



GRAFIK MÜLLERLEILE / Fotos: © Björn Wyljezich/adobe.stock.com, © Pixelot/adobe.stock.com, © Jiri Hera/adobe.stock.com, © Schlierner/adobe.stock.com

„Deutschland ist kein Freizeitpark“

Arbeit Kanzler Scholz kritisiert abschätzige Aussagen. DGB-Chefin mahnt: Regierung soll Tariffucht eindämmen.

Hannover. Auf Kundgebungen und Veranstaltungen in ganz Deutschland haben die Gewerkschaften zum Tag der Arbeit bessere Arbeitsbedingungen und mehr Tarifbindung gefordert. Die Vorsitzende des Deutschen Gewerkschaftsbundes, Yasmin Fahimi, forderte bei der zentralen Kundgebung in Hannover eine „Tarifwende“. Nur noch gut die Hälfte aller Beschäftigten falle unter den direkten Schutz eines Tarifvertrags, sagte sie und forderte die Bundesregierung auf, über das Bundestariftreugesetz hinaus Maßnahmen zu ergreifen, um wieder 80 Prozent zu erreichen. Bundeskanzler Olaf Scholz (SPD) betonte in einer Videobotschaft, Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in Deutschland hätten 2023 so viele Stunden gearbeitet wie nie zuvor. „Deshalb ärgert es mich, wenn manche abschätzig vom ‚Freizeitpark Deutschland‘ reden – oder wenn gefordert wird, das Renteneintrittsalter anzuheben.“

Arbeitgeberpräsident Rainer Dulger erklärte hingegen: „Wir brauchen mehr und nicht weniger Arbeit.“ Das Land diskutiere zu viel „über die Bedingungen von Nicht-Arbeit – und zu wenig über den Wert von Arbeit“. In Zeiten geringen Wachstums, einer älter werdenden Gesellschaft und des Fachkräftemangels müssten alle anpacken, um gute Arbeitsplätze und Wohlstand sichern zu können“ *afp/dpa*

Knackige Preise und Tricks am Regal

Nahrungsmittel Die Preise von Schokolade und Chips sind drastisch gestiegen. Mit der Entwicklung der Rohstoffpreise lässt sich das nicht begründen, sagen Experten. *Von Theodor Hölzle*

Die Inflationsrate hat im April im Vorjahresvergleich 2,2 Prozent betragen. Das ist weit unter den hohen Werten, die 2022 und 2023 erreicht wurden. Doch die verlangsamte Preissteigerung verdeckt etwas Wesentliches, was viele Menschen im täglichen Einkauf im Supermarkt spüren. Die Preise für Süßwaren und Snacks sind drastisch höher als noch vor zwei Jahren, in Einzelfällen haben sich diese fast verdoppelt. Das zeigt ein Vergleich ausgewählter Produkte, den die Preis-Info-App „Smhaggle“ für diese Zeitung erstellt hat. Darin werden die Regalpreise beliebter Produkte aus dem Januar 2022 mit den Preisen im April 2024 verglichen.

Von den Produkten in der Auswahl haben alle starke Preiserhöhungen durchgemacht. Dabei reicht die Spanne von einer Erhöhung von rund sieben Prozent bei den Toffifee Pralinen von Storck bis hin zu den Leibnitz Butterkekse, deren Preis sich von 0,99 Euro auf 1,89 Euro erhöht hat, ein Anstieg von 91 Prozent. Alle anderen Produkte auf der Liste sind zwischen 17 Prozent und 39 Prozent teurer geworden. Die größte absolute Preiserhöhung gab es beim Magnum Eis Classic, das um 1,40 Euro zulegte. Gleichzeitig ist das Eis auch ein Beispiel für eine Herstellerstrategie, die viele Süßwaren betrifft: die sogenannte „Shrinkflation“. Vor März 2024 waren in einer Packung 660 ml Eis enthalten, danach kamen nur noch Packungen mit 600 ml Inhalt auf

den Markt. Der Produktinhalt schrumpfte also, während der Preis gleich blieb. Einen gesonderten Hinweis auf der Verpackung gab es dazu nicht.

Süßes häufig in Mogelpackungen

Die Verbraucherzentrale Hamburg beschäftigt sich intensiv mit solchen Mogelpackungen der Hersteller und führt auch eine Liste über Produkte, die von Verbrauchern gemeldet wurden. Im Jahr 2023 wurden 104 Produkte hinzugefügt, bei 29 handelte es sich um Süßwaren. Armin Valet, der bei der Verbraucherzentrale Hamburg in der Abteilung Lebensmittel und Ernährung arbeitet, erklärt den psychologischen Hintergrund: „Wenn ich mir als Verbraucherin oder Verbraucher

Süßigkeiten kaufe, dann gönne ich mir etwas und achte nicht genau auf den Preis. Das wissen die Hersteller, darum können sie bei solchen Produkten leichter an der Preisschraube drehen oder die Packungsgröße ändern“.

Ein großes Problem sei, dass man bei stark verarbeiteten Lebensmitteln nicht nachvollziehen könne, wie sich der Preis zusammensetzt. Valet hält viele Erhöhungen trotz gestiegener Zucker- und Kakaopreise für nicht gerechtfertigt. „Bei Markenprodukten sind die Rohstoffpreise gar nicht so relevant“, sagt Valet. Diese hätten oft die gleichen Inhaltsstoffe wie No-Name-Produkte, seien aber trotzdem teurer und hätten somit eine hohe Gewinnmarge.

Auch wie der Regalpreis letztendlich zustande kommt, ist für Außenstehende unklar. „Die Füllmengen machen die Hersteller, die Preise der Handel. Wer sich welches Stück vom Kuchen abschneidet, ist intransparent“, erklärt Valet. Hersteller und Händler würden ständig im Austausch stehen, wenn zum Beispiel ein großer Händler ein Produkt nicht über einem bestimmten Schwellenpreis anbieten wolle, könne es sein, dass der Hersteller deshalb die Packungsgröße verkleinere.

„Kilopreis ist eine Krücke“

Valet würde sich wünschen, dass Preiserhöhungen in Zukunft klarer kommuniziert werden und dass Verpackungen „mitschrumpfen“, wenn der Inhalt weniger

wird. Der im Supermarkt angebotenen Kilopreis bringe den Verbrauchern wenig: „Der Kilopreis ist eine Krücke, die nicht wirklich hilft. Man würde die Veränderung nur erkennen, wenn man den vorherigen Preis auswendig wissen würde“, sagt Valet.

Das Thema bleibt aktuell. Denn weitere Preiserhöhungen, egal ob mit oder ohne Mogelpackung, wird es geben, das sagt auch Sven Reuter, der Chef von „Smhaggle“ und der my-value-shopping GmbH. „Wenn man das historisch sieht, sind die Lebensmittelpreise jedes Jahr gestiegen, dazu gehören natürlich auch Süßigkeiten und Snacks“. Es gäbe keine übergeordnete Logik, die die Preiserhöhungen diktiert, Hersteller würden einfach irgendwann entscheiden, dass ihr Produkt bis dahin zu billig verkauft worden sei. Nach einer Erhöhung würden die Hersteller genau darauf achten, ob die Verkaufszahlen konstant bleiben.

Lohnt es sich deshalb, generell statt den Produkten der Markenhersteller die Eigenmarken des Handels zu kaufen? Nach den Worten Sven Reuters ist das nur bedingt sinnvoll, denn auch No-Name-Produkte seien von Preiserhöhungen betroffen. „Marken und No-Name-Produkte steigen meist nahezu parallel im Preis, erst das Markenprodukt, dann die Eigenmarke.“

Info Eine ausführliche Aufstellung, welche Markenhersteller hinter Handelsmarken für Süßes stecken, gibt es unter www.swp.de/wirtschaft

Kohleausstieg vereinbart

Energie Die G7-Staaten wollen den Ausstieg bis 2035 schaffen.

Turin. Die führenden westlichen Industrienationen (G7) wollen bis 2035 aus der Kohleverstromung aussteigen. Darauf haben sich die für Klima, Energie und Umwelt zuständigen G7-Ministerinnen und -Minister bei ihrem Treffen nahe dem italienischen Turin geeinigt, wie aus der Abschlusserklärung hervorgeht. Für Deutschland hat der Beschluss der Staatengruppe, zu der neben Italien auch Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Japan, Kanada und die USA zählen, nach Einschätzung von Bundeswirtschaftsminister Robert Habeck keine Auswirkungen.

Habeck begründete das mit der Wirkung des europäischen CO₂-Handels. Deutschland will bis zum Jahr 2038 aus der Kohle aussteigen. Die Ampelkoalition hatte aber vereinbart, diesen Schritt „idealerweise“ auf 2030 vorzuziehen. Im vergangenen Jahr stammten gut 25 Prozent des Stroms aus Kohle. *dpa*

Bis zu 91 Prozent teurer im Zwei-Jahresvergleich

Preissteigerungen bei Süßigkeiten

Produkt	Aktuelle Menge	Regalpreis in Euro		Steigerung in Euro	Steigerung in Prozent
		01/2022	04/2024		
Milka Tafelschokolade Alpenmilch	100 g	1,15	1,35	0,20	17
Leibniz Butterkekse Das Original	200 g	0,99	1,89	0,90	91
Haribo Goldbären	175 g (bis 07/2022: 200 g)	0,99	1,19	0,20	20
funny-frisch Chipsfrisch ungarisch	150 g (bis 10/2022: 175 g)	1,69	1,99	0,30	18
Storck Toffifee Pralinen	125 g	1,39	1,49	0,10	7
kinder Schokolade	100 g	1,19	1,39	0,20	17
Lorenz Saltletts Salzstangen	250 g	1,79	2,19	0,40	22
Magnum Eis Classic	600 ml (bis 02/2024: 660 ml)	3,59	4,99	1,40	39
Snickers Riegel	5 x 50 g	1,89	2,59	0,70	37
Ritter Sport Tafelschokolade	100 g	1,19	1,49	0,30	25
Bunte Vielfalt Alpenmilch					

GRAFIK MÜLLERLEILE / QUELLE: SMHAGGLE.COM

ZAHL DES TAGES

34

Prozent teurer sind Brot und Brötchen von 2019 bis 2023 geworden. Die Verbraucherpreise insgesamt erhöhten sich nach Angaben des Statistischen Bundesamts in dem Zeitraum um 17,3 Prozent. Zuletzt schwächte sich der Preisanstieg bei Brot und Brötchen deutlich ab. Im März 2024 kosteten die Backwaren 2,9 Prozent mehr als ein Jahr zuvor. *dpa*

US-Notenbank Leitzinsen bleibt unverändert

Washington. Die US-Notenbank Fed hat den Leitzins ein weiteres Mal unverändert gelassen. Somit bleiben die Zinssätze zwischen 5,25 und 5,5 Prozent und damit auf dem höchsten Niveau seit 23 Jahren, teilte die Federal Reserve am Mittwoch mit. In der Erklärung hieß es, es fehle „weiterer Fortschritt“ bei dem Bestreben, die Inflation auf zwei Prozent zu drücken. Die Fed hatte seit März 2022 ihren Leitzins im Kampf gegen die Inflation im rekordverdächtigen Tempo angehoben. *afp*



Playmobil-Umsatz bricht ein

Die Umsätze des Playmobil-Herstellers Horst Brandstätter Group sind in den vergangenen beiden Jahren um ein Drittel von 736 Millionen auf rund 490 Millionen Euro abgesackt. *Foto: Daniel Karmann/dpa*

MARKTBERICHT

Heizöl Frei Verbr. Tank Groß. Stuttg. inkl. MwSt.: Preisangaben sind Durchschnittspreise; Preisentwicklung zur Vorwoche: steigend.

1000-1500 | 114,59 | 4501-5500 | 105,30
1501-2000 | 110,11 | 5501-6500 | 104,06
2001-2500 | 108,01 | 6501-7500 | 103,83
2501-3500 | 106,91 | 7501-8500 | 103,35
3501-4500 | 106,08

Holzpellets Durchschnittspreis in €/Tonne, Liefermenge 6 t, inkl. MwSt: 280,60 €.

Schlachtvieh Baden-Württ. 17. Woche 22.4.-28.4.2024: S 61,8 v.H. 225-285 (230), E 58,0 v.H. 221-298 (229), U 53,4 v.H. 205-305 (221), S-P 59,4 v.H. (229), M 159-180 (178). Meldebasis: 1. FIGDV zum Fleischgesetz, inkl. Tieren aus Bio-

und Qualitätsfleischprogrammen, Rampe Schlachtstätte, in €/100 kg Schlachtgewicht, ohne MwSt. Gebietsnotierung Großvieh Preise: Bullen A 265-270 (267,6), B 250-260; Kühe A 215-225 (220,3), B 200-210, C 185-195, D 160-180; Färsen A 245-255 (250,6), B 230-240, C 210-225. Gebietsnotierung Schweine a 179-188, c1 178-188 (186,6), c2 173-177 (175,1), c3 162-172 (168,1), c insges. (187,1).

Eiernotierung vom 30. April 2024: Abgabepreise an den Einzelhandel (360 Stück) ohne Mehrwertsteuer und ohne KVP Güteklasse A €/100 Stck. Freiland (1), Boden (2), XL: (1) 35,75 €, (2) 32,25 €; L: (1) 30,75 €, (2) 26,25 €; M: (1) 27,50 €, (2) 23,00 €. Tendenz: ausgeglichen.