

HEIKE ADAM
Finanzen Krise Inflation

INFLATION - MÄRKTE - MODELL

Wie die Inflation sukzessive die gesamte Wirtschaft erfasst.

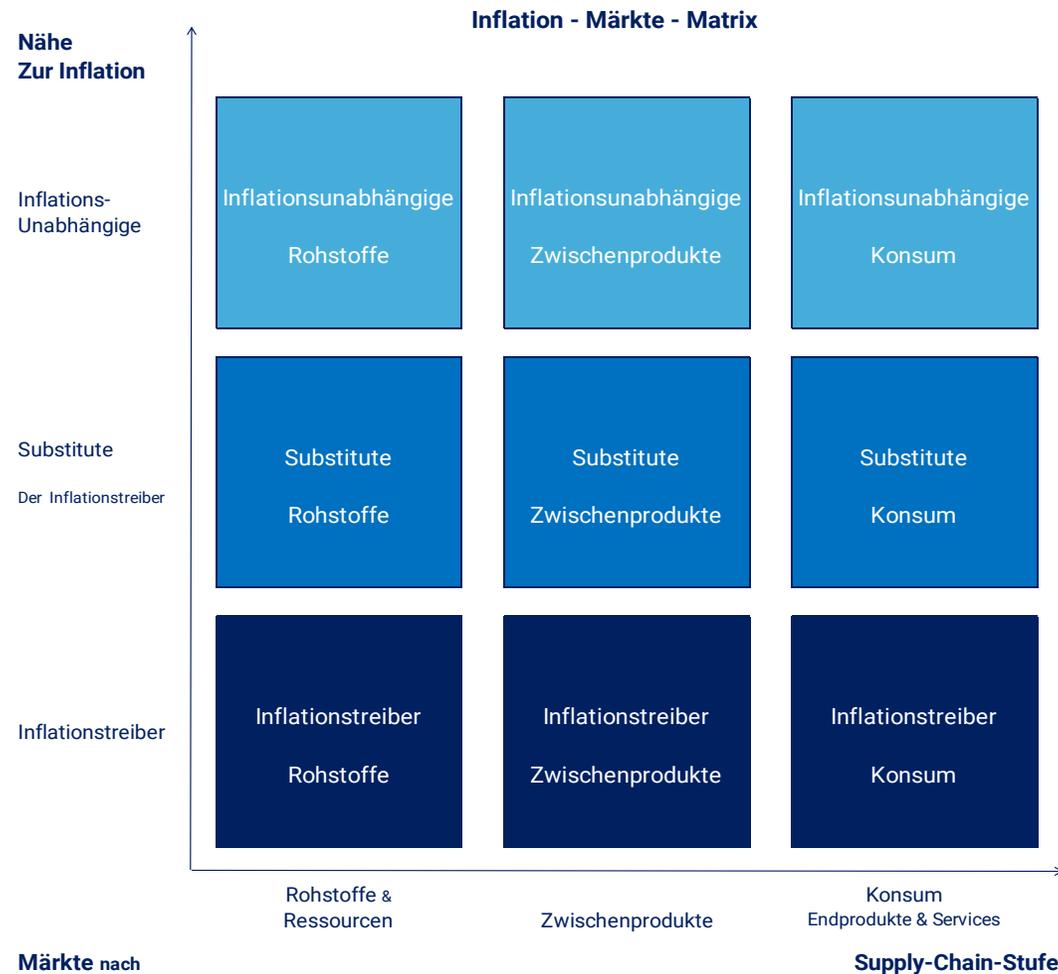
In 4 Phasen werden auf 9 abgegrenzten Märkten Mengen und Preise beeinflusst.

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

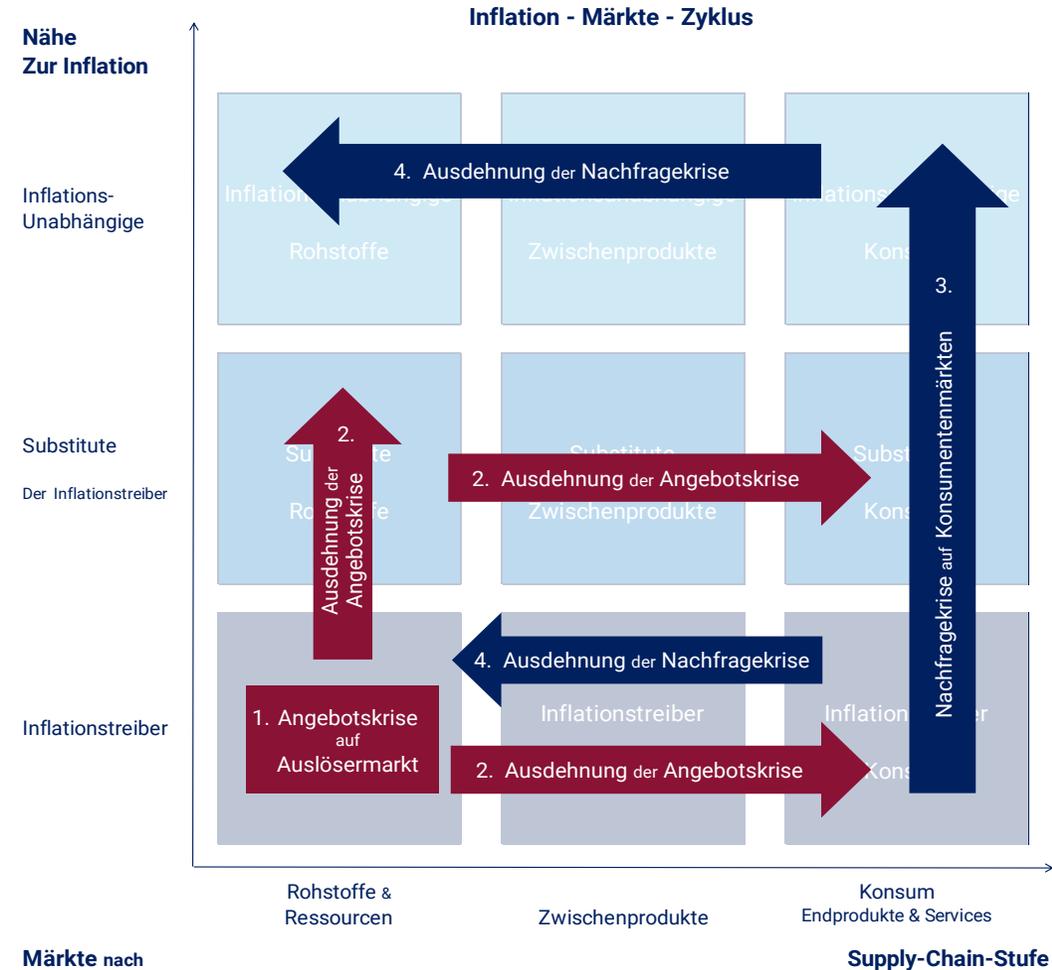


INFLATION-MARKETS-MODEL* – Unterteilt die Märkte aus Inflationperspektive. Hier angewandt auf die aktuelle Inflation, die durch akuten Angebotsmangel im Rohstoffbereich ausgelöst wurde.

9 abgegrenzte Märkte aus Inflationperspektive



4 Phasen-Zyklus verdeutlicht Verlauf

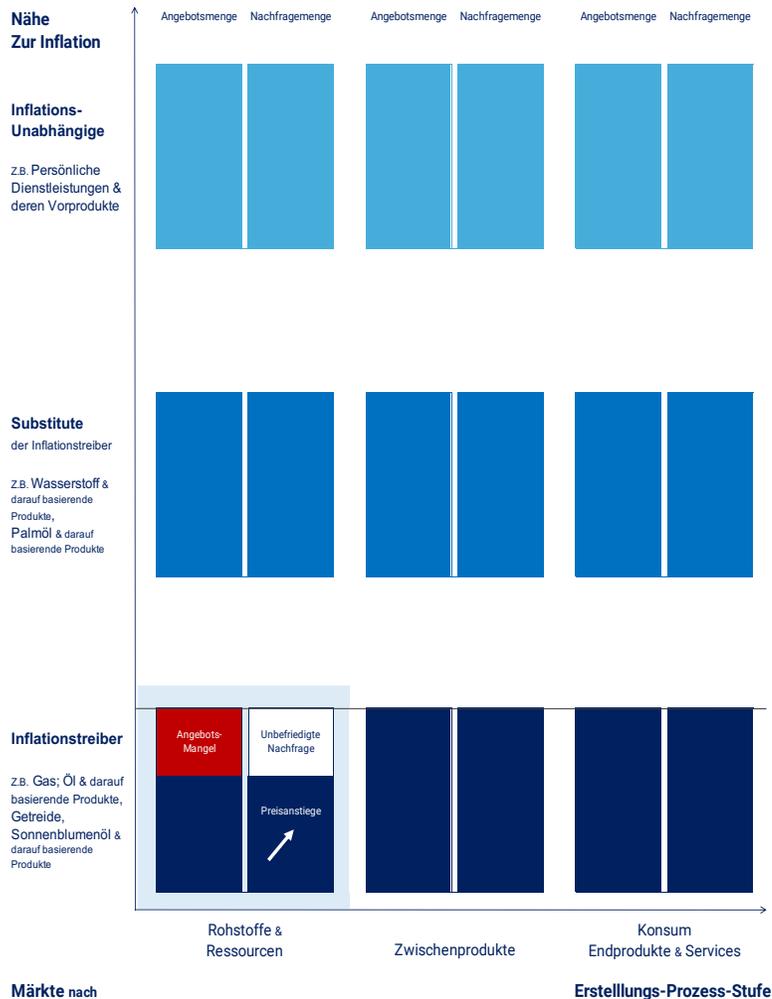


*Angewandt auf die aktuelle Inflation 2022. Diese wurde getriggert durch Angebotskrisen als Resultat des Ukrainekrieges.
INFLATION-MÄRKTE-MODELL, entwickelt von Heike Adam. heike-adam.com

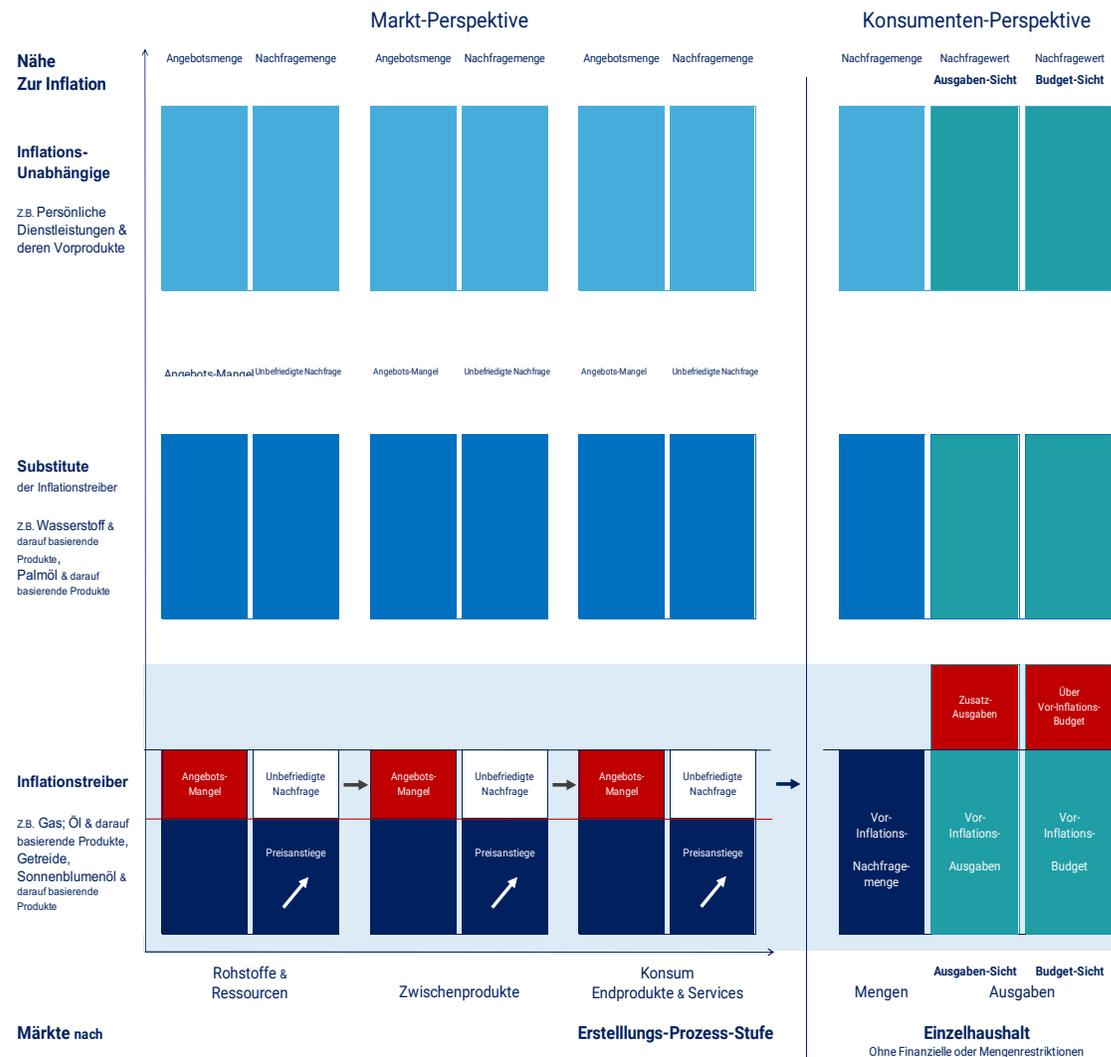


IMM – Phase 1 & 2: Die Angebotskrise auf dem Auslösermarkt wird zu den Konsumenten weitergegeben. Auf den Substitutmärkten fehlen die Mengen, auch hier entstehen Angebotskrisen.

1. Angebotskrise auf Auslösermarkt



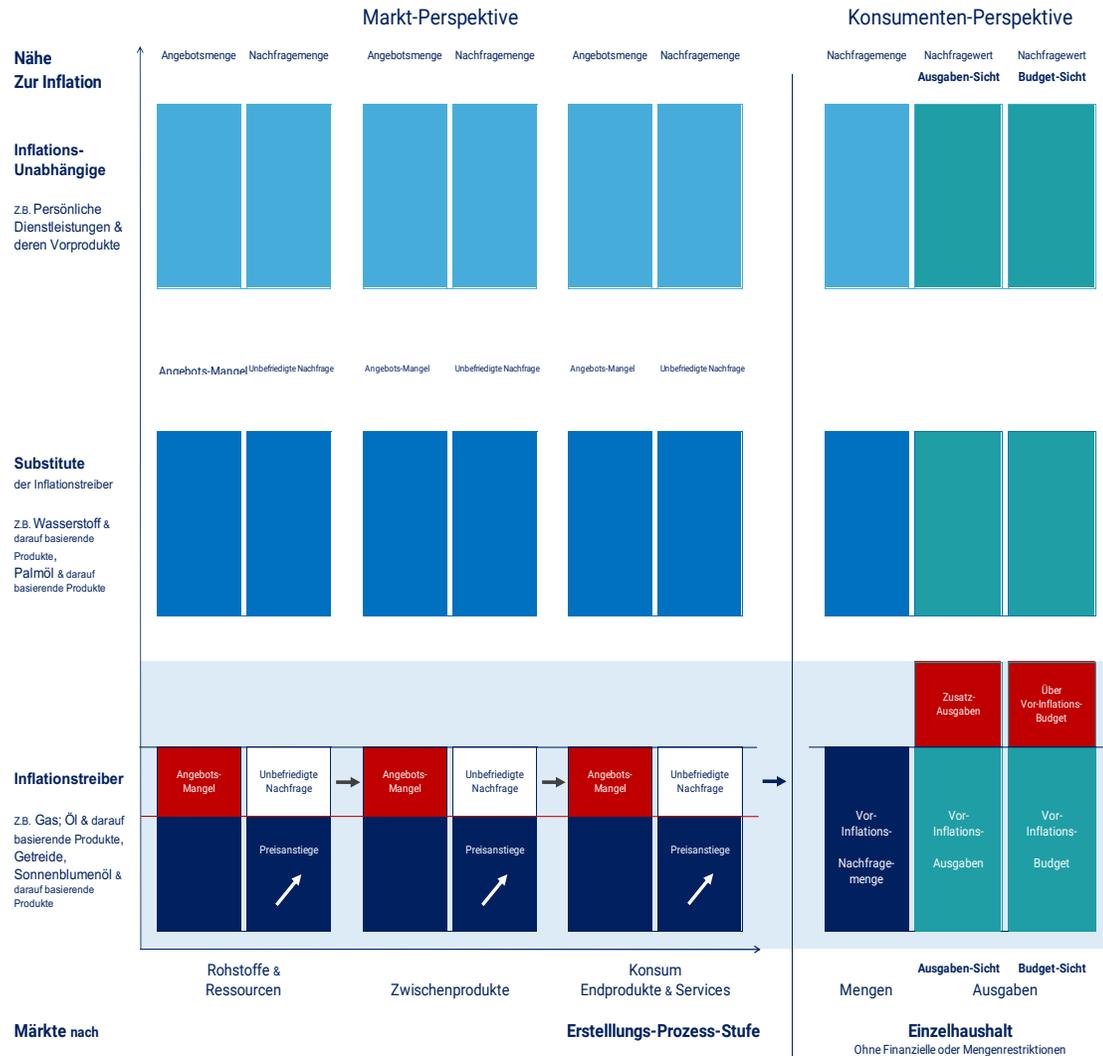
2. Ausdehnung der Angebotskrise 1/2



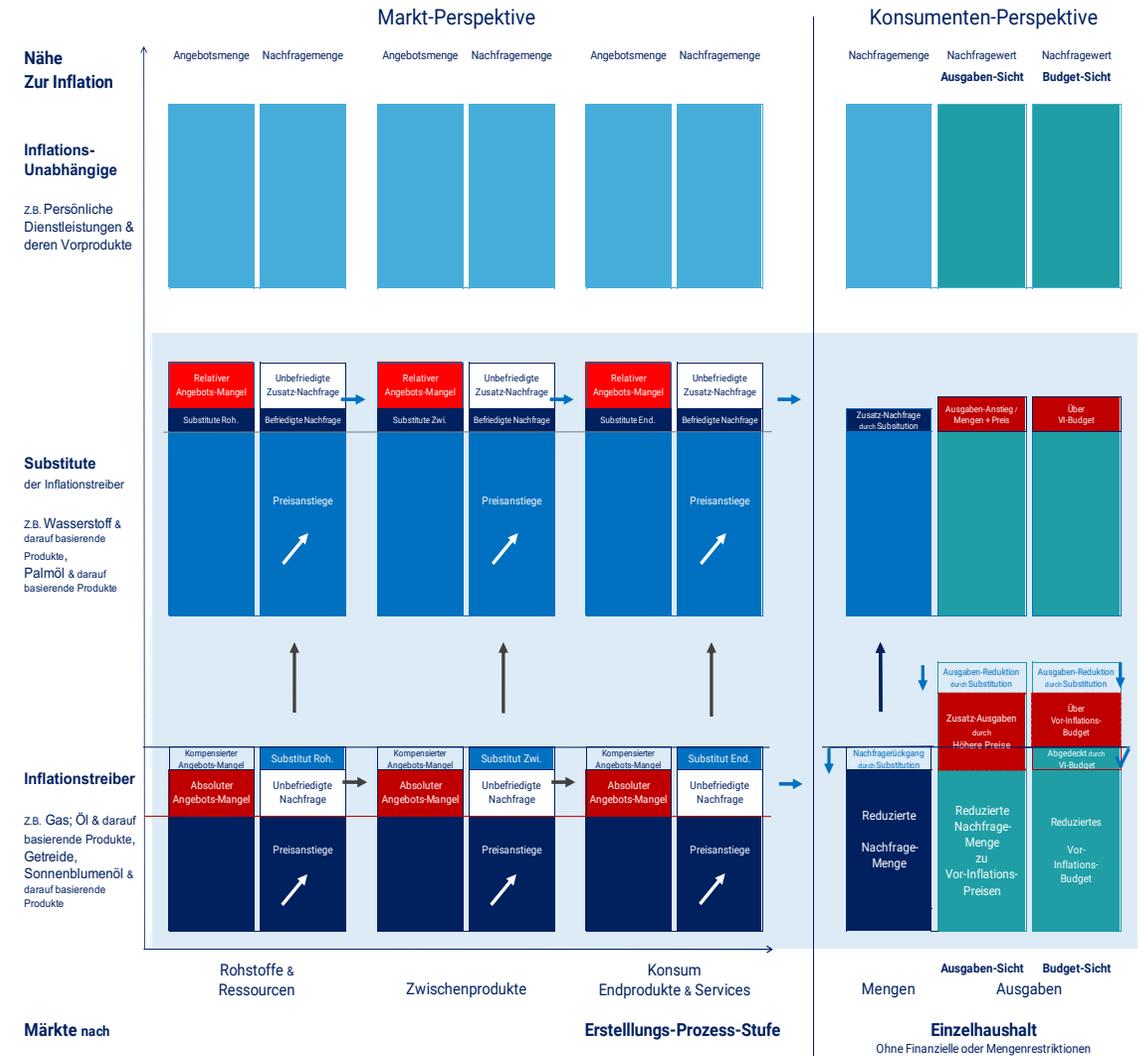


IMM – Phase 2: Die Substitutmärkte können die Zusatznachfrage nicht befriedigen. Der Angebotskrise breitet sich in eine 2te Richtung aus. Die Substitutkäufe auf den Konsumentmärkten beginnen.

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

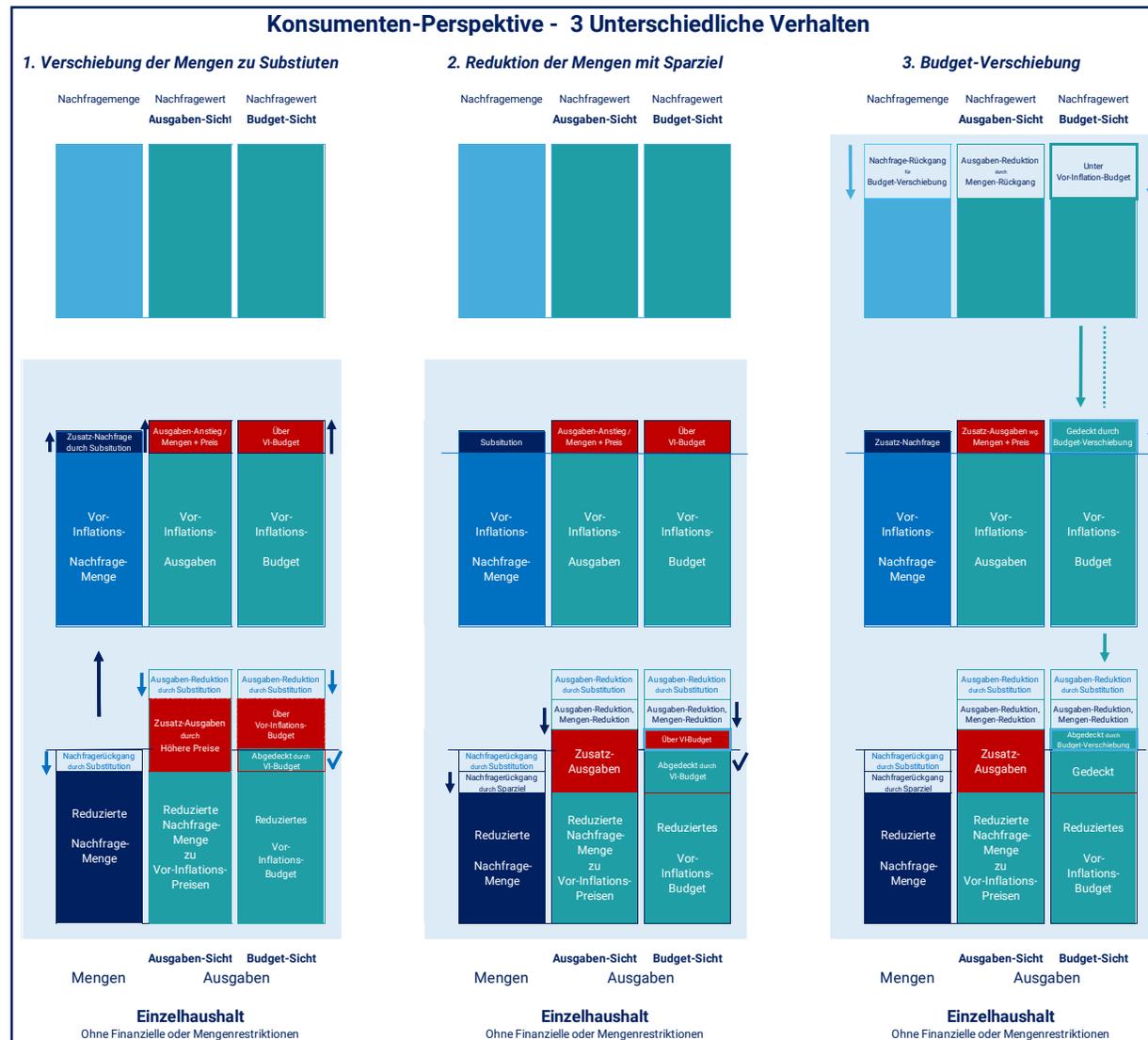
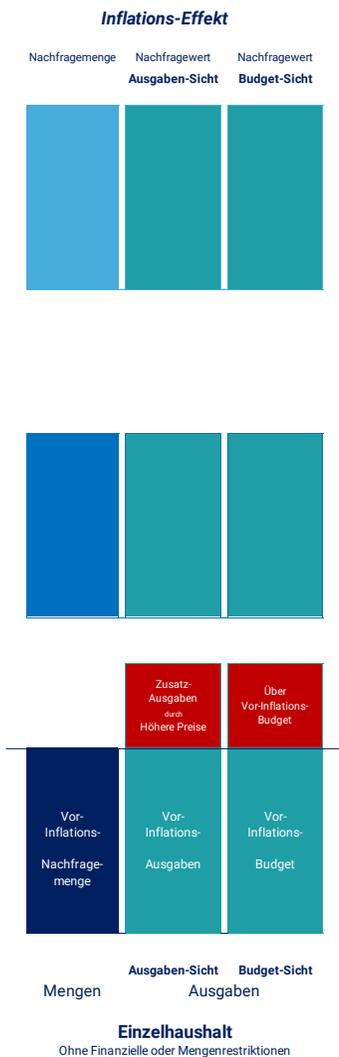
z.B. Persönliche Dienstleistungen & deren Vorprodukte

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



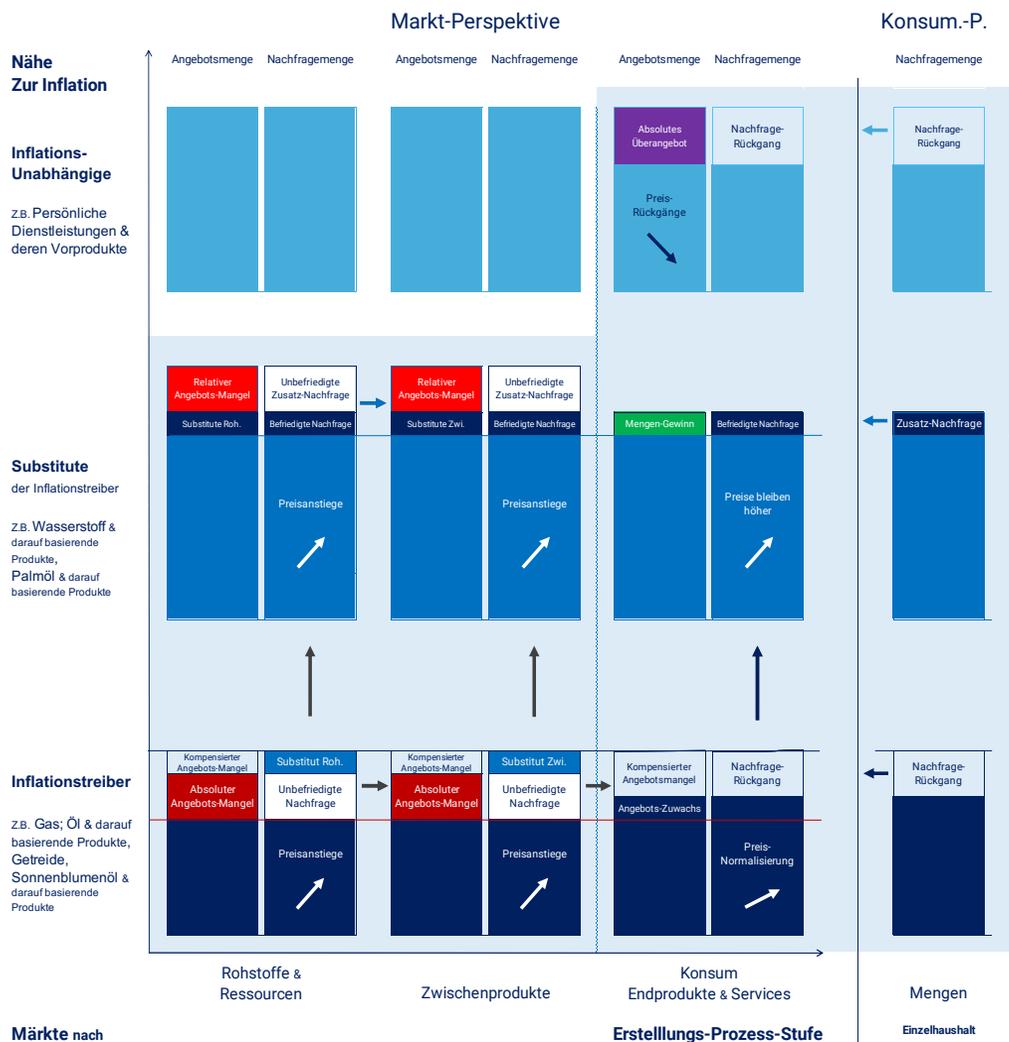
Endergebnis





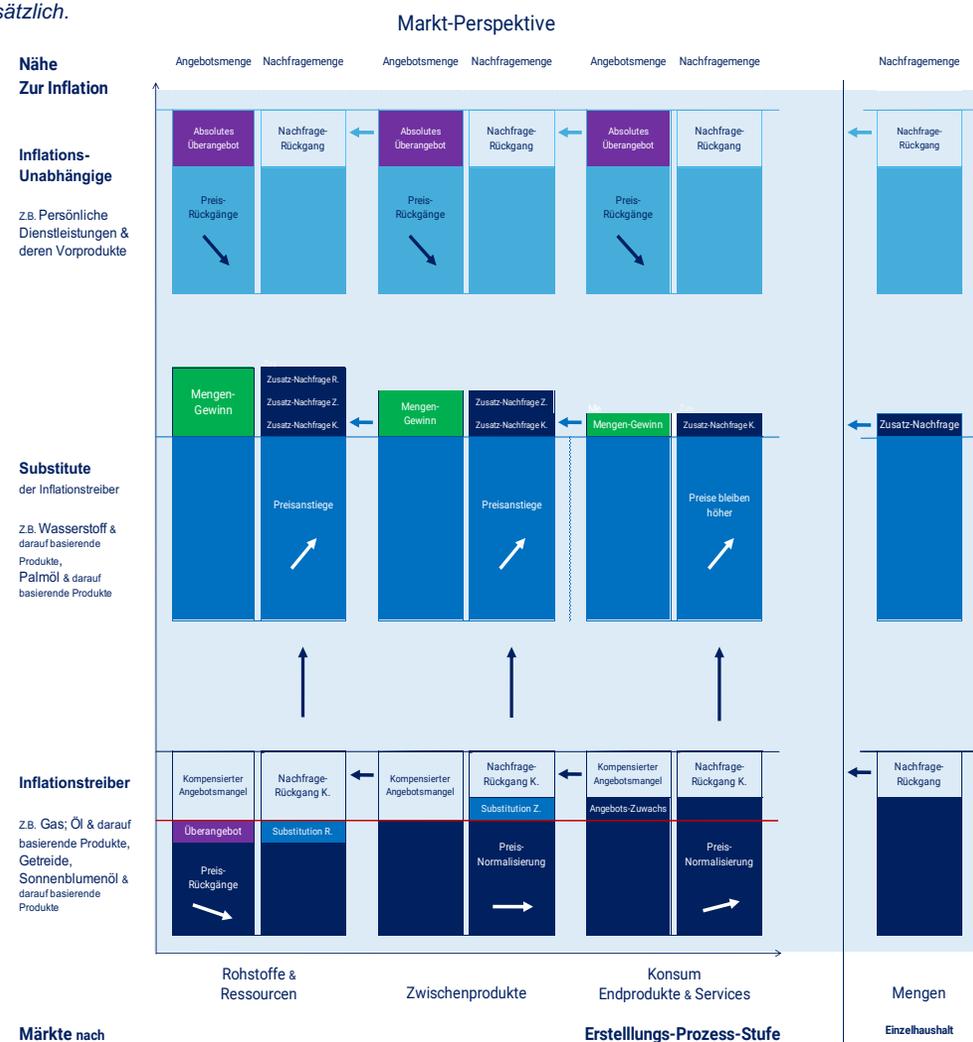
IMM – Phasen 3 & 4: Die Inflation „kippt“. Angebotskrisen initiieren Nachfragekrisen. Diese werden in die Vormärkte weitergetragen. Die Inflation triggert ihre eigene Rezession und erreicht alle Märkte.

3. Nachfragekrise auf Konsumentenmärkten



Zinserhöhungen der EZB reduzieren die Nachfrage zusätzlich.

4. Ausdehnung der Nachfragekrise

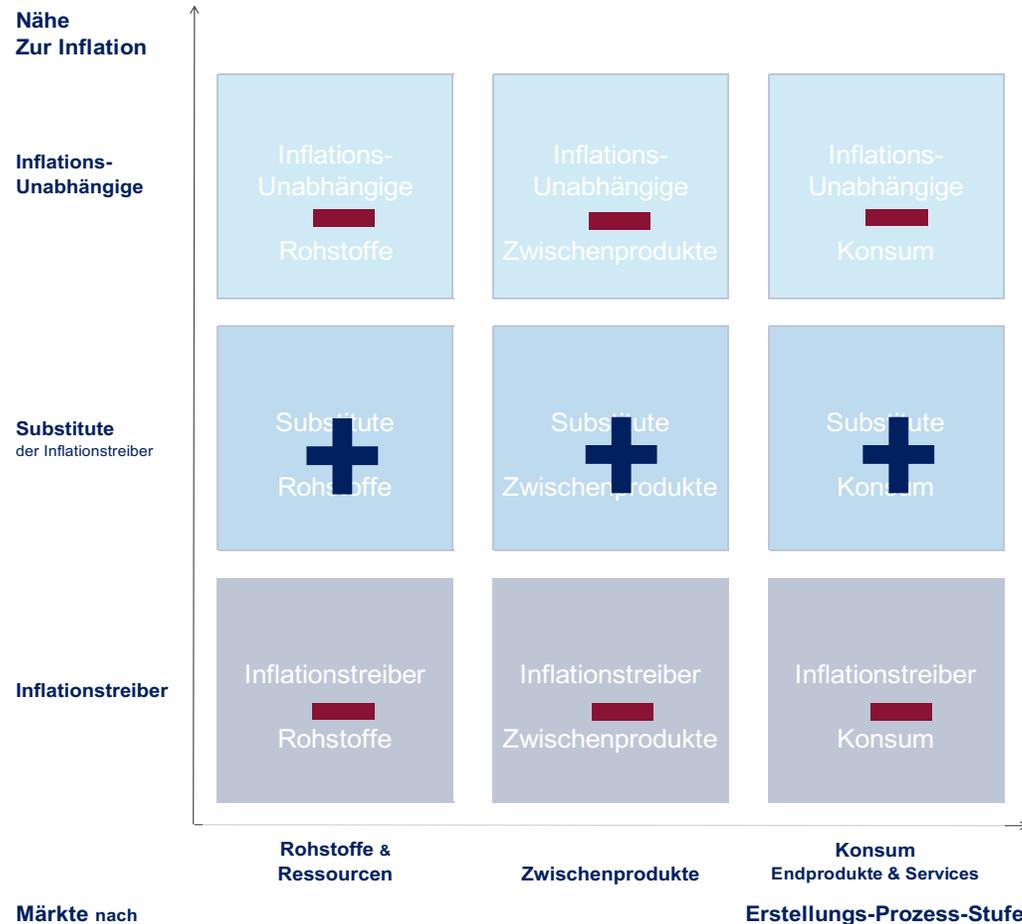




Am Ende stehen Gewinnermärkte und Verlierermärkte. Die Verlierermärkte sehen im Konzentrationsprozess Firmen, die gewinnen, indem sie von ihrer Marktposition und finanziellen Resilienz profitieren.

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.

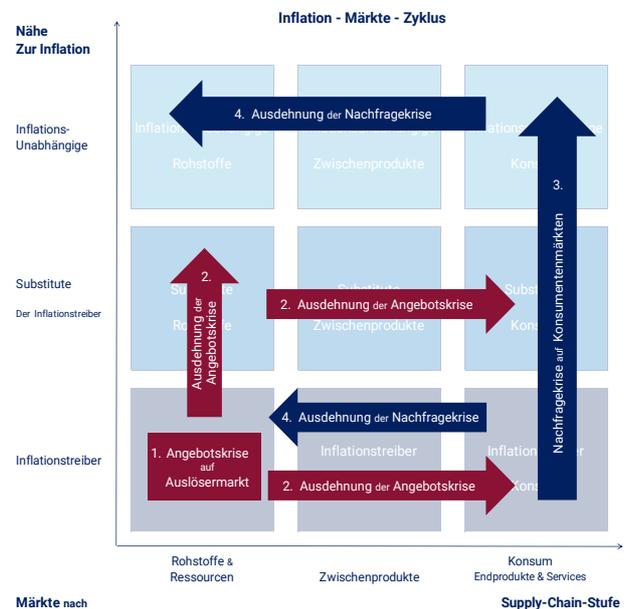
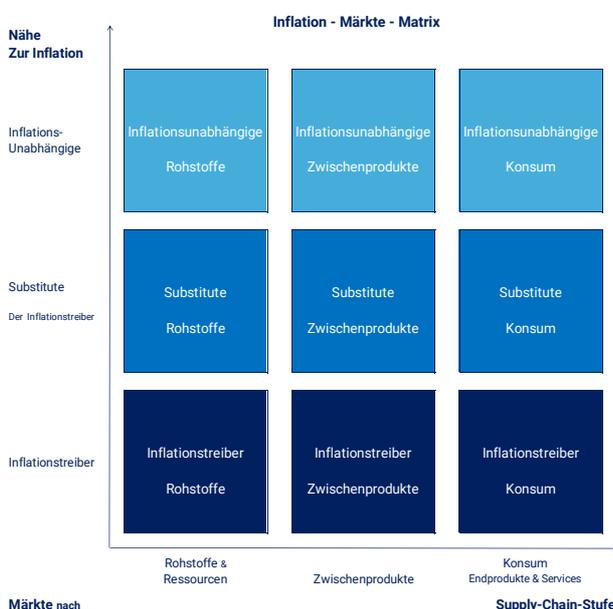
Die aktuelle Inflation ist **auf selektiven Märkten** durch klassische Marktreaktionen entstanden, und es bedarf **marktbezogener Modelle**, um sie zu beschreiben. Erst durch das Runterbrechen des abstrakten, komplexen Phänomens auf Marktzustände und Marktmechanismen wird sie verständlich und mit bekannten 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 – Inflationunabhängige. 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

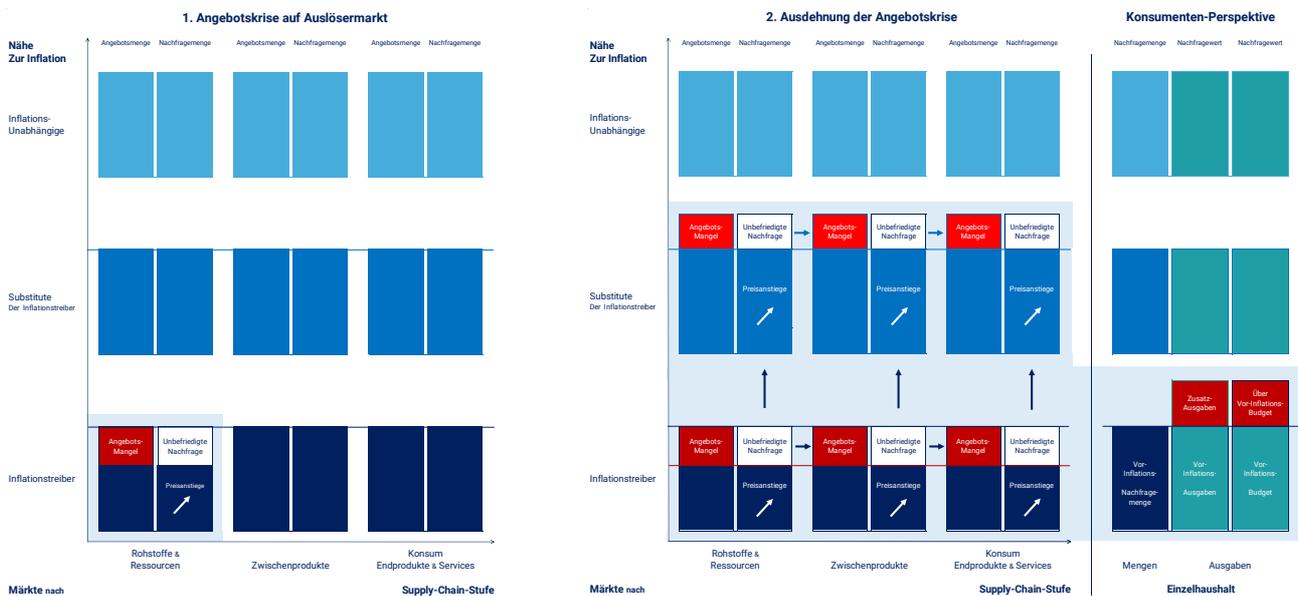
Auf den Rohstoffmärkten sinken die Mengen überraschend und in großem Umfang; aktuell für Energierohstoffe, Speiseöle und Getreide. Diese akute Knappheit, der reale Angebotsmangel, führt dort zu Preisanstiegen, die nur in kleinen Teilen bereits die Konsumentenmärkte erreichen. Diese Phase setzt im März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

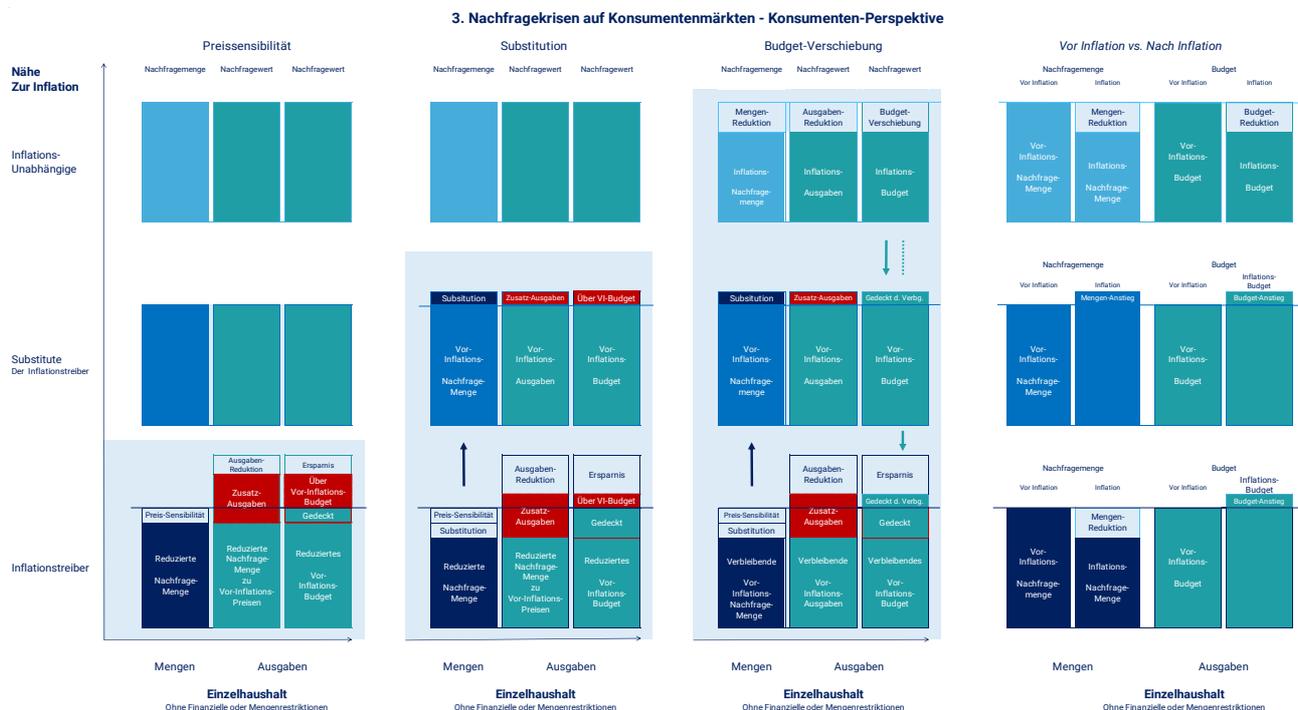
Märkte der Inflationstreiber: Von den Rohstoffmärkten wird die **reale Angebotskrise** direkt an die Märkte der Zwischenprodukte und dann die Konsumentenmärkte übertragen. Obwohl die deutlich höheren Einkaufspreise nur anteilig, selektiv und zeitversetzt weitergegeben werden können, führen diese bereits 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.



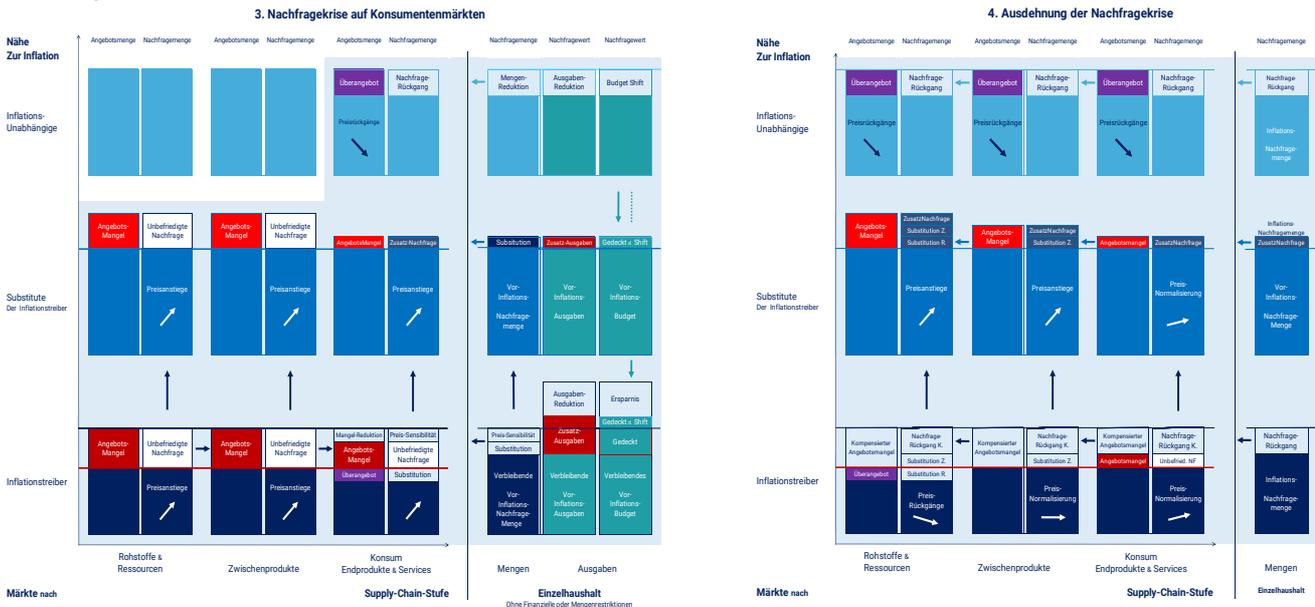


Auf den Märkten der Inflationstreiber sinken die Mengen zuerst, aber nur begrenzt, aus reiner Preissensibilität, später stärker zu Lasten von Substituten, doch der Grundstock bleibt (Benzin, Heizung, Brot). Im Folgeschritt dehnen sich die Nachfragekrisen auf **bisher inflationsunabhängige Märkte** ohne Preisanstiege aus. Die klassischen „Sparbranchen“ Kultur und Persönliche Services erleben starke Nachfrageeinbrüche. Konsumenten verschieben ihre Budgets, allokieren ihre finanzielle Mittel neu. Sie kompensieren damit höhere Ausgaben für Produkte in den Treibermärkten bzw. deren Substitute, die mengenmäßig nur begrenzt reduzierbar sind.

4. Ausdehnung der Nachfragekrisen

Die Nachfragekrisen auf den Konsumentenmärkten werden auf die **Vormärkte** für Zwischenprodukte und Rohstoffe & Ressourcen übertragen. Die Märkte der Inflationstreiber erleben nun Angebots- und Nachfragekrisen zugleich. Ein Teil der Nachfrage wird dauerhaft, auch risikominimierend, an die nun erprobten Substitute verloren. Im 1:1-Prä-Inflationsvergleich schrumpfen diese Treibermärkte nachhaltig, auch weil es zu signifikanten Marktvereinigungen kommt.

In der Kategorie der Inflationsunabhängigen schlägt die Nachfragekrise auf den Konsumentenmärkten ebenfalls auf die ganze Supply Chain durch. In der aktuellen Inflation besonders intensiv, denn viele Unternehmen können nach Corona-Pandemie und Personalmangel erneute Nachfragerückgänge nicht mehr kompensieren, die Zahl der Anbieter sinkt stark, bei Lieferanten und deren Vorstufen geht die Nachfrage deutlich zurück.



Am Ende des Zyklus hat die Inflation direkt und indirekt **alle 9 Märkte** beeinflusst, in einer großen Bandbreite von Effekten, Intensität und Zeitverläufen. Etliche Märkte sind stark geschrumpft, begleitet von umfangreichen Marktvereinigungen und Konzentrationen; relevante Teile wirtschaftlicher und finanzieller Substanz sind vernichtet. Finanziell stabile und vorausschauende Unternehmen können dazugewinnen. Gleichzeitig öffnen sich breite Räume für neue Technologien, Lieferketten und Produkte, vor allem auf den Substitutmärkten, die große Wachstumschancen bieten.

Wie kann dieser **Zyklus gestoppt**, seine Effekte gemildert werden? Knappheit endet mit **ausreichenden Mengen**. Die Behebung des auslösenden Mangels wirkt schnell und effizient, die Preise fallen direkt. Der Preiseffekt aus sinkender Nachfrage ist schwächer und stark verzögert. Inflationstreiber, also Basisgüter, bieten nur wenig Sparpotential, der kurzfristig mögliche Ersatz durch Substitute ist begrenzt.

Bei der **aktuellen Inflation** ist zeitnaher Mangelausgleich jedoch unmöglich, im Gegenteil: Bisherige Lieferanten fallen nicht temporär, sondern **strukturell und dauerhaft** aus; Russland als Lieferant für Gas, Kohle, Öl; die Ukraine zumindest partiell und mittelfristig für Speiseöl und Getreide. Alternative Lieferketten, Substitute und Mengeneinsparungen müssen als konstante Lösungen konzipiert und etabliert werden, das erhöht Aufwand und Preise zusätzlich. Im Gegenzug sollten global sinkende Konsummengen den Lieferkettendruck und über bessere Verfügbarkeit die Preise der betroffenen Güter verringern.

Die 3 Kernerkenntnisse aus dem INFLATION-MÄRKTE-MODELL:

1. Die Angebotskrisen-Inflation initiiert auf vielen Märkten **gravierende Nachfragekrisen** mit maßgeblichem Mengen- und Preisverfall.
2. **Jeder Markt und jedes Unternehmen** werden im Zeitverlauf von der Inflation und ihre Folgeeffekten beeinflusst. Zu Beginn durch Angebotskrisen, später durch Nachfragekrisen. Nur auf den Substitutmärkten ist die Wirkung positiv.
3. Die **aktuelle Inflation** wird eine **lange** und tiefgreifend sein, da der wesentliche Angebotsausfall strukturell und dauerhaft ist.

Matrix und Zyklus bieten **jedem Unternehmen** die Möglichkeit der **Positionierung** und Ableitung von **Implikationen**. Unternehmen in den Märkten der Inflationstreiber und der Inflationsunabhängigen sollten in Erwartung der Nachfrageeinbrüche ihre Marktposition sowie ihre finanzielle Situation realistisch bewerten und aktiv handeln, um potentielle Schäden zu minimieren ggf. Substanz und Existenz sichern.

Das Modell ist hier in seinen **Grundprozessen** vorgestellt und beschrieben. Mangelmindernde Maßnahmen wie der Ausbau von Substitut-Kapazitäten oder Einsparungen in allen Supply-Chain-Stufen der Inflationstreibermärkte variieren das Modell und die Relationen. Der Ablauf des 4-Phasen-Zyklus und die Grundeffekte auf den Märkten bleiben jedoch **immer gleich**.

Das **INFLATION-MÄRKTE-MODELL** ist von mir in den letzten Monaten entwickelt worden. Als erstes Inflationsmodell auf vertrautem Marktlevel habe ich es mit Unternehmen, Managern und erfahrenen Kollegen diskutiert und geschärft. Seine Klarheit und Nachvollziehbarkeit werden begrüßt, der differenzierte Erkenntnisgewinn gegenüber dem makroökonomischen Modell geschätzt. Wie ist Ihre Meinung? **Ihre Rückmeldungen und Fragen** sind mir willkommen.

Heike Adam ist selbständige Unternehmensberaterin und Expertin für Finanzen, Krise & Inflation. Sie hat an der Humboldt-Universität zu Berlin BWL studiert, ist anschließend mit Schwerpunkt Finanzen über 20 Jahre für die Dax-Konzerne Henkel und Beiersdorf international tätig gewesen. Bei Henkel war sie u.a. für die Hochinflationländer und das Globale Inflation Accounting verantwortlich. Sie hat die praktischen Implikationen einer Inflation direkt erlebt. Sie weiß, wie intensiv Inflation Wirtschaft und Unternehmen beeinflusst, wie schnell Umsätze und Substanz erodieren und wie Unternehmen gegensteuern können. Zusätzlich verfügt sie über breite Krisenerfahrung. Als Mitglied der **GF Südeuropa** steuerte sie die dortigen **Beiersdorf-Firmen** durch die griechische **Finanzkrise und Turn Arounds**. Diese spezielle Erfahrungskombination gestattet es ihr, Inflationen aus Markt- und Unternehmenssicht zu analysieren und Konsequenzen zu antizipieren. Seit vielen Jahren hält sie erfolgreich Vorträge, Seminare und Lehrveranstaltungen.