

## Die Gewinn-Preis-Spirale

### I

Schluß mit der Gewinn-Preis-Spirale! So lautete die Überschrift eines DGB-Flugblattes zur Konjunkturentwicklung der letzten Jahre. In der Tat verlieren die der Öffentlichkeit indoktrinierten Vorstellungen, daß sachbedingte volkswirtschaftliche Zwangsläufigkeiten im Sinne einer *Lohn-Preis-Spirale* bestehen, allmählich ihre Überzeugungskraft. Das Schlagwort von der Lohnkosteninflation, mit welchem Fleiß es auch immer von interessierten Kreisen vorgetragen wird, läßt sich nicht mehr so ganz ohne Vorbehalt unters Volk streuen.

Insbesondere seit Beginn des konjunkturellen Wiederaufschwungs nach der Wirtschaftsflaute 1967 wurde deutlich, wie die Gewinnspannen der Unternehmen mit Hilfe von Preiserhöhungen ausgeweitet wurden. Beispielsweise zeichnete sich ein *Stahlboom* schon 1968 ab, als von stärkeren Lohnaufbesserungen noch nirgendwo die Rede sein konnte. „Über die breite Palette ihres Walzstahlsortiments hinweg haben die vier

Walzstahlkontore mit dem Abbau von temporären Rabatten (zum Teil auch bereits mit Erhöhungen der Grundpreise) vor allem seit Herbst 1968 Preiserhöhungen vorgenommen." <sup>1)</sup> Das Jahr 1969 war dann für die deutschen Stahlunternehmen voraussichtlich das beste Jahr seit Kriegsende, sowohl im Hinblick auf die Produktion und den Absatz als auch hinsichtlich des Ertrages. Die stahlerzeugende Industrie erwies sich als ein wesentliches Ursprungsmoment dieser Gewinn-Preis-Spirale, in der sich Preise und Gewinne im Inland gegenseitig hochtreiben, ohne daß die Preissetzungen zwingend durch etwaige Lohnbewegungen beeinflußt würden. Vom Ausgangspunkt der „Stahlkocher“ her läßt sich die Schematik dieser inflationierenden Abläufe besonders deutlich darstellen.

Der Stahl wird in anderen Wirtschaftsbereichen weiterbe- und -verarbeitet. Er unterliegt z. B. der Stahlverformung, wandert in den Stahlbau, den Maschinenbau, in die Kraftfahrzeugindustrie und weiter bis hin zum Herstellbereich von Hausratsartikeln der Eisen-, Blech- und Metallwarenindustrie. In diesen Sektoren ergeben sich dadurch zwangsläufig Kostenerhöhungen. Der zwecks Gewinnspannenausweitung verteuerte Grundstoff Stahl <sup>2)</sup> erhöht die Kosten in der nachfolgenden Produktionsstufe. Um die bisherigen Gewinnspannen beizubehalten oder angesichts günstiger Marktlage auszuweiten, setzen die Unternehmen dieser nachfolgenden Stufe ebenfalls die Preise herauf. Diese wiederum erhöhten Preise des nunmehr bearbeiteten Stahlprodukts verursachen in der dritten Produktionsstufe, im dritten industriellen Bereich, der die verteuerten Vorprodukte zur weiteren Umformung und Veredelung aufnimmt, steigende Kosten usw. Diese Entwicklung strahlt in alle übrigen Wirtschaftsbereiche aus; sie gleicht einem Strudel, der sich aus sich selbst heraus in Bewegung hält. Aus der *Input-Output-Rechnung*, die die interindustriellen Verflechtungen in Form von Gütereinsatz-(Vorleistungs-) Strömen und dem Güterausstoß zwischen den einzelnen Wirtschaftszweigen aufzeigt, wissen wir, daß letztlich jeder Wirtschaftsbereich direkt — oder indirekt über dritte Wirtschaftssektoren — mit allen anderen Bereichen der Volkswirtschaft durch Belieferung und Abnahme von Vorprodukten und von Vorleistungen, die jeweils für den eigenen Produktionsablauf notwendig sind, verbunden ist.

Folgerichtig wurde zum Jahresende 1969 bereits der verbrauchernahe Bereich der Eisen, Blech und Metall verarbeitenden Industrie erreicht, während sich die Preiswelle zuvor noch auf Grundstoff- und Investitionsgüter konzentriert hatte<sup>3)</sup>. Waschmaschinen, Geschirrspüler, Stahlblecheinrichtungen, Büromöbel usw. erfuhren massive Preiserhöhungen.

Diese willkürliche Ausweitung der Gewinnspannen zeichnete sich unmittelbar danach auch im ureigensten Bereich des privaten Verbrauchs ab, ohne daß die Lohnkostenbelastung eine entscheidende Rolle gespielt haben konnte: Der Verband des deutschen Einzelhandels erklärte, daß trotz DM-Aufwertung und der damit verbundenen mehrprozentigen Preissenkungsspielräume bei Agrargütern mit einem steigenden Preisniveau für *Nahrungs- und Genußmittel im Inland gerechnet werden müsse* <sup>4)</sup>. Der DGB hatte dies als indirekte Aufforderung des Verbandes an dessen Mitglieder gewertet, die bereits eingetretene Verbilligung bei den Warenbezügen nicht an den Verbraucher weiterzu-

1) N. N., Stahlindustrie marschiert in den Boom, in: „Weit“, 20. 2. 1969.

2) Vgl. hierzu die interessante Feststellung von W. Schmidt, Stahlindustrie als Preistreiber, in: „Der Gewerkschafter“, Nr. 12, Dezember 1969, S. 468: „Wie sich jetzt herausstellt, waren die Stahlaufträge in den letzten Monaten nicht wegen geringeren Interesses seitens der Kunden zurückgegangen, vielmehr hatten die Stahlkontore selbst Aufträge abgelehnt, um die Preiserhöhung abzuwarten (sie gilt ab sofort für alle Neuaufträge mit Auslieferung ab 1. Januar 1970)“.

3) Vgl. hierzu: Bundesministerium für Wirtschaft, Die wirtschaftliche Lage in der Bundesrepublik Deutschland, Vierteljahresbericht IV/69, S. 1.

4) Hier taucht für das Bundeskartellamt die Frage auf, inwieweit die sich häufenden vorherigen Ankündigungen von Preiserhöhungen seitens der Wirtschaftsverbände Preisempfehlungen für die Mitglieder dieser Verbände darstellen und auf ein kartellartiges Verhalten der Unternehmen hindeuten, gegen das nach § 38 Abs. 2 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen vorgegangen werden könnte.

geben. Tatsächlich sanken die Einzelhandelspreise für Nahrungs- und Genußmittel seit der DM-Aufwertung vom Oktober 1969 nicht nur nicht, sondern stiegen bis zur Jahresmitte 1970 im Durchschnitt um rund 3,5 %.

Diese Entwicklung kann auch nicht mit einem übermäßig zunehmenden Nachfrage- druck erklärt werden. Selbst das Bundeswirtschaftsministerium konnte in diesem Jahr keine weitere Beschleunigung des Expansionstempos der Einzelhandelsumsätze fest- stellen, „mit der bei dem anhaltend raschen Anstieg der Löhne und Gehälter vielfach gerechnet worden sein mag“ — wie man sich ausdrückte <sup>5)</sup>. Die Umsätze im Nahrungs- und Genußmitteleinzelhandel entwickelten sich in diesem Sommer sogar unterdurch- schnittlich, so daß die Geschäftsentwicklung weniger günstig als im Frühjahr beurteilt wurde. Dennoch hatte der Einzelhandel schon wieder angekündigt, daß im zweiten Halbjahr 1970 mit stärker steigenden Nahrungsmittelpreisen gerechnet werden müsse <sup>6)</sup>.

## II

Welche Rolle spielen dabei nun die Löhne und Gehälter? Der unternehmerische Preisförderungsinflationismus wurde fast ausschließlich mit dem Argument einer nicht mehr aufzufangenden Lohnkostenbelastung abgestützt. Indes — eine Lohnerhöhung lie- fert zwar die stets willkommene Begründung, aber nur selten den echten Grund für Preiserhöhungen. Zwischen Lohn- und Gehaltsaufbesserungen und zusätzlichen Preis- forderungen besteht *kein kausaler* mechanischer Zusammenhang.

Auch auf der Arbeitgeberseite beginnt man das bereits zuzugestehen. Es wird an- erkannt, daß die Verwendung von Lohn-Preis-Spiralenschemata eine allzu simple Feigenblattargumentation ist. Sicherlich ist es jeweils eine ganz spezifische Kostengröße, deren Bewegung in einer bestimmten Situation den Anlaß zu Preisveränderungen gibt — bequemerweise eben meist der Lohn. In der subjektiv gebundenen Sicht des Einzelunter- nehmers mag durchaus eine Lohnerhöhung nach vorausgegangenen Material- und Vor- leistungskostensteigerungen, nach seit einiger Zeit gehegten Gewinnerhöhungswünschen die Entscheidung zur Preisänderung herbeiführen. Sie ist insgesamt jedoch auch dann nur . der subjektiv ausgewählte Tropfen, der das Faß überlaufen läßt, und nicht der materiell bestimmende Gesamthalt des Fasses. .

In der Textilindustrie und im Handwerk wird vielfach ein Kalkulationsschema an- gewandt, das bei bestimmten Lohnerhöhungen automatisch eine weit überproportionale Steigerung sogar schon der Selbstkostenpreise mit sich bringt. Das ergibt sich großen- teils aus dem Rechnen mit festen Zuschlagsätzen bei den Gemeinkosten. Durch diese Gemeinkosten sollen die nicht direkt auf bestimmte Produktionsvorgänge zurechenbaren Kosten — wie Heizung, Licht usw. — in der Preiskalkulation berücksichtigt werden. Sie werden etwa im Fertigungsbereich in Form von bestimmten als Schätz- und Erfahrungs- werte festgesetzten Prozentaufschlägen auf die jeweiligen Fertigungslöhne in die Her- stellungskosten und den Selbstkostenpreis eingerechnet. Wenn nun die Fertigungslöhne steigen und die Lohnkosten sich damit absolut erhöhen, wachsen automatisch auch die den Preis mitbestimmenden Fertigungsgemeinkosten, obwohl das ursächlich mit der Lohnerhöhung überhaupt nichts zu tun hat.

Es sei auch daran erinnert, daß Preise nach einer Lohnerhöhung in dem betreffenden Wirtschaftszweig vielfach um einen gleichen oder ähnlich hohen Prozentsatz angehoben werden, obwohl der Lohnkostenanteil an der industriellen Produktion im Durchschnitt

5) Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft, Die v-irtschaftliche Lage in der Bundesrepublik Deutschland, Viertel- Jahresbericht 11/70, S. 2.

6) Vgl. Ifo-Schnelldienst Nr. 26 Tom 29. 6. 1970, S. 17.

nur etwa 40 % beträgt. Je kapitalintensiver ein Betrieb ist, d. h. je geringer der Lorm- und Gehaltsanteil an den Gesamtkosten der Produktion ist, desto höhere Zusatzgewinne werden bei einem solchen Vorgehen erzielt.

Daneben gibt es eine Fülle von Tatbeständen, die auf eine Preis„setzung“ ohne unmittelbaren Einbezug der Lohnentwicklung ins Unternehmerkalkül hindeuten, besonders auf den Märkten für Waren des Endverbrauchs und -gebrauchs. Denken wir nur an die *Preisbindung der zweiten Hand*, jenes gesetzlich sanktionierte Unikum, bei dem von den sogenannten Markenartikelherstellern bereits der Endverkaufspreis ihrer Produkte festgesetzt werden darf! Über alle Handelsstufen hinweg werden von vornherein die Handelsspannen fixiert — und das nicht zu knapp. Es wird darauf geachtet, daß nur diejenigen Händler, die die vorgeschriebenen Endverkaufspreise nicht unterbieten, mit den Markenartikeln beliefert werden. Bisher hat das für die Beobachtung der Preisbindung zuständige Berliner Bundeskartellamt nur die gesetzliche Möglichkeit, die Preisbindung solcher Waren aufzuheben, bei denen sie nicht mehr lückenlos ist, d. h. bei denen eine Reihe von Händlern die betreffenden Markenprodukte doch unter dem vom Hersteller vorgeschriebenen Preis verkaufen. Die künstliche Verteuerung von Waren durch die Preisbindung ist eindeutig. Im Durchschnitt aller Fälle, in denen das Bundeskartellamt die Preisbindung aufheben konnte, traten Preissenkungen um etwa 20 % ein. Bei einzelnen Gütern kam es zu Verbilligungen bis zu 50%.

Entscheidende Bedeutung hat weiterhin, daß diese Markenartikel mit festen Endverbraucherpreisen als Orientierungsmaßstab für die nicht preisgebundene Konkurrenz gelten. Die „namenlosen“ Hersteller von Produkten, die denen der Markenartikel gleichartig oder ähnlich sind, verändern ihre Preisforderungen mehr oder weniger parallel zu denen der Preisbindungsunternehmen; sie ziehen — auf ihrem unterhalb der Markenartikel liegenden Preisniveau — einfach mit. Soll das etwa die vielzitierte „Ordnungsfunktion“ der Preisbindung sein? Die Regierung ist offenbar der Meinung, daß die Abschaffung dieses idyllischen Schutzgebietes gegen Wettbewerb nicht zu der von ihr ansonsten so angelegentlich propagierten Stärkung der marktwirtschaftlichen Ordnung<sup>7)</sup> gehört.

Häufig werden als Maßnahme psychologischer Preisgestaltung *Schwellenpreise* gesetzt. Es wird erwartet, daß die Kundschaft bei Preisen von 98 DM oder 9,90 DM eher zugreift, weil weniger als ein Hunderter oder Zehner den Besitzer wechseln muß. Speziell in der chemischen Industrie kennt man Verbundproduktion. Mit der Herstellung eines bestimmten Gutes fallen dabei automatisch andere verwertbare und verkäufliche Erzeugnisse ohne Mehrkosten mit an. Die Aufteilung der Gesamtkosten — und damit auch der Lohnkosten — auf die einzelnen Produktarten ist dabei nicht möglich. Für die Preisfixierung solcher Verbundnebenprodukte wäre sie ohnehin bedeutungslos. Auch die Methoden zeitlicher, regionaler oder käuferschichtenspezifischer Preisdifferenzierungen zur „Vollabschöpfung“ des Marktes stehen der unkritischen Meinung entgegen, die Argumentation in Lohn-Preis-Spiralenmechanismen sei sachlich stichhaltig.

Aus empirischen Untersuchungen von Oligopolmärkten ist das sogenannte *Vollkostenprinzip* bekannt<sup>8)</sup>. Dabei geht der Unternehmer von der Überlegung aus, daß seine Stückkosten bei — um ein Beispiel zu nennen — 60prozentiger Produktionsauslastung noch gedeckt werden sollen — und setzt den Preis dementsprechend. Je höher nun der Auslastungsgrad der Kapazitäten über diese 60-Prozent-Basis hinausgeht, desto geringer werden die Stückkosten, da sich im Verlauf der höheren Auslastung eine

7) Vgl. Jahreswirtschaftsbericht 1970 der Bundesregierung, Bundestagsdrucksache VI/281 vom 27. 1. 1970, Bonn, Ziffer 61 ff.

8) Vgl. R. L. Hall und Ch. J. Hitch Price theory and business behavior, in: T. Wilson und P. W. S. Andrews (Hrsg.), Oxford Studies in the Price Mechanism, Oxford 1951, S. 107 ff.

Kostendegression bemerkbar macht. Desto höher wird auf der anderen Seite auch der Stückgewinn. Wiederum besteht kein Anhaltspunkt für eine kausal begründbare Bestimmung der Preishöhe durch Lohnveränderungen.

„Dieses Vollkostenprinzip ist augenscheinlich das Ergebnis geheimer oder offener Absprachen, einer Betradition der langfristigen Nachfrage und der langfristigen Kosten, moralischer Überzeugung von Fairneß und der Ungewißheit über die Wirkungen von Preissteigerungen und -Senkungen.“<sup>9)</sup>

Alles in allem müssen gerade die großen Unternehmen bei ihren preispolitischen Entscheidungen auch die Reaktionen der Öffentlichkeit berücksichtigen. Es kommt für sie darauf an, ein dieser Öffentlichkeit glaubwürdig erscheinendes Alibi anzubieten<sup>10)</sup>. Zu diesem Zweck werden in stereotyper Unterschlagung sachlich gerechtfertigter Gegenargumente vorzugsweise die gewerkschaftlichen Tarifforderungen vergewaltigt — auch dann, wenn Lohnkostensteigerungen sich aus der Lohndrift ergeben, wenn also die Unternehmer von sich aus tarifvertraglich nicht abgesicherte Lohnaufschläge oder zusätzliche Nebenleistungen gewähren. Ebenso lassen die Kosten und die Löhne auf den Zwischenmärkten, wo sich Vorlieferanten und Weiterverarbeiter bzw. Händler gegenüberstehen, Einfluß auf den auszuhandelnden Preis nicht erkennen. Aufschlußreich ist hierfür die Feststellung von Prof. Dieter Schneider:

„Die Mehrzahl der Preise bildet sich nicht auf einem anonymen Markt, sondern durch Einzelverhandlungen zwischen Anbietern und Nachfragern. Die Preise konkurrierender Unternehmen beziehen sich im allgemeinen nicht auf ein homogenes Gut, sondern auf ein vielschichtiges Produkt- bzw. Leistungsbündel: Hauptprodukt, Nebenleistungen und durch Werbung suggerierte Eigenschaften.“<sup>11)</sup>

Schneider weist darauf hin, daß die anbietende Unternehmung im Rahmen dieses zweiseitigen Monopols zwei Preisgrenzen setzt. „Preisuntergrenze ... ist der Preis, zu dem sie gerade noch bereit ist zu verkaufen. Preisobergrenze ist der Angebotspreis, ein Deklarationspreis, zu dem sie Nachfrager gewinnen und zu Verhandlungen führen will.“<sup>12)</sup> Die Kosten — und als Teil von ihnen die Löhne und Gehälter — sind schon für die Festlegung der Preisuntergrenze nur einer von mehreren Bestimmungsfaktoren. Auf die Höhe des Angebotspreises haben sie keinen Einfluß. Ein nachfragendes Unternehmen wird je nach Marktlage und Verhandlungsargumenten, die es zur Verfügung hat, den Angebotspreis annehmen oder einen Kompromiß zwischen Preisober- und -untergrenze des Anbieters erzielen können.

„Was in der Literatur als Kosteninflation bezeichnet wird, ist weit stärker durch mangelnden Wettbewerb, mangelnde betriebswirtschaftliche Anpassungsfähigkeit, Marktordnungen und ähnliche einer Marktwirtschaft fremde Hemmnisse bestimmt als durch die Kostenentwicklung.“<sup>13)</sup>

Solche Aussagen erscheinen jedenfalls glaubwürdiger als die eher Heiterkeit erweckenden Erklärungsversuche, daß „viele Unternehmen erst *durch den Lohnkostendruck gezwungen* worden (sein), den konjunkturell zur Verfügung stehenden Spielraum durch Preisanhebungen in Anspruch zu nehmen“<sup>14)</sup>. Selbst die Deutsche Bundesbank, die in der Regel sehr rasch von „unangemessenen“ Tariflohnsteigerungen spricht, schränkte mittlerweile ein. Sie stellte die diesjährigen tariflichen Lohn- und Gehalts-

9) G. J. Stigler, Die geknickte Oligopol-Nachfragekurve und starre Preise, in: A. E. Ott (Hrsg.), Preistheorie, Köln—Berlin 1965, S. 327 f.

10) Vgl. dazu die Habilitationsschrift von J. Lübbert, Untersuchungen zur Theorie der gesamtwirtschaftlichen Einkommensverteilung, Kieler Studien Nr. 68, Tübingen 1964.

11) D. Schneider, Die Lohnerhöhung als Alibi, in: „Der Volkswirt“, Nr. 42 vom 17. 10. 1969, S. 48.

12) Ebenda, S. 49.

13) Ebenda, S. 51.

14) J. Husmann, Kein Zweifel: Löhne trieben Preise, in: „Handelsblatt“ vom 25. 5. 1970.

erhöhungen zwar als „Anlaß für die Erhöhung von Einzelpreisen“ hin, versah diese Ausdeutung jedoch mit dem Zusatz: „oder jedenfalls eine Begründung hierfür“<sup>15)</sup>.

### III

In einem anderen Zusammenhang gelangt das wirtschaftswissenschaftliche Forschungsinstitut der Gewerkschaften zu dem Schluß:

„In Wahrheit kommt hier ein ganz typisches preispolitisches Verhalten der Unternehmer zum Ausdruck, bei dem versucht wird — angesichts einer drohenden Nachfrageabschwächung —, jeden Preiserhöhungsspielraum, der sich bietet, voll zu nutzen, um Kostenerhöhungen zu überwälzen und damit die in den Jahren 1968 und 1969 gegebenen Gewinnspannen zu halten.“<sup>16)</sup>

„Unter den zahlreichen auf die Preisbildung wirkenden Faktoren kommt der amtlichen Wirtschaftspolitik in der Marktwirtschaft lediglich eine sekundäre, nur auf indirektem Wege wirkende, aber niemals eine dominierende Rolle zu. Der in erster Linie aktive Faktor ist in einer Marktwirtschaft die *unternehmerische Preispolitik*.“<sup>17)</sup>

In der Tat deuten die Industriestatistiken darauf hin, daß die autonome Preispolitik der Unternehmer die vorhandenen Marktchancen hinreichend ausgenutzt hat. In den ersten fünf Monaten dieses Jahres hatten die Löhne und Gehälter in der Industrie durchschnittlich einen Anteil am industriellen Umsatz (ohne Mehrwertsteuer) von geringfügig mehr als 23 %<sup>18)</sup>. Die Lohnkosten — gemessen am industriellen Umsatz — waren damit nur ganz unwesentlich höher als im Zeitraum Januar/Mai 1965 mit genau 23 %. Sie lagen noch leicht unter dem Wert für den gleichen Zeitraum des Jahres 1966.

Die einschließlich der alten Umsatzsteuer ausgewiesenen Umsatzwerte bis 1967 wurden zum Zwecke der Vergleichbarkeit mit den ab 1968, nach dem Übergang auf das Mehrwertsteuersystem, ohne Mehrwertsteuerbelastung veröffentlichten Umsatzzahlen bereinigt. Dafür wurde eine durchschnittliche kumulierte Belastung mit der alten Bruttoumsatzsteuer von knapp 7 % bei den Inlandsumsätzen und von etwas über 4% bei den Auslandsumsätzen in Ansatz gebracht. Diese Belastungsquoten waren vom Ifo-Institut für Wirtschaftsforschung für das produzierende Gewerbe ermittelt worden<sup>19)</sup>. Sie können auch auf den etwas enger umgrenzten Sektor „Industrie“ übertragen werden.

Von Januar bis April 1970 waren die industriellen Lohn- und Gehaltsaufwendungen am Umsatz sogar kontinuierlich von einem Anteil von gut 24 % auf knapp 22% gesunken und erst im Mai auf 24<sup>1</sup>/<sub>2</sub> % angestiegen. Von einem Rekord der Lohnkosten, den die Arbeitgeberseite festgestellt haben möchte, kann dabei ernstlich nicht gesprochen werden. In den Jahren 1966 und 1967 betragen die Löhne und Gehälter in jeweils mehreren Monaten am Umsatz der Industrie anteilig 25 % und darüber. Auch 1965 wurde die 25-Prozent-Marke fast erreicht.

15) Monatsberichte der Deutschen Bundesbank, 22. Jg., Nr. 6, Juni 1970, S. 7.

16) Wwl-Mitteilungen, 23. Jg., Nr. 4, April 1970, S. 103.

17) WWI-Mitteilungen, 23. Jg., Nr. 6, Juni 1970, S. 174.

18) Bei Abfassung dieser Arbeit lagen Daten der Industrieberichterstattung bis Mai 1970 vor.

19) Vgl. J.-P. Petersen/G. Spanakakis, Die kumulierte Umsatzsteuerbelastung in der Bundesrepublik Deutschland, Studien zur Finanzpolitik, Heft 8, München 1967, S. 35 in Verbindung mit S. 23 f.