

WIEDERHOLUNG GRUNDLAGEN DER WIRTSCHAFT – WIE FUNKTIONIERT DIE PREISBILDUNG IN DER MARKTWIRTSCHAFT?

M1 Andreas Baumer: Warum Vanille immer teurer wird

Wird das Vanilleeis, die beliebteste Eissorte der Deutschen, bald teurer? Zumindest könnte es für Eisdiele noch richtig kostspielig werden. Denn der Preis für das Gewürz, das der Süßigkeit erst sein besonderes Aroma verleiht, hat in jüngster Zeit kräftig angezogen.

Antonio Micello ist einer der Leidtragenden. Der Italiener betreibt in der Günzburger Innenstadt ein Eiscafé. Eine Kugel kostet bei ihm einen Euro. Würde er streng wirtschaftlich denken, hätte er den Preis für eine Kugel Vanilleeis schon auf 1,10 Euro oder mehr heraufsetzen müssen. „Das würden die Kunden aber nicht verstehen“, sagt er. Deshalb muss er die Zusatzkosten selbst tragen. Ein paar tausend Euro Umsatz pro Saison weniger mache er dadurch schon, klagt er.

„Die Vanille ist in einer großen Krise“, sagt Bernd Hachmann vom Hamburger Vanillehandelshaus Aust & Hachmann. Die besonders weiche Bourbon-Vanille, die nur auf den Inseln Madagaskar, La Réunion und den Komoren angebaut werde, sei derzeit kaum noch zu bekommen, klagt er. Verkauft werde deshalb zunehmend sogenannte Tahiti-Vanille aus Papua-Neuguinea, deren Aroma aber weniger sanft sei. Doch selbst diese größere Menge reicht offenbar nicht mehr aus, um die zunehmende Nachfrage nach echter Vanille zu befriedigen. Die Folge: Die Preise sind sprunghaft angestiegen – in wenigen Jahren um mehr als das 15-Fache. Damit reiht sich die Vanille in eine Reihe anderer Naturprodukte ein, die in jüngster Zeit ähnlichen Preisexplosionen ausgesetzt waren.

Vor nicht einmal drei Jahren waren es noch Haselnüsse, die immer weniger und teurer wurden. Der Grund damals: ein Unwetter in einer Frühjahrsnacht entlang der türkischen Schwarzmeerküste, dem größten Haselnussanbaugebiet der Welt. Frost und Hagel fielen über die sonst trockene und warme Region her. Unzählige junge Blüten an den Haselnusssträuchern sind erfroren. Die Ernte brach um mindestens 40 Prozent ein – eine Einbuße mit globalen Auswirkungen. Immerhin reifen drei Viertel aller weltweit verzehrten Haselnüsse in der Türkei. Die Folgen bekamen Supermärkte noch im selben Jahr zu spüren. 200-Gramm-Packungen Haselnüsse kosteten teils 2,80 Euro. Vielen Läden ging das Produkt gar ganz aus.

Auch Mandeln wurden in den vergangenen Jahren immer teurer. Auch in diesem Fall spielte die Natur eine entscheidende Rolle. 80 Prozent aller weltweit produzierten Mandeln stammen aus Kalifornien. Dort brach 2012 allerdings eine schlimme Dürre aus. Je länger sich diese hinzog, desto mehr machte sie den Mandelbauern zu schaffen. Gleichzeitig wurden die Steinfrüchte in China und anderen asiatischen Ländern immer beliebter. Während die Ernteerträge sanken, kletterten die Preise nach oben.

Nun also Vanille. Seit 2003 seien die Preise im Haupterzeugerland Madagaskar im Keller gewesen, sagt Experte Hachmann. Daraufhin vernachlässigten viele Bauern die aufwendige Plantagenarbeit. In den vergangenen drei Jahren allerdings stieg die Nachfrage weltweit rasant. Das Angebot hielt damit nicht Schritt. Dazu kamen schlechte Ernten 2016 und Spekulationen am Markt. Die Folge: Zahlte man für ein Kilo Vanille vor wenigen Jahren noch 30 Euro, sind es jetzt bereits um die 500 Euro. Besserung sei kurzfristig nicht in Sicht, sagt Hachmann. Denn zum Aufbau neuer Plantagen seien etwa drei bis vier Jahre nötig.

„Es ist nicht ungewöhnlich, dass Rohstoffe wie Haselnüsse und Vanille starken Preisschwankungen ausgesetzt sind“, sagt Ernst Kammerinke, Geschäftsführer des Bundesverbands der Deutschen Süßwarenindustrie. Weil die Pflanzen nur in manchen Teilen der Welt angebaut würden, sei es schwierig, mögliche Ernteauffälle aufzufangen. Wenn dann die Nachfrage wie im Fall von Vanille stark ansteige, seien Preissprünge die logische Folge, erläutert der Experte.

Als 2014 Haselnüsse knapp wurden, traf es neben Weihnachtsbäckern auch Naschkatzen, die gerne Nutella oder Knoppers essen. Müssen jetzt Vanilleliebhaber mehr zahlen? Hachmann beschwichtigt. Bereits heute werde vorwiegend künstliches Vanillearoma eingesetzt, sagt er. „Der Normalverbraucher schmeckt den Unterschied nicht.“ Der Verband der italienischen Speisehersteller Uniteis sagt dagegen, dass die Mehrzahl der handwerklich arbeitenden Eisdiele nach wie vor das natürliche Gewürz verwende.

Verkäufer, die das nicht täten, dürften ihr Eis auch nicht als Vanilleeis verkaufen, sondern nur als „Eis mit Vanillegeschmack“.

Das kommt für den Günzburger Eisverkäufer Micello nicht infrage. Er will auch künftig auf echtes Vanilleeis setzen. Für einen Euro. Auch wenn es ihm wehtut.

Quelle: Andreas Baumer: Warum Vanille immer teurer wird, in: Augsburgs Allgemeine vom 27.05.2017, <<https://www.augsburger-allgemeine.de/geld-leben/Warum-Vanille-immer-teurer-wird-id41570661.html>>, abgerufen am: 18.03.2019

M2 Interessengegensatz zwischen Anbietern und Nachfragern

Im wirtschaftlichen Geschehen treffen die Anbieter von Waren auf die Nachfrager. Um zu verstehen, wie sich die Anbieter und Nachfrager verhalten, geht man davon aus, dass sie sich am ökonomischen Prinzip orientieren. Die Nachfrager versuchen möglichst günstig die Produkte zu kaufen, die ihnen den größten Nutzen versprechen. Die Anbieter wiederum versuchen einen größtmöglichen Gewinn zu erzielen. Stellen wir uns zum Beispiel einen Verbraucher vor, der eine Jeanshose kaufen möchte. Dieser wird bei gleicher Qualität die preiswertere Hose kaufen, um das übrige Geld anders verwenden zu können. Anders sieht es mit dem Interesse der Anbieter (Hersteller und Verkäufer) von Jeanshosen aus. Sie möchten an ihren Hosen möglichst viel Geld verdienen und versuchen die Hosen möglichst teuer zu verkaufen.

Interessenausgleich durch den Preismechanismus

Obwohl Konsumenten und Produzenten in einem Interessengegensatz stehen, finden tagtäglich wirtschaftliche Handlungen statt, die ohne (größere) Konflikte ablaufen. Wenn Angebot und Nachfrage aufeinandertreffen, entsteht ein Markt. Der Preis ergibt sich aus dem Wechselspiel von angebotener und nachgefragter Menge. Ist das Angebot größer als die Nachfrage, sinkt der Preis. Ist das Angebot kleiner als die Nachfrage, steigt er. Als Marktpreis wird sich der Preis durchsetzen, bei dem Angebot und Nachfrage am besten befriedigt werden können. Das ist der Gleichgewichtspreis.

M3 Welche Funktionen hat der Preis eines Produktes?

- **Informationsfunktion:** Der Gleichgewichtspreis gibt Auskunft darüber, welchen Wert das Gut oder die Leistung auf dem Markt hat; zu diesem Preis wird die größte Menge gehandelt.
- **Koordinationsfunktion:** Der Preis sorgt dafür, dass die Wünsche und Absichten der Anbieter und die der Käufer aufeinander abgestimmt werden.
- **Anreizfunktion:** Der Preis eines Gutes oder einer Leistung ist ein wirksamer Anreiz für den Anbieter, mehr oder weniger anzubieten als bisher oder kosten- bzw. qualitätsbewusster zu produzieren.
- **Innovationsfunktion:** Der Preis zeigt an, ob auf einem Markt für ein Produkt oder eine Leistung Chancen bestehen und sich eine (Weiter-)Entwicklung des Produkts oder der Leistung lohnt.

Aufgaben:

1. **Beschreibe** mithilfe M1 die Situation auf dem Markt für Vanille.
2. **Beschreibe** mithilfe M2, wie Preise in einer Marktwirtschaft gebildet werden und **wende** den Preisbildungsmechanismus auf den Markt für Vanille **an**.
3. **Wende** die Preisfunktionen (M3) auf den Markt für Vanille, Haselnüsse und Mandeln (M1) **an**.
4. **Berate** Eisverkäufer Micello, wie er sich angesichts der Marktsituation von Vanille verhalten sollte, um sein Unternehmen weiter wirtschaftlich erfolgreich zu führen.
5. Aus deinem POWI Unterricht in der 11. Klasse sind Dir die Marktformen: Polypol, Oligopol und Monopol bekannt. **Beschreibe**, welche Folgen Anbieterpolypole, -oligopole und -monopole auf die Preise von Produkten, z.B. Vanilleeiskugeln haben.