

Einkaufsmanager

Praxis-Werkzeuge und Knowhow für Einkaufsprofis

KW 21–22 | 2026

3

Grenzen von KI im Einkauf

Künstliche Intelligenz kann inzwischen schon ziemlich viel. Die kommunikativen und beziehungsmäßigen Besonderheiten des Einkaufs kann KI jedoch nicht erfüllen.

4

Arbeitshilfe: SWOT-Analyse für Australien

Zwischen der EU und Australien wurde ein Freihandelsabkommen vereinbart. Auf dieser Seite sehen Sie die Stärken und Schwächen von Australien übersichtlich zusammengefasst.

6

TOP-THEMA

Preisstrukturanalyse – 5 Tipps und eine Expertenmeinung

Wehren Sie sich mithilfe dieser Tipps gegen kommende pauschale Preiserhöhungen und nutzen Sie dazu die Macht der Preisstrukturanalyse.



9

Rohstoffpreise unter Druck

Steigen die Preise für fossile und metallische Rohstoffe aufgrund des Iran-Kriegs weiter? Hier erfahren Sie es.

EDITORIAL



Hans-Christian Seidel

ist seit rund 20 Jahren globaler Einkaufstrainer in Seminaren und Coach. Sein Themenschwerpunkt umfasst in erster Linie das Thema Verhandlungen sowie die Bereiche Einkauf, Wirtschaft, Leadership, interkulturelle Kompetenz und Konfliktmanagement.

Viel Flickschusterei

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Regierung arbeitet in Bezug auf die Wirtschaft derzeit hektisch mit viel Flickschusterei. Ein wirkliches Konzept für die Wirtschaft ist nach wie vor nicht zu erkennen. Wenn sich die „große Lösung“ jedoch lediglich in den geplanten Steuererhöhungen widerspiegelt, ist dies mehr als armselig.

Höchstwahrscheinlich stehen Ihnen als Einkäufer in den nächsten Wochen viele Gespräche zum Thema Preiserhöhungen bevor. Hier müssen Sie jetzt mit Verhandlungsstärke dagegenhalten. Nutzen Sie auch das bekannte Tool der Kosten- oder Preisstrukturanalyse. Dazu gibt Ihnen ein Experte in unserem Top-Thema auf den Seiten 6 und 7 wertvolle Tipps.

Leider sinken aktuell einige wichtige Konjunkturindikatoren, was Ihnen das Einkäufer-Leben nicht gerade leichter macht.

Ihr

Hans-Christian Seidel,
Chefredakteur

INHALTSVERZEICHNIS

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ 3

- ☐ Mensch vor Maschine: Die unverzichtbare Rolle der Beziehungskompetenz im Einkauf

ARBEITSHILFE 4

- ☐ SWOT-Analyse für Australien

INTERVIEW 5

- ☐ Inwieweit sind Packmittel von den aktuellen Preissteigerungen betroffen?

TOP-THEMA 6

- ☐ So nutzen Sie die Preisstrukturanalyse: 5 Tipps und ein Interview mit einem Experten

PREISENTWICKLUNGEN 8

- ☐ Die Importpreise im März 2026

ROHSTOFFE 9

- ☐ Die Preisentwicklungen der letzten Monate

MARKTINFORMATIONEN 10

- ☐ Ihre wichtigsten Indizes im April 2026

INDIZES 11

- ☐ Die globalen PMIs im April 2026

5 NACHRICHTEN 12

- ☐ BIP im 1. Quartal 2026
☐ Kloepfel-Umfrage zu KI
☐ Inflation im April 2026
☐ Rohstahlproduktion im 1. Quartal 2026
☐ ifo: Indikator für Preiserwartungen

↑ 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 • © 2026 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.

KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Mensch vor Maschine: Die unverzichtbare Rolle der Beziehungskompetenz im Einkauf

Künstliche Intelligenz (KI) verändert den Einkauf tiefgreifend. Datenanalysen, Prognosen, Lieferantenbewertungen oder Vertragsauswertungen lassen sich heute teil- oder voll automatisiert durchführen. Doch während KI die Routinen beschleunigt und Transparenz schafft, stellt sich eine zentrale Frage: Welche Rolle bleibt dem Menschen in einem zunehmend digitalisierten Einkauf? Gerade im strategischen Einkauf, wo langfristige Partnerschaften, Verhandlungsgeschick und Vertrauen entscheidend sind, zeigt sich: KI kann unterstützen – aber nicht ersetzen.

1. Einkauf ist People Business – und bleibt es

Der strategische Einkauf ist weit mehr als ein administrativer Prozess. Er basiert auf Beziehungen zwischen Menschen, die oft über Jahre hinweg aufgebaut wurden. Vertrauen entsteht nicht durch Algorithmen, sondern aus „menschlichen“ Faktoren wie erlebte Verlässlichkeit, persönliches Engagement und gemeinsame Erfahrungen.

KI kann Verhandlungsdaten analysieren, Vorschläge machen oder Gesprächsstrategien simulieren. Was sie jedoch nicht kann: zwischen den Zeilen lesen, Körpersprache intuitiv deuten oder situativ den richtigen Ton finden.

Verhandlungen leben von Empathie, Kompromissfähigkeit und sozialer Intelligenz – Fähigkeiten, die zutiefst menschlich sind. Gerade in kritischen Situationen, etwa bei Lieferengpässen oder Preiskonflikten, macht der persönliche Umgang den Unterschied zwischen Eskalation und konstruktiver Lösung.

2. Vertrauensaufbau als strategische Kernkompetenz

Lieferantenbeziehungen sind oft komplex, global verteilt und kulturell vielfältig. Vertrauen entsteht durch authentische Kommunikation, Verlässlichkeit und gegenseitiges Verständnis. KI kann vergangenes Verhalten auswerten – aber sie kann kein Vertrauen geben oder einfordern.

Einkäuferinnen und Einkäufer schaffen psychologische Sicherheit, moderieren Interessenkonflikte und stärken Partnerschaften, die auch in schwierigen Marktphasen tragen. Entscheidungen im Einkauf sind zudem selten rein rational: Politische Dynamiken in Organisationen, Machtverhältnisse im Markt und persönliche Interessen spielen eine Rolle.

Nur der Mensch kann diese weichen Faktoren wirklich verstehen, zielgerichtet einordnen und im Sinne des Unternehmens aktiv steuern.

Damit bleibt menschliche Beziehungskompetenz gerade in disruptiven Zeiten ein Wettbewerbsvorteil, den KI nicht imitieren kann.

3. Eigen- und Team-Verantwortung, Ethik und Urteilsvermögen

Während KI enorme Datenmengen schneller auswertet als jeder Mensch, bleibt die Verantwortung für Entscheidungen immer beim Einkaufsteam.

Strategische Beschaffung bedeutet, Auswirkungen auf Lieferketten, Nachhaltigkeit, Reputation und Compliance abzuwägen – Dimensionen, die ethisches Denken und moralisches Urteilsvermögen erfordern.

KI kennt keine Werte, keine Integrität und kein Verantwortungsgefühl. Sie optimiert nach Parametern – aber ob diese Parameter richtig, angemessen oder moralisch vertretbar sind, entscheidet der Mensch.

Gerade in Zeiten geopolitischer Unsicherheit, fragiler Lieferketten oder hoher ESG-Anforderungen gewinnt die menschliche Fähigkeit, Risiken ganzheitlich zu beurteilen, an Bedeutung. KI ist ein Instrument – aber der Mensch bleibt Architekt der Entscheidung.



FAZIT

KI wird den Einkauf effizienter, präziser und datengetriebener machen

Doch der Wesenskern des Einkaufs bleibt menschlich: Beziehungen, Vertrauen, Verhandlungskultur, Empathie und verantwortungsvolles Entscheiden lassen sich nicht automatisieren. Der strategische Einkäufer der Zukunft ist nicht ersetzbar, sondern wird durch KI in seiner Wirkung verstärkt.

Patrick Itel ist Head of Procurement bei der Steeltec AG und verantwortet dort die strategische Weiterentwicklung der Beschaffung. Parallel dazu arbeitet er als Dozent im Supply-Chain-Bereich.





ARBEITSHILFE

Neues EU-Freihandelsabkommen: Hier ist Ihre SWOT-Analyse für Australien

Die EU und Australien haben am 24. März 2026 nach jahrelangen Verhandlungen ein Freihandelsabkommen beschlossen. Fast alle Zölle auf EU-Exporte nach Australien sind damit beseitigt worden. Importseitig sichert sich die EU einen besseren Zugang zu wichtigen australischen Rohstoffen, beispielsweise Lithium und Seltenen Erden. Dieses Abkommen muss allerdings noch durch das Europäische Parlament und das australische Parlament ratifiziert werden, was über ein Jahr dauern kann.

STÄRKEN (STRENGTHS)	SCHWÄCHEN (WEAKNESSES)
- starker, innovativer IT- und Dienstleistungssektor - oft sehr professionelle Unternehmen - Interesse an strategischer, professioneller, partnerschaftlicher und langjähriger Zusammenarbeit - Englisch ist Muttersprache - gute Einstiegsmöglichkeiten für europäische Unternehmen - lockerer, direkter, aber professioneller Verhandlungsstil - pragmatische Geschäftskultur - Pünktlichkeit - wenige Hierarchien	- sehr lange Transportwege aufgrund der abgelegenen geografischen Lage - hohe Lohnkosten - hohe Energiekosten - generell hohe Kostenstruktur - unterschiedliche Normen, Prüfverfahren und Qualitätsstandards - rückläufige Produktivität - hohe regulatorische Anforderungen - Abwanderung von Fachkräften - teilweise ESG-Probleme, besonders beim Bergbau
CHANCEN (OPPORTUNITIES)	RISIKEN (THREATS)
- abgeschlossenes Freihandelsabkommen mit der EU (ohne Aufweichen europäischer Normen) - besseres Zusammenwachsen der Märkte - großer Import- und Exportmarkt für Europa - stabile Zugehörigkeit zur westlichen Welt - freiheitlich-demokratische Regierung - reiche Rohstoffvorkommen an Eisenerz, Kohle, Gold und Gas u. a. - Mitglied beim CISG (UN-Kaufrecht) - hohe Rechtssicherheit - verbesserte Marktdurchdringung auch im indopazifischen Raum - breites Spektrum an innovativen Produkten - Regierung fördert Wirtschaftswachstum - Sicherheitsbündnis zwischen Australien, den USA und Japan - hohe Sicherheit und attraktive Lebensqualität für Fachkräfte und Investoren - starker Dienstleistungssektor	- geografisch abgelegene Lage - hohe Lebenshaltungskosten - Währungsrisiko mit dem australischen Dollar - hoher Fachkräftemangel trotz Anwerbung ausländischer Fachkräfte - Abhängigkeit von Rohstoffexporten - hohe wirtschaftliche Ungleichgewichte sowie Einkommenskluft in den einzelnen Regionen und Bundesstaaten - zum Teil schwache Infrastruktur und Logistikprobleme in den dünn besiedelten Gebieten - klimatische Risiken wegen Dürren, Wasserknappheit, Buschbränden - lange Gerichtsverfahren in Abhängigkeit von der Komplexität - geopolitische Spannungen im Indopazifikraum mit China - große Abhängigkeit von China im Sinne eines Klumpenrisikos - immer wieder diplomatische Spannungen mit Indonesien

INTERVIEW

Einige Packmittel kosten mehr – aber nicht alle

Bestimmt haben auch Sie in letzter Zeit Preiserhöhungsschreiben Ihrer Verkäufer erhalten, weil angeblich die Preise für Packmittel gestiegen sind. Doch das stimmt nicht für alle. Um mehr Klarheit zu gewinnen, habe ich mit Andreas Schmidtke, Geschäftsführer von der EUPAS in Vorwerk, über das Thema gesprochen. Hier sind die wichtigsten Erkenntnisse für Sie:



Hans-Christian Seidel:

Welche Packmittelarten sind primär von den Preissteigerungen betroffen?

Andreas Schmidtke:

Wenn man die aktuelle Lage nüchtern bewertet, sind vor allem diejenigen Packmittel von Preissteigerungen betroffen, bei denen Energieeinsatz und Transportkosten besonders stark ins Gewicht fallen – in erster Linie Glasverpackungen, metallhaltige Verpackungen sowie Kunststoffverpackungen mit hoher Rohstoffabhängigkeit. Dort wirken Kostensteigerungen unmittelbarer, weil energieintensive Herstellprozesse, Rohstoffpreise und Logistikkosten stärker auf den Endpreis durchschlagen.

Bei Wellpappe, Karton und anderen papierbasierten Packmitteln wird in der Praxis zwar oft mit höheren Papier-, Diesel- oder Energiekosten argumentiert, doch die offiziellen Daten zeigten zuletzt kein flächendeckendes Bild stark steigender Preise in dieser Materialgruppe.

Deshalb sollte man sehr genau unterscheiden zwischen echten, belastbaren Kostensteigerungen und pauschalen Verkaufsargumenten. Für den Einkauf ist diese Unterscheidung zentral. Wer alle Packmittel gleich behandelt, läuft Gefahr, Preisforderungen ohne ausreichende Datengrundlage zu akzeptieren. Mein Eindruck ist daher klar: Primär betroffen sind vor allem die energieintensiven und transportsensiblen Materialgruppen.

Hans-Christian Seidel:

Wie sehen Sie die diesbezüglichen Argumentationsketten der Verkäufer – wirken diese für Sie wirklich glaubhaft?

Andreas Schmidtke:

Die Argumentationsketten der Verkäufer wirken auf mich nur dann glaubhaft, wenn sie sauber vom Marktgeschehen auf den tatsächlichen Produktpreis heruntergebrochen werden.

Grundsätzlich ist es ja nachvollziehbar, dass Lieferanten mit steigenden Kosten für Energie, Rohstoffe und Transport argumentieren. Diese Faktoren beeinflussen die Herstellung vieler Packmittel tatsächlich nur geringfügig.

Entscheidend ist aber nicht der allgemeine Hinweis auf Marktveränderungen, sondern die konkrete Frage, wie stark sich diese Effekte im einzelnen Produkt wirklich auswirken. Genau an diesem Punkt werden Argumentationen oft schwächer.

Ich halte Preisforderungen erst dann für belastbar, wenn sie transparent, rechnerisch nachvollziehbar und zeitlich sauber eingegrenzt sind. Es reicht nicht, auf Unsicherheit oder Krisen zu verweisen. Der Einkauf sollte immer hinterfragen, welcher Kostenblock betroffen ist, wie hoch dessen Anteil am Produkt ist und ob es sich um einen kurzfristigen Ausschlag oder eine strukturelle Veränderung handelt.

Glaubhaft wird eine Preiserhöhung für mich also erst dann, wenn sie nicht nur plausibel klingt, sondern auch mit Fakten, Daten und realen Kostenanteilen belegt ist.

Andreas Schmidtke ist Berater für Verpackungs- und Einkaufsoptimierung. Mit EUPAS in Vorwerk (eupas.de) unterstützt er mittelständische Unternehmen dabei, Verpackungskosten nachhaltig zu senken – von der Analyse über Ausschreibung und Verhandlung bis zur Umsetzung



TOP-THEMA

So nutzen Sie die Macht der Preisstrukturanalyse: 5 Tipps und ein Interview mit einem Experten

In den nächsten Wochen werden sicherlich auch bei Ihnen wieder einige Verkäufer auf der Matte stehen und Preiserhöhungen fordern. Es ist für mich immer wieder erstaunlich, mit welch einfachen, intransparenten und teils frechen Scheinargumenten Verkäufer in diesen Gesprächen dann erfolgreich punkten können. Doch Ihnen als Einkäufer steht ein effizientes Tool für Ihre Gegenwehr und zur Verbesserung Ihrer Verhandlungsposition zur Verfügung – die Preisstrukturanalyse. Sie versachlicht die Diskussion in Bezug auf eine vom Verkäufer anvisierte Preiserhöhung. In diesem Top-Thema gebe ich Ihnen 5 Praxis-Tipps. Zusätzlich führe ich ein Interview mit dem Experten Marko Beckers von der craze media GmbH in Düsseldorf.



1. Nutzen Sie die Preisstrukturanalyse

Die Preisstrukturanalyse ist ein methodisches Tool, um die Angemessenheit von Preiserhöhungen in einer für den Verkäufer unangenehmen Tiefe durchzuführen. Bausteine der Preisstrukturanalyse sind:

- 🌐 das Ausmaß der angekündigten Preisforderung des Verkäufers (Verkäufer Sprache: Preisanpassung)
- 🌐 die angeblich betroffene Kostenart
- 🌐 die angebliche einkaufsseitige Erhöhung beim Lieferanten
- 🌐 der wahre Anteil der betroffenen Kostenart beim Lieferanten (oft erweist sich dieser Anteil als sehr überschaubar!)
- 🌐 die Multiplikation seiner prozentualen eigenen Erhöhung mit der betroffenen prozentualen Kostenart

Achtung: Der einzige Nachteil einer Preisstrukturanalyse ist, dass Sie sich damit im Verteidigungs- und Reaktionsmodus befinden, ohne selbst in Richtung einer Preisreduzierung zu argumentieren.

2. Rechnen Sie mit einer Abwehrhaltung der Verkäufer

Die Verkäufer sind nach meiner Erfahrung mit einer Preisstrukturanalyse fachlich überfordert. Ein Verkäufer steht einer Preisstrukturanalyse üblicherweise kritisch gegenüber und reagiert mit heftiger Ablehnung.

Der Grund ist, dass er Angst hat, von Ihnen mit Fakten vorgeführt und letztendlich enttarnt zu werden. Daher blockt er mit sehr allgemeinen Floskeln oder mit Ausreden, dass er keine Fakten offenlegen darf.

3. Reagieren Sie auf Scheinargumente

Die Verkäufer bringen Ihnen ein ganzes Potpourri an Begründungen für Preiserhöhungen:

- 🌐 Verweis auf die Geschäftsleitung, um von Anfang an eine Diskussion mit Tiefgang zu vermeiden
- 🌐 exakte Angabe der betroffenen Kostenart, die jedoch einen wesentlich geringeren Anteil an den Kosten hat
- 🌐 angebliche langfristige Sicherung der Lieferketten, um weitere Verfügbarkeit und Service sicherzustellen

Lassen Sie sich von diesen inhaltlosen Aussagen nicht beeindrucken und verweisen Sie darauf, dass Sie das Recht auf fundierte Aussagen und Nachprüfungen haben.

4. Entlarven Sie Lernkurveneffekte

Vergessen Sie bei den ganzen Diskussionen niemals, dass der Verkäufer Ihnen sämtliche Lernkurveneffekte, KI-Verbesserungen der Prozesse und Optimierungen der letzten Jahre verschweigt. Oft wissen die Verkäufer das nicht einmal.

5. Präsentieren Sie Ihre Fakten

Wenn Sie eine Preisstrukturanalyse auf Basis einer rein verbalen Diskussion durchführen, ist es schwierig, den Verkäufer von seiner haltlosen Forderung zu überzeugen. Daher eignet sich eine simple Exceldatei, um visuell zu zeigen, wie unangemessen die Forderung ist. Verwenden Sie ein einfaches Modell. Wenn Sie komplizierte Zahlenwerke aufführen, kommt der Verkäufer irgendwann nicht mehr mit und steigt aus.

Experteninterview

Hans-Christian Seidel:

Stimmt für die Industrie bei einer Preisstrukturanalyse diese prozentuale Grobeinteilung der Kostenarten: 45 % Rohstoffe, 3 % Packmittel, 3 % Frachten, 4 % Energie, 30 % Personalkosten und 15 % sonstige Fixkosten?

Marko Beckers:

Die genannten Werte sind als erste Orientierung nicht falsch – wobei ich den Begriff Kostenstrukturanalyse bevorzuge, da die Preisstrukturanalyse streng genommen die Kostenseite zuzüglich der Gewinnmarge des Lieferanten umfasst. Für den Einkäufer ist aber die Kostenseite der entscheidende Hebel – und genau dort setzt unsere Anwendung an.

Für den professionellen Einsatz in Verhandlungen sind diese Werte jedoch schlicht zu undifferenziert. Unsere Kostenstrukturanalyse basiert auf den Daten des Statistischen Bundesamtes und deckt allein circa 27 Industriezweige des produzierenden Gewerbes mit einer Vielzahl von Unterbranchen ab – zusätzlich differenziert nach Unternehmensgröße. Das ergibt in der Praxis über 450 branchenspezifische Kostenstrukturen. Wenn ich weiß, dass in der Papierindustrie der Energiekostenanteil bei rund 10 % liegt, während er im Maschinenbau bei nur gut 1 % liegt, dann verhandle ich mit völlig anderen Argumenten und entfalte eine völlig andere Schlagkraft.

Und damit komme ich zu einem Punkt, den ich etwas anders sehe als Sie: Sie schreiben, die Kostenstrukturanalyse bringe den Einkäufer in einen Verteidigungs- oder Reaktionsmodus. Meine Erfahrung ist genau das Gegenteil. Wer mit validen branchenspezifischen Kostendaten in eine Verhandlung geht, ist nicht in der Defensive – der gestaltet die Verhandlung aktiv. Man stellt die Fragen, man setzt die Benchmarks, man treibt das Gespräch. Die Nutzer unserer Anwendung erleben das täglich – sie gehen gestärkt und datenbasiert in Verhandlungen und sind ihren Gesprächspartnern gegenüber damit klar im Vorteil.

Hans-Christian Seidel:

Wie bewerte ich dies dann im Handel? Kommt da noch eine Marge, z. B. 5 %, dazu, ansonsten ist alles gleich?

Marko Beckers:

Da der Einkauf grundsätzlich daran interessiert ist, die Kostenentwicklung entlang der Wertschöpfung zu betrachten, behandeln wir den Händler absolut identisch zum Hersteller. Das bedeutet, wir analysieren nicht die Kostenstruktur des Händlers selbst, sondern die Kostenstruktur des Produktes beziehungsweise des eigentlichen Herstellers.

Hinzu kommt ein weiterer wesentlicher Punkt: Die eigenen Kosten des Händlers fallen in der Regel kaum ins Gewicht, da der

Händler typischerweise auf den Einkaufspreis der Produkte, die er selbst bezieht, eine vergleichsweise geringe Handlingsmarge aufschlägt. Kostensteigerungen auf Händlerseite haben damit nur einen sehr begrenzten Einfluss auf den Endpreis.

Sollte ein Händler dennoch eigene Kostensteigerungen geltend machen wollen, so muss er diese separat und vollständig transparent offenlegen. Das ist dann seine klare Bringschuld.

Hans-Christian Seidel:

Verkäufer haben es bekanntlich sehr eilig mit Preiserhöhungen. Wann werden die relevanten Preiserhöhungen, basierend auf dem Iran-Krieg, sichtbar?

Marko Beckers:

Diese Frage lässt sich nicht mit Bestimmtheit beantworten – aber wir können aus der Vergangenheit lernen und einordnen.

Schauen wir auf die Erfahrungen aus der Corona-Pandemie: Dort haben wir beobachtet, dass die Preise mit einer Verzögerung von circa 6 Monaten nach Beginn der Krise im Februar/März 2020 reagierten. Allerdings muss man hier einschränkend sagen: Wir wissen nicht, ob die Preise ohne die Pandemie noch stärker gefallen wären und durch die Lockdowns lediglich in eine Seitwärtsbewegung übergegangen sind, bevor sie Ende 2020 zu steigen begannen. Das lässt sich aus den Daten allein nicht ablesen.

Was wir aber sagen können: Die aktuelle Situation rund um den Iran-Konflikt ist mit der Corona-Krise nur bedingt vergleichbar. Damals hatten wir es primär mit einer globalen Logistik- und Lieferkettenkrise zu tun – weltweite Transportwege waren gestört, Lieferketten unterbrochen. Das ist heute, soweit wir das einschätzen können, nicht der Fall. Der Iran-Konflikt ist im Kern eine Energiekrise – ausgelöst durch die Beeinträchtigung der Straße von Hormus und des Persischen Golfs. Ein eher vergleichbares Beispiel wäre aus unserer Sicht der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine, der mit der Großinvasion 2022 zu einer massiven Energiepreiskrise geführt hat.

Wenn es also dabei bleibt, dass wir es hauptsächlich mit steigenden Energiepreisen zu tun haben, dann ist unsere Einschätzung, dass die Preiswirkung weniger dramatisch ausfallen dürfte als zu Corona-Zeiten. Was die Sichtbarkeit in den Daten betrifft: Das Statistische Bundesamt veröffentlicht die Preisdaten immer rückwirkend – jeweils zum 20. des Folgemonats. Erst dann werden belastbare Preisentwicklungen in den Herstellerdaten sichtbar.

Marko Beckers, Dipl.-Ing. und Dipl.-Wirtsch.-Ing., ist Gründer und Geschäftsführer der craze media GmbH aus Düsseldorf. Seit 2007 treibt er objektive, datenbasierte Kostenmanagementlösungen für den Einkauf erfolgreich voran.

PREISENTWICKLUNGEN

Die Importpreise im März 2026

Die Importpreise lagen im März 2026 um 2,3 % höher als im März 2025. Im Vergleich zum Vormonat Februar 2026 sind sie um 3,6 % gestiegen. (Stand: 30.4.2026)



 Ausgewählte Güter	Veränderung in % zum März 2025	Veränderung in % zum Februar 2026
Gesamtindex	2,3	3,6
Waren der Ernährungswirtschaft aus Euro-Ländern	-1,9	0,7
Waren der Ernährungswirtschaft aus Nicht-Euro-Ländern	-6,8	0,2
Rohstoffe aus Euro-Ländern	-8,8	13,5
Rohstoffe aus Nicht-Euro-Ländern	13,1	28,7
Halbwaren aus Euro-Ländern	27,4	17,3
Halbwaren aus Nicht-Euro-Ländern	27,6	6,2
Vorzeugnisse aus Euro-Ländern	-0,7	3,2
Vorzeugnisse aus Nicht-Euro-Ländern	-1,0	2,0
Verbrauchsgüter	-2,1	0,7
Investitionsgüter aus Euro-Ländern	1,1	-0,1
Investitionsgüter aus Nicht-Euro-Ländern	0,4	0,6
Energie aus Euro-Ländern	9,8	28,0
Energie aus Nicht-Euro-Ländern	15,5	37,5
Erzeugnisse des Bergbaus, Steine und Erden ^{6,7}	6,7	25,7
Kohle	-1,5	8,5
Erdöl	24,6	45,9
Erdgas, verflüssigt	-35,2	-1,8
Erdgas, gasförmig	-8,5	19,7
Rindfleisch, frisch, gekühlt oder gefroren	15,3	2,1
Schweinefleisch, frisch, gekühlt oder gefroren	-8,1	8,1
Kakaomasse, Kakaobutter, Kakaofett, Kakaoöl, Kakaopulver	-45,3	-2,0
Holz, gesägt und gehobelt, aus Euro-Ländern	6,4	1,0
Holz, gesägt und gehobelt, aus Nicht-Euro-Ländern	3,6	0,7
Verpackungsmittel, Lagerbehälter und Ladungsträger aus Holz ⁹	9,9	2,8
Papier, Pappe und Waren daraus	-4,0	1,3
Kokerei- und Mineralölerzeugnisse	40,1	47,2
Chemische Erzeugnisse	-1,2	2,7
Naphtha	16,8	38,3
Gummi- und Kunststoffwaren	-0,8	1,5
Glas und Glaswaren	0,0	0,9
Metalle (ohne Abfälle und Schrott)	15,4	1,0
Aluminium und Halbzeug daraus ^{0,1}	3,0	3,1
Kupfer und Halbzeug daraus	17,6	1,1
Elektrischer Strom	4,4	2,9

Übersicht: Importpreise März 2026 (Quelle: Destatis) – eigene Darstellung

ROHSTOFFE

Die wichtigsten Preisentwicklungen der letzten Monate

Die Preise für metallische Rohstoffe sind Ende April 2026 – nach dem leichten Rückgang im Vormonat März 2026 – wieder leicht gestiegen. Die fossilen Rohstoffe bleiben auf hohem Niveau. (Stand: 30.4.2026)



Parameter	Währung	Maß	Juli 25	August 25	Sept 25	Okt 25	Nov 25	Dez 25	Jan 26	Feb 26	März 26	April 26
Rohstoffe												
Erdöl Brent ¹	USD	Barrel	72	68	67	65	63	60	70	72	118	114
Erdöl WTI ¹	USD	Barrel	69	64	62	60	58	57	65	67	101	105
Erdgas TTF ⁷	Euro	MWh	35	31	31	31	28	28	39	31	50	45
Kohle ¹	USD	Tonne	103	99	93	92	96	96	100	106	119	109
Dieselpreis ¹	Euro	Liter	1,61	1,56	1,60	1,60	1,64	1,60	1,71	1,74	2,29	2,18
EEX Strompreis ¹	Euro	MWh	94	90	90	92	91	87	89	84	101	96
Aluminium ¹	USD	Tonne	2.565	2.615	2.679	2.884	2.868	2.995	3.146	3.151	3.484	3.475
Blei ¹	USD	Tonne	1.940	1.943	1.957	2.000	1.955	1.962	1.957	1.928	1.881	1.937
Holz ¹	USD	Tonne	692	548	613	539	544	538	594	558	608	571
Gold ¹	USD	Feinunze	3.290	3.447	3.858	4.002	4.216	4.315	4.865	5.277	4.672	4.622
Platin ¹	USD	Feinunze	1.293	1.369	1.567	1.572	1.673	2.054	2.164	2.364	1.974	1.989
Kupfer ¹	USD	Tonne	9.606	9.805	10.300	10.901	11.004	12.504	13.369	13.439	12.160	13.015
Naphtha ¹	USD	Tonne	554	559	562	527	529	504	522	563	853	936
Nickel ¹	USD	Tonne	14.800	15.190	15.075	15.055	14.660	16.485	17.540	17.685	16.860	19.325
Palladium ¹	USD	Feinunze	1.194	1.108	1.260	1.440	1.451	1.613	1.718	1.790	1.487	1.528
Silber ¹	USD	Feinunze	36,76	39,74	46,69	48,68	56,41	71,30	84,70	93,84	75,13	73,76
Zink ¹	USD	Tonne	2.769	2.815	3.010	3.170	3.255	3.063	3.343	3.327	3.184	3.363
Zinn ¹	USD	Tonne	32.800	35.535	35.285	36.300	39.125	40.900	54.000	57.425	45.610	49.550
Mais ¹	USD	Buschel	3,94	3,98	4,16	4,32	4,36	4,40	4,26	4,39	4,58	4,65
Palmöl ¹	Euro	Tonne	857	890	871	861	855	838	889	868	1.011	975
Weizen ¹	Euro	Tonne	196	187	186	193	187	189	194	197	204	191
Indizes	Basis	Maß	Juli	August	Sept	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	März	April
FAO-Index ²		Punkte	129,8	130,0	128,6	126,4	125,2	124,5	124,1	125,5	128,5	
FAO Fleischpreis ²		Punkte	126,7	127,8	127,9	125,0	125,5	124,8	124,9	126,5	127,7	
FAO Milchpreis ²		Punkte	154,6	152,3	147,2	141,7	136,2	128,2	120,7	119,4	1209	
FAO Getreidepreis ²		Punkte	106,5	105,7	104,9	103,6	105,5	107,3	107,5	108,7	110,4	
FAO Öle und Fette ²		Punkte	166,8	169,1	167,9	169,4	165,0	165,2	168,6	174,2	183,1	
FAO Zuckerpreis ²		Punkte	103,3	103,6	99,4	94,1	88,6	90,7	89,8	86,2	92,4	
VIK ³		Punkte	301	297	300	303	306	297	263	309	309	
Plastixx ⁴		Punkte	2.575	2.557	2.530	2.496	2.459	2.461	2.328	2.367	2.922	
Plastixx ST ⁴		Punkte	2.663	2.664	2.615	2.580	2.541	2.543	2.397	2.439	3.041	
Plastixx TT ⁴		Punkte	1.627	1.620	1.613	1.595	1.583	1.578	1.576	1.592	1.638	
WCI ⁵	USD	40 ft	2.499	2.119	1.761	1.822	1.806	2.213	2.107	1.899	2.287	2.232
HDE ⁶		Index	97,73	97,64	95,97	96,52	95,57	95,24	95,54	96,68	95,81	94,85

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 April 2026 leicht auf 51,2 Punkte gesunken. Im März lag er noch bei 51,7 Punkten. Er hält sich damit weiter über dem klassischen Wert von 50 Punkten. (Stand: 30.4.2026)

Parameter	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	März	April
Indikatoren												
EMI der deutschen Industrie mit Richtwert-Index 50 ⁴	48,8	49,0	49,2	49,9	48,5	49,6	48,4	47,7	48,7	50,7	51,7	51,2
EMI der Dienstleistungen mit Richtwert-Index 50 ⁴	47,1	49,7	50,6	49,3	51,5	54,6	53,1	52,7	52,4	53,5	50,9	46,9
PMI Global der Industrie aus 32 Ländern ⁴	49,9	50,3	49,7	50,9	50,8	50,0	50,5	50,4	50,9	51,9	51,3	52,6
Arbeitslosen-Quote in % ⁶	6,2	6,2	6,3	6,4	6,3	6,2	6,1	6,2	6,6	6,5	6,4	6,4
Bestand an offenen Stellen in 1.000 ⁶	634	632	628	621	629	623	623	619	598	637	637	641
ifo-Geschäftsklimaindex in Punkten ⁸	87,5	88,4	88,6	88,9	87,7	88,4	88,0	87,6	87,6	88,4	86,3	84,4
ZEW-Index zur Konjunktur-erwartung ²	25,2	47,5	52,7	34,7	37,3	39,3	38,5	45,8	59,6	58,3	-0,5	-17,2
GfK-Konsumklimaindex nach Punkten ⁵	-20,8	-20,0	-21,7	-23,5	-23,5	-22,5	-24,1	-23,4	-26,9	-24,2	-24,7	-28,1
Einzelhandelsumsatz real in % zum Vormonat ¹	-0,4	0,6	-0,2	-0,4	0,3	0,3	-0,5	1,2	-1,1	-0,3	-2,0	
Industrieproduktion in % zum Vormonat ¹	0,1	-0,1	1,3	-3,7	1,1	2,0	0,2	-1,0	0,0	-0,3		
Auftragseingang Industrie in % zum Vormonat ¹	-0,8	-0,2	-2,7	-0,4	2,0	1,6	5,7	6,4	-11,1	0,9		
Inflationsrate in % zum Vorjahresmonat ¹	2,1	2,0	2,0	2,2	2,4	2,3	2,3	1,8	2,1	1,9	2,7	2,9
Änderung der Erzeugerpreise der Industrie in % zum Vorjahresmonat (Vormonat) ¹	-1,2 (-0,2)	-1,3 (0,1)	-1,5 (-0,1)	-2,2 (-0,5)	-1,7 (-0,1)	-1,8 (0,1)	-2,3 (0,0)	-2,5 (-0,2)	-3,0 (-0,6)	-3,3 (-0,5)	-0,2 (2,5)	
Änderung der Importpreise in % zum Vorjahresmonat (Vormonat) ¹	-1,1 (-0,7)	-1,4 (0,0)	-1,4 (-0,4)	-1,5 (-0,5)	-1,0 (0,2)	-1,4 (0,2)	-1,9 (0,5)	-2,5 (-0,4)	-2,3 (1,1)	-2,3 (0,3)	2,3 (3,6)	
DIW-Konjunkturbarometer in Punkten ⁹	90,2	94,2	92,3	92,0	96,3	91,1	92,9	93,4	94,8	101,6	97,3	97,9
Aktienkurse	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	März	April
DAX in Punkten ⁷	23.997	23.909	24.065	23.902	23.880	23.958	23.836	24.490	24.538	25.284	22.680	24.292
DOW Jones in Punkten ⁷	42.270	44.094	44.130	45.544	46.397	47.562	47.716	48.063	48.892	48.977	46.341	49.652
Währungen	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan	Feb	März	April
US-Dollar (1 Euro = in USD) ³	1,13	1,17	1,14	1,17	1,17	1,16	1,16	1,17	1,19	1,18	1,15	1,17
Britisches Pfund (1 Euro = in Brit. Pfund) ³	0,82	0,86	0,86	0,87	0,87	0,88	0,88	0,87	0,87	0,88	0,87	0,87
Japanischer Yen (1 Euro = in JPY) ³	162,96	169,17	171,52	171,72	173,76	178,14	180,57	184,09	183,59	184,13	183,39	183,21
Chinesischer Renminbi (1 Euro = CNY) ³	8,16	8,40	8,24	8,32	8,36	8,22	8,18	8,23	8,28	8,10	7,93	7,99
Indische Rupie (1 Euro = in INR) ³	97,02	100,56	100,30	102,80	104,25	102,50	103,49	105,60	109,58	107,52	107,88	111,07
Schweizer Franken (1 Euro = in CHF) ³	0,93	0,93	0,93	0,94	0,94	0,93	0,93	0,93	0,92	0,91	0,92	0,92
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

Die globalen PMIs im April '26

1	Asean	51.8
2	Australien	51.0
3	Brasilien	52.6
4	China	52.2
5	Deutschland	51.2
6	Eurozone	52.2
7	Frankreich	52.8
8	Global	52.6
9	Griechenland	52.4
10	Großbritannien	53.6
11	Indien	55.9
12	Indonesien	49.1
13	Irland	54.9
14	Italien	52.1
15	Japan	54.9
16	Kanada	53.3
17	Kolumbien	50.8
18	Malaysia	51.6
19	Mexiko	47.7
20	Niederlande	54.4
21	Nigeria	52.4
22	Österreich	51.2
23	Philippinen	48.3
24	Polen	48.8
25	Russland	48.1
26	Saudi-Arabien	51.5
27	Schweiz ⁽¹⁾	54.5
28	Spanien	51.7
29	Südkorea	53.6
30	Taiwan	55.3
31	Thailand	54.1
32	Tschechische Republik	52.9
33	Türkei	45.7
34	USA	54.0
35	Vietnam	50.5

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

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



Ausgaben-
archiv und
Spezialreports



Profitieren Sie
von unserem
Experten Netzwerk:
[www.zolex.de/
expert](http://www.zolex.de/expert)



www.zolex.de/login

„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

Wachstum stabil, Preisdruck steigt, KI bleibt ohne Strategie

Konjunktur und Rohstahlproduktion legen zu, gleichzeitig zieht die Inflation auf 2,9 % an – Energie verteuert sich so stark wie seit 2023 nicht mehr. Die ifo-Preiserwartungen signalisieren weitere Preiserhöhungswellen. Eine Klopffel-Umfrage zeigt – und das ist doch überraschend – Lücken bei der strategischen KI-Nutzung.

1. BIP im 1. Quartal 2026

Das deutsche Bruttoinlandsprodukt (BIP) stieg im 1. Quartal 2026 gegenüber dem 4. Quartal 2025 um 0,3 %. Gründe dafür: private und staatliche Konsumausgaben sowie die Exporte.

Quelle: Destatis

2. Klopffel-Umfrage: KI im Einkauf

Eine stichprobenartige Umfrage der Einkaufsberatung KLOEPFEL by EPSA im März und April 2026 unter insgesamt 62 Einkaufsverantwortlichen aus der Industrie (52 %) sowie Handel und Dienstleistungen (23 %) ergab ein überraschendes Ergebnis: KI wird im Einkauf zwar genutzt – aber ist nicht immer integriert, nicht gesteuert und nicht in echte Prozesse überführt.

Anbei ein Auszug der Ergebnisse:

- 2 % der Unternehmen verfolgen eine klare Strategie.
- 52 % sehen bei KI keine strategische Verankerung.
- 8 % sehen ihre Daten für KI geeignet.
- 35 % sehen ihre Daten für KI begrenzt geeignet.
- 0 % sind sehr zufrieden.
- 39 % sind unzufrieden bzw. sehr unzufrieden.
- 76 % setzen KI für Recherchen und Textarbeiten ein.
- 29 % setzen KI für Kalkulationen und Auswertungen ein.

Den kompletten Download finden Sie hier:

<https://kurzlinks.de/klopffel-umfrage-ki-einkauf>

Quelle: Klopffel

3. Inflation im April 2026

Die Inflationsrate in Deutschland beträgt im April 2026 voraussichtlich 2,9 % (ohne Nahrungsmittel und Energie: 2,3 %). Die Preise für Energie steigen gegenüber dem Vorjahresmonat voraussichtlich um 10,1 %, dies ist der stärkste Preisanstieg bei Energie seit Februar 2023. Es bleibt abzuwarten, ob die EZB bei einem weiteren Anstieg eine Zinsanhebung vornimmt.

Quelle: Destatis

4. Rohstahlproduktion in Deutschland im 1. Quartal 2026

Gemäß Bilanz der WV-Stahl weist die Rohstahlproduktion in Deutschland im Zeitraum Januar – März 2026 mit ca. 9.260 Mio. Tonnen einen Anstieg von fast 9,0 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf. Die Werte im Einzelnen in 1.000 t (in Klammern: prozentuale Veränderung zum Vorjahreszeitraum):

🌐 Rohstahl gesamt:	9.260	(9,0 %)
▪ davon Oxygenstahl:	6.393	(11,1 %)
▪ davon Elektrostahl:	2.866	(4,6 %)
🌐 Roheisen:	5.870	(10,4 %)
🌐 warmgewalzte Stahlerzeugnisse:	8.012	(4,9 %)

Quelle: WV-Stahl

5. Preisentwicklung

Laut ifo-Institut planen immer mehr Unternehmen in Deutschland, ihre Preise deutlich anzuheben. Der vom ifo-Institut ermittelte Indikator für Preiserwartungen stieg von 25,5 im März auf 31,6 Punkte im April. Dies unterstreicht, dass Ihnen als Einkäufer viele Verhandlungen in Bezug auf Preiserhöhungen bevorstehen.

Den kompletten Download finden Sie hier:

<https://kurzlinks.de/ifo-konkunkturumfrage-290426>

Quelle: Ifo

IN DER NÄCHSTEN AUSGABE LESEN SIE:

Außenhandel: Die wichtigsten Import- und Exportländer im 1. Quartal 2026

Interview: Was ändert sich, wenn ich zum globalen Einkaufsleiter befördert werde?

Einkauf: Ein neuer Job im Einkauf – Krisenmanager

Kostenmanagement: Der S2P-Prozess im Einkauf