

Teure Lebensmittel: Was treibt die Preise, wer profitiert und was muss passieren?

- **Die Lebensmittelpreise sind seit 2020 deutlich gestiegen und belasten Verbraucher:innen. Obwohl Kosten für Rohstoffe und Energie seitdem vielfach wieder gesunken sind, hält der Lebensmittelhandel die Verbraucherpreise weiterhin hoch.**
- **Wie Lebensmittelpreise entstehen und inwiefern die großen Handelskonzerne ungerechtfertigte Gewinne auf Kosten von Verbraucher:innen machen, ist hochgradig intransparent und muss künftig von einer neu geschaffenen, öffentlichen Preisbeobachtungsstelle untersucht werden.**
- **Im Rahmen der Preisbeobachtungsstelle sollte auch die Entwicklung der Endverkaufspreise im Handel für alle Verbraucher:innen leicht verständlich und aktuell auf einer Website dargestellt werden. Mit dem „Preisradar“ macht foodwatch einen Vorschlag, wie der öffentliche Teil einer Preisbeobachtung aussehen könnte.**
- **Es gibt Hinweise darauf, dass die hohe Konzentration von Marktmacht im deutschen Einzelhandel den fairen Wettbewerb behindert und damit Verbraucher:innen ebenso wie landwirtschaftlichen Erzeuger:innen schadet. Die nächste Bundesregierung muss faire Lebensmittelpreise zur Priorität machen und für einen funktionierenden Wettbewerb sorgen.**

Lebensmittelpreise sind seit 2020 enorm gestiegen

In den letzten Jahren sind die Lebensmittelpreise in Deutschland stark gestiegen. Laut dem Statistischen Bundesamt lagen die Preise für Nahrungsmittel im November 2024 durchschnittlich 34 Prozent über dem Niveau von November 2020. Der Anstieg fällt deutlich höher aus als der für Verbraucherpreise insgesamt mit 19 Prozent.¹

Anfang 2023 erreichte die Inflation der Lebensmittelpreise in Europa mit 15 Prozent einen historischen Höchststand. Nach Angaben der Europäischen Zentralbank² war der enorme Preisanstieg vor allem auf die stark gestiegenen Preise für Energie und Düngemittel zurückzuführen. Öl und Gas waren schon im Zuge der wirtschaftlichen Erholung nach der COVID-19-Pandemie 2021 teurer geworden und stiegen mit dem russischen Angriff auf die Ukraine 2022 nochmals deutlich.

Handel gibt sinkende Kosten nicht an Verbraucher:innen weiter

Die Energie- und Rohstoffkosten sind für Lebensmittelindustrie und -handel inzwischen wieder gesunken. Nicht gleichermaßen gesunken sind allerdings die Verbraucherpreise für Lebensmittel. Die Europäische Zentralbank nimmt an, dass auch gestiegene Löhne in der Landwirtschaft, der Industrie und im Transportgewerbe in den letzten Jahren zu höheren Produktionskosten geführt haben. Vollständig erklären kann sie die anhaltend hohen Verbraucherpreise damit jedoch nicht, wie sie selbst angibt.

Auch die Monopolkommission hat die Preissteigerungen im Lebensmittelmarkt 2024 unter die Lupe genommen und kommt zu dem Ergebnis: Schon seit vielen Jahren ist mithilfe der Wirtschaftsstatistik zu beobachten, dass der Einzelhandel zwar die Preise erhöht, wenn seine Kosten steigen. Sinken diese jedoch wieder, werden die Einsparungen nicht in der Breite an die Verbraucher:innen weitergegeben.³ Dies deutet auf einen fehlenden Wettbewerbsdruck und oligopolistisches Verhalten hin, so die Monopolkommission

Im Klartext: Weil die vier großen Handelskonzerne Edeka, Aldi, Rewe und die Schwarz-Gruppe (Lidl, Kaufland) den Markt beherrschen, können sie nicht nur

¹ Statistisches Bundesamt: „Inflationsrate im November 2024 bei +2,2 %“, Pressemitteilung auf Destatis, 2024, URL: https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2024/12/PD24_463_611.html, letzter Abruf 09.01.2025.

² Friderike Kuik et al.: „What were the drivers of euro area food price inflation over the last two years?“, Artikel auf ecb.europa, 2024, URL: https://www.ecb.europa.eu/press/economic-bulletin/focus/2024/html/ecb.ebbox202402_04~9b36bcd23.en.html, letzter Abruf 09.01.2025.

³ Monopolkommission: „Kapitel I - Stand und Entwicklung der Unternehmenskonzentration in Deutschland“, URL: <https://www.monopolkommission.de/images/HG25/Kapitel-I.pdf> S.81ff, letzter Abruf 09.01.2025.

bei ihren Lieferanten die Preise drücken, sondern vermeiden auch untereinander einen echten Wettbewerb. Am besten verdienen alle, wenn jeder die Preise auf dem gleichen Niveau hält. Denn bei nur vier Anbietern und einer regional oft noch eingeschränkteren Auswahl, haben Verbraucher:innen kaum Ausweichmöglichkeiten.

Ihre Macht haben die Handelskonzerne in den letzten Jahren kontinuierlich dadurch ausgebaut, dass sie immer mehr Produkte als Eigenmarken anbieten und Unternehmen für die Produktion gründen oder aufkaufen.⁴ Damit können sie Preise viel stärker selbst bestimmen und durchsetzen.

Handelsunternehmen passen Eigenmarkenpreise oft zeitgleich an

Der Lebensmitteleinzelhandel gibt zwar gern vor, in Krisenzeiten an der Seite der Verbraucher:innen zu stehen und die Preise so gering wie nur möglich zu halten, doch foodwatch zeigt: Auch die Preise der günstigsten Eigenmarken der Handelsketten sind in den vergangenen Jahren kräftig gestiegen. Seitdem sind sie zwar im Einzelfall auch hin und wieder gesunken, in der Regel jedoch nicht unter das Niveau von 2020.⁵

Häufig steigen oder sinken die Preise der Eigenmarken sogar zum gleichen Zeitpunkt oder mit nur wenigen Tagen Abstand, wie der foodwatch-Preisradar belegt.⁶

Zwei Beispiele:

Eine Dose Prinzessbohnen kostete im Februar 2022 bei Aldi 0,69 Euro, im Januar 2023 0,99 Euro und im Januar 2025 bei Edeka, Rewe und Aldi 1,19

⁴ Denise Klug et al.: „Edeka treibt Eigenproduktion voran“, Artikel auf Lebensmittel Zeitung, 2023, URL: <https://www.lebensmittelzeitung.net/handel/nachrichten/vertikalisierung-edeka-treibt-eigenproduktion-voran-174245>, letzter Abruf 09.01.2025 und Werner Tewes et al.: „Rewe will Produktion stärken“, Artikel auf Lebensmittel Zeitung, 2024, URL: <https://www.lebensmittelzeitung.net/handel/nachrichten/vertikalisierung-rewe-will-produktion-staerken-177548>, letzter Abruf 09.01.2025.

⁵ Der foodwatch-Eigenmarkenreport aus dem Jahr 2023 zeigt, dass insbesondere die Preiseinstiegs-Eigenmarken der großen Handelsketten Rewe, Edeka, Lidl und Aldi sich zwischen Januar 2022 und Januar 2023 um 30,9 Prozent verteuerten, während Markenprodukte nur um insgesamt ca. 14 Prozent im Preis stiegen. Die Daten des Eigenmarkenreports 2023 sind mit Hilfe der App shmuggle erstellt worden, eine Preisvergleichsapp, bei denen Preise via Kassensbons erfasst werden, die Verbraucher:innen dort hochladen, vgl. foodwatch: „Preissprung bei Eigenmarken von Aldi, Lidl & Co.“, 2023, URL: <https://www.foodwatch.org/de/preissprung-bei-eigenmarken-von-aldi-lidl-co>, letzter Abruf 09.01.2025. Auch das Statistische Bundesamt verzeichnete Ende 2024 für kein Lebensmittel außer Zitronen einen niedrigeren Preis als noch 2020, vgl. LZ Redaktion: „Welche Lebensmittel sich am stärksten verteuert haben“, Artikel auf Lebensmittel Zeitung, 2024, URL: <https://www.lebensmittelzeitung.net/handel/charts/preisentwicklung-welche-lebensmittel-sich-am-staerksten-verteuert-haben-179719>, letzter Abruf 09.01.2025.

⁶ foodwatch-Preisradar: <https://www.foodwatch.org/de/informieren/foodwatch-preisradar> Der foodwatch Preisradar beobachtet die Preise über die Online-Shops der Handelsketten Rewe, Edeka und Aldi Nord. Dort werden täglich die aktuellen Preise gescannt. Bei Rewe und Edeka sind dafür lokale Märkte ausgewählt worden. Der ausgewählte Rewe Markt liegt in Köln, Vogelsangerstraße 16, 50823 Köln. Der ausgewählte Edeka Markt ist das E Center Köngen, Imanuel-Maier-Str. 2, 73257 Köngen. Insbesondere bei den Preisen der Markenprodukte kann es regionale Unterschiede geben. Lidl verfügt über keine umfassend online verfügbaren Preisdaten. Daher können dort die Preise leider nicht erfasst werden.

Euro. Das ist eine Preissteigerung über 3 Jahre von 72 Prozent. Ein Kilo gemischtes Hackfleisch kostete im Februar 2022 bei Aldi 7,63 Euro, im Januar 2023 9,30 Euro und im Januar 2025 9,73 (Berechnet anhand der Preise von 300g bzw. 400g Verpackungen⁷). Das ist eine Preissteigerung von etwa 28 Prozent. Aus Tierhaltungs- und Umweltperspektive ist ein höherer Fleischpreis zunächst positiv zu bewerten. Jedoch gibt es beim Hackfleischpreis deutliche Hinweise darauf, dass hier nicht die Erzeuger:innen mehr verdienen, sondern der Handel die Mehrkosten einbehält.⁸ Bei beiden Produktbeispielen passte sich der Preis bei den drei Handelsketten innerhalb weniger Tage an.

Insgesamt belegt auch die Preisentwicklung des von foodwatch beispielhaft erstellten Lebensmittel-Warenkorbs bei Aldi im Februar 2022, dass sich die Preise für Lebensmittel des täglichen Gebrauchs insgesamt nicht entspannt haben. Dieser Warenkorb betrug im Februar 2022 44,90 Euro, im Januar 2023 59,52 Euro und im Dezember 2024 61,34 Euro. Damit ist er im Vergleich zu Januar 2023 „nur“ um etwa drei Prozent gestiegen. Einige Produkte des Warenkorbs sind im Preis auch wieder gesunken. Aber dadurch, dass andere Produkte im Preis gestiegen oder gleich geblieben sind, ist er insgesamt im Vergleich zu Februar 2022 immer noch knapp 37 Prozent teurer.⁹

Verbraucher:innen leiden unter hohen Preisen

Für viele Verbraucher:innen haben die anhaltend hohen Preise enorme Auswirkungen auf ihren Alltag: In einer Umfrage für den Verbraucherzentrale Bundesverband gaben fast 30 Prozent der Verbraucher:innen Ende 2024 an, Ausgaben in anderen Bereichen einzuschränken, um ihre Lebensmitteleinkäufe bezahlen zu können. Bei den Haushalten mit einem monatlichen Einkommen von unter 1.500 Euro waren es sogar 58 Prozent.¹⁰

Und auch viele landwirtschaftliche Erzeuger:innen leiden unter der konzentrierten Markt- und Verhandlungsmacht einiger weniger großer Handelskonzerne. Deren Einkäufer:innen können oft ungehindert die Preise

⁷ Im Februar 2022 und im Januar 2023 wurde gemischtes Hackfleisch bei Aldi noch in 300g-Packungen verkauft. Dies hat sich mittlerweile verändert. Jetzt wird das Hackfleisch in 400g-Packungen angeboten. Der Kilopreis orientiert sich an dieser Verpackungsgröße.

⁸ Wirtschaftswoche: „Krise in der Fleischbranche – Wer am Hackfleisch verdient“: URL: <https://www.wiwo.de/unternehmen/handel/krise-in-der-fleischbranche-wer-am-hackfleisch-verdient/29056098.html>, letzter Abruf 09.01.2025

⁹ foodwatch: „Die versteckte Preisexplosion bei Eigenmarken und ihre Folgen für Ernährungsarmut“, 2023, URL: https://www.foodwatch.org/fileadmin/-/DE/Themen/Ernaehrungsarmut/2023_03_17_foodwatch_Marktcheck_Eigenmarken.pdf

¹⁰ Zeit: „Verbraucherzentralen warnen vor Preissteigerungen im kommenden Jahr“, Artikel auf Zeit Online, 2024, URL: <https://www.zeit.de/wirtschaft/2024-12/verbraucherzentrale-preise-2025-lebensmittel-strom-verkehr>, letzter Abruf 09.01.2025.

diktieren und Landwirt:innen mit unfairen Handelspraktiken unter Druck setzen.¹¹

foodwatch fordert öffentliche Preisbeobachtungsstelle

Um unfaire Handelspraktiken und Preistreiberei durch den Handel wirksam eindämmen und für einen fairen Wettbewerb sorgen zu können, benötigen Politik und Behörden bessere Informationen darüber, wie Preise entstehen. Die bisher verfügbaren Daten der Wirtschaftsstatistik reichen offenbar nicht aus, um verlässlich analysieren zu können, wo etwas falsch läuft und wann ungerechtfertigte Gewinne auf Kosten der Verbraucher:innen gemacht werden.

Die Bundesregierung muss deshalb eine Preisbeobachtungsstelle schaffen, die alle für eine umfassende Analyse der Preisbildung im Lebensmittelsektor notwendigen Daten erheben darf und diese regelmäßig auswertet. Daraus müssen ebenso regelmäßig Handlungsempfehlungen abgeleitet werden.

Auch wenn ein Teil dieser Daten, wie zum Beispiel bestimmte Kostenstrukturen, vertraulich erhoben wird, sollte die Preisbeobachtungsstelle auch regelmäßig allgemein zugängliche Auswertungen ihrer Analysen veröffentlichen.

Darüber hinaus sollte es einen öffentlichen „Preisradar“ geben, der die Preisentwicklung eines durchschnittlichen Warenkorb für Verbraucher:innen ebenso wie die Erzeugerpreise für die wichtigsten Produkte transparent und aktuell abbildet.

Transparenz ist in einer Marktwirtschaft eine wichtige Voraussetzung für einen funktionierenden Wettbewerb und das Vertrauen der Verbraucher:innen in Markt und Anbieter. Wenn es eine ausreichende und leicht verständliche Transparenz über die Preisentwicklung und Preiszusammensetzung von Lebensmitteln gibt, können Verbraucher:innen informierte Kaufentscheidungen treffen und auch Werbeversprechen besser auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüfen.

¹¹ Informationen zu unfairen Handelspraktiken aus Erzeuger:innensicht bei der Initiative Faire Preise: Blogbeitrag vom 12.07.2024, URL: <https://www.forum-fairer-handel.de/blog/artikel/vertane-chance-beim-schutz-von-produzentinnen>, letzter Abruf 09.01.2025

Ist allein der Handel schuld an hohen Preisen?

Die Ursachen für steigende Lebensmittelpreise sind komplex und vielschichtig. Auch wenn die konzentrierte Macht des Handels eine wichtige Rolle spielt, ist sie nicht der einzige Preistreiber.

Der Klimawandel sorgt für extreme Wetterereignisse wie Dürren oder Hitzewellen, die Ernten zerstören und die Preise steigen lassen. In Spanien beispielsweise, einem wichtigen Produktionsland für Obst und Gemüse, haben Hitzewellen dazu geführt, dass Produkte wie Tomaten und Paprika deutlich teurer wurden. Laut einer Studie könnten sich die Lebensmittelpreise allein durch steigende Temperaturen aufgrund des Klimawandels bis 2035 um 3,2 Prozent erhöhen.¹²

Die Probleme gehen noch tiefer: Das aktuelle Agrarsystem ist vor allem auf maximale Produktion ausgelegt und nicht darauf, krisenfest und nachhaltig zu sein. foodwatch fordert eine grundlegende Agrarwende, die den Fokus auf umweltfreundliche und widerstandsfähige Methoden legt. Dazu gehört auch, den Einsatz von Pestiziden und synthetischen Düngemitteln zu reduzieren¹³ sowie die Tierhaltung einzuschränken.¹⁴ Vor allem der hohe Futterbedarf von Tieren in der Massentierhaltung verschärft bei Engpässen den Druck auf die Preise.

Ein weiteres Problem ist die Spekulation mit Nahrungsmitteln an der Börse. Gerade in Krisenzeiten treiben Spekulanten die Preise für wichtige Nahrungsmittel wie Weizen und Mais in die Höhe. Diese Praktiken destabilisieren die Märkte und machen Lebensmittel für viele Menschen unerschwinglich. foodwatch fordert daher strengere Regeln gegen Spekulationen mit Lebensmitteln.¹⁵

Kontakt: foodwatch e.V. • brunnenstraße 181 • 10119 berlin • e-mail info@foodwatch.de

¹² PIK: „Climate change risk to price stability: Higher average temperatures increase inflation — Potsdam Institute for Climate Impact Research“, Artikel auf PIK, 2024, URL: [Climate change risk to price stability: Higher average temperatures increase inflation — Potsdam Institute for Climate Impact Research](https://www.pik-potsdam.de/en/news/2024/01/09/climate-change-risk-to-price-stability-higher-average-temperatures-increase-inflation), letzter Abruf 09.01.2025.

¹³ foodwatch: „Pestizide“, URL: <https://www.foodwatch.org/de/informieren/landwirtschaft-tierhaltung/pestizide>, Tierhaltung, letzter Abruf 09.01.2025

¹⁴ foodwatch: „Tierhaltung“, URL: <https://www.foodwatch.org/de/informieren/landwirtschaft-tierhaltung/tierhaltung>, letzter Abruf 09.01.2025

¹⁵ foodwatch: „Agrarspekulationen“, URL: <https://www.foodwatch.org/de/informieren/landwirtschaft-tierhaltung/agrarspekulation>, letzter Abruf 09.01.2025.