

DIE WELT

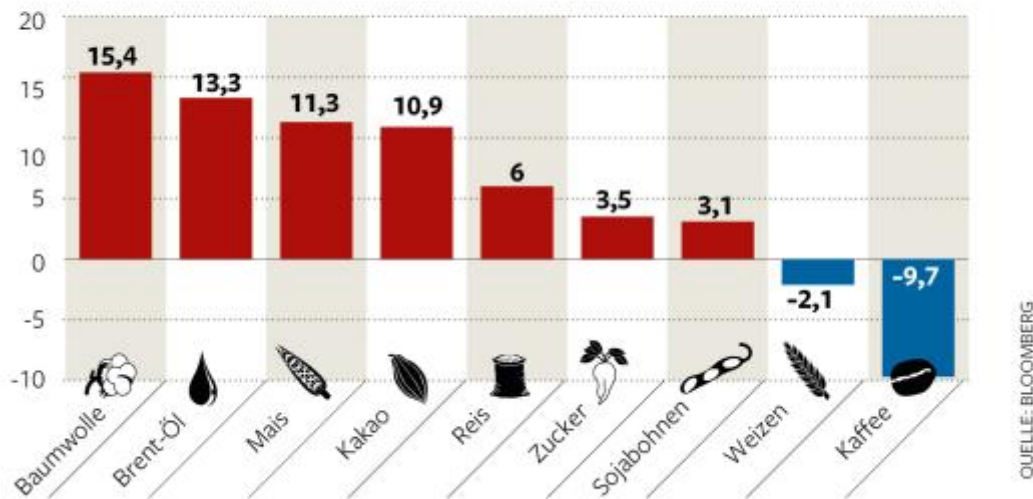
So macht der schwache Euro das Leben teurer

Der Euro verliert an Wert – mit Folgen für den Geldbeutel der Verbraucher. Kaffee ist teurer, die Spritpreise steigen, Urlaub kostet mehr. Bei anderen Waren sind höhere Preise nur eine Frage der Zeit.

Von Anja Ettel, Carsten Dierig, Holger Zschäpitz

ROHSTOFFPREISENTWICKLUNG SEIT JAHRESANFANG 2015

auf Euro-Basis in Prozent



DIE  WELT

Foto: Infografik Die Welt Wie sich die zum Teil markanten Preisaufschläge bei Rohstoffen auf die Produktpreise für Verbraucher auswirken, ist noch nicht absehbar

Noch haben die meisten Deutschen gar nicht richtig Notiz genommen vom schwachen Euro. Allenfalls Fernreisende dürften schon gemerkt haben, dass der Urlaub plötzlich teurer wird als gedacht, weil sie für ihre umgetauschten Euros so wenig Gegenwert bekommen wie seit Jahren nicht mehr.

WERBUNG

Schließlich ist die Gemeinschaftswährung mit 1,047 Dollar in dieser Woche auf den niedrigsten Stand seit zwölf Jahren gefallen. Schon bald könnte der Euro nur noch einen Dollar wert sein. Viele Experten halten den Rückgang auf Wechselkursparität zum Dollar für eine ausgemachte Sache. Die großen Investmentbanken unterbieten sich mit ihren Prognosen. Am Freitag kürzte Goldman Sachs ihre Vorhersage auf 0,80 Dollar.

Schon jetzt hat der Euro innerhalb von neun Monaten rund ein Viertel seines Wertes verloren. Worauf sich die Verbraucher demnächst einstellen müssen, zeigt bereits der sogenannte Big-Mac-Index. Gemäß dieses Barometers, das die Kaufkraft weltweit vergleicht, ist der Euro inzwischen zur Weichwährung geworden.

Zum Dollar ist er 18 Prozent unterbewertet. Europäische Verbraucher können sich in den USA also ein Fünftel weniger Güter und Dienstleistungen als die Amerikaner leisten, weil ihr Geld schlicht weniger wert ist. Diesen

globalen Wohlstandsverlust bekommen auch jene Verbraucher zu spüren, die sich nicht auf Reisen begeben, sondern Importgüter kaufen.

Tchibo verkauft Pfund Kaffee für bis zu 30 Cent mehr

Tatsächlich reagieren die ersten Unternehmen bereits. Den Anfang machte vor zwei Wochen der Kaffeeröster Tchibo. Das Hamburger Unternehmen kündigte an, die Preise für das Pfund Kaffee um bis zu 30 Cent erhöhen zu müssen. Zur Begründung musste der fallende Euro herhalten. Schließlich wird Rohkaffee in Dollar gehandelt. Und da der Dollar teurer werde, verteuere sich in der Folge auch der Kaffee.

Doch das beliebteste Heißgetränk der Deutschen ist nicht das einzige Gut, das künftig teurer wird. Da quasi alle Rohstoffe, vom Öl über Kupfer bis hin zu Weizen und Zucker in Dollar fakturiert werden, treibt der Absturz des Euro die Rechnungen in die Höhe.

Besonders bemerkbar macht sich das an der Tankstelle. Der schwache Euro macht Benzin und Diesel teurer. Seit Jahresbeginn sind die Preise für Benzin E10 um acht Cent auf 1,37 Euro je Liter gestiegen und für Diesel um vier Cent auf 1,21 Euro, teilte der Mineralölwirtschaftsverband mit.

Dieser Preisanstieg sei allein auf den Abwertung des Euro zurückzuführen. Rohöl der Nordsee-Sorte Brent koste wie zu Beginn des Jahres ungefähr 57 Dollar je Barrel (159 Liter). Der Euro habe seitdem jedoch rund zwölf Prozent an Wert verloren, von 1,20 auf 1,06 Dollar. Entsprechend lege der Ölpreis in Euro gut 13 Prozent zu.

Bei anderen Rohstoffen sind die Preisaufschläge teilweise noch markanter. Baumwolle hat sich in Euro gerechnet um 15 Prozent verteuert, Mais und Kakao um elf Prozent, Reis um sechs und Zucker um vier Prozent. Über mögliche Konsequenzen für die Verbraucher halten sich viele Unternehmen allerdings bisher bedeckt, wie eine Umfrage der "Welt" unter führenden Unternehmen mehrerer Importbranchen zeigt.

Am weitesten wagt sich noch die Textilbranche vor, die für die kommenden Monate Preiserhöhungen vorhersagt. "Es muss teurer werden, daran führt gar kein Weg vorbei", sagt zum Beispiel Thomas Rasch, der Hauptgeschäftsführer des Modeindustrieverbandes German Fashion.

Gewinner und Verlierer der Euro-Schwäche

- Exporteure
- Konjunktur
- Dax-Konzerne
- Importeure
- Urlauber
- Unternehmen
- Nicht-Euro-Staaten

Die Mode- und Schuhbranche hängt besonders an den Launen der Devisenmärkte. Schließlich stammt ein Großteil der Ware aus Fernost und damit aus einer Region, deren Währungen an den Dollar gekoppelt sind. Tatsächlich hat der Euro zum chinesischen Yuan oder dem Taiwan-Dollar ähnlich stark abgewertet.

Mode wird spätestens im Winter deutlich teurer

Anders als an der Tankstelle bekommen die Verbraucher hier noch eine Schonfrist. Die Preiserhöhungen setzen erst mit Verzögerung ein. Denn die Ware für den anstehenden Sommer und größtenteils auch schon für Herbst ist längst bestellt.

"Danach aber dürfte die Abwertung des Euro voll durchschlagen", fürchtet Jürgen Dax, der Hauptgeschäftsführer beim Bundesverband des deutschen Textileinzelhandels (BTE). "Bei der nächsten Winter- und Frühjahrskollektion wird es daher Preisanhebungen geben", prognostiziert der Branchenvertreter.

Vor allem im Billigsegment. Denn dort ist der Anteil von Material- und Fertigungskosten am Produktpreis wesentlich höher als im Mittel- und Hochpreissegment. Bei einer Premiummarke wie Hugo Boss zum Beispiel machen Marketing und Werbung einen Großteil des Preises aus, beim Discounter KiK dagegen spielen solche Faktoren praktisch keine Rolle.

Unternehmen zieren sich, Details zu Preiserhöhungen zu nennen

Wie hoch die vorausgesagten Preiserhöhungen ausfallen werden, will keiner der Experten prognostizieren. Wahrscheinlich ist aber eine Mischkalkulation. "Einige Teile werden sich im Preis nicht verändern, andere dagegen sogar deutlich anziehen und damit die anderen subventionieren", sagt Rasch mit Verweis auf die sogenannten Eckpreislagen.

Gibt es von einer Marke zum Beispiel ein Herrenhemd für 49 und für 59 Euro, werden nicht beide plötzlich fünf Euro teurer. Wahrscheinlicher ist, dass der Preis des einen Hemdes bei 49 Euro bleibt, das andere dann aber von 59 auf 69 Euro springt.

In anderen Branchen hingegen hält man sich bisher bedeckt, obwohl gerade in der Elektronik- und Nahrungsmittelindustrie ein Großteil der Rohstoffe und Vorprodukte vom Wechselkurs des Euro zum Dollar abhängt.

Beispiel Apple: Der US-Konzern hat vor wenigen Tagen den Euro-Preis für alle mobilen MacBooks erhöht, wie die Technikexperten von heise.de festgestellt haben. Sie sind meist zwischen 100 und 150 Euro teurer geworden – bei unveränderten Dollar-Preisen. So kostet etwa das neue MacBook Pro mit 13-Zoll-Retina-Display jetzt 1450 Euro statt 1300 Euro. Das 15-Zoll-Modell mit 2,5 GHz-Prozessor ist sogar 300 Euro teurer geworden.

MediaMarkt und Saturn glauben an stabile Preise

Die Elektronikhändler in Deutschland geben sich derzeit aber noch gelassen. "Auch wenn unsere Lieferanten zum Teil aus Asien oder anderen Ländern außerhalb des Euro-Raums kommen, haben sie ihre Vertriebsorganisation in Deutschland. Dort kaufen wir ein, bezahlen in Euro und rechnen derzeit auch nicht mit Preiserhöhungen", sagte etwa eine Sprecherin der Media-Saturn-Holding. Andere Unternehmen, wie etwa der US-Cornflakeshersteller Kellogg wollen sich dazu öffentlich überhaupt nicht äußern und verweisen auf "rechtliche Gründe".

Klar scheint jedoch: Der Euro-Abwertung kann sich auf Dauer niemand entziehen. "Wir rechnen damit, dass die Importpreise durch die anhaltende Euro-Schwäche erstmals seit zwei Jahren wieder anziehen werden", sagt Jens Nagel, Hauptgeschäftsführer der Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels in Köln.

Im vergangenen Jahr wurden importierte Güter billiger, vor allem Rohöl und Ölprodukte. Selbst ohne Öl gingen die Einfuhrpreise noch um 0,7 Prozent zurück – eine importierte Entlastung des Verbrauchers. Dieser Trend hat sich im Januar bereits gedreht; die Einfuhrpreise ohne Energie waren um 1,3 Prozent höher als vor einem Jahr. Das dürfte sich fortsetzen.

Die Europäische Zentralbank, die mit ihrer Geldpolitik die Verbilligung des Euro betreibt, bekommt damit das, was sie intendiert: höhere Preise.