jahr setzt sich der Trend fort.

Im April haben die Spanier 14,7 Prozent weniger Lebensmittel gekauft als im Vorjahresmonat. Am deutlichsten war der Verzicht auf Olivenöl, dessen Preis in den vergangenen Monaten besonders stark gestiegen ist, mit einem Minus von 38 Prozent.

Ihm folgten Fisch (minus 21 Prozent), frisches Gemüse (minus 19 Prozent), Milch und Milchprodukte (minus 18 Prozent), und Fleisch (minus 16 Prozent). Die Regierung hatte angesichts der hohen Inflation die Mehrwertsteuer auf Basislebensmittel gesenkt, nicht aber die für Fisch und Fleisch.

Die Spanier sind mit dem Ende der Covid-Restriktionen aber wieder mehr ausgegangen und haben in Bars und Restaurants gegessen. Der außerhäusliche Konsum stieg um 16,8 Prozent.

In Griechenland macht sich die Inflation besonders bei den Lebensmitteln bemerkbar. Die Inflationsrate fiel im April auf drei Prozent. Das war deutlich weniger als der Durchschnitt der Euro-Zone von sieben Prozent und der niedrigste Wert seit Oktober 2021. Aber für Lebensmittelpreise errechnete die staatliche Statistikbehörde Elstat eine Teuerungsrate von 11,4 Prozent.

Brot verteuerte sich im Jahresvergleich sogar um fast 23 Prozent, Fleisch um 20 Prozent. Marktstudien zufolge wechselt nun fast jeder dritte griechische Verbraucher den Supermarkt, wenn er in einem anderen Geschäft günstigere Preise entdeckt.

2010 taten das nur sieben Prozent. 84 Prozent greifen gezielt zu Sonderangeboten, vier von zehn Käuferinnen und Käufern wählen grundsätzlich billigere Produkte. 67 Prozent haben ihre Lebensmitteleinkäufe reduziert.“

4.4. Presseveröffentlichungen zu Verursachern von Preiserhöhungen bei Lebensmitteln

Wie bereits in der Analyse von Allianz Trade (Pkt. 4.2) ausgeführt, werden zum Teil sowohl Lebensmittelhersteller als auch Lebensmittelhändler für ungerechtfertigte Preiserhöhungen, die etwaige Kostensteigerungen bei Vorleistungen übersteigen und somit Gewinnmitnahmen darstellen, verantwortlich gemacht.

Die Wirtschaftswoche (WiWo) berichtet in einem Artikel vom 01.09.2022:²⁹

29 <https://www.wiwo.de/unternehmen/handel/inflation-rewe-chef-grosse-konzerne-treiben-lebensmittelpreise-in-die-hoehe/28649178.html>.

„Der Einzelhandel und die Lebensmittelhersteller kämpfen mit anziehenden Preisen etwa für Energie und Logistik, aber auch Rohstoffe sind auch in Folge des russischen Überfalls auf die Ukraine teurer geworden. Der Nahrungsmittelriese Nestlé hatte im ersten Halbjahr seine Preise etwa um 6,5 Prozent im Mittel in die Höhe geschraubt, vor Jahresfrist waren es bei dem Hersteller von Nespresso, KitKat und Perrier noch 1,3 Prozent. Ein Großteil der Lieferanten verhalte sich aber vernünftig, sagte der Rewe-Chef weiter. ‚Wir haben aber ein Problem mit den ganz großen Herstellern, die die Kraft haben, Forderungen durchzusetzen‘, fügte er hinzu. Coca-Cola etwa argumentiere in Analysten-Präsentationen, der Konzern drücke seine Kosten durch Sparprogramme - und begründe dann Rewe gegenüber Forderungen nach Preiserhöhungen mit steigenden Kosten. ‚Dann haben wir ein Problem‘, fügte er hinzu.

Die anziehende Inflation und die hohen Energiepreise haben auch Folgen für das Einkaufsverhalten der Verbraucher. Die Kunden wechselten von Marken-Produkten zu Eigenmarken der Lebensmittelhändler, sie achteten verstärkt auf Aktionspreise und es gebe eine klare Tendenz hin zum Discounter, sagte der Rewe-Chef. Die Rewe-Tochter Penny laufe etwa aktuell beim Umsatz besser als im von Corona geprägten Vorjahr.“

Ein Beitrag des Südwestdeutschen Rundfunks (SWR) verweist auf eine hohe Marktmacht der Lebensmittelhändler EDEKA, REWE, LIDL und ALDI. Die Marktanteile dieser vier Lebensmittelhändler betragen 85 %. Dadurch ergebe sich eine hohe Verhandlungsmacht gegenüber den Lebensmittelherstellern. Wer keine Rabatte einräume werde seitens der Händler aus dem Sortiment genommen.³⁰

Foodwatch stellte bereits in einer Mitteilung vom 20.03.2023 einen doppelt so starken Preissprung bei Eigenmarken von Aldi, Lidl & Co. fest.³¹

Die Frankfurter Neue Presse bemerkt am 24.04.2023:³²

„So mancher Kunde hat sich beim Einkaufen schon darüber gewundert, dass seit einiger Zeit bestimmte Markenprodukte im Supermarktregal fehlen. Das könnte an überzogenen Preisen liegen, die einige Hersteller von den Einzelhändlern fordern. Es ist gängige marktwirtschaftliche Praxis, dass Hersteller mit großen Supermarktketten über die Einkaufskonditionen verhandeln. Doch inzwischen scheint ein Ungleichgewicht entstanden zu sein: Einzelne Hersteller drehen so stark an der Preisschraube, dass die Supermärkte zu der Einschätzung kommen, diese Forderungen nicht an ihre inflationsgebeutelten Kunden weitergeben zu können. Dann gibt es nur zwei Möglichkeiten: Die Einzelhändler nehmen

30 <https://www.ardmediathek.de/video/planet-wissen/gnadenloser-preiskampf-wie-lebensmittelpreise-gemacht-wer-den/swr/Y3lpZDovL3dkci5kZS9CZWl0cmFnLVjZDM2YzcxwLWI3NTQlNDczNS04N2ExLWQwODM2M2UxM2M5OQ>.

31 <https://www.foodwatch.org/de/preissprung-bei-eigenmarken-von-aldi-lidl-co>.
https://www.foodwatch.org/fileadmin/-DE/Themen/Ernaehrungsarmut/2023_03_17_foodwatch_Marktcheck_Eigenmarken.pdf.

32 <https://www.fnp.de/politik/lebensmittelpreise-kartellwaechter-muessen-gier-der-konzerne-stoppen-92233177.html>.

einen Teil der höheren Einkaufspreise auf ihre Kappe und verringern somit ihre Gewinnmargen oder sie verbannen die betroffenen Produkte aus dem Sortiment. Beides kommt inzwischen vor, wie jüngste Untersuchungen zeigen. [...]

Einige Unternehmen scheinen den Trend auszunutzen, um ihre Profite überproportional zu steigern. Um diese Entwicklung einzudämmen, ist es gerechtfertigt, die Kartellwächter auf den Plan zu rufen. Denn die auf politischem Weg verabschiedeten Entlastungspakete sollen nur die unvermeidlichen Preiserhöhungen abfedern und nicht die Taschen gieriger Lebensmittelkonzerne füllen. Das beste Mittel gegen solche Praktiken ist allerdings die Marktmacht der Verbraucher, überteuerte Markenprodukte nicht zu kaufen.

Auch die großen Einzelhandelsketten sind indessen keineswegs machtlos: So sind einige schon dazu übergegangen, eigene Fertigungskapazitäten aufzubauen. Deutschlands größter Lebensmittelhändler Edeka betreibt etwa eigene Fleischwerke, regionale Backbetriebe, Mineralbrunnen und sogar Weinkellereien. Auch hier kann es aber durch die zunehmende Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel zu unangemessenen Preissteigerungen kommen, die ebenfalls zu einem weiteren Anstieg der Inflation führen.

Den Verbrauchern helfen wechselseitige Schuldzuweisungen aber am Ende nicht weiter. Gerade Geringverdiener können es sich zunehmend schwerer leisten, ihren Einkaufskorb zu füllen. Sie müssen nach Ansicht von Experten im kommenden Jahr gar mit noch teureren Lebensmitteln rechnen. Erste Preissenkungen - etwa bei Butter und Kaffee - lassen aber auch ein Fünkchen Hoffnung aufkommen, dass sich die Preisentwicklungen mittelfristig wieder normalisieren könnte.“

Die „unabhängige Bauernstimme“ berichtet am 03.05.2023:³³

„Tatsächlich ist der Streit zwischen Handel und industriellen Lieferanten heftig ausgebrochen. Besonders die Chefs von Edeka und Rewe gerieren sich als Verteidiger der Verbraucherinteressen. Dabei riskieren sie selbst Lücken in den Regalen, ein für deutsche Konsumenten seltener Vorgang (außer Toilettenpapier in Corona-Zeiten). Betroffen sind Markenprodukte u.a. von Kellogs, Coca Cola, Mars, Lipton, Miracoli oder Milka. Insgesamt haben, wie Edeka selbst einräumt, 17 große Hersteller ihre Belieferung eingestellt, bei weiteren 4 bestellt Edeka nicht mehr – zur Verärgerung der Kaufleute vor Ort, die Stress mit ihren Kunden haben.

Die Supermärkte wollen mit dem „Wucher“ nichts zu tun haben. Vor allem die internationale Food-Industrie wolle, so Edeka, auf der Inflationswelle mitreiten und ‚konfrontieren uns seit Monaten mit ungerechtfertigten und überzogenen Preisforderungen,‘ wofür sie auch einseitige Lieferstopps verhängen.

Angesichts der Preissteigerungen sind viele Kunden auf günstigere Lebensmittel ausgewichen – zum Nutzen der Discounter und der Handelsmarken. Der Anteil der Eigenprodukte

33 <https://www.bauernstimme.de/news/details/lebensmittel-als-inflationstreiber-welchen-anteil-hat-die-landwirtschaft>.

des Handels (wie ‚Gut und Günstig‘ usw.) stieg auf Kosten der klassischen Herstellermarken. Erstaunlicherweise sind aber die Preise der Eigenmarken des Handels stärker angezogen als die Markenprodukte. Der LEH hat sich also seine gute Marktstellung in diesen Zeiten ordentlich honorieren lassen. Und die Industrie kann bereuen, dass sie seit langem gute Produkte unter dem Namen des Handels preiswerter anbietet oder anbieten muss.

Im Einzelnen fehlt es an Transparenz des Marktes, wer der Gewinner der Inflation ist. Aber es gibt genügend Konzerne, so eine Studie des britischen Ökonom Paul Donovan von der Schweizer Großbank UBS, die von der ‚Gierflation‘, wie er sie nennt, profitieren. Die Erzählung der Supermärkte, dass die Kosten der Landwirtschaft die Preise getrieben hätten, hält er für ein Inflationmärchen. „Unsere Recherche war eindeutig: der Preis von Lebensmitteln hat sehr wenig mit dem zu tun, was Landwirte verlangen und erhalten. Die großen Kostenpunkte im Einzelhandel sind Arbeitskräfte, Verkaufsflächen, Werbung und Vertrieb. Mit unserer Analyse konnten wir beweisen, dass höhere Preise im Supermarkt nicht mit steigenden Kosten in der Landwirtschaft gerechtfertigt werden können.“

Der Marktbeobachter kann nur Landwirt:innen und Verbraucher:innen empfehlen, sich das Gebaren der Abnehmer und des Handels sehr genau anzuschauen. Die guten, ja Rekord-Bilanzergebnisse von Westfleisch („raus aus den roten Zahlen“), DMK, Südzucker („Prognose deutlich übertroffen“), Agrarvis („doppelt so hoher Ertrag“), Baywa („außerordentlich gutes Abschneiden“) und RWZ („sehr gut verdient“), von Yara, Kali+Salz AG, von BASF-Agrar (nach Steuern deutlich über Vorjahr), Bayer und Syngenta, von Getreidehändlern wie ADM oder Cargill, von Landtechnikkonzernen und vielen anderen in den so bejammerten Krisenjahren sollten nachdenklich machen. Und die vier großen Handelskonzerne beschwerten sich, dass sie aktuell nicht solche Riesengewinne machen wie in den Corona-Jahren. Den gegenwärtigen Absatzrückgang wollen sie jedenfalls auf Kosten des Einkaufs bei den Landwirten ausgleichen. Und dann haben auch wieder die Ökonomen recht, die niedrige Agrarpreise als systemrelevant und „normal“ bewerten.“

Der Spiegel bemerkt in einer Veröffentlichung vom 10.05.2023:³⁴

„Nicht mehr ganz so stark steigende Lebensmittelpreise haben die deutsche Inflationsrate im April auf den niedrigsten Stand seit über einem halben Jahr gedrückt. [...] Die Nahrungsmittel bleiben auch im April der stärkste Preistreiber unter den Waren und Dienstleistungen im Warenkorb. Zugleich ist es aber die Entwicklung bei Nahrungsmitteln, die für leichte Entspannung sorgt: Denn Lebensmittel verteuerten sich »nur noch« um 17,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat, nach 22,3 Prozent im März. Damit schwächte sich der Preisauftrieb in diesem Bereich erstmals in diesem Jahr wieder ab: Im Januar hatten die Nahrungsmittelpreise um 20,2 Prozent über dem Niveau des Vorjahresmonats gelegen, im Februar waren es 21,8 Prozent.“

34 <https://www.spiegel.de/wirtschaft/service/inflation-april-preisauftrieb-bei-lebensmitteln-laesst-nach-af9d17d4-8fe7-4a80-933a-74f6f2fd94f4>.

Ein Beitrag des Magazins Monitor vom 11.05.2023 macht Profitmitnahmen im Lebensmittelsektor seitens der Markenhersteller aber auch der Eigenmarken seitens der Lebensmittelhändler sowie der Spekulation von Hedgefonds verantwortlich.³⁵

Ein in Zeit Online am 30.05.2023 erschienener Artikel bemerkt:³⁶

„Wer besonders stark von Preiserhöhungen profitiert, lässt sich nicht genau untersuchen, da viele Unternehmen ihre Geschäftszahlen nicht veröffentlichen. Auch die Kostenkalkulationen der Hersteller für einzelne Produkte sowie die Preisverhandlungen mit dem Handel sind nicht transparent. Eine Analyse der 70 größten europäischen Unternehmen aus der Konsumgüterbranche, die ihre Geschäftszahlen veröffentlichen, ergab jedoch zuletzt, dass vor allem größere Herstellerkonzerne ihre Gewinne im vergangenen Jahr steigern konnten. Der Auswertung zufolge, welche die Beratungsgesellschaft Oliver Wyman für das Handelsblatt erstellt hat, konnten auch die Händler ihre Margen leicht erhöhen. Das Motiv dahinter muss nicht zwingend Gier sein. Auch Unsicherheit über die Entwicklung der Kosten dürfte im vergangenen Jahr eine große Rolle gespielt haben. Manche Unternehmen haben ihre Preise wahrscheinlich vorsorglich erhöht, weil sie davon ausgegangen sind, dass sie künftig teurer einkaufen müssen. Inzwischen ist die Lage bei den Energie- und Erzeugerpreisen allerdings lange nicht mehr so dramatisch wie im vergangenen Jahr. Zwar liegen die Erzeugerpreise im Schnitt immer noch über dem Niveau des Vorjahres, aber nur noch um 4,1 Prozent. Im April ist die Teuerungsrate zum siebten Mal infolge gesunken. [...]

Die Lebensmittelindustrie weist die Vorwürfe, sich unangemessen zu bereichern, zurück und auch der Handel beteuert, sinkende Rohstoffpreise an die Verbraucher weiterzuleiten. Im Supermarkt ist davon teilweise allerdings noch wenig zu spüren, wie Ökonomen beobachten. ‚Die Verbraucherpreise bei vielen Lebensmitteln sind nach wie vor hoch, während die Erzeugerpreise in der Landwirtschaft und die Preise für Vorprodukte für die Lebensmittelindustrie in vielen Fällen wieder gesunken sind‘, sagt Joachim Ragnitz vom ifo Institut. [...]

Der Agrarökonom Stephan Cramon-Taubadel von der Universität Göttingen sieht das ähnlich. Er gibt zu bedenken, dass die Rohstoffpreise manchmal nur einen kleinen Teil der Kosten ausmachen, beispielsweise bei Brötchen. Im Durchschnitt liege der Rohstoffanteil an den Verbraucherausgaben bei Lebensmitteln bei knapp einem Viertel. Doch auch Cramon-Taubadel sagt: ‚Der Verdacht liegt nahe, dass manche Unternehmen die Situation ausnutzen, um Gewinnmargen zu erhöhen‘. [...]

Was Preisbremsen für Lebensmittel angeht, sind Ökonomen eher skeptisch. Schließlich sind die meisten Preiserhöhungen gerechtfertigt, weil die Kosten tatsächlich gestiegen sind. ‚Preisbremsen sind deshalb schwierig umzusetzen und könnten Engpässe bei Produkten verstärken‘, sagt der Wirtschaftswissenschaftler Ragnitz. Auch Übergewinnsteuern

35 <https://www.daserste.de/information/politik-weltgeschehen/monitor/videosextern/lebensmittelpreise-profitemit-der-inflation-100.html>.

36 https://www.zeit.de/wirtschaft/2023-05/inflation-profit-lebensmittel-gewinne-unternehmen?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.startpage.com%2F.

hält er für wenig praktikabel. Die Androhung von solchen Steuern könne Unternehmen zwar von künftigen Preiserhöhungen abhalten. Sie seien aber schwierig auszurichten, da zwischen gerechtfertigten und ungerechtfertigten Gewinnen unterschieden werden müsse. Investitionsanreize müssten erhalten bleiben, weshalb es nicht darum gehen dürfe, Gewinne gänzlich zu unterbinden. [...]

Hohe Preise allein sind jedoch nicht verboten, wie in der Vergangenheit auch Kartellamtschef Andreas Mundt betonte. Nach Ansicht von Verbraucherschützern könnte bereits mehr Transparenz helfen, überzogene Preiserhöhungen zu verhindern. ‚Die Preisbildung bei Lebensmitteln ist eine absolute Blackbox‘, kritisiert Bernhard Burdick von der Verbraucherzentrale in Nordrhein-Westfalen. Er plädiert dafür, Lebensmittelhändler dazu zu verpflichten, Preisdaten an eine Transparenzstelle zu melden, um Verbrauchern einen besseren Überblick zu ermöglichen. Der Verbraucherschützer erwartet, dass sich die Lebensmittelkonzerne mit überzogenen Preiserhöhungen eher zurückhalten, wenn Preise besser verglichen werden können‘.

‚Es wäre tatsächlich gut, wenn wir mehr Daten zur Verfügung hätten, zum Beispiel um regionale Preisunterschiede feststellen zu können‘, sagt auch Ökonom Ragnitz. Der Nutzen eines Transparenzregisters sei für die Verbraucher aber begrenzt, da nur wenige die Zeit hätten, zum Einkaufen in unterschiedliche Supermärkte zu gehen. Zugleich betont Ragnitz aber den Einfluss der Verbraucher selbst auf die Preise. Er sagt: ‚Die Verbraucher können ihre Marktmacht nutzen, Preise vergleichen und verstärkt auf günstigere Produkte ausweichen, um den Wettbewerb zu stärken‘.“

Die Europäische Zentralbank (EZB) schreibt in einem am 30.03.2023 erschienenen EZB-Blog:³⁷

„Die Inflation im Euroraum war zuletzt hoch, hauptsächlich aufgrund eines Anstiegs der Energiepreise. Da der Euroraum mehr als die Hälfte der verbrauchten Energie importiert und Energie deutlich teurer geworden ist, haben Haushalte und Unternehmen Realeinkommen verloren. Verschärft wurde die Situation durch Probleme in der Lieferkette, die auch die Importpreise in die Höhe trieben. In einer solchen Situation besteht für Unternehmen ein Anreiz, ihren Anteil an der Belastung durch Preiserhöhungen zu minimieren, um ihre Gewinnmargen zu schützen. In einigen Sektoren könnten die Produzenten sogar versuchen, ihre Margen über das hinaus zu erhöhen, was durch höhere Inputkosten gerechtfertigt wäre, um auch frühere Realeinkommensverluste aufgrund der verschiedenen Schocks der letzten drei Jahre vollständig auszugleichen. Eine weitere Motivation könnte der Versuch sein, in einem Umfeld hoher Unsicherheit Puffer aufzubauen.“

37 <https://www.ecb.europa.eu/press/blog/date/2023/html/ecb.blog.230330~00e522ecb5.en.html>.