

Verbraucherpreise 2011

Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 2,3 Prozent



Von Merle Hattenhauer

Die Ergebnisse der Verbraucherpreisstatistik zählen zu den bekanntesten und meist beachteten in der amtlichen Statistik. Sie sind von elementarer Bedeutung für die Beurteilung inflationärer Tendenzen, dienen als Orientierungsmaßstab (etwa bei Tarifverhandlungen oder in vertraglichen

Vereinbarungen über die Höhe von wiederkehrenden Zahlungen) sowie zur Preisbereinigung in den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen.

Im Durchschnitt des Jahres 2011 lag der Verbraucherpreisindex für Rheinland-Pfalz 2,3 Prozent über dem Vorjahresniveau; die Inflationsrate lag damit deutlich über dem Wert von 2010 (+1,1 Prozent). Der Jahresverlauf 2011 war geprägt von Teuerungsraten jenseits der für die Geldpolitik wichtigen Zielmarke von zwei Prozent. Der höchste Wert des Jahres wurde im Oktober und November mit jeweils +2,6 Prozent erreicht.

Die Berechnung des Verbraucherpreisindex

Der Verbraucherpreisindex für Rheinland-Pfalz bzw. für Deutschland (VPI) misst die durchschnittliche Preisentwicklung von Waren und Dienstleistungen, die von privaten Haushalten für Konsumzwecke gekauft werden. Berücksichtigt werden Güter des täglichen Bedarfs, Mieten, langlebige Gebrauchsgüter und Dienstleistungen. Die Statistischen Ämter des Bundes und der Länder berechnen den Verbraucherpreisindex für Deutschland und die einzelnen Länder monatlich.

Zu diesem Zweck erheben in Rheinland-Pfalz jeweils rund um die Monatsmitte 17 Preisermittler im Auftrag des Statistischen Landesamtes die Preise für rund 750 Waren und Dienstleistungen in elf Berichtsgemeinden mit mehr als 2 000 Berichtsstellen (z. B. Kaufhäuser). Insgesamt werden monatlich gut 20 000 Einzelpreise erhoben. Hinzu kommen Auswertungen von Katalogen, Tarifwerken, Gebührenordnungen sowie Internetangeboten.

Der Verbraucherpreisindex unterstützt Politik, Wirtschaft und auch private Nutzer in ihrer Entscheidungsfindung. So wird er bei-

Gut 20 000
Preise werden
monatlich
erhoben

spielsweise im Rahmen von Tarifverhandlungen genutzt. Private Verträge mit Wertesicherungsklauseln basieren ebenfalls auf der Entwicklung des Index. Zudem wird die Teuerungsrate für eine Reihe weiterer Statistiken, z. B. für die Deflationierung gesamtwirtschaftlicher Größen in den Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen verwendet.

VPI ist wichtiger Indikator zur Messung der Geldwertstabilität

Als Inflationsmaßstab dient der Verbraucherpreisindex zur Messung der Geldwertstabilität. Daran sind besonders die Ministerien, die Zentralbanken, Wirtschaftsforschungsinstitute, die Wissenschaft sowie die Medien interessiert.

Warenkorb des Verbraucherpreisindex bildet Verbrauchsstruktur ab

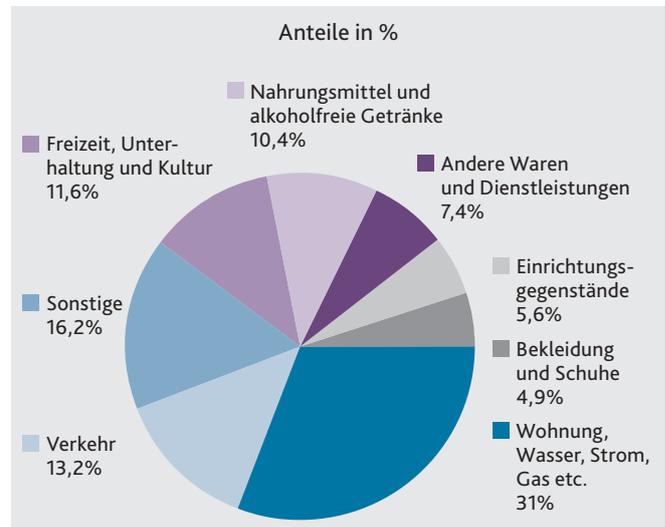
EVS und LWR als Grundlage des Warenkorbs des VPI

Die Preisveränderungen der einzelnen Waren und Dienstleistungen werden gemäß der Verbrauchsbedeutung, die ihnen im Budget der privaten Haushalte zukommt, im Preisindex berücksichtigt. Hierzu wird eine Verbrauchsstruktur, das sogenannte Wägungsschema, auf der Grundlage der Ausgaben der privaten Haushalte für die Käufe von Waren und Dienstleistungen bestimmt. Die Höhe und Struktur der Ausgaben werden durch die Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS) und die Statistik der Laufenden Wirtschaftsrechnungen (LWR) ermittelt.

Nach aktuellem Wägungsschema werden im Durchschnitt 31 Prozent des Haushaltsbudgets für Ausgaben rund ums Wohnen aufgewendet. Der Ausgabenanteil für Verkehr liegt bei 13 Prozent, während der Bereich „Freizeit, Unterhaltung und Kultur“ mit zwölf Prozent zu Buche schlägt. Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke machen ein Zehntel der Verbrauchsausgaben aus und für Bekleidung und Schuhe wendet ein durchschnittlicher Haushalt in Rheinland-Pfalz fünf Prozent seines Budgets auf.

G1

Warenkorb im Basisjahr 2005 nach Güter- und Dienstleistungsgruppen



Aktuelles Basisjahr der Berechnung ist 2005

Die Berechnung des Verbraucherpreisindex erfolgt mit Hilfe des Laspeyres-Index. Diese Methode geht auf Etienne Laspeyres (1834–1913) zurück. Bei der Berechnung des Preisindex stammen die gewählten Gewichte (d. h. die Verbrauchsmengen) aus dem Basisjahr. Der Index ermittelt den Preis eines Warenkorbs in der Zusammensetzung des Basisjahres zu Güterpreisen des Berichtsjahres bezogen auf den Preis des gleichen Warenkorbs zu Güterpreisen des Basisjahres. Eine Überarbeitung des Verbraucherpreisindex erfolgt im Turnus von fünf Jahren. Im Januar 2008 erfolgte die Umstellung von der bisherigen Basis 2000 auf das Basisjahr 2005. Damit verbunden war eine Neuberechnung der Ergebnisse ab Januar 2005. Die Nutzer der Preisdaten erhalten so Zeitreihen, die über eine Spanne von mindestens drei Jahren unbeeinträchtigt von strukturellen oder methodischen Änderungen interpretiert werden können. Im Mittelpunkt der Überarbeitung des Verbraucherpreisindex steht die Aktualisierung des Wägungsschemas für die

Waren und Dienstleistungen: Die Anteile der Ausgaben für die verschiedenen Waren- und Dienstleistungsgruppen werden den veränderten Verbrauchsgewohnheiten der privaten Haushalte angepasst. Bis zur nächsten turnusmäßigen Überarbeitung bleibt das neue Wägungsschema konstant. Die Auswahl der konkreten Waren und Dienstleistungen für die Preiserhebung wird zwischen den Revisionsterminen angepasst (z. B. bei Wegfall von Produkten oder Berichtsstellen, Auftreten neuer Produkte oder Berichtsstellen mit schnell wachsender Verbrauchsbedeutung).

Das Wägungsschema ist repräsentativ für einen durchschnittlichen Haushalt. Den durchschnittlichen Konsumenten gibt es jedoch nur in der Theorie. Die amtlich berechnete Teuerung lässt sich daher nicht direkt auf die eigene Situation übertragen. Wer z. B. kein Kraftfahrzeug hat, wird auch kein Geld für Benzin ausgeben – Kraftstoffe gehören aber zum Warenkorb der Preisstatistik. Die Inflationsrate eines einzelnen Haushalts hängt somit in starkem Maße vom individuellen Konsumverhalten ab, d. h., wie viel Geld er für welche Güter ausgibt.

Individuelle Teuerungsrate kann vom Durchschnitt abweichen

Vom Verbraucher wahrgenommene Inflation weicht vom gemessenen Verbraucherpreisindex ab

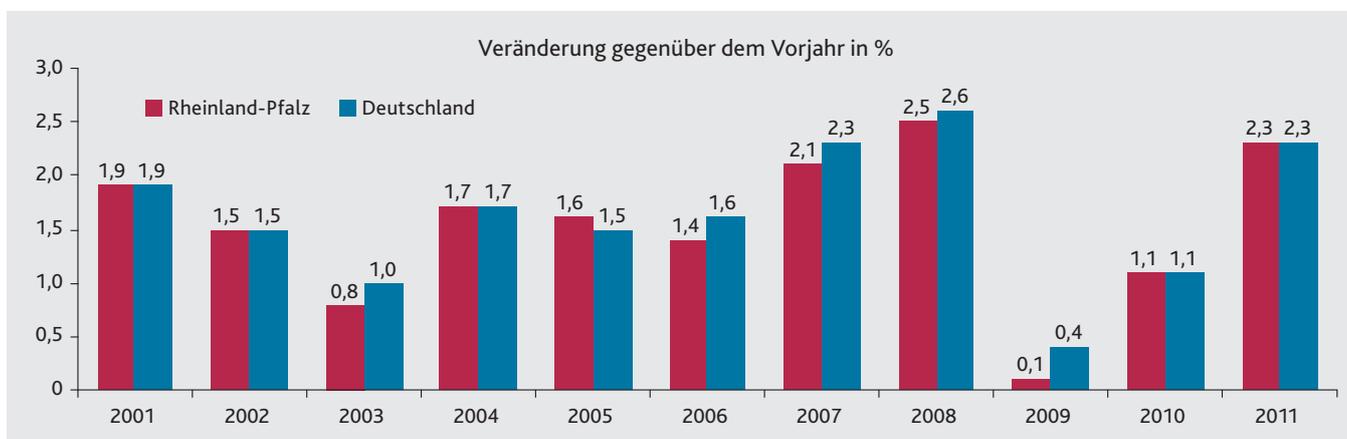
Durch eine sorgfältige Stichprobenauswahl ist gewährleistet, dass die Konsumlandschaft realistisch abgebildet wird. Die „wahrgenommene Teuerung“ dürfte allerdings für viele Menschen von der durch die amtliche Statistik berechneten Teuerungsrate abweichen. So entspricht der mit der Teuerungsrate wiedergegebene Durchschnittswert häufig nicht dem, was einzelne Konsumenten subjektiv wahrnehmen.

Verbraucherpreise im Jahr 2011 gegenüber dem Vorjahr um 2,3 Prozent gestiegen

Der Verbraucherpreisindex für Rheinland-Pfalz ist im Jahresdurchschnitt 2011 gegenüber dem Vorjahr um 2,3 Prozent gestiegen. Die Teuerungsrate lag damit deutlich höher als in den beiden Vorjahren (2010: +1,1 Prozent; 2009: +0,1 Prozent) und über dem für die Geldpolitik wichtigen Schwellenwert von zwei Prozent. Eine höhere Teuerung im Jahresdurchschnitt gab es zuletzt im Jahr 2008 (+2,5 Prozent).

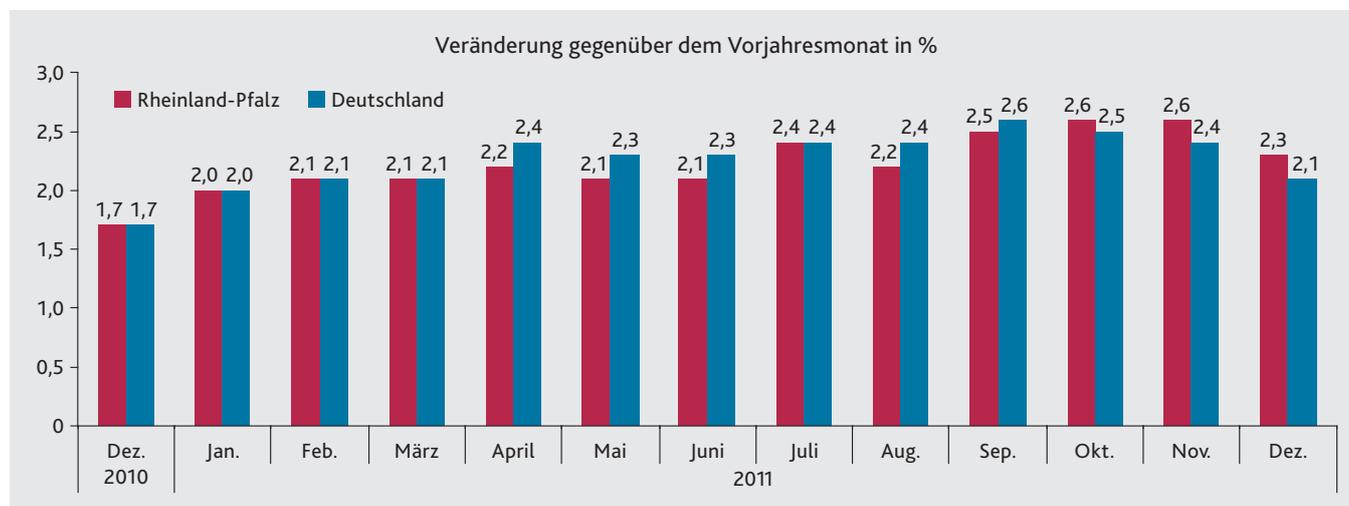
G 2

Verbraucherpreisindex in Rheinland-Pfalz und in Deutschland 2001–2011



G 3

Verbraucherpreisindex in Rheinland-Pfalz und in Deutschland 2010 und 2011 nach Monaten



Bundesweit erhöhte sich der Verbraucherpreisindex im Jahresdurchschnitt 2011 gegenüber 2010 ebenfalls um 2,3 Prozent. Im Jahr 2010 hatte die Inflationsrate für Deutschland noch bei +1,1 Prozent, im Jahr 2009 bei +0,4 Prozent gelegen.

Jahresteu-
rungsrate in
Rheinland-Pfalz
auf dem Niveau
des Bundes-
durchschnitts
von +2,3 Prozent

In Rheinland-Pfalz bewegte sich die Inflationsrate in der ersten Jahreshälfte 2011 zwischen +2 und +2,2 Prozent. In der zweiten Jahreshälfte war dann zunächst ein Anstieg der Teuerungsrate zu verzeichnen, wobei die höchsten Werte mit +2,6 Prozent im Oktober und November erreicht wurden. Erst im Dezember entspannte sich die Lage mit +2,3 Prozent wieder leicht.

Die Preise für die einzelnen Waren und Dienstleistungen entwickelten sich – wie im Folgenden gezeigt wird – unterschiedlich.

Preise für Heizöl und Kraftstoffe zogen deutlich an

Überdurchschnittliche Preissteigerungen ergaben sich für die Verbraucherinnen und Verbraucher in der Hauptgruppe „Verkehr“ (+4 Prozent).

Dieses deutliche Plus ist vor allem durch den Anstieg der Preise für Kraftstoffe bedingt. Der Preis für Superbenzin stieg um 9,9 Prozent, Diesel war im Schnitt des Jahres 2011 um 16 Prozent teurer als 2010. Die Preise für neue Autos stiegen kaum (+0,2 Prozent), während die Anschaffung eines Gebrauchtwagens 3,7 Prozent teurer war als im Jahr 2010.

Deutlicher
Anstieg der
Kraftstoff-
preise ...

Wie der Kraftfahrpreisindex (+4 Prozent) verdeutlicht, sind die Preise für die Kraftfahrzeuganschaffung und -unterhaltung im Vergleich zum Vorjahr insgesamt deutlich gestiegen.

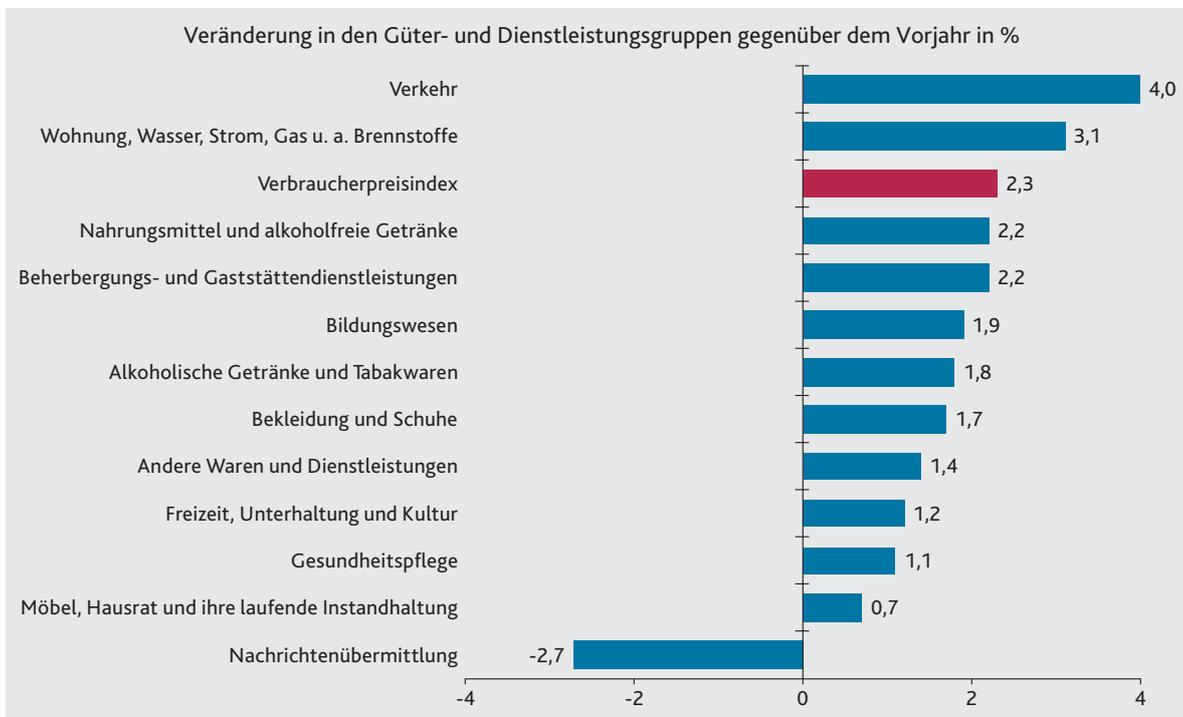
T 1

Preisspiegel für Haushaltsenergie und Kraftstoffe 2011

| Güterart | Indexstand 2011 (Basis 2005=100) | Veränderung gegenüber dem Vorjahr in % |
|--------------------------------------|-------------------------------------|--|
| Haushaltsenergie insgesamt | 137,3 | 9,9 |
| Gas | 126,4 | 4,7 |
| Zentralheizung, Fernwärme | 130,7 | 7,7 |
| Feste Brennstoffe (Kohle, Kaminholz) | 118,5 | 2,3 |
| Strom | 140,8 | 8,4 |
| Heizöl | 153,7 | 25,5 |
| Kraftstoffe insgesamt | 128,5 | 11,3 |
| Dieselmotorkraftstoffe | 132,4 | 15,7 |
| Normalbenzin | 129,6 | 10,2 |
| Superbenzin | 126,5 | 9,9 |

G 4

Verbraucherpreisindex 2011 nach Güter- und Dienstleistungsgruppen



Die Preise für die Personenbeförderung im Straßenverkehr (z. B. öffentlicher Personennahverkehr, Taxi, Mietwagen) erhöhten sich um 1,5 Prozent, die Preise für Personenbeförderung im Schienenverkehr (z. B. Bahntickets) legten um 0,4 Prozent zu. Deutlich stärker stiegen die Preise für die Personenbeförderung im Luftverkehr (z. B. Flugreisen) mit einem Plus von 13 Prozent.

... und der Preise für Haushaltsenergie

Waren und Dienstleistungen rund ums Wohnen verteuerten sich um 3,1 Prozent. Die Preise für Gas stiegen dabei um 4,7 Prozent, die Strompreise sogar um 8,4 Prozent. Hervorzuheben ist die Preisentwicklung für Heizöl: Mit einem Anstieg von 25,5 Prozent war es im Schnitt des Jahres 2011 erheblich teurer als im Jahr zuvor.

Die Wohnungsmieten lagen um 1,1 Prozent über dem Niveau des Jahres 2010. Während die Preise für die regelmäßige Instandhal-

tung und Reparatur der Wohnung (+3 Prozent) merklich anzogen, verteuerten sich die Wasserversorgung und andere Dienstleistungen im Zusammenhang mit der Wohnung (+0,5 Prozent) nicht wesentlich.

Ohne die Berücksichtigung der Preise für Heizöl und Kraftstoffe hätte die Jahresteuerrate lediglich bei +1,7 Prozent gelegen.

Die Preise für Einrichtungsgegenstände (Möbel), Geräte und Ausrüstungen für den Haushalt stiegen im Jahr 2011 durchschnittlich um 0,7 Prozent.

Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke im Schnitt 2,2 Prozent teurer als 2010

Obwohl die Nahrungsmittel im Ausgabenbudget eines durchschnittlichen Haushalts nicht an erster Stelle stehen, sind doch gerade deren Preise und ihre Entwicklung

Speisefette und -öle im Jahresdurchschnitt deutlich teurer

im Fokus der Öffentlichkeit. Die Preise in der Hauptgruppe „Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke“ stiegen 2011 durchschnittlich um 2,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Bei den einzelnen Teilindizes zeigten sich recht unterschiedliche Veränderungsraten. Insbesondere Speisefette und -öle (+13 Prozent) verteuerten sich deutlich.

Auch die Preise für Molkereiprodukte und Eier (+4,7 Prozent), Fische und Fischwaren (+4 Prozent) sowie Fleisch und Fleischwaren (+2 Prozent) zogen an. Obst war 2,6 Prozent teurer, Gemüse jedoch 5,6 Prozent günstiger als im Vorjahr.

Die Preise für alkoholfreie Getränke (+5 Prozent) erhöhten sich überdurchschnittlich. Dies ist insbesondere auf den deutli-

chen Preisanstieg für Kaffee, Tee und Kakao (+9,2 Prozent; darunter Kaffee: +15 Prozent) zurückzuführen, während sich Mineralwasser, Säfte und Limonade (+3,3 Prozent) nur leicht überdurchschnittlich verteuerten. Die Preise für alkoholische Getränke kletterten im Jahresdurchschnitt um zwei Prozent, wobei die Preise für Wein (+2,9 Prozent) stärker anzogen als für Bier (+1,8 Prozent) oder für Spirituosen (+0,7 Prozent).

Unterdurchschnittlich fiel die Teuerung von Tabakwaren (+1,6 Prozent) aus, wobei hier die Entwicklung bei einzelnen Produkten ungleichmäßig verlief. So waren etwa Zigaretten ein Prozent, Tabak jedoch vier Prozent teurer als im Vorjahr.

Preise für Tabakwaren steigen um 1,6 Prozent

T 2

Preisspiegel ausgewählter Nahrungs- und Genussmittel 2011

| Güterart | Indexstand 2011 (Basis 2005=100) | Veränderung gegenüber dem Vorjahr in % |
|----------------------------------|----------------------------------|--|
| Tomaten | 101,2 | -15,6 |
| Dauerwurst | 103,4 | -3,5 |
| Speisekartoffeln | 143,7 | -1,8 |
| Nudeln | 108,7 | -0,8 |
| Mineralwasser | 106,9 | -0,6 |
| Pizza (tiefgefroren oder frisch) | 104,7 | -0,3 |
| Schokolade in Tafeln | 121,2 | 0,3 |
| Weintrauben | 133,3 | 0,5 |
| Reis | 121,2 | 0,8 |
| Bananen | 88,6 | 1,6 |
| Eier | 124,4 | 1,6 |
| Brötchen | 115,7 | 1,8 |
| Bier | 108,7 | 1,9 |
| Roggen- oder Mischbrot | 111,8 | 2,0 |
| Joghurt | 121,2 | 2,5 |
| Weißwein | 120,4 | 3,4 |
| Tafeläpfel | 116,7 | 3,7 |
| Mehl | 132,5 | 4,2 |
| Schweinebraten | 103,2 | 5,4 |
| Frische Vollmilch | 112,3 | 5,4 |
| Emmentaler o. a. Hartkäse | 106,7 | 6,1 |
| Rinderrouladen | 116,0 | 7,7 |
| Margarine | 141,4 | 12,1 |
| Fruchtsaft aus Kernobst | 124,0 | 12,9 |
| Butter | 144,2 | 13,7 |
| Bohnenkaffee | 124,3 | 15,1 |

Verbraucherfreundliche Entwicklung im Bereich Nachrichtenübermittlung

Der für die Verbraucherinnen und Verbraucher positive Trend im Bereich der Nachrichtenübermittlung setzte sich auch im Jahr 2011 fort. Im Durchschnitt sanken die Preise im Vergleich zu 2010 um 2,7 Prozent.

Die Preise für Post- und Kurierdienstleistungen gaben mit 0,6 Prozent leicht nach, während sich einzelne Produkte wie z. B. Prepaid-Handys (-14,5 Prozent) deutlich verbilligten.

Gebühren für Studium, Lehrgänge und Kurse gestiegen

Nachdem durch die Abschaffung der Kindergartenbeiträge in Rheinland-Pfalz der Indexwert in der Hauptgruppe Bildungswesen 2010 deutlich zurückgegangen war, ist er im Verlauf des vergangenen Jahres wieder leicht gestiegen. Mit einem Plus von 1,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr lag der Anstieg jedoch unter der Veränderungsrate des Gesamtindex. Nahezu unverändert

blieben die Preise für Sprachunterricht an Privatschulen (-0,3 Prozent). Preiserhöhungen waren hingegen bei den Gebühren für Lehrgänge, Volkshochschulkurse sowie das Hochschulstudium (+4,2 Prozent) zu verzeichnen.

Höhere Preise für „Gesundheitspflege“

Der Preisindex der Hauptgruppe „Gesundheitspflege“ stieg gegenüber dem Vorjahr um 1,1 Prozent. Zur Gesundheitspflege zählen neben pharmazeutischen Erzeugnissen auch andere medizinische Produkte, therapeutische Geräte und Ausrüstungen, ärztliche Dienstleistungen, zahnärztliche Dienstleistungen, Dienstleistungen nichtärztlicher Gesundheitsdienstberufe sowie stationäre Gesundheitsdienstleistungen. Dabei erhöhten sich die Preise für ambulante Dienstleistungen im Durchschnitt geringfügig um 0,6 Prozent, während die Preise für stationäre Dienstleistungen unverändert blieben. Allerdings gehen in dieses Ergebnis bei gesetzlich Versicherten nur die Zuzahlungen ein. Beiträge zur gesetzlichen Krankenversicherung sind Sozialbeiträge und deshalb nicht Bestandteil der Verbrauchsausgaben.

Bekleidung und Schuhe stiegen im Preis

Bekleidung 1,9
Prozent teurer
als 2010

Für Bekleidung und Schuhe stiegen die Preise insgesamt durchschnittlich um 1,7 Prozent. Während die Preise für Bekleidung 1,9 Prozent über dem Vorjahresniveau lagen, war bei Schuhen ein Preisanstieg von 1,4 Prozent zu verzeichnen.

Sonderverkäufe zum Saisonwechsel haben einen großen Einfluss auf die Preisentwicklung bei Bekleidung und Schuhen innerhalb eines Jahres. Im Februar wird der Tiefpunkt zum Ende des Winters erreicht. Danach steigen die Preise für die Sommermode wieder

an, bis der Schlussverkauf im Juli/August wieder für Preisnachlässe sorgt. Der Wechsel zur Wintermode ist wiederum mit einem Preisanstieg verbunden.

Deutliche saisonale Einflüsse bei „Freizeit, Unterhaltung und Kultur“ sowie „Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen“

In den Hauptgruppen „Freizeit, Unterhaltung und Kultur“ sowie „Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen“ sind deutliche saisonale Schwankungen üblich. Im Jahresdurchschnitt 2011 stiegen die Preise für „Freizeit, Unterhaltung und Kultur“ um 1,2 Prozent, die Preise für „Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen“ um 2,2 Prozent. Verbraucherinnen und Verbraucher mussten saisonüblich zu Beginn der Sommerferien deutlich mehr für Reisen zahlen. Im Jahresdurchschnitt waren Pauschalreisen 2,9 Prozent teurer als im Jahr 2010.

Preise für
Pauschalreisen
steigen um
2,9 Prozent

Die Preisrückgänge bei audiovisuellen, fotografischen und Informationsverarbeitungsgeräten sowie deren Zubehör waren mit 4,6 Prozent noch deutlicher als 2010 mit -2,8 Prozent. Zu nennen sind hier beispielsweise Digitalkameras (-9,3 Prozent), Fernseher (-11 Prozent) sowie Netbooks und Notebooks (-16 Prozent).

Freizeit- und Kulturdienstleistungen waren 1,1 Prozent teurer als im Jahr zuvor. Keine preisliche Veränderung zeigte sich bei den Rundfunk- und Fernsehgebühren, während die Preise für Kinoeintrittskarten um 1,4 Prozent stiegen. Verteuert haben sich auch Eintrittskarten für Vergnügungsparks (+3,2 Prozent) und Schwimmbäder (+2,5 Prozent).

Bücher verbilligten sich gegenüber 2010 um 1,6 Prozent während die Preise für Zeitungen und Zeitschriften um vier Prozent stiegen.

Bei den Beherbergungsdienstleistungen (+1,2 Prozent) machten sich vor allem die gestiegenen Preise für die Miete von Ferienwohnungen und -häusern bemerkbar (+1,5 Prozent), aber auch Übernachtungen in einem Mittelklassehotel (+0,6 Prozent) oder einem Hotel Garni (+0,6 Prozent) stiegen im Preis. Preiserhöhungen ergaben sich zudem bei Ferien auf dem Lande (+1,9 Prozent), für Übernachtungen in Jugendherbergen (+1,9 Prozent) und bei den Campingplatzgebühren (+3,2 Prozent). Überdurchschnittlich verteuerte sich der Verzehr von Speisen in Mensen und Kantinen (+6 Prozent), während die Preise in Restaurants, Cafés o. ä. um 2,3 Prozent zulegten.

Fazit

Im Durchschnitt des Jahres 2011 lag die Jahresteuersatzrate für Rheinland-Pfalz bei 2,3 Prozent und damit deutlich über den Werten der beiden vorangegangenen Jahre

(2010: +1,1 Prozent; 2009: +0,1 Prozent). Dabei wurden sowohl für den Jahresdurchschnitt als auch für alle Monate Werte von zwei Prozent und mehr ermittelt.

Prägend für 2011 war die Entwicklung der Energiepreise; bei einzelnen Produkten aus dem Bereich Kraftstoffe und Haushaltsenergie waren Teuerungsraten von zum Teil weit über zehn Prozent zu verzeichnen. Aber auch bei verschiedenen Teilindizes der Hauptgruppe Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke wie z. B. Speisefette und -öle, Molkereiprodukte und Eier, Fische und Fischwaren sowie bei Kaffee, Tee und Kakao waren überdurchschnittliche Preiserhöhungen festzustellen.

Merle Hattenhauer, Soziologin (M. A.), ist Referentin im Referat Mikrozensus, Verdienste, Preise, Haushaltserhebungen.