Lebensmittelpreise im Höhenflug

Verbraucherperspektive und politische Maßnahmen



Frank Waskow

Arbeitsbereich Lebensmittelqualität und Nachhaltigkeit



Vortrag am 07.09.2023 in Kooperation mit dem ERNÄHRUNGSRAT IM RHEIN-KREIS NEUSS



Foto Pexels: Ivan Samkov



Agenda

- > Die Ursachen für Preissteigerungen bei Lebensmitteln
- Marktcheck Mai 2023
- > Die Situation der Verbraucher:innen
- Lösungsansätze und Forderungen
- > Diskussion und Fragen



Die Ursachen für Preissteigerungen bei Lebensmitteln





Preisentwicklung bei Lebensmitteln

- 2000-2019: durchschnittlich +1,5 %
- 2020-2021: durchschnittlich +3 %
- 2021-2022: durchschnittlich +13 %
- Juli 2022 Juli 2023:
 - > Allgemeine Inflationsrate rückläufig (+6,2 %)
 - > Lebensmittelteuerung +11 %
 - → seit Februar 2023 höher als von Energie
 - → Lebensmittel sind Inflationstreiber Nr. 1



Ursachen für hohe Lebensmittelpreise

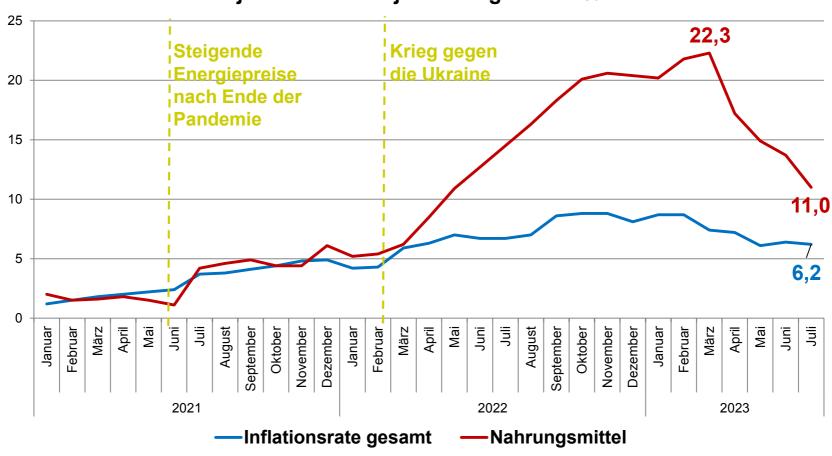
- Hohe Energiepreise
- Krieg gegen die Ukraine
- Schlechte Ernten in versch. Regionen wegen Extremwetter / Klimawandel
- Zweimalige Anhebung des Mindestlohns (2022)
- Mitnahmeeffekte in der Wertschöpfungskette
- Spekulation an Warenterminbörsen (Energie, Rohstoffe, Nahrungsmittel)
- "Horten" von Vorräten durch Unternehmen, Verbraucher:innen, Staaten

→ Die Preisbildung für Lebensmittel ist in Krisenzeiten in hohem Maße intransparent und spekulativ!



Inflationsrate und Preisanstieg bei Lebensmitteln 2021-2023

Allgemeine Inflationsrate und Teuerung bei Nahrungsmitteln je Monat im Vorjahresvergleich in %







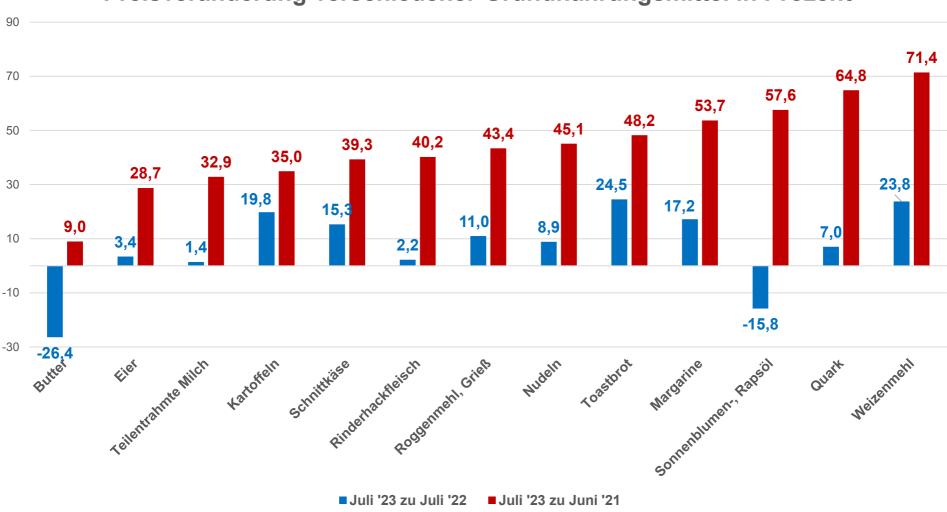
Einordnung statistischer Verbraucherpreise

- Das Statistische Bundesamtes erhebt Lebensmittelpreise, um die Veränderung im Monats- und Vorjahresvergleich zu berechnen.
 Die Teuerung und Index bilden **Durchschnittsdaten** ab.
 - → Konkrete Produkte und Marken werden *nicht* abgebildet
- Durchschnittsdaten gleichen sehr hohe Preise aus und geben kaum die Einkaufsrealität der Verbraucher:innen wieder
- Der statistische Jahresvergleich zeigt nicht das ganze Bild, weil Lebensmittelpreise bereits seit Juni 2021 stark ansteigen
- Viele Verbraucher:innen haben in diesem Zeitraum keinen Inflationsausgleich für Lebensmittel erhalten. Lohnerhöhungen gleichen die Teuerung bei Lebensmittel (in vielen anderen Lebensbereichen) nicht aus!



Was Jahresvergleiche nicht zeigen

Preisveränderung verschiedener Grundnahrungsmittel in Prozent



Quelle: Eigene Berechnung aufgrund von: Statistisches Bundesamt, Verbraucherpreisindex Nahrungsmittel (Stand: 15.08.2023). Beträge jeweils auf- und abgerundet.



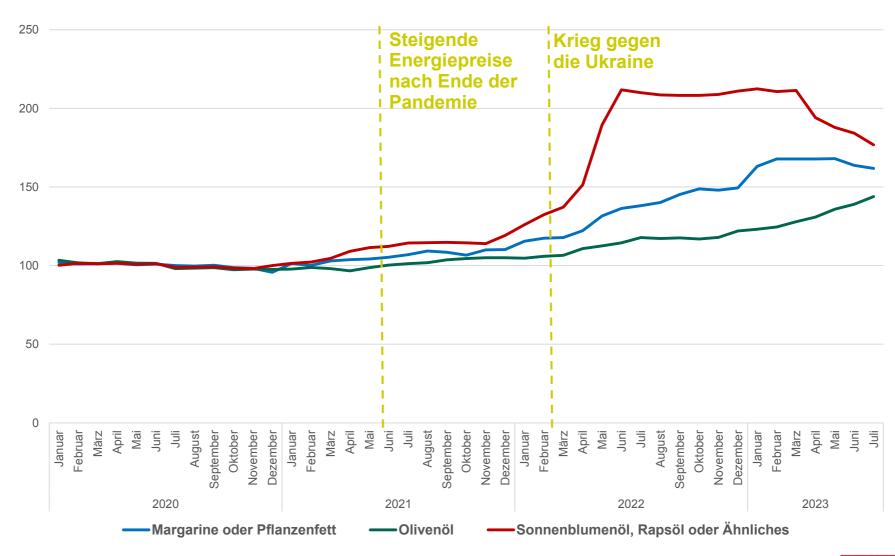
Hintergrund: Sonnenblumenölpreise

- Mit dem Beginn des Kriegs gegen die Ukraine ist Sonnenblumenöl extrem teuer geworden. Ukraine und Russland waren bis dahin die weltweit größten Exporteure von Sonnenblumensaaten. Die Preisbildung bei Ölen wird zudem von den internationalen Märkten und Börsen beeinflusst.
- Sonnenblumenöl im Vergleich Juni 2021 Juli 2022: +88,8 %
 (Stat. Bundesamt Verbraucherpreisindex Juli 2023)
- Rapssaat und Rapsöl war zu keiner Zeit knapp und trotzdem extrem teuer.
 Rapsöl in 1 Liter Plastikflasche im Jahresvergleich
 Im Juni 2020 Ø: 0,99 € im Juni 2023 Ø: 1,80 € (Quelle: AMI Juli 2023)
- Inzwischen werden wieder Sonnenblumensaaten aus der Ukraine exportiert.
 Die Einzelhändler haben die Preise inzwischen für Sonnenblumenöle und Rapsöle gesenkt – allerdings immer noch deutlich teuer als 2021.
- Generell: Das Preisniveau von 2012 wird jedoch nicht mehr erreicht.



Verbraucherpreisindex pflanzliche Fette und Öle

Januar 2020 - Juli 2023 (2020 = 100 %)





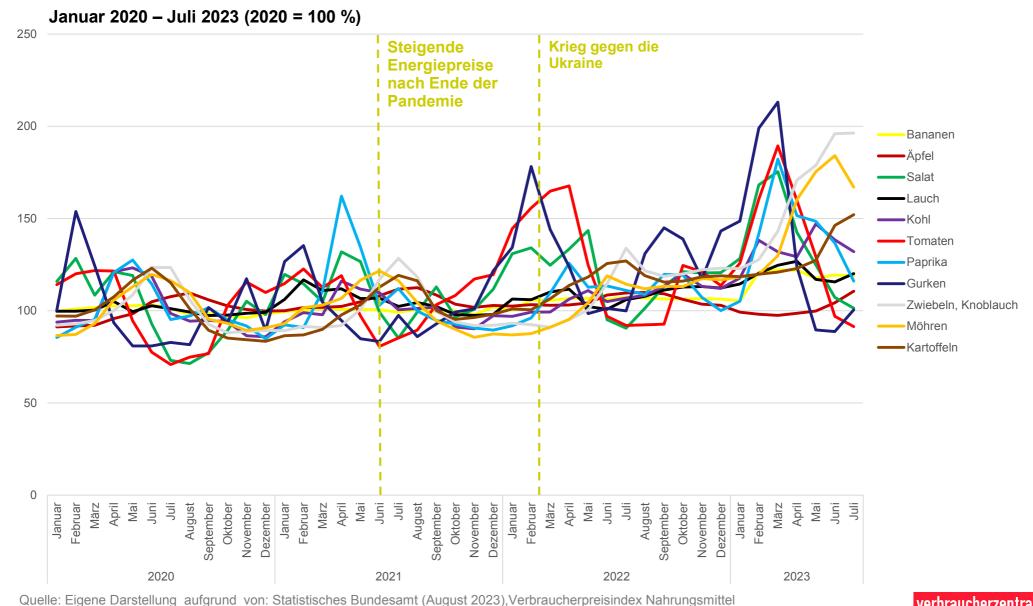


Hintergrund: Gemüse- und Obstpreise

- Deutschland kann sich nur zum Teil mit Obst und Gemüse selbst versorgen.
 Der Selbstversorgungsgrad 2022 betrug bei Obst 14 % und bei Gemüse 37 %.
 (AMI, BLE, BMEL 2022)
- Die Preise von Gemüse und Obst bewegen sich trotz Pandemie und Krieg gegen die Ukraine größtenteils im Preiszyklus der Jahreszeiten.
- Die Preise von Import- und Treibhausware wie Salate, Tomaten, Paprika und Gurken sind im Jan.-April 2023 stark angestiegen. Hier spielen u.a. Missernten durch Frost / Unwetter in den Mittelmeerländern eine Rolle.



Verbraucherpreisindex von ausgewähltem Obst, Gemüse und Kartoffeln



Marktcheck zu Preisen bei Lebensmitteln des täglichen Bedarfs Mai 2023





Marktcheck Mai 2023

In Filialen von vier großen Einzelhändlern in fünf Großstädten in NRW





Günstigster Warenkorb: 34,78 €

Teuerster Warenkorb: 71,85 €

Differenz: 37,07 € - entspricht +107 %



Blumenkohl

Möhren

Äpfel

Bananen

Kartoffeln

Weizentoastbrot

Frische Weizenbrötchen

Weizenmehl

Spaghetti

Reis

Frische Milch

Joghurt

Gouda

Eier

Hackfleisch

Hühnerbrust

Kidneybohnen

Sonnenblumenöl

Butter











Erhebliche Preisunterschiede über alle untersuchten Filialen

- 17 von 20 Lebensmittel zeigten eine Preisspanne von über 100 %
 - Größter Preisunterschied bei Kartoffeln für vergleichbares Produkt über 400 %
- Die Preise vergleichbarer Eigenmarken des Handels weichen meist nur wenig oder gar nicht voneinander ab
- Eigenmarken sind überall günstiger als **Markenprodukte**, dabei ist die Qualität meist ähnlich (Stiftung Warentest¹)
- Discounter sind nicht immer die günstigste Wahl (Butter, Pflanzenöl)
- Obst und Gemüse (saisonal) entgegen Behauptungen günstiger als Fleisch

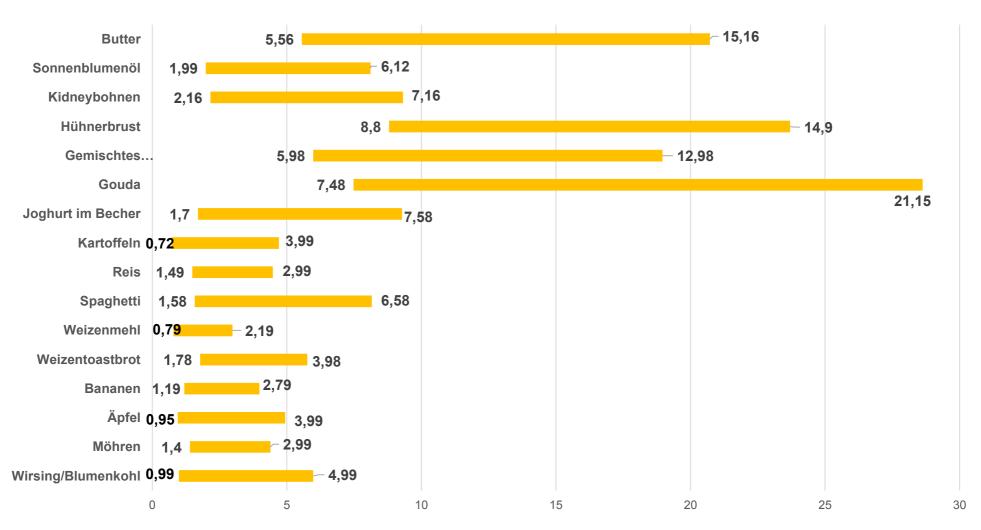
Quellen: Eigene Datenerhebung und Fotos

¹ Stiftung Warentest (2023): Handelsmarke gegen Marke – Die Sparstars. In: test-Magazin Nr. 2/2023



Preise vergleichen lohnt sich!

Günstigstes - teuerstes Lebensmittel im Einstiegssegment



Quelle: Eigene Datenerhebung am 09.05.2023



Leere Regale bei Markenprodukten?

Kellogs, CocaCola, Mars, Twix, M&M, PepsiCola, Lipton, 7 Up, Miracoli, Milka...

Nach Aussagen des Handels fordern Herstellern stark überhöhte Preise! Durchsetzung eines neuen Preisniveaus in Deutschland?

- Kellogs, das weltgrößte Getreideproduktunternehmen
- Coca-Cola und Pepsi, weltweit die beiden größten Getränkeunternehmen
- Mars in über 80 Ländern mit mehr als 35 Mrd.US-Dollar Umsatz
- Danone, weltweites Lebensmittelunternehmen mit über 190 Produktionsstätten
- Müller Milch, eines der größten Molkereiunternehmen mit 4,3 Mrd. € Umsatz
- ...
- → = Anders als klein- und mittelständische Unternehmen, sollten **Konzerne** mit großen Umsätzen und Gewinnen **Kostensteigerungen gut aushalten** können...

Situation und Folgen für die Verbraucher:innen









- Preise steigen in Deutschland stärker als in anderen EU-Ländern¹
 2015 2023: Deutschland +46,5 %
 - → Frankreich +36,2 %, Spanien +41,2 %, Eurozone +39,5 %
- Preise von Eigenmarken sind 2023 im Vergleich zu 2022 stark gestiegen, im Ø über 30%² Ja! (Rewe), Gut & Günstig (Edeka), Milsani (Aldi Süd), Milbona (Lidl)
 Eigenmarken stiegen im Preis stärker als Markenprodukte, sind allerdings dennoch deutlich günstiger³
- Preisunterschiede zwischen Einzelhändlern und Preissteigerungen z. T. nicht nachvollziehbar → Indizien weisen auf: Mitnahmeeffekte.
 Wegen intransparenter Preisbildung für uns nicht nachzuweisen.
- Aktuelle Analyse: die vier führenden Lebensmittelhändler haben in den letzten zwanzig Jahren die Inflation nicht gedämpft, sondern erhöht!⁴



¹ Eurostat (August 2023), Harmonisierte Verbraucherpreisindizes Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke (2015=100), Beträge jeweils auf- und abgerundet)

² Foodwatch (März 2023), Preissprung bei Aldi, Lidl, Rewe & Co.: Eigenmarken verteuern sich deutlich stärker als Markenprodukte

³ NZZ (November 2022), Billigmarken plötzlich teuer: Wie Aldi, Rewe und Co. von der Krise profitieren

⁴ Lademann, R., Kleczka, M. (2023). Marktbeherrschung im Lebensmitteleinzelhandel? Eine wettbewerbsökonomische Analyse der Handelsentwicklung und ihrer Folgen für Lieferanten und Verbraucher. Dfv Mediengruppe, R&W.

Versteckte Preiserhöhungen



→ Füllmengen reduzieren, um Preiserhöhungen zu verbergen















statt 1.000 g nur noch 750 g
statt 3,79 €, jetzt 4,99 €
Zutaten/Rezeptur identisch



von 500 ml auf 400 ml
statt 0,99 € jetzt 1,49 €
keine Süßstoffe,
dafür mehr Zucker



Was beobachten wir

Versteckte Preiserhöhungen

- Shrinkflation (weniger Inhalt)
 - Sanella: 400 statt 500 Gramm für 2,19 €: +25 %
 - Naturgut Bio Holzofen-Pizza: 410 statt 460 Gramm, von 2,99 auf 2,49 €: +35 %
 - Haribo Goldbären: 175 statt 200 Gramm für 0,99 €: +14 %
- Skimpflation (Austausch von teuren gegen billige Zutaten)
 - Rama Dreiviertelfettmargarine 60%: 36 % statt 46 % Rapsöl, dafür mehr Wasser
 - Milka Nussini Waffelschnitte: 9,5 % statt 14 % Haselnüsse → daher keine Haselnusscreme mehr, sondern Creme mit Haselnussgeschmack
- Falsche oder fehlende Grundpreisangaben an den Regalen



Was bedeutet das für Verbraucher:innen?

- ➤ Haushalte mit *geringem* Einkommen sind besonders stark von der Lebensmittelteuerung betroffen¹
- ➤ Gesunde Lebensmittel sind meist teurer als ernährungsphysiologisch ungünstigere
- ➤ 14 Mio. Menschen sind armutsgefährdet²
- ➤ Rund drei Mio. Menschen sind von Ernährungsarmut betroffen³
- Immer mehr Menschen können sich eine gesunde Ernährung nicht (mehr) leisten.

¹ Statistisches Bundesamt (2022), Struktur Konsumausgaben privater Haushalte nach dem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen 2021

² Der Paritätische Gesamtverband (2023). Armutsbericht 2022 (aktualisiert)

³ FAO, IFAD, UNICEF, WFP, & WHO (2022). The State of Food Security and Nutrition in the World / WBAE beim BMEL (2023). Ernährungsarmut unter Pandemiebedingungen. Stellungnahme

Lösungsansätze und Forderungen







Forderungen: Lebensmittelmarkt

In Krisenzeiten braucht der Lebensmittelmarkt dringend **Leitplanken**. V.a. wenn es um Grundnahrungsmittel und versteckte Preiserhöhungen geht. Einige Preiserhöhungen geben Hinweise auf **Mitnahmeeffekte**.

- Eine **Monitorstelle**, um die Preisbildung von konkreten Lebensmitteln zu verfolgen und stichprobenweise **auffällige Preiserhöhungen** zu überprüfen.
- Datengrundlagen schaffen: Mit elektronischen Warenwirtschafts-, Kassensystemen und EAN-Codes können die Preise konkreter Produkte und Marken erhoben werden. Dafür müssen die rechtlichen Grundlagen geschaffen werden.
- Mehr Kompetenzen für das Kartellamt schaffen, um Mitnahmeeffekte und versteckte Preiserhöhungen zu sanktionieren.
- Eine **Kennzeichnung von Preiserhöhungen** in der Werbung und am Regal schaffen für mehr Transparenz für Verbraucher:innen



Forderungen: Sozialpolitik

- Kosten gesunder Ernährung in der Berechnung von Grundsicherungsleistungen angemessen berücksichtigen
 - Der Bürgergeld-Regelbedarf für Nahrungsmittel orientiert sich an Gruppen der untersten 15% bzw. 20% Einkommensklassen. Diese Gruppen sind meist selbst von Ernährungsarmut betroffen oder bedroht.
- Unterstützung von armutsgefährdeten Bevölkerungsgruppen, die keine Transferleistungen in Anspruch nehmen
 - Schnelle, unkomplizierte Hilfeleistungen, insbesondere in Krisenzeiten
 - Beispiele anderer europäischer Länder: Versorgung in Schulen, Mahlzeiten zum Abholen, Gutscheinsysteme etc.



Nachhaltigkeitsstrategie

- Stärkung einer regional-nachhaltigen Lebensmittelversorgung
 - Bio-Regionale Lebensmittelproduktion und Wertschöpfungsketten machen unabhängiger von Importen
 - Selbstversorgungsgrad u.a. von Obst und Gemüse erhöhen!
 - Klimaanpassung in der Landwirtschaft beschleunigen, verkürzte Lieferwege senken CO₂-Ausstoß
 - Mehr Wertschätzung und weniger Verschwendung von Lebensmitteln
 - Verbindliche Ziele zur Reduzierung von Lebensmittelverlusten
 - Einkaufsstrategien von Handel/Hersteller verändern (Klasse I)
 - Weitergabe von Lebensmittel und Speisen erleichtern
- → Lieferengpässe durch Krisen verringern, so dass Preisausschläge bei Lebensmitteln geringer ausfallen!





"Regional essen! Mach mit!" Sei auch in 2023 dabei! 3. bis 10. September

https://ernaehrungsrat-rkn.de/aktion-regional-essen-mach-mit/

Diskussion und Fragen





Vielen Dank!

Frank Waskow
Gruppe Markt und Konsum, Verbraucherzentrale NRW frank.waskow@verbraucherzentrale.nrw







Positionspapier der VZ NRW

Gutes Essen für alle in NRW.
 Positionen und Forderungen bei gestiegenen Lebensmittelpreisen (März 2023)
 www.verbraucherzentrale.nrw/sites/default/files/2023-03/pospap-lm-preise_vznrw.pdf

Für weitere Informationen hier der Link zum Podcast:
 "Teure Lebensmittel: Keine Angst vor hohen Preisen!"
 https://verbraucherpod.podigee.io/38-lebensmittelpreise#t





Weitere Informationen

- Positionspapier der Verbraucherzentrale NRW (März 2023):
 Gutes Essen für alle in NRW. Positionen und Forderungen bei erheblich
 gestiegenen Lebensmittelpreisen.
 https://www.verbraucherzentrale.nrw/sites/default/files/2023-03/pospap-lm-
 - https://www.verbraucherzentrale.nrw/sites/default/files/2023-03/pospap-lm-preise_vznrw.pdf
- Monatliches Lebensmittelpreise-Monitoring der Verbraucherzentrale NRW (mit den Ergebnissen des Lebensmittelpreise-Marktchecks von Mai 2023): https://www.verbraucherzentrale.nrw/wissen/lebensmittel/lebensmittelproduktion/steigende-lebensmittelpreise-fakten-ursachen-tipps-71788
- Monetti, S. (2023). Ernährungsarmut in Deutschland Privatisierung des Hungers statt vorsorgender Sozialpolitik. In Der kritische Agrarbericht 2023. Schwerpunkt "Landwirtschaft & Ernährung für eine Welt im Umbruch". ABL Verlag.
 - https://kritischer-agrarbericht.de/fileadmin/Daten-KAB/KAB-2023/KAB 2023 331 337 Monetti.pdf

Weitere Quellen



Mitnahmeeffekte in der Lebensmittelwertschöpfungskette

- Ragnitz, J. (2022). Gewinninflation und Inflationsgewinner. ifo Dresden berichtet, 29(05), 24-28.
- Lademann, R., Kleczka, M. (2023). Marktbeherrschung im Lebensmitteleinzelhandel? Eine wettbewerbsökonomische Analyse der Handelsentwicklung und ihrer Folgen für Lieferanten und Verbraucher. Dfv Mediengruppe, R&W

(Mehr)kosten einer gesunder Ernährung in Deutschland

- Kuntz, B., Waldhauer, J., Zeiher, J., Finger, J. D., & Lampert, T. (2018). Soziale Unterschiede im Gesundheitsverhalten von Kindern und Jugendlichen in Deutschland – Querschnittergebnisse aus KiGGS Welle 2.
- WBAE beim BMEL (2020). Politik für eine nachhaltigere Ernährung: Eine integrierte Ernährungspolitik entwickeln und faire Ernährungsbedingungen gestalten. Gutachten.
- Biesalski, H. K. (2021). Ernährungsarmut bei Kindern Ursachen, Folgen, COVID-19. Aktuelle Ernährungsmedizin, 46(05), 317-332.
- Kabisch, S., Wenschuh, S., Buccellato, et al. (2021). Affordability of different isocaloric healthy diets in Germany An assessment of food prices for seven distinct food patterns. *Nutrients*, *13*(9), 3037.
- Hohoff, E., Zahn, H., Weder, S., et al. (2022). Food costs for vegetarian, vegan and omni-vore child nutrition: is a sustainable diet feasible with Hartz IV. Ernährungsumschau, 69(9), 136-40.
- Deutscher Bundestag, Wissenschaftliche Dienste (2022). Kosten einer Ernährung nach den Empfehlungen der DGE. WD 5 3000 143/22
- WBAE beim BMEL (2023). *Ernährungsarmut unter Pandemiebedingungen*. Stellungnahme.