



## KONJUNKTUR

August 2019

UMSATZ
<b>15,2</b> in Milliarden Euro
<b>- 0,8 %</b> gegenüber dem Vorjahr

EXPORT
<b>5,1</b> in Milliarden Euro
<b>- 0,4 %</b> gegenüber dem Vorjahr

ENTWICKLUNG Umsatz:



## VERKAUFSPREISE UND ABSATZWACHSTUM

August 2019

VERKAUFSPREISE
<b>+ 1,5 %</b> gegenüber dem Vorjahr
<b>+ 2,1 %</b> gegenüber dem Vorjahr

ABSATZWACHSTUM
<b>- 2,5 %</b> gegenüber dem Vorjahr
<b>- 2,5 %</b> gegenüber dem Vorjahr

### Produktionsindex:

Aufgabe des Produktionsindex ist die monatliche Messung der von Preisveränderungen sowie arbeitstäglichen und saisonalen Faktoren bereinigten eigenen Leistung der Unternehmen des produzierenden Gewerbes.

PRODUKTIONSINDEX
<b>+ 2,5 %</b> gegenüber dem Vorjahr

ENTWICKLUNG Produktion:



## AGRAR ROHSTOFFMÄRKTE

September 2019

HWWI-ROHSTOFFPREISINDEX (Nahrungs- und Genussmittel)
<b>87,0</b>
<b>+ 1,2 %</b> gegenüber dem Vormonat
<b>+ 4,4 %</b> gegenüber dem Vorjahr

### HWWI-Rohstoffpreisindex:

Der HWWI-Index der Weltmarktpreise für Rohstoffe misst die preislichen Veränderungen in der Rohstoffimportrechnung der Industrieländer und ist somit ein Indikator für die Kostenentwicklung bei importierten Rohstoffen. Im HWWI-Rohstoffpreisindex für Nahrungs- und Genussmittel sind die wichtigen international gehandelten Rohstoffe enthalten: Gerste, Mais, Weizen, Reis, Sojabohnen, Sojaschrot, Sojaöl, Kokosöl, Palmöl, Sonnenblumenöl, Kaffee, Kakao, Tee und Zucker.

ENTWICKLUNG gegenüber dem Vorjahr:



## GESCHÄFTSKLIMA

Oktober 2019

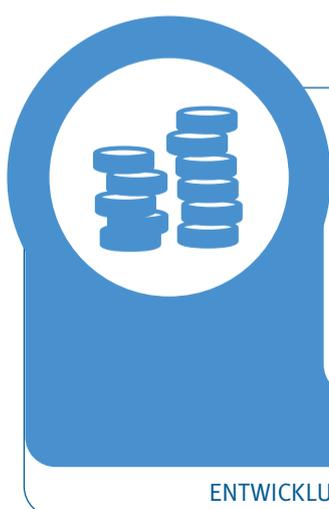
GESCHÄFTSKLIMA
↓ Vormonat
↓ Vorjahr

ERWARTUNGEN VERKAUFSPREISE für 3 Monate
↑ Vormonat
↓ Vorjahr

GESCHÄFTSLAGE
↓ Vormonat
↑ Vorjahr

GESCHÄFTSERWARTUNGEN für 6 Monate
↑ Vormonat
↓ Vorjahr

ENTWICKLUNG Geschäftsklima gegenüber dem Vorjahr:



## VERBRAUCHERPREISE

September 2019

LEBENMITTELPREISE
<b>- 0,2 %</b> gegenüber dem Vormonat
<b>+ 1,1 %</b> gegenüber dem Vorjahr

VERBRAUCHERPREISE
<b>± 0,0 %</b> gegenüber dem Vormonat
<b>+ 1,2 %</b> gegenüber dem Vorjahr

ENTWICKLUNG Verbraucherpreise gegenüber dem Vorjahr:

