

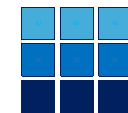
HEIKE ADAM  
Finanzen Krise Inflation

# INFLATION - MÄRKTE - MODELL

Wie die Inflation sukzessive die gesamte Wirtschaft erfasst.

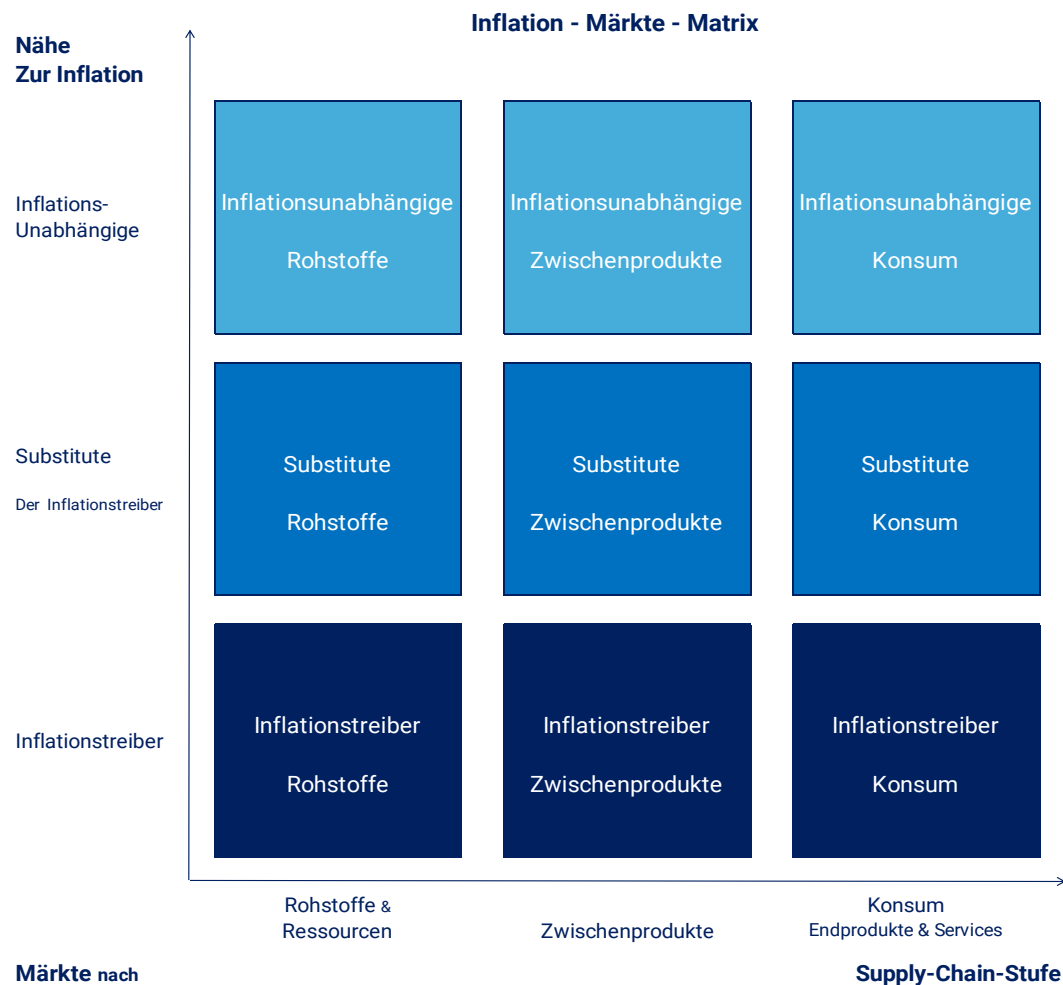
In 4 Phasen werden auf 9 abgegrenzten Märkten Mengen und Preise beeinflusst.

Inflation verstehen & vorausschauend handeln – Das 1. Praxismodell für Unternehmen.

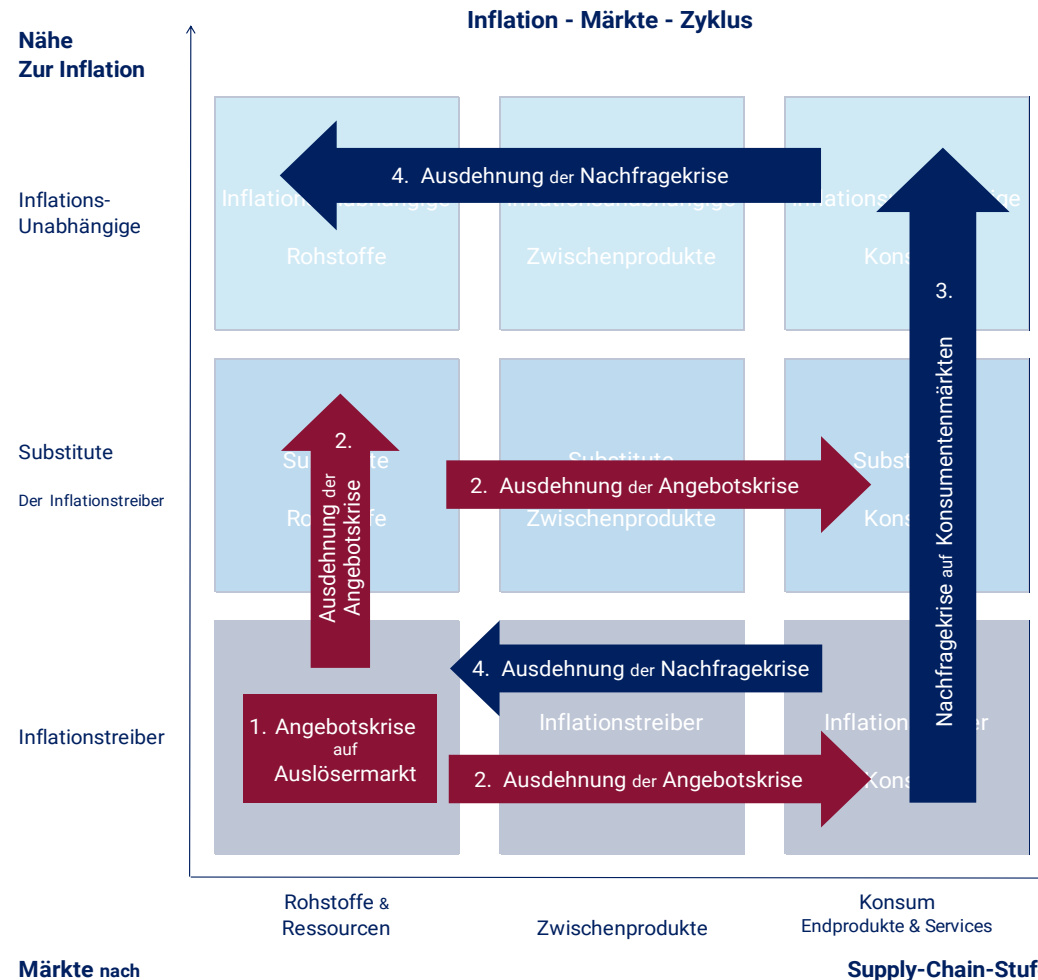


# INFLATION-MARKETS-MODEL\* – Unterteilt die Märkte aus Inflationperspektive. Hier angewandt auf die aktuelle Inflation, die durch akuten Angebotsmangel im Rohstoffbereich ausgelöst wurde.

## 9 abgegrenzte Märkte aus Inflationperspektive



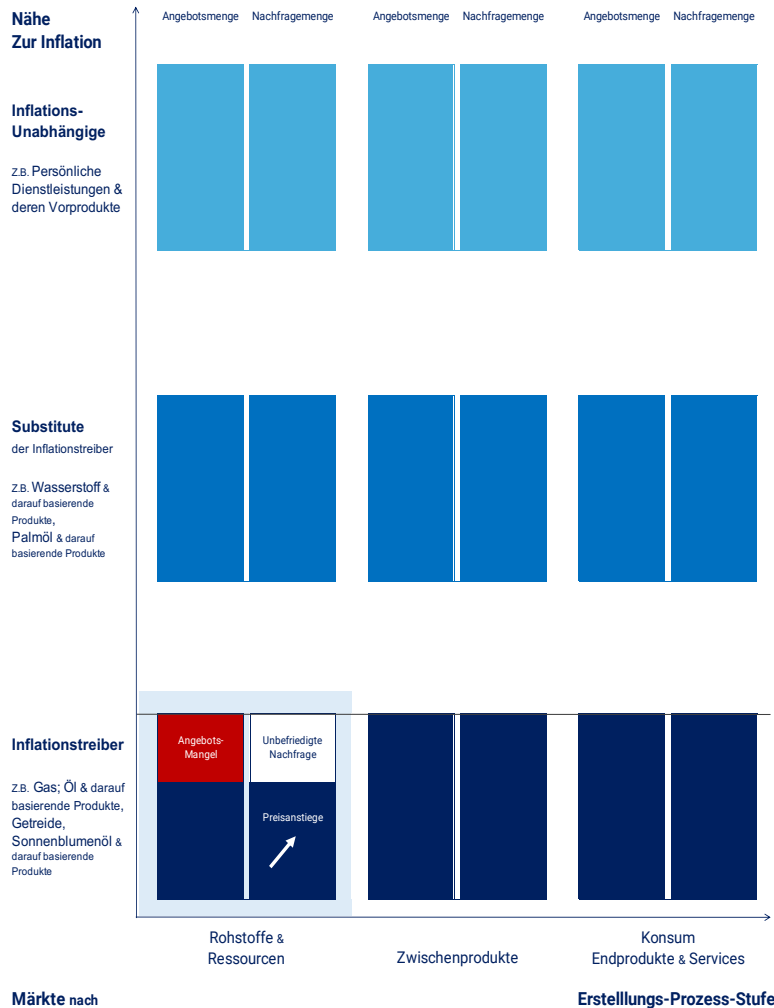
## 4 Phasen-Zyklus verdeutlicht Verlauf



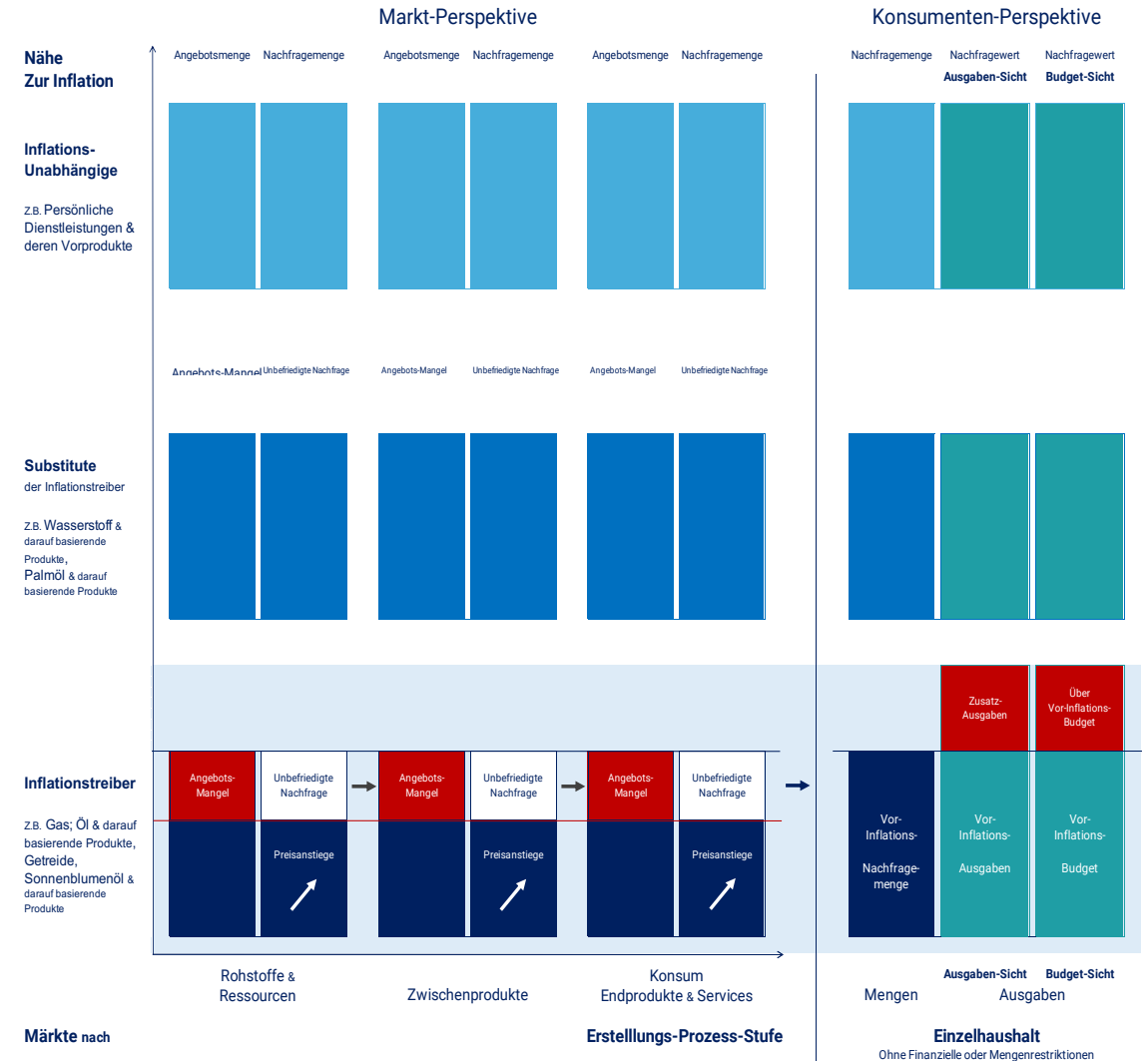


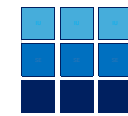
# IMM – Phase 1 & 2: Die Angebotskrise auf dem Auslösermarkt wird zu den Konsumenten weitergegeben. Auf den Substitutmärkten fehlen die Mengen, auch hier entstehen Angebotskrisen.

## 1. Angebotskrise auf Auslösermarkt



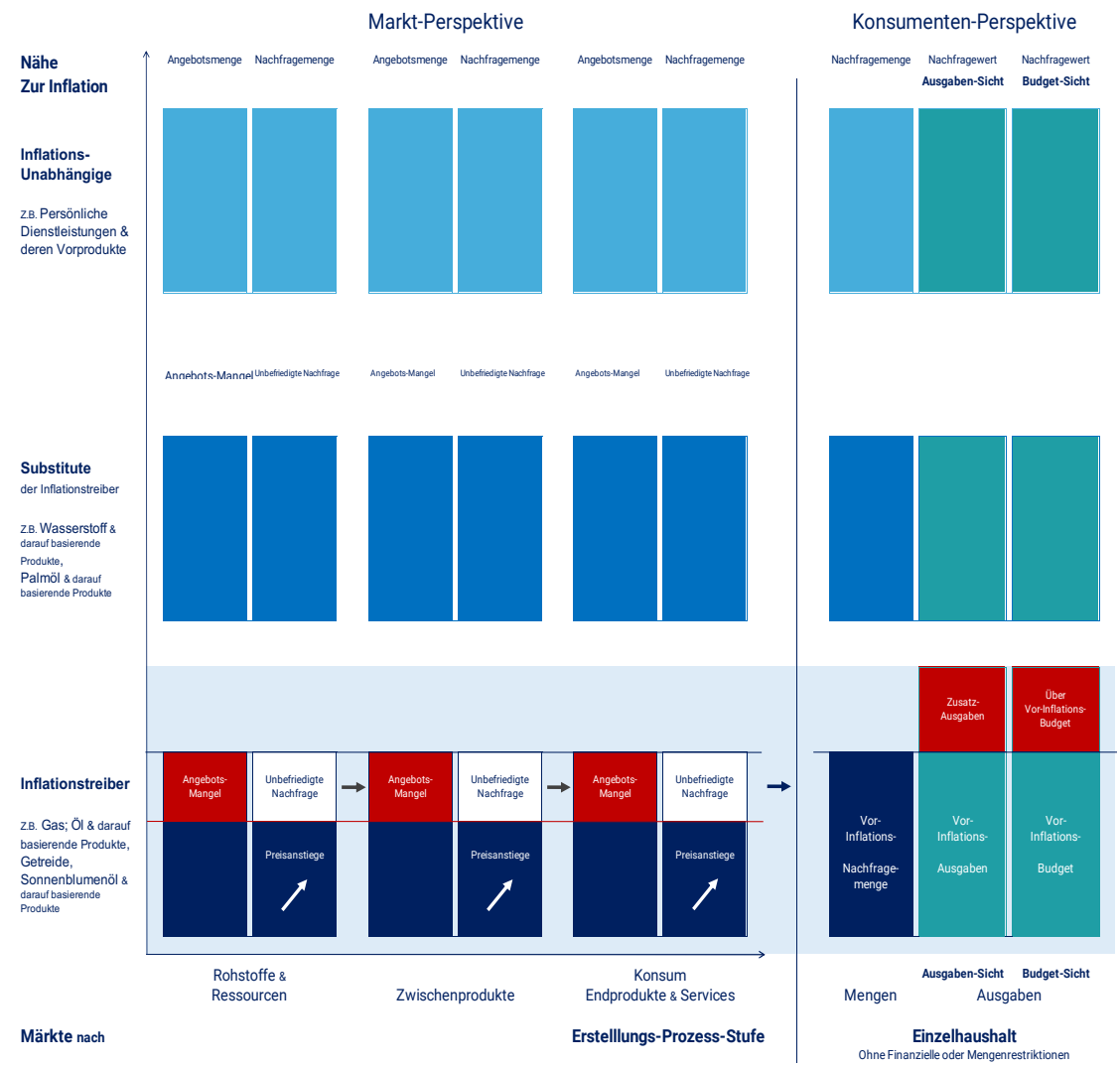
## 2. Ausdehnung der Angebotskrise 1/2



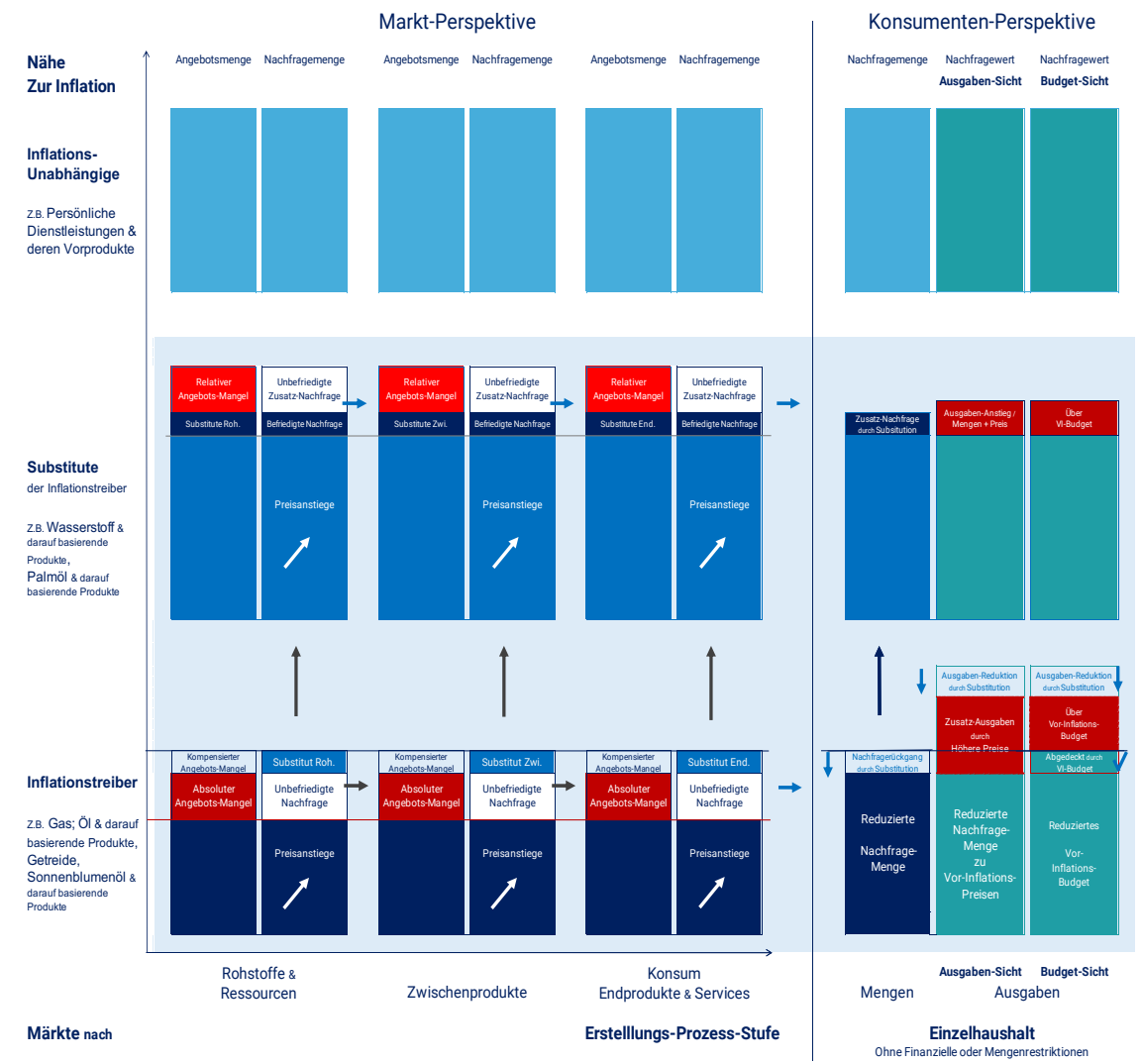


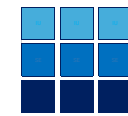
# IMM – Phase 2: Die Substitutmärkte können die Zusatznachfrage nicht befriedigen. Der Angebotskrise breitet sich in eine 2te Richtung aus. Die Substitutkäufe auf den Konsumentmärkten beginnen.

## 2. Ausdehnung der Angebotskrise 1/2



## 2. Ausdehnung der Angebotskrise 2/2





# IMM – Phase 3: Die Konsumenten substituieren die Inflationstreiber, dann reduzieren sie deren Mengen. Zusätzlich verschieben sie Budgets, die Inflationseffekte erreichen die Inflationsunabhängigen Märkte.

**Nähe Zur Inflation**

**Inflations-Unabhängige**

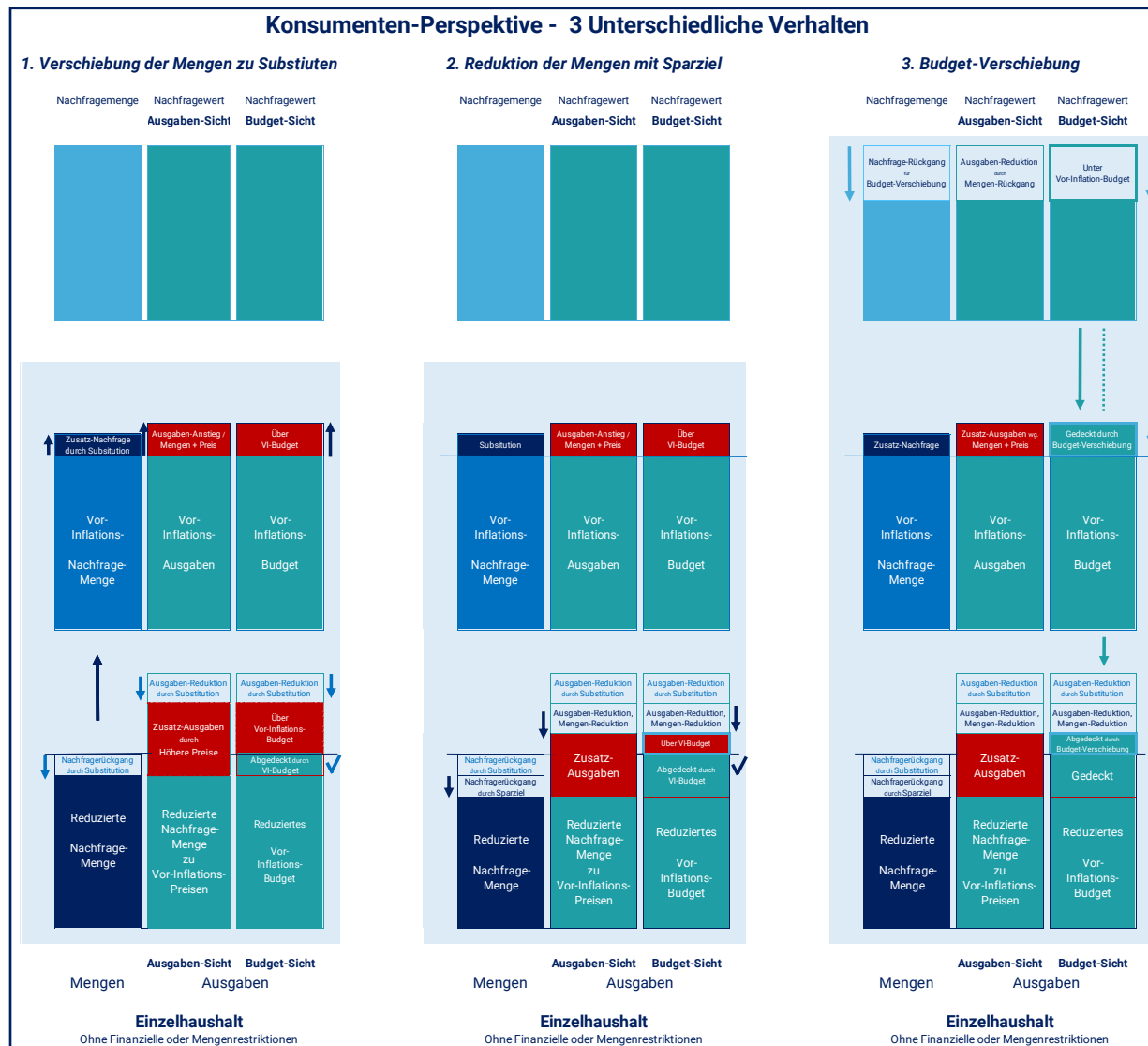
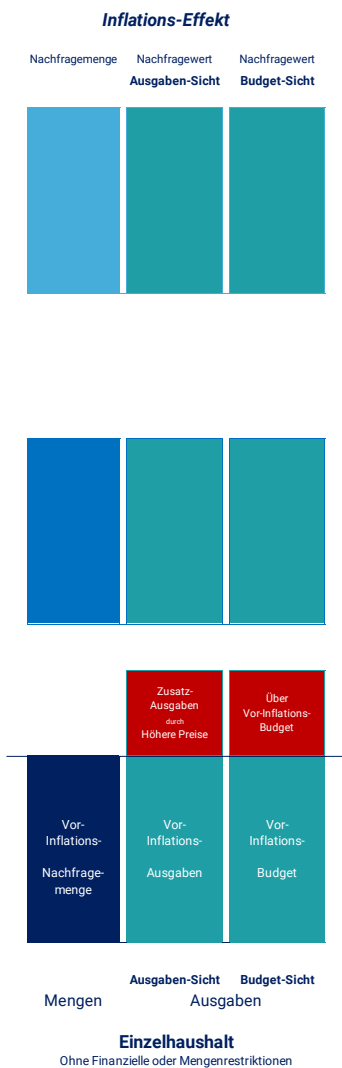
z.B. Persönliche Dienstleistungen & deren Vorprodukte

**Substitute der Inflationstreiber**

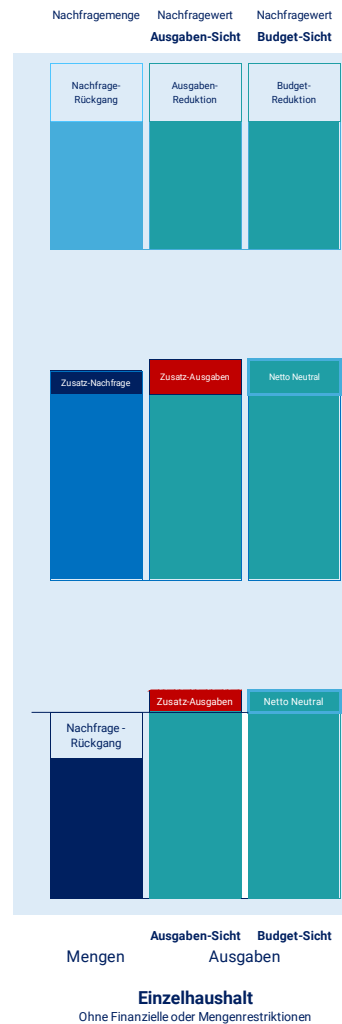
z.B. Wasserstoff & darauf basierende Produkte, Palmöl & darauf basierende Produkte

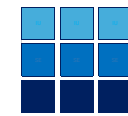
**Inflationstreiber**

z.B. Gas; Öl & darauf basierende Produkte, Getreide, Sonnenblumenöl & darauf basierende Produkte



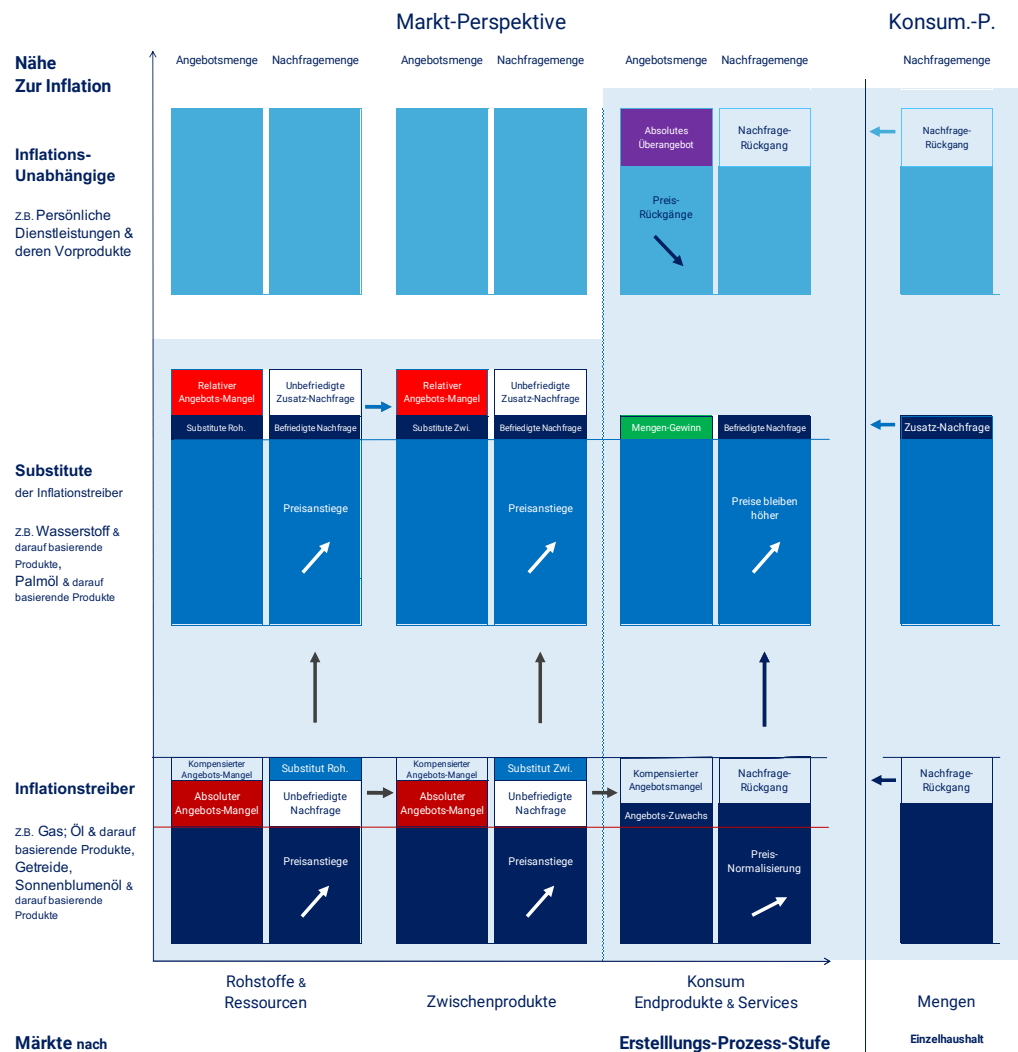
**Endergebnis**





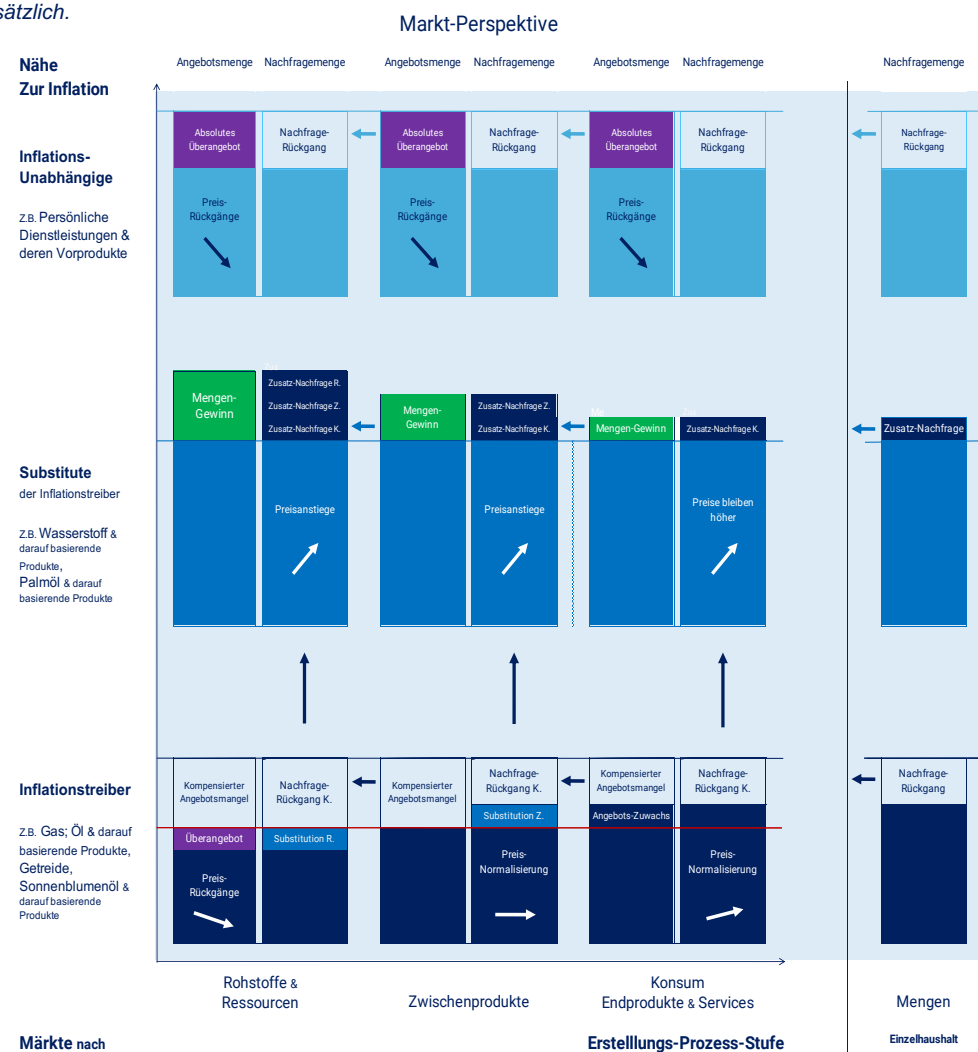
# IMM – Phasen 3 & 4: Die Inflation „kippt“. Angebotskrisen initiieren Nachfragekrisen. Diese werden in die Vormärkte weitergetragen. Die Inflation triggert ihre eigene Rezession und erreicht alle Märkte.

## 3. Nachfragekrise auf Konsumentenmärkten



Zinserhöhungen der EZB reduzieren die Nachfrage zusätzlich.

## 4. Ausdehnung der Nachfragekrise

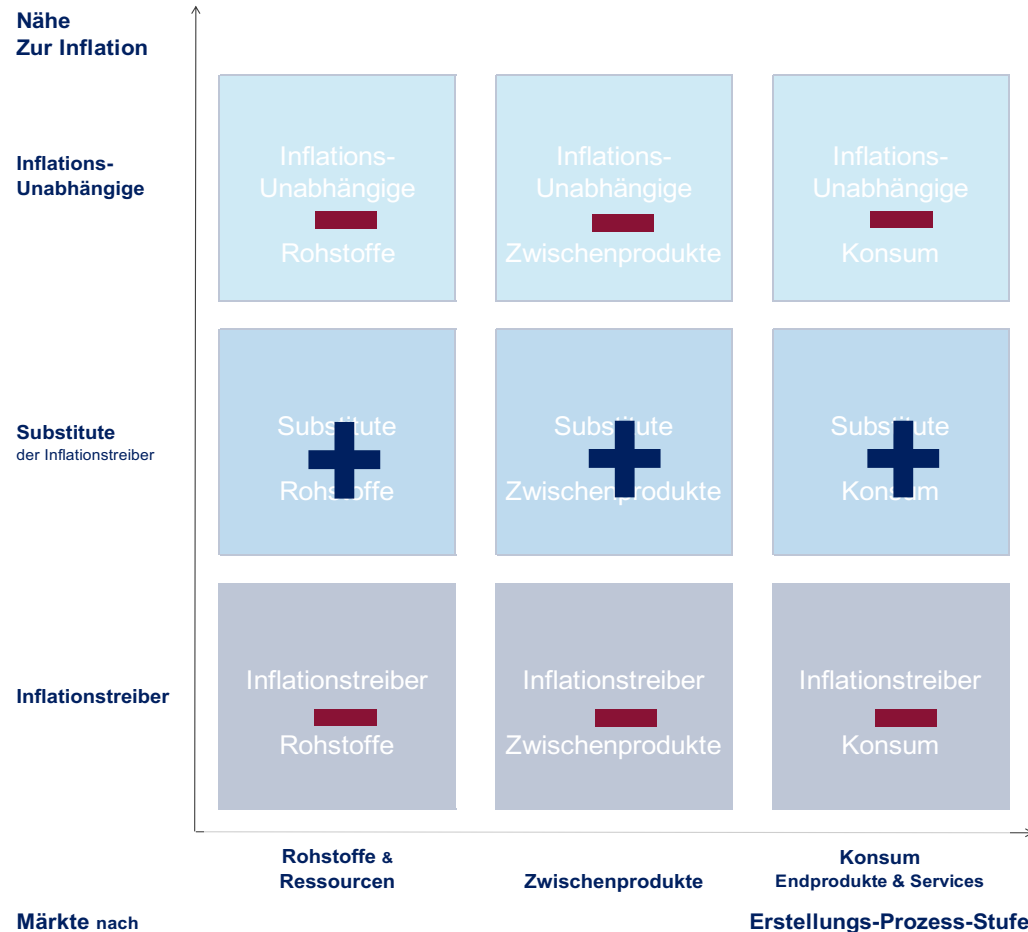




Am Ende stehen Gewinnermärkte und Verlierermärkte. Die Verlierermärkte sehen im Konzentrationsprozess Firmen, die gewinnen, indem sie von ihrer Marktposition und finanziellen Resilienz profitieren.

## Gewinnermärkte & Verlierermärkte

Inflation - Märkte - Matrix



**Jede Firma** kann sich selbst positionieren:

**In welchem Markt bin ich aktiv?**

Und die Fragen beantworten:

**Wie** wird mein Markt betroffen sein?

**Wann** wird mein Markt betroffen sein?

Und vorausschauend handeln.



## Das INFLATION-MÄRKTE-MODELL – Die Inflation verstehen. Und vorausdenken. Wie die Inflation sukzessive einen Großteil der Wirtschaft erfassen wird.

Inflation - Nach Jahrzehnten plötzlich wieder da. Der Mehrzahl der heute Aktiven fehlt eigene Erfahrung. Das makroökonomische Modell zu Geldmenge und Zinswirkung ist ohne praktische Relevanz für Märkte und Unternehmen. Das INFLATION-MÄRKTE-MODELL ist das erste mikroökonomische Modell zur Inflation und bietet diese erstmals. Die Inflation ist in Ablauf, Effekten und Konsequenzen differenziert nachvollziehbar.

1. Die **aktuelle Inflation** wird eine **lange und tiefgreifend sein**, da der Haupttreiber, realer Angebotsmangel an Energierohstoffen aus Russland, strukturell und dauerhaft ist. Eine zeitnahe Rückkehr zu Mengen und Preisen vor Inflation ist nicht möglich. Alternativ- und Einsparlösungen müssen als konstant konzipiert und etabliert werden, das erhöht zeitlichen und finanziellen Aufwand, die Preise bleiben hoch.

2. **Auf vielen Märkten initiiert die Inflation gravierende Nachfragekrisen** mit signifikantem Mengen- und Preisverfall. Etliche Märkte schrumpfen stark, es kommt zu substanziellen Marktvereinigungen und Konzentrationen, wirtschaftliche Substanz wird breit vernichtet.

3. **Fast jeder Markt und jedes Unternehmen wird von der Inflation und ihren Folgeeffekten im Zeitverlauf beeinflusst**, auch die zu Beginn von den Preissteigerungen unbetreffenen. Die Wirkung ist überwiegend negativ, vorausschauendes Handeln sichert Substanz und die Nutzung von Chancen.

### Die aktuelle Inflation als Angebotskrisen-Inflation

Inflationen sind **temporäre Ausnahmeformen** einer Wirtschaft, eher seltene Phänomene in westlichen Marktwirtschaften. Deutschlands drei Nachkriegsinflationen liegen 30-50 Jahre zurück (1972 Ölkrise, 1983 Ölknappheit wegen des 1. Golfkrieges, 1991/1992 Auflösung des Konsumstaus nach der Deutschen Einheit). Die USA erlebte ihre letzten Inflationen in den 1970/80er Jahren; stetig wachsende Nachfrage, genährt durch die Kombination aus expansiver Geldpolitik, hohen Lohnabschlüssen und den Ölkrisen, beendet durch radikale Zinsanhebungen. Die derzeit diskutierten Modelle und Interventionen fußen maßgeblich auf dieser Erfahrung und bewegen sich auf makroökonomischer Ebene.

Doch die **aktuelle Inflation** in Deutschland und Europa ist nicht durch überhitzte Nachfrage ausgelöst und getrieben, sondern durch das Gegenteil, **reale Knappheit, Angebotskrisen**. Die starke Geldmengenausweitung der letzten Jahre durch die EZB wirkt verstärkend, jedoch sind Anstiege und dann Sprünge der Preise und der Inflationsraten auf die globalen Lieferkettenprobleme und kausal eindeutig auf den Beginn des Ukrainekrieges und dessen Folgen zurückzuführen. Die parallelen Inflationsverläufe in vielen Nicht-EZB-Ländern unterstreichen das; auch dort sind es die Angebotseinbrüche, die Preise und Inflationsraten steigen lassen.

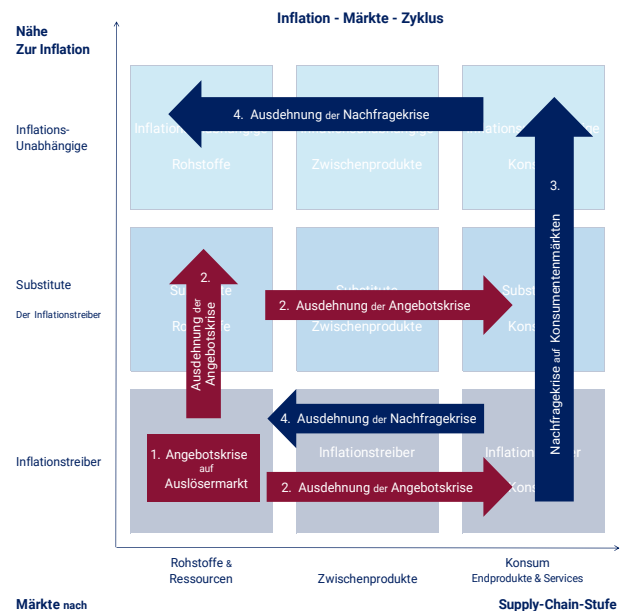
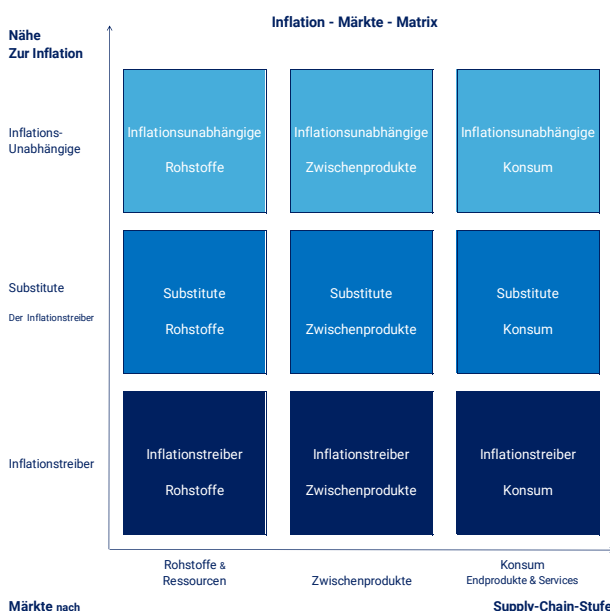
Die aktuelle Inflation ist **auf selektiven Märkten** durch klassische Marktreaktionen entstanden, und es bedarf **marktbezogener Modelle**, um sie zu beschreiben. Erst durch das Runterbrechen des abstrakten, komplexen Phänomens auf Marktzustände und Marktmechanismen wird sie verständlich und mit bekannten Maßnahmen beherrschbar. Genau das liefert das **INFLATION-MÄRKTE-MODELL**.

### Die INFLATION-MÄRKTE-MATRIX

Der Betrachtung aus der spezifischen Inflationsperspektive dient die Unterteilung der kompletten Wirtschaft in **9 klar abgegrenzte Märkte**. Definiert werden diese über zwei Dimensionen: Nähe zur Inflation und Supply-Chain-Stufe.

Die **Nähe eines Marktes zur Inflation** bilden 3 Kategorien ab: Inflationstreiber - Substitute der Inflationstreiber – Inflationsunabhängige. Für die **Supply Chain** werden 3 Stufen unterschieden: Rohstoffe & Ressourcen - Zwischenprodukte - Endprodukte & Services auf den Konsumentenmärkten.

Daraus ergibt sich die **Inflation-Märkte-Matrix** für die **Angebotskrisen-Inflation**. Die Inflation beeinflusst diese 9 Märkte in einem **4-phasigen Zyklus**.







## Der INFLATION-MÄRKTE-ZYKLUS

### 1. Angebotskrisen auf den Auslöser-Märkten

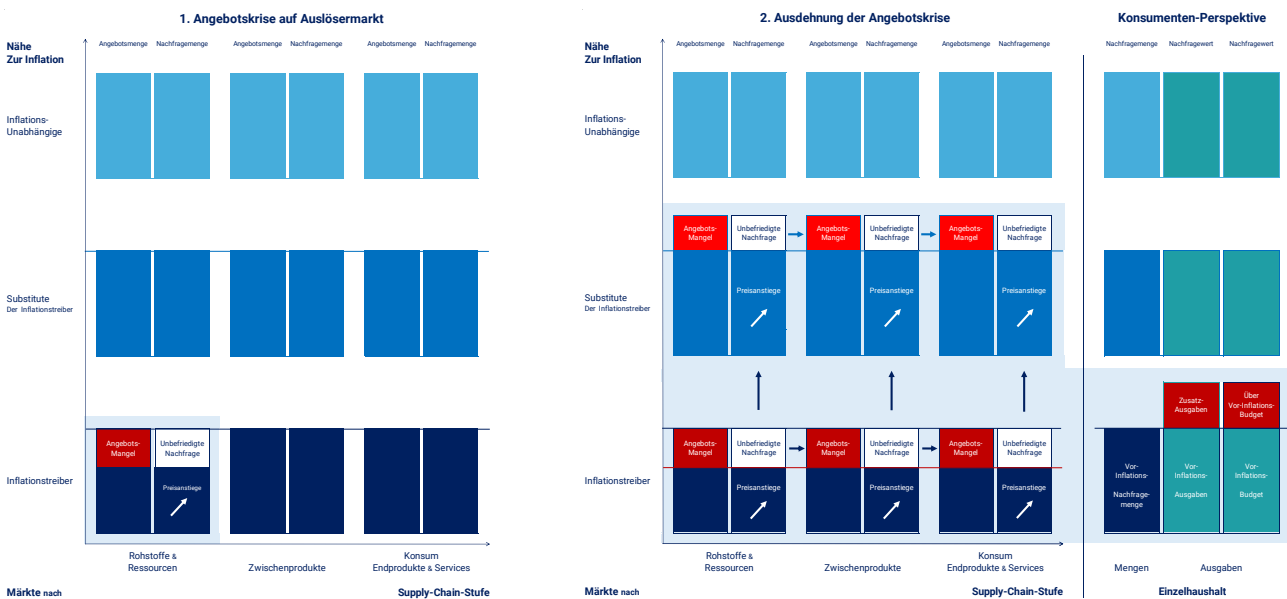
Auf den Rohstoffmärkten sinken die Mengen überraschend und in großem Umfang; aktuell für Energierohstoffe, Speiseöle und Getreide. Diese akute Knappheit, der reale Angebotsmangel, führt dort zu Preisanstiegen, die nur in kleinen Teilen bereits die Konsumentenmärkte erreichen. Diese Phase setzt im März ein (Beginn des Krieges: 24. Februar 2022).

### 2. Ausdehnung der Angebotskrise

Von den Auslöser-Märkten ausgehend erfasst die Angebotskrise direkt und indirekt bezogene Märkte und breitet sich als solche dominoeffektartig aus:

**Märkte der Inflationstreiber:** Von den Rohstoffmärkten wird die **reale Angebotskrise** direkt an die Märkte der Zwischenprodukte und dann die Konsumentenmärkte übertragen. Obwohl die deutlich höheren Einkaufspreise nur anteilig, selektiv und zeitversetzt weitergegeben werden können, führen diese bereits zum Anstieg der Inflationsraten. Die Preise für primäre Energien, Getreide- und Speiseölprodukte als auch stark energiebasierte Produkte steigen in den kommenden Monaten sukzessive weiter.

**Märkte der Substitute** der Inflationstreiber: Diese Märkte sind nicht vom inflationsauslösenden realen Angebotsmangel betroffen, sondern rücken wegen des adäquaten Ersatzes in den Fokus. Die kurzfristige zusätzliche Nachfrage aus den Treibermärkten kann nicht befriedigt werden, es entsteht ein relativer Mangel, eine **relative Angebotskrise**, die Preise steigen. Aus allen drei Supply-Chain-Stufen fließen Volumen an Neukunden aus den Treibermärkten, nun resultierend in einer echten Angebotskrise für bisherige Kunden. Aktuell zu beobachten u.a. für verflüssigtes Erdgas (LNG) und Palmöl als Sonnenblumenölersatz.



### 3. Nachfragekrise auf Konsumentenmärkten

Mit dem Erreichen der Konsumentenmärkte **initiiieren die Angebotskrisen das Gegenteil, Nachfragekrisen**. Die Konsumenten reduzieren ihre Nachfragemengen, teils aus echtem Geldmangel, teils präventiv. Neben den deutlich höheren Preisen ist die Unsicherheit bezüglich der zukünftigen Entwicklung ein entscheidender Grund. Zuerst agieren die Konsumenten produktspezifisch, später aus **Budgetsicht**. Die Substitut-Märkte sind davon nicht betroffen, hier besteht weiterhin Angebotsmangel. Diese Phase hat im Juli relevant begonnen, vor allem im Einzelhandel. Alle Indikatoren deuten auf eine großflächig einbrechende Nachfrage hin.

