

Einkaufsmanager

Praxis-Werkzeuge und Knowhow für Einkaufsprofis

KW 42-44 | 2025



3 Lassen Sie keine unangemeldeten Teilnehmer bei Lieferantenbesuchen zu

Überraschung? So prüfen und bewerten Sie angekündigte Besuche Ihrer Lieferanten in Bezug auf unangemeldete Teilnehmer.

5 Interview: Umgang mit Verkäufern

Hat sich das Mindset der Einkäufer gegenüber frech fordernden Verkäufern wirklich verbessert?

TOP-THEMA

6 10 einfache Tools für Führungskräfte

Führung kann so einfach sein ... wenn Führungskräfte diese 10 simplen und praxiserprobten Tools beherrschen.

9 Rohstoffpreise

Rechtfertigen die wichtigsten fossilen und metallischen Rohstoffpreise aktuell tatsächlich weitere Preiserhöhungen? Hier erfahren Sie es.

EDITORIAL



Hans-Christian Seidel

ist seit über 15 Jahren global agierender Einkaufstrainer in Seminaren und Coach. Sein Themenschwerpunkt umfasst in erster Linie das Thema Verhandlungen sowie die Bereiche Einkauf, Wirtschaft, Leadership, interkulturelle Kompetenz und Konfliktmanagement.

Wie geht es jetzt weiter?

Liebe Leserin, lieber Leser,

nachdem der deutsche Einkaufsmanager-Index und der ifo-Geschäftsklima-Index nach der Bundestagswahl sukzessive nach oben gegangen waren, sind beide Werte im September 2025 wieder gesunken. Alle warten mit Spannung auf den „Herbst der Reformen“.

Das Lieferkettengesetz, das ja abgeschafft werden sollte, wird wohl in abgeschwächter Form nun doch bleiben. Anscheinend soll es nur Erleichterungen bei den Berichtspflichten geben. So ganz genau Bescheid weiß anscheinend keiner. Leider ist den Einkäufern mit solchen Lösungen nicht wirklich geholfen.

Aktuelle Preisforderungsschreiben der Verkäufer sind auch in diesem Jahr wenig transparent – wie üblich sind sie sehr allgemein und ohne Faktenbezug erstellt. Lassen Sie sich das bitte nicht gefallen!

Ihr

Hans-Christian Seidel,
Chefredakteur

INHALTSVERZEICHNIS

LIEFERANTENBESUCH 3

- ☐ 6 Tücken bei Besuchen von Lieferanten

ARBEITSHILFE 4

- ☐ 8 Parameter bei der Einführung eines Category-Managements

INTERVIEW 5

- ☐ Wie hat sich das Mindset der Einkäufer entwickelt?

TOP-THEMA 6+7

- ☐ 10 einfache, aber erfolgreiche Basistools für Führungskräfte im Einkauf

PREISENTWICKLUNGEN 8

- ☐ Die Importpreise im August 2025

ROHSTOFFE 9

- ☐ Die wichtigsten Preisentwicklungen der letzten Monate

MARKTINFORMATIONEN 10

- ☐ Die Konjunkturindikatoren im Sept. 2025

INDIZES 11

- ☐ Die globalen Indizes im September 2025

WIRTSCHAFT 12

- ☐ RWI/ISL-Containerumschlag-Index 8/25
☐ WV Stahl: Jan. – Aug. 2025
☐ Unternehmensinsolvenzen 1. Halbjahr 2025
☐ World Economic Outlook der OECD



Hier können Sie den Text abhaken, wenn Sie ihn fertig durchgearbeitet haben.



Alle Arbeitshilfen als Downloads unter
www.zolex.de/arbeitshilfen

IMPRESSUM – Der „Einkaufsmanager“ erscheint beim VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Theodor-Heuss-Straße 2–4, 53177 Bonn, Tel.: 0228 9550100, Fax: 0228 3696480 • Alle Beiträge werden mit großer Sorgfalt recherchiert. Dennoch ist eine Haftung – auch für telefonische Auskünfte – ausgeschlossen. • Fragen an die Redaktion senden Sie bitte an: redaktion@zolex.de • Chefredakteur: Hans-Christian Seidel • Herausgeber: Martin Grashoff, verantwortlich (Adresse siehe oben) • Produktleitung: Julia Flinkerbusch, Bonn • Endredaktion/Lektorat: Ulrike Floßdorf, Oberdürenbach • Gutachter: Holger Thrun, Öhringen, RA Rolf Becker, Alfter • Satz: Schmelzer Medien GmbH, Siegen • Druck: PFITZER GmbH & Co. KG, Benzstr. 39, 71272 Renningen • E-Mail: kundenservice@vnr.de • © 2025 by VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Amtsgericht Bonn, HRB 8165, Vorstand: Richard Rentrop, Bonn • Bonn, Berlin, Bukarest, Jacksonville, Manchester, Passau, Warschau • ISSN: 1617-7444 • Dieses Produkt besteht aus FSC®-zertifiziertem Papier. Hinweis: Wir verwenden der sprachlichen Einfachheit halber in unseren Beiträgen immer die männliche Sprachform (Einkäufer, Kunde, Mitarbeiter). Selbstverständlich sind damit auch alle anderen Geschlechtsformen gemeint.

LIEFERANTENBESUCH

Prüfen Sie genau, ob Sie unangekündigten Besuch empfangen

Wenn Ihr Verkäufer zu Ihnen zu Besuch kommt, sind Organisation und Vorbereitung eigentlich reine Formsache. Dies ändert sich gewaltig, wenn der Verkäufer – anders als vereinbart – gemeinsam mit Kollegen auftaucht. Dies könnte nämlich massive unliebsame Auswirkungen auf die Durchführung der gesamten weiteren Verhandlung haben.

1. Die überraschenden zusätzlichen Besucher

Wenn Sie mit einem Verkäufer ein Einzelgespräch zu einem Jahres- oder Preisgespräch vereinbart haben, kann es 2 unvorhergesehene Überraschungen geben:

- 🌐 Er könnte plötzlich mit einem zweiten Verkäufer auftauchen, der angeblich kurzfristig mitgekommen ist. Jetzt geraten Sie ins Hintertreffen, da Sie sich in der nachteiligen Konstellation 2 : 1 befinden und eventuell einen weiteren Kollegen dazuholen müssen, der eigentlich gar keine Zeit hat.
- 🌐 Ab und zu kommt es vor, dass Lieferanten mit einem ganzen Rollkommando zwischen 4 und 8 Kollegen auftauchen. Aufgrund dieser dann entstehenden Gruppendynamik dürfen Sie kein sinnvolles Gespräch erwarten.

! ACHTUNG

Auf Raumgröße achten

Bei einer größeren Besucherzahl könnte sich auch der von Ihnen reservierte Raum als zu klein erweisen.

2. Der Chef

Beim Empfang erfahren Sie, dass der Verkäufer seinen Chef mitgebracht hat.

Tipp: In diesem Fall müssen Sie abwägen, ob Sie Ihren Chef jetzt dazuholen und ob die Verhandlung schärfer wird.

3. Der zusätzliche ausländische Geschäftspartner

Bisweilen ist es schon vorgekommen, dass ein deutscher Händler einen weiteren ausländischen Manager oder Kollegen mitgebracht hat. Jetzt nimmt die Verhandlung einen anderen Verlauf, da Sie diesen zusätzlichen Geschäftspartner ja erst mal einordnen müssen. Außerdem muss die Verhandlung jetzt eventuell auf Englisch erfolgen.

Tipp: Begeben Sie sich niemals in eine nachteilige Situation. Dazu gehört auch, dass Sie vielleicht mit der englischen Sprache überfordert sind oder dies einfach nicht möchten. Lassen Sie den deutschen Verkäufer das Ganze übersetzen. Dies ist auch ein taktischer Vorteil für Sie.

4. Der zusätzliche technische Geschäftspartner

Wenn Ihr Händler zusammen mit einem Manager seines Herstellers auftaucht, könnte dieser mehr technischen Tiefgang ins Gespräch bringen, den Sie fachlich gar nicht abdecken. In diesem Fall müssen Sie abwägen, ob Sie temporär einen Kollegen aus der Technik hinzuziehen wollen.

5. Die Teilnahme des Rechtsanwalts

Bei einer kritischen Reklamation, bei der viel auf dem Spiel steht, kann es passieren, dass der Lieferant seinen Rechtsanwalt im Gepäck hat.

! ACHTUNG

Kein Rechtsanwalt!

Lassen Sie das niemals zu! Der Rechtsanwalt könnte nach dem Gespräch ein kaufmännisches Bestätigungsschreiben verfassen, das für Sie gravierende Folgen hätte. Wenn Ihr Anwalt auch mit von der Partie ist, kann das zudem dazu führen, dass die Rechtsanwälte die Kluft noch vergrößern oder die Sache verkomplizieren.

6. Die Teilnahme des neuen Kollegen

Wenn Ihnen der Verkäufer lediglich seinen neuen Kollegen vorstellen will, wird dieses Gespräch außer viel Smalltalk keinen Mehrwert bringen. Entscheiden Sie daher, das Gespräch abzusagen oder die Verkäufer an einem Stehpult beim Empfang kurz höflich zu begrüßen.

✓ FAZIT

Klären Sie vor dem Termin die Spielregeln mit Ihrem Lieferanten!

Stimmen Sie im Vorfeld des Termins mit dem Verkäufer die exakte Teilnehmerzahl ab und verdeutlichen Sie ihm unmissverständlich, dass Sie keine Überraschungen mit weiteren unangekündigten Besuchern akzeptieren.

Autor: Hans-Christian Seidel



ARBEITSHILFE

Mit diesen Fragen gelingt Ihnen die erfolgreiche Einführung und Umsetzung eines Category-Managements im Einkauf

Die Einführung eines Category- oder Warengruppen-Managements ist eine mittelfristige Strategie im Einkauf von Firmen mit einer ausgeprägten globalen Struktur und verschiedenen Einkaufsstandorten. Hier sehen Sie dazu 9 Parameter mit Reflexionsfragen.

NR.	PARAMETER	REFLEXIONSFRAGEN
1	Fragen im Vorfeld	- Wie hoch beziffern wir das Potenzial beim Aufbau eines Category-Managements? - Sind wir im Einkauf sehr oder schon zu komplex? - Ist unsere Lieferantenzahl zu hoch? - Sind unsere Artikelzahl, Varianten und Artikelvielfalt zu hoch? - Haben wir eine Neukonstruktionsflut? - Haben wir bereits standardisiert? - Haben wir korrekte Stammdaten? - Haben wir festgelegt, welche Stammdaten exakt für alle erforderlich sind? - Haben wir alle dazu erforderlichen Controlling-Kennzahlen in Bezug auf den Einkauf? - Haben wir unterschiedliche Preise an den einzelnen Standorten?
2	Organisation	Haben wir im Rahmen des Projekts die folgenden Kreise festgelegt? - Initiator und Projektauftraggeber - Projektleiter und Koordinator - Lead Buyer oder Category-Manager - Einkäufer und Disponenten an den Standorten
3	Einkaufsabteilungen	- Sind alle Einkäufer motiviert für ein Category-Management? Haben wir genug davon? - Wie ist die derzeitige Kommunikation mit den Einkäufern anderer Standorte? - Werden die einzelnen Standorte häufig gegenseitig besucht? - Sind die Meetings vor Ort konstruktiv? - Sind Einkaufsleiter und Einkäufer wirklich kooperativ oder nur nach außen hin? - Wollen die anderen Einkaufsabteilungen weiter ihr eigenes Süppchen kochen? - Welche interkulturellen Hürden sind zu überwinden? - Besteht die Möglichkeit eines Job-Rotation-Programms mit den anderen Standorten?
4	Ausgangssituation	- Haben wir an den Standorten zu viele unterschiedliche Prüfmethode? - Haben wir an den Standorten zu viele unterschiedliche ERP-Systeme? - Gibt es unterschiedliche Einkaufsrichtlinien? - Ist der Einkauf an den Standorten unterschiedlich organisiert?
5	Stakeholder-Analyse	- Haben wir eine Stakeholder-Analyse durchgeführt? - Sind alle Stakeholder gemäß IMV-Analyse (Information, Mitarbeit und Verantwortung) einbezogen? - Steht die Geschäftsleitung hinter dem Projekt? - Spielen die Technik und das Produktmanagement mit? - Hat die IT genügend Kapazitäten, um uns zu unterstützen? - Spielen die anderen Standortleiter mit?
6	Quick Wins	- Erkennen wir nach der ersten internen Auswertung, dass wir oft dieselben Lieferanten haben? - Ergeben sich dadurch sofort verhandel- und umsetzbare Quick Wins?
7	Projektteam	Haben wir das Projektteam mit den folgenden Persönlichkeitstypen heterogen besetzt? - Entscheider - Berater - Kreativer - Controller - Macher und Umsetzer
8	Meetingmanagement	Haben wir die folgenden Meetingarten? - Kick-off-Meeting im Vorfeld - Projektworkshop im Vorfeld - festgelegte turnusmäßige Meetings (elektronisch oder in Präsenz) - Reporting
9	Warengruppen	Haben wir die Warengruppen oder Categories und Sub-Categories wie folgt festgelegt? - Rohstoffe - Packmittel - Investitionsgüter - Handelswaren - IT - Dienstleistungen oder Indirekte mit Frachten, Energie, Reisen, Weiterbildung usw.

INTERVIEW

Wie steht es um das Mindset der Einkäufer – hat es sich wieder verbessert?

Einkäufer mit geschwächtem Mindset, erheblichem Zeitdruck und mangelnden Kapazitäten stoßen auf frech fordernde und blockende Verkäufer. Kann das in den Verhandlungen gutgehen? Darüber habe ich mit einem Einkäufer gesprochen. Lesen Sie hier die wichtigsten Erkenntnisse aus diesem Gespräch.



Einkäufer:

Wir haben bei Ihrem letzten Seminar schon miteinander gesprochen. Können Sie denn inzwischen Fortschritte beim geschwächten Mindset der Einkäufer in Bezug auf Verhandlungen feststellen?

Hans-Christian Seidel:

Im Großen und Ganzen leider nicht. Viele Einkäufer neigen zu verfrühten Kompromissen und lenken viel zu früh in den Kompromissmodus. Der Verkäufer sieht sich dadurch in seiner Blockadehaltung natürlich voll und ganz bestätigt.

Vielen Einkäufern ist häufig auch an guten und möglichst konfliktlosen Beziehungen zu den Verkäufern gelegen. Das ist ja erst mal nicht schlecht. Doch die unweigerliche Konsequenz ist dann, dass der Biss und eine gesunde Härte in den Gesprächen ausbleiben.

Die Situation bestätigt sich für mich, weil ich in meinen Projekten, Coachings und Seminaren immer wieder feststelle, dass Einkäufer ...

- 🌐 den Verkäufer bei ausweichenden Antworten nicht sofort unterbrechen,
- 🌐 in der Regel keine taktischen Auszeiten nehmen,
- 🌐 eine durch den Verkäufer ausgelöste Stille nicht lange aushalten,
- 🌐 den Verkäufern zu viel glauben,
- 🌐 Angst haben, dass der Verkäufer sich zurückzieht.

Dazu kommt noch, dass einfach zu wenige Einkäufer proaktiv und initiativ auf ihre Verkäufer zugehen, um ihrerseits deutliche Forderungen nach Preisreduzierungen zu stellen. Ich beobachte leider, dass der Fokus eher auf der Abwehr von Preiserhöhungen liegt.

Einkäufer:

Welche weiteren Gründe verhindern längere Nachverhandlungen?

Hans-Christian Seidel:

Einkäufer sind in viele Projekte mit Dokumentationsaufwand eingebunden, die sie natürlich notgedrungen von intensiven Nachverhandlungen abhalten.

Auch der Fachkräftemangel wirkt sich negativ auf eine gebotene längere Vorbereitungszeit aus.

Einkäufer:

Was machen Verkäufer Ihrer Meinung nach in Verhandlungen besser, obwohl es ja keine großen Belege für Preiserhöhungen gibt?

Hans-Christian Seidel:

Verkäufer verfügen in der Regel über wenig Faktenkompetenz in Bezug auf die Entwicklung bei den Kostenarten. Dazu kommt noch, dass es – von Ausnahmen abgesehen – kaum Ansatzpunkte für massivere Preiserhöhungen gibt, eher in die andere Richtung. Doch eins können Verkäufer deutlich besser: Sie treten selbstbewusst auf, gehen aktiv auf die Einkäufer zu und fordern einfach frech eine Preiserhöhung, ohne dass sie das exakt und transparent belegen können. Außer ein paar abgedroschenen Parolen kommt da nicht viel. Das für mich Traurige ist, dass viele Verkäufer in ihren Gesprächen damit (teilweise oder ganz) immer wieder durchkommen.

TOP-THEMA

10 einfache, aber stets erfolgreiche Basis-Tools für Führungskräfte im Einkauf

Zur ständigen Effizienzsteigerung werden von den HR-Abteilungen u. a. oft komplizierte Modelle und Seminare für Führungskräfte ausgewählt. Diese Programme bringen auch viel. Dennoch gibt es dafür bei nüchterner Betrachtung einige ganz einfache Tools. Wenn Sie diese in Ihrer Führung beherzigen, haben Sie als Führungskraft im Einkauf schon sehr viel erreicht. Leider stelle ich in meiner Praxis oft fest, dass es gerade bei diesen einfachen Tools unnötigerweise erheblich hapert. Gute Führung ist jedoch durchaus erlernbar. Bei einer guten Führungskraft im Einkauf kommt es neben fachlicher Kompetenz vor allem auch auf soziale Intelligenz, Natürlichkeit, Wertschätzung, Zurückhaltung und Lebenserfahrung an.



1. Reduzieren Sie Fakework-Aktivitäten und konzentrieren Sie sich auf das Core Business

Viele Einkaufsabteilungen befinden sich momentan in einem Hamsterrad und sind von zahlreichen, aber leider nur halbherzig umsetzbaren Projekten und Dokumentationsoffensiven blockiert.

Das Problem ist, dass es sich bei vielen dieser Tätigkeiten bedauerlicherweise um Fakework handelt, die oft kaum einen wirklichen Wert bringt, den Einkäufern aber die Luft zum Atmen nimmt. Die Umsetzung der wirklich elementaren Aufgaben bleibt dann auf der Strecke. Hier müssen Sie ansetzen, indem Ihre Mitarbeiter Ihre Kernaufgaben erledigen.



ACHTUNG

Die 3 wichtigsten Aufgaben im Einkauf sind:

Verhandlungen, Sicherstellung der Lieferketten und Einhaltung der Qualitäten der Beschaffungsprodukte.

2. Vereinbaren Sie eine einfache Homeoffice-Strategie

Bevor sich in dieser heiß diskutierten Thematik weitere irreparable Konflikte aufbauen, gefolgt von Demotivation oder Fluktuation der Mitarbeitenden, vereinbaren Sie doch eine einfache Regelung wie z. B.

- 🌐 2 Tage Homeoffice und
- 🌐 3 Tage Office.

3. Erklären Sie die Ziele und Visionen

Geben Sie Ihren Mitarbeitenden eine verständliche Orientierung, an welchen klaren Zielen der gesamte Bereich Einkauf und nachgelagert auch die einzelnen Einkäufer gemessen werden und wie sich dies exakt und nachvollziehbar auf die Unternehmensvision auswirkt.

4. Sprechen Sie, aber bitte ohne alle Parolen

„Der redet ja überhaupt nicht mit mir.“ Viele Führungskräfte sprechen

- 🌐 zu kurz,
- 🌐 aufgesetzt und unnatürlich,
- 🌐 zu wenig

mit ihren Einkäufern, sodass sich viele Mitarbeitende immer mehr im Stich gelassen fühlen und sich überhaupt kein Bild davon machen können, ob ihre Arbeit tatsächlich gewürdigt wird.



MEIN TIPP

Reden, reden, reden!

Sprechen Sie immer wieder mal mit Ihren Einkäufern kurz am Platz, aber auch ungestört auf Augenhöhe in einem individuellen One-to-One in Ihrem Büro. Sprechen Sie ganz normal mit Ihren Einkäufern. Die Zeiten haben sich geändert. Verzichten Sie auf abgedroschene, aufgesetzte und majestätische Parolen wie „Gratuliere“, „Weiter so“ oder „Sie sind auf dem richtigen Weg“.

5. Beugen Sie Teamkonflikten vor

Viele Führungskräfte erkennen neue oder bereits existierende Konflikte im Team gar nicht oder deutlich zu spät. Oder sie hoffen insgeheim, dass sich die Konflikte von selbst lösen. Die Praxis zeigt jedoch, dass dies oft eine bequeme Fehleinschätzung ist.

! ACHTUNG

Reagieren Sie frühzeitig!

Wenn die Konflikte weiterhin schwelen und eskalieren, zerbricht viel Porzellan. In diesem Fall hat die Führungskraft zu spät reagiert und unweigerliche, aber ungewollte Konsequenzen stehen bevor.

6. Schaffen Sie die Balance zwischen agiler Führung und Mikromanagement

Vertrauen in die Mitarbeitenden sowie Gewährung von Selbstständigkeit und Eigenverantwortung sind essenziell. Finden Sie als Führungskraft daher den Spagat zwischen allzu lockerer, agiler Führung (= Risiko: kompletter Verlust der Kontrolle und Transparenz in Bezug auf Einhaltung der Vorgaben) und strengem Mikromanagement (= komplette Kontrolle, aber zum Teil komplette Demotivation der Mitarbeiter).

👍 MEIN TIPP

Nicht zu viel Kontrolle

Ich halte weder von ausgeprägter agiler Führung noch von Mikromanagement allzu viel. Lieber vereinbare ich klare, abgestimmte Ziele und gewähre Freiräume. Ich behalte mir allerdings vor, die Umsetzungen zu kontrollieren, und spreche drohende Abweichungen an. Denn am Ende steht auch die Führungskraft in der Verantwortung.

7. Führen Sie unbedingt typ- und generationengerecht

Ein Team besteht in der Regel aus verschiedenen Persönlichkeitstypen, aber auch aus unterschiedlichen Generationen. Als Führungskraft im Einkauf ist es nun Ihre Kunst, mit den unterschiedlichen Typen umzugehen.

Beispiel: Sie müssen erreichen, dass ältere und erfahrene Mitarbeitende noch motiviert bis zum Renteneintritt dabei sind und nicht schon 5 Jahre vor der Rente mehrere Gänge zurückschalten.

8. Erhöhen Sie das Selfbranding im Einkauf

Als Führungskraft liegt es an Ihnen, die wahrgenommene Wirkung des Einkaufs nach innen und außen deutlich zu verbessern,

um das interne Standing zu halten, aber auch, um qualifizierte Fachkräfte anzuwerben.

! ACHTUNG

Machen Sie den Job attraktiv

Versuchen Sie, das Selfbranding nicht nur an der angenehmen Work-Life-Balance festzumachen, sondern auch an der Attraktivität und Herausforderung der Aufgaben sowie internationalen Verhandlungen, Selbstständigkeit, Dienstreisen, Freiräumen.

9. Informieren Sie Ihre Einkäufer

Viele Führungskräfte machen sich und ihren Mitarbeitern durch ständig ausbleibende Informationen das Leben oft unnötig schwer.

Wenn Ihre Leute wichtige Neuigkeiten dann noch von anderen Bereichen erfahren, entsteht ein frustrierendes Gefühl von Uninformiertheit.

👍 MEIN TIPP

Behandeln Sie alle Mitarbeitenden gleich

Oft informieren Führungskräfte nur einen kleinen, bevorzugten Kreis und vergessen unbeabsichtigt, auch den Rest der Mannschaft zu informieren. Um dies zu vermeiden, informieren Sie grundsätzlich alle in einem Abteilungsmeeting, einem sofortigen Sondermeeting oder einer zeitnahen E-Mail.

10. Räumen Sie Ihren Mitarbeitenden Steine aus dem Weg

Wenn Ihre Mitarbeitenden Sie bei Problemen persönlich oder elektronisch, aber explizit um Ihre Hilfe bitten, müssen Sie ihnen besonders in den folgenden Fällen unbedingt zur Seite stehen oder sie anhören, damit diese reibungslos ohne weitere Behinderungen weiterarbeiten können:

- 🌐 festgefahrene Verhandlung mit einem Verkäufer oder eingetretene Pattsituation
- 🌐 Probleme mit den Schnittstellen
- 🌐 Probleme mit Kollegen
- 🌐 temporäre oder ständige Überlastung
- 🌐 fachliche Überforderung
- 🌐 Missverständnisse oder Probleme mit Ihnen als Chef (hier müssen Sie besonders sensibel reagieren)
- 🌐 eventuell Tipps bei privaten Problemen

Autor: Hans-Christian Seidel

PREISENTWICKLUNGEN

Die Importpreise im August 2025

Die Importpreise lagen im August 2025 um 1,5 % niedriger als im August 2024. Im Vergleich zum Vormonat Juli 2025 sanken sie leicht um 0,5 % (Stand: 30.9.2025).

 Ausgewählte Güter	Veränderung in % zum August 2024	Veränderung in % zum Juli 2025
Gesamtindex	-1,5	-0,5
Waren der Ernährungswirtschaft aus Euro-Ländern	6,4	0,3
Waren der Ernährungswirtschaft aus Nicht-Euro-Ländern	7,3	0,8
Rohstoffe aus Euro-Ländern	-18,3	-7,4
Rohstoffe aus Nicht-Euro-Ländern	-12,5	-2,9
Halbwaren aus Euro-Ländern	-3,6	-1,5
Halbwaren aus Nicht-Euro-Ländern	1,8	-1,0
Vorzeugnisse aus Euro-Ländern	-4,3	-0,7
Vorzeugnisse aus Nicht-Euro-Ländern	-1,8	-0,2
Verbrauchsgüter	2,0	0,0
Investitionsgüter aus Euro-Ländern	1,0	0,0
Investitionsgüter aus Nicht-Euro-Ländern	-1,2	0,0
Energie aus Euro-Ländern	-16,3	-6,5
Energie aus Nicht-Euro-Ländern	-15,0	-4,0
Erzeugnisse des Bergbaus, Steine und Erden	-14,9	-4,5
Kohle	-20,9	-2,3
Erdöl	-20,5	-2,5
Erdgas, verflüssigt	-20,9	-5,2
Erdgas, gasförmig	-13,2	-8,0
Rindfleisch, frisch, gekühlt oder gefroren	30,8	0,2
Schweinefleisch, frisch, gekühlt oder gefroren	-3,9	-2,4
Kakaomasse, Kakaobutter, Kakaofett, Kakaoöl, Kakaopulver	32,6	-0,3
Holz, gesägt und gehobelt, aus Euro-Ländern	5,8	0,2
Holz, gesägt und gehobelt, aus Nicht-Euro-Ländern	6,2	0,4
Verpackungsmittel, Lagerbehälter und Ladungsträger aus Holz	5,9	3,4
Papier, Pappe und Waren daraus	-4,0	-0,9
Kokerei- und Mineralölerzeugnisse	-11,7	-3,4
Chemische Erzeugnisse	-2,9	-0,1
Naphtha	-16,2	0,6
Gummi- und Kunststoffwaren	-1,5	-0,2
Glas und Glaswaren	0,3	0,1
Metalle (ohne Abfälle und Schrott)	1,7	-0,2
Aluminium und Halbzeug daraus	-1,0	-0,8
Kupfer und Halbzeug daraus	2,1	-0,9
Elektrischer Strom	-5,3	-12,2

Übersicht: Importpreise August 2025 (Quelle: Destatis) – eigene Darstellung

ROHSTOFFE

Die wichtigsten Preisentwicklungen der letzten Monate

Die Rohstoffpreise sind Ende September 2025 auf mittlerem Niveau. Im Vergleich zum Vormonat September 2025 haben sich die Preise für die metallischen Rohstoffe etwas erhöht. Doch hier würde ich die weitere Entwicklung noch abwarten. (Stand: 30.9.2025)

Parameter	Währung	Maß	Dez 24	Jan 25	Feb 25	März 25	April 25	Mai 25	Juni 25	Juli 25	August 25	Sept 25
Rohstoffe												
Erdöl Brent ¹	USD	Barrel	74	77	73	73	63	63	66	72	68	67
Erdöl WTI ¹	USD	Barrel	71	72	69	71	58	60	65	69	64	62
Erdgas TTF ⁷	Euro	MWh	48	53	44	40	32	34	32	35	31	31
Kohle ¹	USD	Tonne	113	110	99	104	93	95	107	103	99	93
Dieselpreis ¹	Euro	Liter	1,62	1,67	1,67	1,61	1,57	1,55	1,61	1,61	1,56	1,60
EEX Strompreis ¹	Euro	MWh	100	108	94	92	88	94	90	94	90	90
Aluminium ¹	USD	Tonne	2.551	2.592	2.602	2.622	2.418	2.435	2.597	2.565	2.615	2.679
Blei ¹	USD	Tonne	1.921	1.918	1.980	2.002	1.947	1.926	2.025	1.940	1.943	1.957
Holz ¹	USD	Tonne	550	592	635	668	557	592	628	692	548	613
Gold ¹	USD	Feinunze	2.625	2.801	2.858	3.123	3.288	3.292	3.303	3.290	3.447	3.858
Platin ¹	USD	Feinunze	905	981	949	997	971	1.059	1.333	1.293	1.369	1.567
Kupfer ¹	USD	Tonne	8.652	8.928	9.338	9.813	9.489	9.623	10.040	9.606	9.805	10.300
Naphtha ¹	USD	Tonne	611	649	654	609	546	544	535	554	559	562
Nickel ¹	USD	Tonne	15.091	15.031	15.454	15.715	15.375	15.150	15.020	14.800	15.190	15.075
Palladium ¹	USD	Feinunze	913	1.010	926	985	940	974	1.100	1.194	1.108	1.260
Silber ¹	USD	Feinunze	28,83	31,31	31,16	34,10	32,62	32,98	36,11	36,76	39,74	46,69
Zink ¹	USD	Tonne	2.973	2.710	2.762	2.819	2.593	2.631	2.764	2.769	2.815	3.010
Zinn ¹	USD	Tonne	28.888	29.875	31.325	35.905	31.600	30.775	33.845	32.800	35.535	35.285
Mais ¹	USD	Buschel	4,59	4,82	4,54	4,57	4,67	4,44	4,21	3,94	3,98	4,16
Palmöl ¹	Euro	Tonne	1.049	985	1.023	991	812	804	797	857	890	871
Weizen ¹	Euro	Tonne	237	232	221	220	202	200	195	196	187	186
Indizes	Basis	Maß	Dez	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	August	Sept
FAO-Index ²		Punkte	127,4	124,7	126,6	127,2	128,2	127,1	128,1	130,0	130,1	
FAO Fleischpreis ²		Punkte	119,6	116,7	116,9	118,3	121,6	122,8	126,0	127,2	128,0	
FAO Milchpreis ²		Punkte	141,9	143,4	147,7	148,7	151,7	153,6	155,5	154,6	152,6	
FAO Getreidepreis ²		Punkte	111,4	111,8	112,6	109,7	110,9	109,0	107,3	106,5	105,6	
FAO Öle und Fette ²		Punkte	162,1	153,0	156,0	161,8	158,0	152,2	155,7	166,8	169,1	
FAO Zuckerpreis ²		Punkte	119,3	111,2	118,5	116,9	112,3	109,4	103,6	103,3	103,6	
VIK ³		Punkte	320	331	332	308	293	307	309	301	297	
Plastixx ⁴		Punkte	2.613	2.622	2.698	2.715	2.673	2.597	2.583	2.575	2.557	
Plastixx ST ⁴		Punkte	2.701	2.711	2.793	2.811	2.765	2.685	2.670	2.663	2.664	
Plastixx TT ⁴		Punkte	1.660	1.663	1.674	1.687	1.675	1.657	1.643	1.627	1.620	
WCI ⁵	USD	40 ft	3.803	3.364	2.629	2.168	2.157	2.508	2.983	2.499	2.119	1.761
HDE ⁶		Index	97,54	94,99	95,31	95,36	96,02	96,10	97,35	97,73	97,64	95,97

Quellen:

1: finanzen.net

2: FAO

3: VIK

4: KI Bad Homburg

5: Drewry

6: HDE

7: investing.com

MARKTINFORMATIONEN

Ihre wichtigsten Indizes

Der deutsche Einkaufsmanager-Index der Industrie ist im August 2025 auf 48,5 Punkte gesunken (Stand: 30.9.2025). Im August lag er noch bei 49,9 Punkten. Er hat sich also wieder etwas weiter vom klassischen Wert von 50,0 Punkten entfernt.

 Parameter	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep
Indikatoren												
EMI der deutschen Industrie mit Richtwert-Index 50 ⁴	42,6	43,0	42,5	44,1	46,1	48,3	48,0	48,8	49,0	49,2	49,9	48,5
EMI der Dienstleistungen mit Richtwert-Index 50 ⁴	51,6	49,3	51,2	52,5	51,1	50,9	49,0	47,1	49,7	50,6	49,3	51,5
PMI Global der Industrie aus 32 Ländern ⁴	49,4	50,0	49,6	50,1	50,6	50,3	49,8	49,9	50,3	49,7	50,9	50,8
Arbeitslosen-Quote in % ⁶	6,0	5,9	6,0	6,4	6,4	6,4	6,3	6,2	6,2	6,3	6,4	6,3
Bestand an offenen Stellen in 1.000 ⁶	689	668	654	632	639	643	646	634	632	628	621	629
ifo-Geschäftsklimaindex in Punkten ⁸	86,5	85,6	84,7	85,1	85,3	86,7	86,9	87,5	88,4	88,6	88,9	87,7
ZEW-Index zur Konjunktur-erwartung ²	13,1	7,4	15,7	10,3	26,0	51,6	-14,0	25,2	47,5	52,7	34,7	37,3
GfK-Konsumklimaindex nach Punkten ⁵	-21,0	-18,4	-23,1	-21,4	-22,6	-24,6	-24,3	-20,8	-20,0	-21,7	-23,5	-23,5
Einzelhandelsumsatz real in % zum Vormonat ¹	-0,1	0,3	-1,0	0,7	0,2	0,9	-0,6	-0,6	1,0	-0,5	-0,2	
Industrieproduktion in % zum Vormonat ¹	0,4	1,3	-1,5	2,0	-1,3	2,3	-1,6	0,1	-0,1	1,3		
Auftragseingang Industrie in % zum Vormonat ¹	-1,5	-5,2	5,9	-5,5	0,0	3,4	1,6	-0,8	-0,2	-2,9		
Inflationsrate in % zum Vorjahresmonat ¹	2,0	2,2	2,6	2,3	2,3	2,2	2,1	2,1	2,0	2,0	2,2	2,4
Änderung der Erzeugerpreise der Industrie in % zum Vorjahresmonat (Vormonat) ¹	-1,1 (0,2)	0,1 (0,5)	0,8 (-0,1)	0,5 (-0,1)	0,7 (-0,2)	-0,2 (-0,7)	-0,9 (-0,6)	-1,2 (-0,2)	-1,3 (0,1)	-1,5 (-0,1)	-2,2 (-0,5)	
Änderung der Importpreise in % zum Vorjahresmonat (Vormonat) ¹	-0,8 (0,6)	0,6 (0,9)	2,0 (0,4)	3,1 (1,1)	3,6 (0,3)	2,1 (-1,0)	-0,4 (-1,7)	-1,1 (-0,7)	-1,4 (0,0)	-1,4 (-0,4)	-1,5 (-0,5)	
DIW-Konjunkturbarometer in Punkten ⁹	85,4	83,7	86,4	87,7	90,4	90,6	82,9	90,2	94,2	92,3	92,0	96,3
Aktienkurse	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep
DAX in Punkten ⁷	19.077	19.626	19.909	21.732	22.551	22.163	22.496	23.997	23.909	24.065	23.902	23.880
DOW Jones in Punkten ⁷	41.763	44.910	42.544	44.544	43.840	42.001	40.669	42.270	44.094	44.130	45.544	46.397
Währungen	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep
US-Dollar (1 Euro = in USD) ³	1,09	1,06	1,04	1,04	1,04	1,08	1,14	1,13	1,17	1,14	1,17	1,17
Britisches Pfund (1 Euro = in Brit. Pfund) ³	0,84	0,83	0,83	0,84	0,83	0,84	0,83	0,82	0,86	0,86	0,87	0,87
Japanischer Yen (1 Euro = in JPY) ³	166,30	158,64	163,06	160,99	156,96	161,60	162,68	162,96	169,17	171,52	171,72	173,76
Chinesischer Renminbi (1 Euro = CNY) ³	7,74	7,65	7,58	7,54	7,58	7,84	8,26	8,16	8,40	8,24	8,32	8,36
Indische Rupie (1 Euro = in INR) ³	91,49	89,32	88,93	89,99	90,97	92,40	96,14	97,02	100,56	100,30	102,80	104,25
Schweizer Franken (1 Euro = in CHF) ³	0,94	0,93	0,94	0,94	0,94	0,95	0,94	0,93	0,93	0,93	0,94	0,94
1: Statistisches Bundesamt	2: ZEW	3: Deutsche Bundesbank	4: S&P Global Market Intelligence	5: GfK	6: Bundesagentur für Arbeit	7: investing.com	8: ifo-Institut	9: DIW				

INDIZES

Globaler PMI im September 25



1	Asean	51,6
2	Australien	51,6
3	Brasilien	46,5
4	China	51,2
5	Deutschland	48,5
6	Eurozone	49,8
7	Frankreich	48,1
8	Global	50,8
9	Griechenland	52,0
10	Großbritannien	46,2
11	Indien	58,5
12	Indonesien	50,4
13	Irland	51,8
14	Italien	49,0
15	Japan	48,4
16	Kanada	47,7
17	Kolumbien	52,0
18	Malaysia	49,8
19	Mexiko	49,6
20	Niederlande	53,7
21	Nigeria	53,4
22	Österreich	47,6
23	Philippinen	49,9
24	Polen	48,0
25	Russland	48,2
26	Saudi-Arabien	57,8
27	Schweiz ⁽¹⁾	46,3
28	Spanien	51,5
29	Südkorea	50,7
30	Taiwan	46,8
31	Thailand	54,6
32	Tschechische Republik	49,2
33	Türkei	46,7
34	USA	52,0
35	Vietnam	50,4



Ihr komplettes Einkaufs-Knowhow in der App immer dabei!



Ihre Ausgabe digital



Preise für Rohstoffe und Vorprodukte samt Expertenprognose



Mächtige Suchfunktion

Google Play



Apple Store



Jetzt scannen



Einfach mobil lesen

Nutzen Sie alle Vorteile Ihres Onlinebereichs!



Zugriff auf vielfältige Arbeitshilfen, Mustervorlagen und Checklisten



Ausgabenarchiv und Spezialreports



Profitieren Sie von unserem Expertennetzwerk: www.zolex.de/expert



www.zolex.de/login

Quelle: S&P Global Ltd. | Quelle ⁽¹⁾: Investing.com

„Sie haben eine inhaltliche Frage oder einen Themenwunsch? Kein Problem! Schreiben Sie mir gern an redaktion@zolex.de. Ich freue mich, von Ihnen zu hören.“



Hans-Christian Seidel

WIRTSCHAFTSTICKER

Wirtschaft im Wandel: Aktuelle Trends von Containerumschlag bis OECD-Prognose

Was die inländische und ausländische Wirtschaft zurzeit bewegt, zeige ich Ihnen hier mit 4 neuen Nachrichten und damit verbundenen Auswertungen.

1. RWI/ISL-Containerumschlag-Index im August 2025

Der bekannte Containerumschlag-Index des RWI – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung und des Instituts für Seeverkehrswirtschaft und Logistik (ISL) liegt saisonbereinigt im August 2025 bei 138,3 Punkten und somit nahezu unverändert im Vergleich zum Vormonat mit einem Wert von 138,5 Punkten. Gemäß Information des RWI schwächelt die Auslandsnachfrage nach deutschen Produkten.

2. Wirtschaftsvereinigung (WV) Stahl: Jan. – Aug. 2025

Die Rohstahlproduktion in Deutschland weist im Zeitraum Januar bis August 2025 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen Rückgang von fast 11,9 % auf.

Die Werte in 1.000 t / Steigerung zum Vorjahreszeitraum:

Rohstahl gesamt:	22.405	/ -11,6 %
Oxygenstahl:	15.277	/ -15,2 %
Elektrostahl:	7.128	/ -3,8 %
Roheisen:	14.125	/ -14,6 %
warmgewalzte Stahlerzeugnisse:	19.943	/ -7,7 %

Quelle: WV Stahl

3. Unternehmensinsolvenzen im 1. Halbjahr 2025

Die Amtsgerichte meldeten für das 1. Halbjahr 2025 nach endgültigen Ergebnissen insgesamt 12.009 beantragte Unternehmensinsolvenzen – das sind 12,2 % mehr als noch im 1. Halbjahr 2024. Die Forderungen der Gläubiger betrugen ca. 28,2 Mrd. €. Im 1. Halbjahr 2024 lagen die Forderungen noch bei rund 32,4 Mrd. €.

Der deutliche Rückgang der Forderungen bei gleichzeitigem Anstieg der Zahl der Unternehmensinsolvenzen ist erst mal verwirrend. Das liegt daran, dass im 1. Halbjahr 2024 im Ver-

gleich zum 1. Halbjahr 2025 mehr wirtschaftlich bedeutende Unternehmen Insolvenz beantragt hatten.

Quelle: Destatis, 11.9.2025

Im Juni 2025 lag die Zahl der beantragten Unternehmensinsolvenzen bei 1 957. Das waren 18,4 % mehr als im Juni 2024.

Quelle: Destatis

4. World Economic Outlook der OECD

Gemäß dem World Economic Outlook der OECD September 2025 wächst die deutsche Wirtschaft wie folgt:

🌐 2025:	0,3 %
🌐 2026:	1,1 %

Deutschland ist unter den G20-Staaten zwar klares Schlusslicht, liegt aber mit 1,1 % im Jahr 2026 wieder knapp über dem Durchschnitt des Euroraums von 1,0 %. Spitzenreiter für das Wachstum ist Indien für 2026 mit einem Wert von 6,2 %.

Den kompletten Download erhalten Sie hier:
<https://kurzlinks.de/world-economic-outlook-oecd-9-25>

Quelle: OECD

IN DER NÄCHSTEN AUSGABE LESEN SIE:

Arbeitshilfe: Vergleich zwischen einer Preisforderung und der Abwehr einer Preiserhöhung

Praxis-Dialog: Herr Fuchs-Pfennig führt 2 verschiedene Arten von Preisverhandlungen

Lieferantenmanagement: 7 Praxis-Tipps für einen Lieferantenwechsel

Wirtschaft: So ist die aktuelle wirtschaftliche Situation in Deutschland