

Die Inflationserwartungen der Unternehmen in Deutschland sind seit Oktober 2022 um etwa zwei Prozentpunkte gefallen. Ebenso sinkt die Wahrscheinlichkeit mit der Unternehmen in Deutschland Preise anheben: Aktuell geben 66 % der Befragten an, ihre Preise in den kommenden 12 Monaten erhöhen zu wollen (vs. 74 % im Juli 2022). Trotz dieser leichten Entspannung bleibt die Unsicherheit bei Unternehmen mit Blick auf die weitere Preisentwicklung hoch. Die erwartete Inflationsrate für 2024 liegt immer noch bei über 8 % und damit deutlich über gängigen Prognosen. Die Gründe dafür unterscheiden sich nach Branchen. Im Maschinenbau streben die Unternehmen einen Ausgleich ihrer gestiegenen Beschaffungskosten an. Das aktuelle Umfeld bietet die Möglichkeit, Preise zu erhöhen, ohne Nachfrageeinbrüche befürchten zu müssen. Im Baugewerbe reagieren Kunden jedoch besonders empfindlich auf weitere Preissteigerungen.

### Die Inflationserwartungen für 2023 sind seit Jahresbeginn gesunken

Nachdem Unternehmen in Deutschland im Herbst und Winter 2022 noch von Teuerungsrate im zweistelligen Bereich ausgegangen sind, sind die Inflationserwartungen seit Jahresbeginn leicht gesunken: Relativ zum Höchststand vom Oktober 2022 (11,4 %) rechnen die befragten Manager und Unternehmer für das aktuelle Jahr mit einer Teuerungsrate von durchschnittlich 9,3 % (siehe *Abbildung 1*).

Relevante Branchenunterschiede hinsichtlich dieser Einschätzung gibt es aktuell nicht mehr. Im Herbst 2022 hatte die Inflationserwartung der energieintensiven Branchen – darunter das Verarbeitende Gewerbe und der Handel, die dem steigenden Kostendruck unmittelbar ausgesetzt waren – die allgemeine Schätzung noch deutlich überschritten.

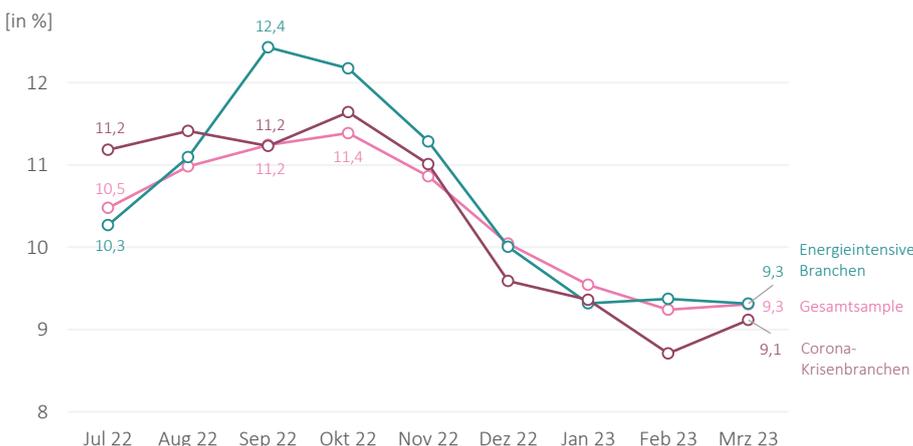


Abbildung 1

### Entwicklung der Inflationserwartungen für 2023

Die Abbildung stellt die Inflationserwartungen für das aktuelle Jahr anhand eines gleitenden 3-Monatsdurchschnitts dar. Während die Inflationserwartungen im Oktober und November 2022 Höchststände erreicht haben, ist die Entwicklung seit November 2022 rückläufig und hat sich aktuell bei etwa 9 % stabilisiert. Signifikante Branchenunterschiede sind nicht mehr zu verzeichnen.



14. April 2023

**Projektleitung:** Jannis Bischof, Philipp Dörrenberg, Davud Rostam-Afschar, Dirk Simons & Johannes Voget

**unter Mitarbeit von:** Fabian Eble, Christopher Karlsson, Yuhan Liu, Pascal Schrader & Thomas Simon  
*Universität Mannheim*

**TRR 266 Accounting for Transparency**  
[www.accounting-for-transparency.de](http://www.accounting-for-transparency.de)  
[www.gbpanel.org](http://www.gbpanel.org)

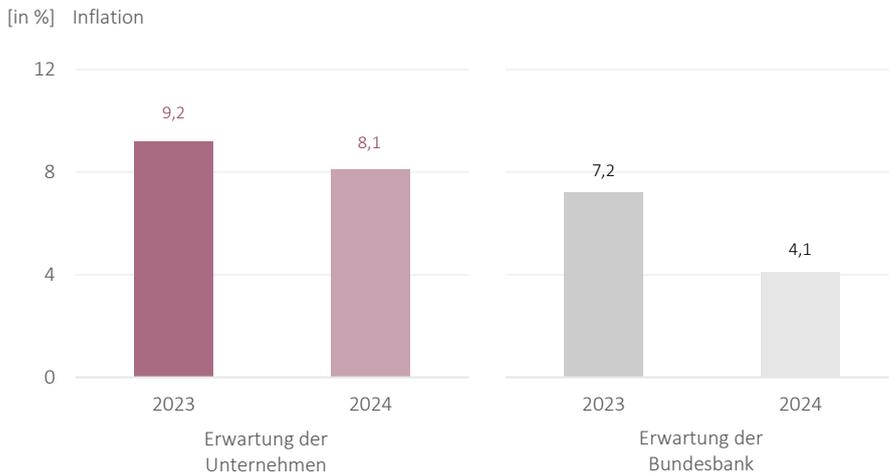


Abbildung 2

## Inflationserwartungen im Vergleich zur Bundesbank

Die Abbildung verdeutlicht, welche Inflationserwartungen Unternehmen für 2023 und 2024 relativ zur Prognose der Bundesbank (vom Dezember 2022) haben. Die Auswertung berücksichtigt Angaben, die seit dem 01.01.23 erhoben wurden. Es wird deutlich, dass Unternehmen im Vergleich zur Bundesbank von einer höheren Inflation ausgehen und aktuell nicht damit rechnen, dass die Teuerung 2024 substantiell abnimmt.

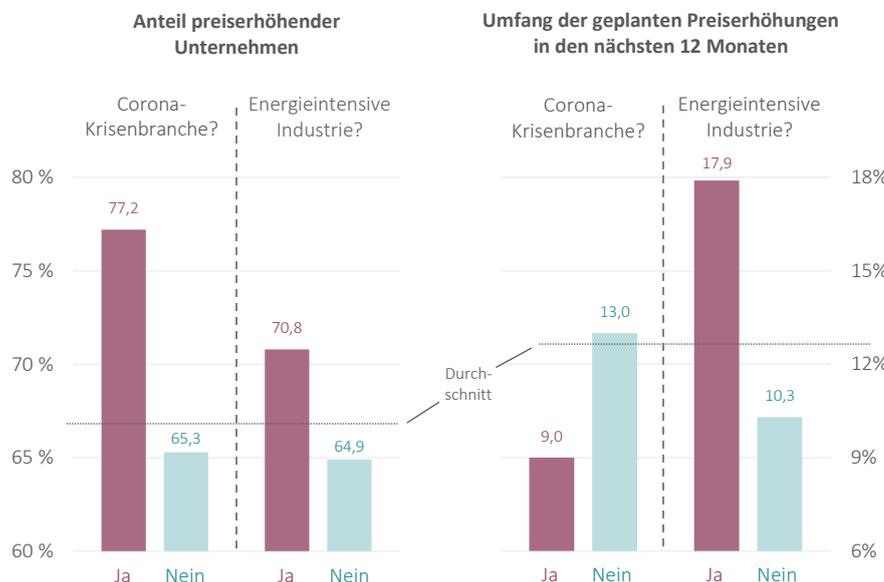


Abbildung 3

## Energieintensive Unternehmen planen weiterhin besonders oft starke Preiserhöhungen

Die Darstellung zeigt, welcher Anteil an Unternehmen Preise erhöhen möchte und welche Preisanpassungen geplant sind – abhängig davon, ob Unternehmen zu den Corona-Krisenbranchen (Gastronomie und Gastgewerbe) oder den energieintensiven Industrien (Verarbeitendes Gewerbe und Handel) gehören. Es wird deutlich, dass Unternehmen aus den letztgenannten Wirtschaftszweigen überdurchschnittlich oft und besonders starke Preiserhöhungen durchführen wollen.

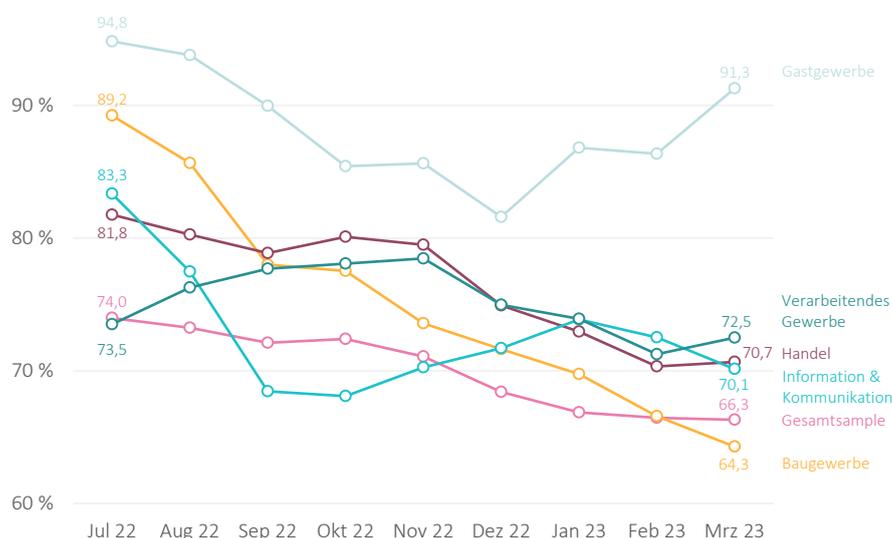


Abbildung 4

## Anteil preiserhöhender Unternehmen in verschiedenen Wirtschaftszweigen

Die Abbildung stellt den Anteil an Unternehmen dar, die innerhalb der folgenden zwölf Monate ihre Preise anheben wollen. Es zeigt sich, dass relativ zum Sommer 2022 weniger Unternehmen mit kurzfristigen Preissteigerungen rechnen (-8 Prozentpunkte). Dieser Rückgang ist im Baugewerbe besonders ausgeprägt: Relativ zum Juli 2022 ist der Anteil an Betrieben, die Preise anheben wollen, um 25 Prozentpunkte zurückgegangen. Demgegenüber liegt der Anteil preiserhöhender Unternehmen im Gastgewerbe aktuell bei 91 %.

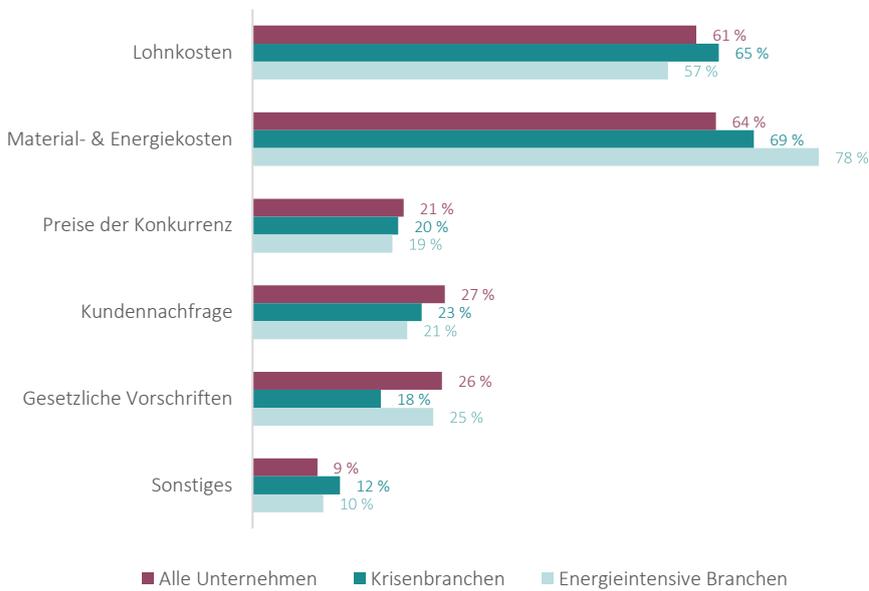


Abbildung 5

### Was sind die Hauptgründe für Preisanpassungen?

Die Darstellung zeigt, welche Faktoren einen besonderen Einfluss auf das Preissetzungsverhalten von Unternehmen in Deutschland haben. Es wird deutlich, dass steigende Beschaffungs- und Lohnkosten Haupttreiber von Preisanpassungen sind. Energieintensive Betriebe müssen durch Preissteigerungen vor allem wachsende Material- und Energiekosten kompensieren, während Unternehmen der Corona-Krisenbranchen höhere Lohnkosten an Kunden weitergeben. Nachfrage- oder Konkurrenzeffekte sind demgegenüber aktuell von untergeordneter Bedeutung in der Preissetzung.

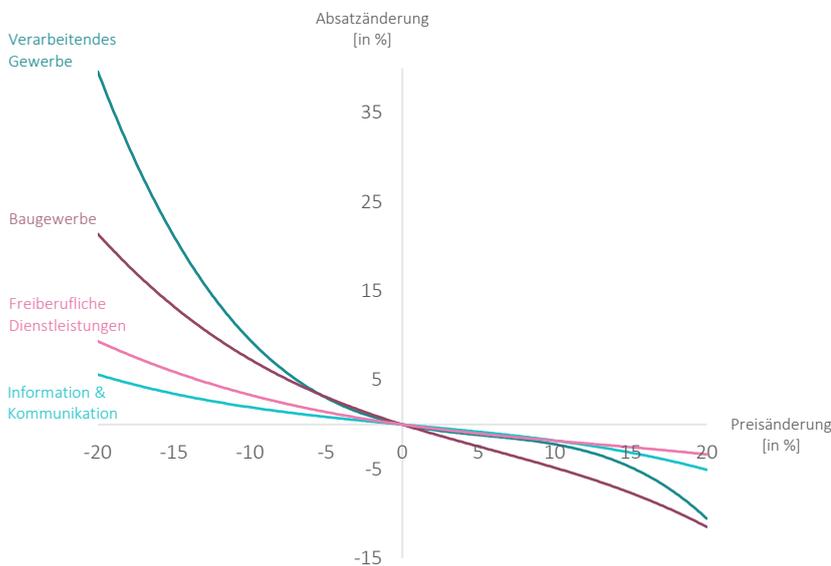


Abbildung 6

### Wie reagieren Kunden auf steigende oder sinkende Preise?

Die Abbildung verdeutlicht die Preiselastizität der Nachfrage in unterschiedlichen Industrien. Die Preiselastizität beschreibt die prozentuale Veränderung der Absatzmenge auf eine Preisänderung. Es wird ersichtlich, dass die Nachfrage bei Preissteigerungen relativ zu Preissenkungen weniger elastisch ist, d.h. weniger stark reagiert. Aufgrund der hohen Inflation können sich Konsumenten aktuell nämlich kaum dem allgemeinen Preisanstieg entziehen und seltener auf günstigere Anbieter ausweichen. Die stärksten Nachfrageeffekte bei einer Preiserhöhung sind derzeit im Baugewerbe zu verzeichnen.

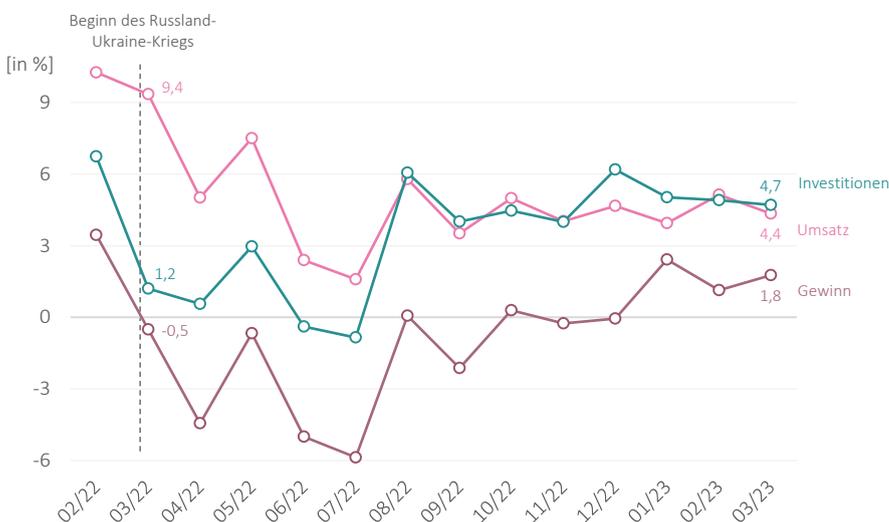


Abbildung 7

### Entwicklung der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen im Jahresverlauf

Die Darstellung verdeutlicht eine weitere Stabilisierung der betriebswirtschaftlichen Kennzahlen im März: Die erwarteten Gewinne, Umsätze und Investitionen liegen seit Jahresbeginn stabil im positiven Bereich. Während Unternehmen in Deutschland im Mittel zurzeit mit Umsatzsteigerungen von 4,4 % für das aktuelle Geschäftsjahr rechnen, liegt die erwartete Gewinnveränderung mit 1,8 % ebenfalls in der Wachstumszone. Die Phase besonders hoher Volatilität der Geschäftsaussichten infolge des Kriegsausbruchs in der Ukraine scheint damit vorerst beendet.

## Preiserhöhungen sind weiterhin besonders oft und besonders stark von energieintensiven Unternehmen zu erwarten

Die hohen Inflationserwartungen gehen mit einer nach wie vor ausgeprägten Neigung zu weiteren Preiserhöhungen einher. Die Daten des IGB zeigen, dass trotz bereits erfolgter Preisanpassungen aktuell immer noch 66 % der Unternehmen mit weiteren Steigerungen ihrer Absatzpreise rechnen (siehe hierzu [Abbildung 4](#) im Detail).

Hinsichtlich des erwarteten Preisverhaltens sind aber branchenbezogene Unterschiede zu verzeichnen: [Abbildung 3](#) zeigt, dass 71 % der Unternehmen aus den energieintensiven Industrien (Verarbeitendes Gewerbe und Handel) weitere Preissteigerungen planen. In diesen Wirtschaftszweigen wollen allerdings nicht nur überdurchschnittlich *viele* Unternehmen Preise anpassen, sie wollen diese auch überdurchschnittlich *stark* erhöhen. Im Gegensatz zur durchschnittlich erwarteten Preiserhöhung von 12,6 % prognostizieren energieintensive Unternehmen im Mittel Steigerungen ihrer Absatzpreise um 17,9 % innerhalb der kommenden zwölf Monate.

Im Gegensatz zu den energieintensiven Branchen fallen die geplanten Preiserhöhungen in den Corona-Krisenbranchen – darunter insbesondere das Gastgewerbe und die Gastronomie – mit 9 % deutlich geringer als im Durchschnitt aus. Zwar liegt der Anteil der Unternehmen in den Corona-Krisenbranchen, die Preise anheben wollen, mit 77,2 % erheblich über dem Befragungsschnitt, allerdings scheinen Kostenerhöhungen im Gastgewerbe und der Gastronomie nicht in gleichem Maße an die Kunden weitergegeben werden zu können.

## Der Anteil preiserhöhender Unternehmen ist im Baugewerbe seit dem Sommer 2022 um 25 Prozentpunkte gesunken

Weitere Einblicke in das Preissetzungsverhalten verschiedener Wirtschaftszweige liefert [Abbildung 4](#). Im Zeitverlauf wird zunächst ersichtlich, dass der in [Abbildung 1](#) beobachtete leichte Rückgang der Inflationserwartung mit einer Abnahme des Anteils preiserhöhender Unternehmen einhergeht: Relativ zum Juli 2022, als noch 74 % der Befragten Preissteigerungen vorsahen, planen aktuell noch zwei Drittel der Unternehmen in Deutschland, ihre Preise innerhalb der folgenden zwölf Monate zu erhöhen. Dass zwei Drittel der Unternehmen weiterhin von kurzfristigen Preiserhöhungen ausgehen, unterstreicht das nach wie vor hohe Inflationspotenzial in Deutschland.

Zwar geht der Anteil an Unternehmen, die Preise erhöhen wollen, in den meisten Wirtschaftszweigen zurück, allerdings unterscheiden sich die Branchen darin, wie stark dieser Rückgang ausfällt. Während sich der Anteil preiserhöhender Unternehmen im Verarbeitenden Gewerbe und Handel seit Juli 2022 um etwa 10 Prozentpunkte reduziert hat und in der Nähe des Gesamtdurchschnitts liegt (-8 Punkte), ist er im Baugewerbe im gleichen Zeitraum sogar um 25 Prozentpunkte auf aktuell 64 % gefallen.

Wie [Abbildung 3](#) bereits angedeutet hat, ist im Gastgewerbe ein gegensätzlicher Trend zu beobachten. Hier liegt der Anteil an Betrieben, die Preise erhöhen wollen, aktuell bei über 91 % und damit auf einem ähnlichen Niveau wie noch im Juli 2022.

## Steigende Beschaffungs- und Lohnkosten treiben die Preiserhöhungen

Ein hoher Anteil der Unternehmen in Deutschland plant also innerhalb der nächsten zwölf Monate mit weiteren Preissteigerungen. Was sind die Gründe für solche Anpassungen der Absatzpreise?

[Abbildung 5](#) verdeutlicht, dass steigende Material- und Lohnkosten hauptverantwortlich für die aktuelle Preisentwicklung sind. Demnach nennen 64 % der Unternehmen erhöhte Material- bzw. Energiepreise und 61 % der Befragten steigende Lohnkosten als Hauptgründe für Preisanpassungen. Wenn Kostensteigerungen an Kunden weitergegeben werden können, bergen etwa hohe Tarifabschlüsse im Zuge aktueller Gehaltsverhandlungen die Gefahr, die Preisdynamik zu verstärken. Demgegenüber scheinen Nachfrageeffekte (27 %), gesetzliche Vorschriften (26 %) und Einflüsse des Wettbewerbs am Markt (21 %) momentan nur eine untergeordnete Bedeutung für die Preisbildung zu haben.

Herstellungs- und kostenbezogene Stimuli sind auch in den Corona-Krisenbranchen und den energieintensiven Industrien aktuell entscheidend für die Preissetzung – allerdings in unterschiedlichem Maße: Während energieintensive Betriebe vor allem steigende Beschaffungskosten für Material und Energie kompensieren müssen, werden Preise im arbeitsintensiven Gastgewerbe und der Gastronomie insbesondere durch höhere Lohnkosten getrieben.

## Nachfragerückgänge bei Preissteigerungen fallen aktuell moderat aus

Ob Unternehmen steigende Kosten an ihre Kunden weitergeben können, hängt maßgeblich von der Preiselastizität der Nachfrage ab. Diese gibt an, wie stark Konsumenten auf Preisänderungen mit einer Anpassung ihrer Nachfrage reagieren. [Abbildung 6](#) stellt die Nachfrageeffekte bei Preisänderungen unterschiedlicher Höhe für verschiedene Wirtschaftszweige dar.

Die Darstellung veranschaulicht zunächst, dass die Nachfrage bei *Preissteigerungen* relativ zu *Preissenkungen* weniger elastisch ist, d.h. dass die Absatzmenge bei Preissteigerungen weniger stark sinkt, als sie bei Preissenkungen der gleichen prozentualen Höhe steigt. Diese Asymmetrie entsteht dadurch, dass sich Konsumenten dem allgemeinen Preisanstieg kaum entziehen und auf günstigere Anbieter ausweichen können. Eine Kürzung oder Verschiebung des Konsums in die Zukunft ist insbesondere bei schwer substituierbaren oder essenziellen Gütern des täglichen Bedarfs seltener möglich.

Die stärksten Nachfrageeffekte bei einer Preiserhöhung (also die betragsmäßig höchste Preiselastizität) sind aktuell im Baugewerbe zu verzeichnen. Aufgrund massiv gestiegener Beschaffungspreise und höherer Zinsen hat sich der Preisdruck in diesem Wirtschaftszweig zuletzt signifikant verstärkt. Anhand dieser Beobachtung könnte auch der Befund aus **Abbildung 4** zu erklären sein, wonach der Anteil preiserhöhender Unternehmen im Baugewerbe seit dem Sommer 2022 überdurchschnittlich stark zurückgegangen ist.

## Die betriebswirtschaftlichen Kennzahlen stabilisieren sich im ersten Quartal 2023

Die Daten des GBP vom März 2023 verdeutlichen eine Stabilisierung des positiven Trends, der seit Jahresbeginn beobachtet werden kann: Die betriebswirtschaftlichen Kennzahlen liegen seit Januar kontinuierlich im positiven Bereich (siehe **Abbildung 7**). Während die erwartete Gewinnveränderung zurzeit bei 1,8 % rangiert, liegen die prognostizierten Umsatz- und Investitionsänderungen sogar bei über 4 % und damit noch deutlicher in der Wachstumszone. Die Phase besonders hoher Volatilität der Geschäftsaussichten im Zuge des Ausbruchs des Russland-Ukraine-Kriegs scheint damit angesichts der robusten Geschäftsaussichten im ersten Quartal 2023 vorerst beendet.

„Die Inflation für mein Geschäft sowie für mich privat ergibt sich aus den Preisen, die ich in der Realität für die gleichen Produkte und Dienstleistungen mehr zahlen muss. Schauen Sie sich mal die Preisentwicklung der meisten Baustoffe in Deutschland an. Diesen Anstieg werden wir nicht mehr lange durchhalten.“

*Immobilienunternehmen mit einem Jahresumsatz von 800 Tsd. €*

„Die offizielle Inflation ist nicht diejenige, die für unsere Arbeit gilt. Die Inflation in der Industrie ist häufig gewaltig höher. Wegen der Verteuerung der Energie steigen die Preise über 100 %.“

*Hersteller von Metallwaren mit einem Jahresumsatz von 1,1 Mio. €*

„Die kleinen Unternehmen müssen einsparen, wo es geht. Die Energiepreise explodieren und wir ächzen unter den hohen Steuerabgaben, hohen Nebenkosten und der ausufernden Bürokratie.“

*Handwerksbetrieb mit einem Jahresumsatz von 13 Mio. €*

## Unternehmenstrends im April



Weitere Kennzahlen finden Sie hier:

- [Erwartete Umsatz-, Gewinn- und Investitionsveränderungen](#)
- [Unternehmerische Entscheidungen](#)
- [Erwartete Ausfallwahrscheinlichkeit in der Branche](#)
- [Zufriedenheit mit der Wirtschaftspolitik](#)

Im Vergleich zum Vormonat steigt die Gewinnveränderungsrate im März um **+0,63 Prozentpunkte**. Die erwartete Gewinnveränderung liegt seit Jahresbeginn damit robust in der Wachstumszone und deutlich über den Werten, die unmittelbar nach Ausbruch des Russland-Ukraine-Kriegs verzeichnet wurden.

Der Anstieg der erwarteten Gewinnveränderungsrate schlägt sich nicht in einem Rückgang des Risikos für Unternehmensaufgaben nieder: Die Ausfallwahrscheinlichkeit steigt im Vergleich zum Februar um **+0,78 Prozentpunkte**.

Gleichzeitig sinkt die Zufriedenheit mit der Wirtschaftspolitik um **-0,24 Punkte**. Sie liegt damit aktuell bei 3,06 Punkten auf einer Skala von 0 (sehr unzufrieden) bis 10 (sehr zufrieden) und auf dem zweitniedrigsten Wert seit Beginn der Aufzeichnung im Juli 2021.

Das German Business Panel ist ein langfristiges Befragungspanel des DFG-geförderten überregionalen Projektes „Accounting for Transparency“.

Wir erheben systematisch und repräsentativ, wie Unternehmen unterschiedlicher Größenordnung Fragen der Unternehmenstransparenz einschätzen. Erhoben wird auch, wie sich die zunehmende Bereitstellung von Informationen sowie die zunehmende Regulierung in den Bereichen Rechnungswesen und Besteuerung auf Entscheidungen in Unternehmen und die Öffentlichkeit auswirken. Als umfassendes, langfristig angelegtes Befragungspanel liefern wir Daten in einer bisher nicht dagewesenen Qualität für die Forschung zu Unternehmenstransparenz und tragen dazu bei, Regulierung und Wirtschaft zu verbessern. Das German Business Panel ist Teil des Sonderforschungsbereichs „TRR 266 Accounting for Transparency“.



Gefördert durch  
**DFG** Deutsche Forschungsgemeinschaft