

21. Juli 2022

Der neueste Big-Mac-Index von *The Economist* legt nahe, dass die Dollar-Euro-Parität gerechtfertigt sein könnte

Der halbjährliche Index zeigt weiterhin, dass die meisten Währungen gegenüber einem starken US-Dollar unterbewertet sind

LONDON, VEREINIGTES KÖNIGREICH – *The Economist* hat heute seinen neuesten Big-Mac-Index veröffentlicht, der darauf hindeutet, dass ein schwacher Euro gerechtfertigt sein könnte. Der aktualisierte Index kann hier eingesehen werden: <https://www.economist.com/big-mac-index>

Der Hauptindex, der davon ausgeht, dass Big Macs überall das Gleiche kosten sollten, prognostiziert einen Wechselkurs von 1,11 Dollar pro Euro. Ein sekundärer Index, der die Unterschiede im BIP bereinigt, besagt jedoch, dass der Euro knapp unter der Dollarparität gehandelt werden sollte. Der BIP-bereinigte Index berücksichtigt Preisunterschiede bei Produktionsfaktoren wie Land und Arbeit, die nur schwer oder gar nicht grenzüberschreitend gehandelt werden können, und spiegelt daher die lokalen Einkommen wider. Bei einer Dollar-Euro-Parität ist ein Big Mac in den USA 11 % teurer. Da Amerika aber reicher ist als Europa, könnte ein solcher Preisunterschied durchaus Sinn machen.

Weitere Highlights des Big-Mac-Index vom Juli 2022 sind:

- * **US Dollar bleibt stark:** Dem Index zufolge sind fast alle Währungen gegenüber dem Dollar unterbewertet (Lesen Sie [eine Erklärung](#) von *The Economist*, warum der Dollar so stark ist)
- * **Fünf Währungen sind gegenüber dem US Dollar überbewertet:** Schweizer Franken (+30,3%), Norwegische Krone (+21,6%), Uruguayischer Peso (+18,1%), Schwedische Krone (+8,5%) und Kanadischer Dollar (+2%)
- * **Das britische Pfund ist gegenüber dem US-Dollar um 13,8 % unterbewertet:** Ein Big Mac ist in Großbritannien 14 % billiger als in Amerika
- * **Der japanische Yen ist gegenüber dem US-Dollar um 45,1 % unterbewertet,** was darauf schließen lässt, dass amerikanische Bürger-Liebhaber eine Reise nach Tokio genießen könnten
- * **Der venezolanische Bolivar ist gegenüber dem Dollar mit 65,8 % am stärksten unterbewertet,** ein Big Mac kostet 10 Bolivares gegenüber 5,15 US-Dollar (einschließlich Steuern) in den Vereinigten Staaten

Die neuesten Zahlen beinhalten eine Änderung der Quelle für die amerikanischen Big-Mac-Preise. Der neue Index basiert auf einem von McDonald's zur Verfügung gestellten Durchschnittspreis für das ganze Land, der niedriger ist als die vorherige Zahl, bei der es sich um einen Durchschnitt der Preise in großen, teuren US-Städten handelte. Dies hat zur Folge, dass der Dollar nicht mehr ganz so stark erscheint. Die Änderung wurde für die gesamte Geschichte des Index vorgenommen, die vorherige Version ist weiterhin online verfügbar. Auch die Methodik zur Berechnung des BIP-bereinigten Index wurde geändert.

Der Big-Mac-Index von *The Economist* wurde 1986 erfunden, um auf spielerische Art und Weise zu zeigen, ob sich die Währungen auf ihrem "richtigen" Niveau befinden. Er basiert auf der Theorie der Kaufkraftparität (KKP), die besagt, dass sich die Wechselkurse langfristig so entwickeln sollten, dass sich die Preise eines identischen Warenkorbs und einer identischen Dienstleistung (in diesem Fall eines Burgers) in zwei beliebigen Ländern angleichen. Ein Big Mac, das Aushängeschild von McDonald's, besteht aus denselben Zutaten und wird in allen Restaurants auf der ganzen Welt auf nahezu identische Weise hergestellt.

Big-Mac-Index: <https://www.economist.com/big-mac-index>

Zusätzliche Big-Mac-Index-Analyse: <https://www.economist.com/finance-and-economics/2022/07/21/dollar-euro-parity-may-be-justified-but-the-yen-looks-cheap-as-chips>

Wenn Sie den Wirtschaftsredakteur von *The Economist*, Henry Curr, zum Big-Mac-Index interviewen möchten, wenden Sie sich bitte an:

vw@pluecom.de (GER)

HollyDonahue@economist.com (UK)

TomAmos@economist.com (US)

Über *The Economist*

Mit einem wachsenden globalen Publikum und einem Ruf für aufschlussreiche Analysen und Perspektiven zu allen Aspekten des Weltgeschehens ist *The Economist* eine der anerkanntesten und meistgelesenen Aktualitätspublikationen der Welt. Zusätzlich zu den wöchentlichen Print- und Digitalausgaben und der Website veröffentlicht *The Economist* Espresso, eine tägliche Nachrichten-App, und Global Business Review, ein zweisprachiges englisch-chinesisches Produkt. Das Unternehmen produziert The Intelligence, einen täglichen Podcast zum aktuellen Zeitgeschehen, mehrere andere wöchentliche Podcasts sowie Kurz- und Langvideos. *The Economist* unterhält starke soziale Gemeinschaften auf Facebook, Twitter, LinkedIn und anderen sozialen Netzwerken.