

Dr. Sabine Bechtold, Dipl.-Kaufmann Günther Elbel, Heinz-Peter Hannappel

Messung der wahrgenommenen Inflation in Deutschland: Die Ermittlung der Kaufhäufigkeiten durch das Statistische Bundesamt

1 Wahrgenommene und amtlich gemessene Inflation

Nach der Euro-Bargeldeinführung im Januar 2002 sah sich die amtliche Statistik mit dem Phänomen konfrontiert, dass die von ihr festgestellte Veränderung der Verbraucherpreise und die von der Bevölkerung empfundene Teuerung weit auseinander fielen. Während sich die gemessene Inflationsrate sehr moderat entwickelte, war die breite Öffentlichkeit davon überzeugt, der Euro habe zu massiv gestiegenen Preisen geführt. Dieses Auseinanderklaffen von „gefühlter“ und gemessener Inflation war nicht nur in Deutschland zu beobachten, sondern trat in allen Ländern der Europäischen Union (EU) auf, in denen der Umstieg auf das Euro-Bargeld stattgefunden hatte.¹⁾ Der öffentlichen Empörung über die hohe empfundene Teuerung folgte direkt die Empörung über die diesem Gefühl widersprechenden Mitteilungen der amtlichen Statistik.

Das Statistische Bundesamt hatte vorausgesehen, dass es einen verstärkten Erklärungsbedarf geben werde und in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bundesbank bereits im Jahr 2001 damit begonnen, Sonderauswertungen durchzuführen, um zu beobachten, ob sich die Euro-Bargeldeinführung auf die Teuerung niederschlägt. Erste Ergebnisse

aus dieser Untersuchung wurden bereits kurz nach der Bargeldumstellung veröffentlicht²⁾, gefolgt von weiteren, umfangreichen Publikationen während des Jahres 2002.³⁾ Es gab in dieser Zeit darüber hinaus sehr viele direkte Kontakte mit Redakteuren von Print- und elektronischen Medien in Form von Hintergrundgesprächen oder Interviews. Alle diese Aktivitäten verfolgten das Ziel, die zum Teil sehr heftig und emotional geführte Diskussion zu versachlichen und die Bevölkerung davon zu überzeugen, dass der Euro die Inflation nicht generell angeheizt hat. Die als Beispiele in der Öffentlichkeit oft genannten extremen Preisveränderungen waren in der Stichprobe der Verbraucherpreisstatistik durchaus auch enthalten, aber nur als Einzelfälle, die sich im Gesamtindex und in den größeren Aggregaten nur in sehr begrenztem Ausmaß widerspiegeln. Das Echo auf diese Informationen war geteilt. Während die großen, überregionalen Zeitungen sachlich berichteten, bezweifelten die eher populistischen Medien die Aussagen des Statistischen Bundesamtes und gaben der Empfindung der Bevölkerung breiten Raum, wonach der Euro ein „Teuro“ sei.

Zweieinhalb Jahre nach der Einführung des Euro-Bargeldes hat das Statistische Bundesamt ein Resümee gezogen und in einer Pressemitteilung erklärt, dass die Preissteigerungen in diesen 30 Monaten mit 3,3% sehr moderat waren und geringer ausgefallen sind als in den 30 Monaten vor der Euro-Bargeldeinführung, als sie bei 4,3% lagen.⁴⁾ Diese Information führte zu einem erneuten Aufflackern der

1) Siehe den Methodenkasten „Umfrage zur Inflationsentwicklung“ in WiSta 6/2005, S. 626.

2) Siehe die Pressemitteilung des Statistischen Bundesamtes „Zum Einfluss der Euro-Bargeldeinführung auf die Preisentwicklung“, März 2002.

3) Siehe Statistisches Bundesamt: „Sechs Monate Euro – eine Zwischenbilanz der amtlichen Preisstatistik“, Juli 2002, sowie „Ein Jahr Euro – ein Jahr Teuro“, Dezember 2002.

4) Siehe die Pressemitteilung des Statistischen Bundesamtes: „Zweieinhalb Jahre Euro: Geringere Teuerung als zu Zeiten der DM“, Juli 2004.

Euro-Teuro-Diskussion, denn trotz unserer Informationen bestand in weiten Teilen der Bevölkerung nach wie vor der Eindruck, dass durch den Euro alles sehr viel teurer geworden sei. Und wie schon im Jahr der Währungsumstellung wurde der amtlichen Statistik vorgeworfen, falsch zu rechnen, die tatsächlichen Preissteigerungen nicht wahrzunehmen und ihrem Index einen völlig unrealistischen Warenkorb zugrunde zu legen.

Um dieser abnehmenden Akzeptanz des amtlichen Verbraucherpreisindex in der breiten Öffentlichkeit entgegenzuwirken, die aus dem Unterschied zwischen der amtlich ermittelten Inflationsrate und der Wahrnehmung der Bevölkerung resultierte, hat das Statistische Bundesamt Anfang 2005 einige neue Instrumente vorgestellt, mit denen die Funktionsweise der Preisstatistik sehr anschaulich erklärt wird. Der Blickpunktband „Preise in Deutschland“, die interaktive Internetanwendung „Indexrechner“, das Arbeitsblatt für Schulen und Hochschulen und die monatlichen Themenkästen der Preisstatistik zu aktuellen Fragestellungen sollen helfen, den gesamtwirtschaftlichen Indikator „Verbraucherpreisindex“ besser zu verstehen.⁵⁾ Die Öffentlichkeit hat es sehr positiv aufgenommen, dass das Statistische Bundesamt durch diese Kommunikationsstrategie gezeigt hat, dass es auf den Unterschied zwischen der Wahrnehmung der Bevölkerung und den amtlichen Zahlen reagiert und sich darum bemüht, die Arbeitsweise der Preisstatistik so zu erklären, dass sie von der Öffentlichkeit verstanden und akzeptiert werden kann.

Was trotz allem aber nach wie vor bestehen blieb, war das Unbehagen, dass man sich dem Phänomen der „gefühlten“ Inflation nur intuitiv nähern konnte. Schon sehr bald gab es Erklärungsversuche, dass die subjektive Wahrnehmung der Menschen von ihren täglichen Einkäufen geprägt wird und damit von einem gesamtwirtschaftlichen Indikator sehr weit entfernt ist, wirklich greifbar war dies jedoch nicht. Erst der Ansatz von Professor Dr. Hans Wolfgang Brachinger von der Universität Freiburg/Schweiz zur Berechnung eines Index der wahrgenommenen Inflation (IWI), der auf der Prospekt-Theorie von Kahneman und Tversky basiert, eröffnete die Möglichkeit, sich der Kluft zwischen Wahrnehmung der Bevölkerung und amtlich ermittelten Teuerungszahlen durch einen ergänzenden Index wissenschaftlich zu nähern. Angenommen wird dabei, dass die Bevölkerung Preissteigerungen stärker beachtet als Preissenkungen oder unveränderte Preise und dass diese einzelnen Beobachtungen umso intensiver wahrgenommen werden, je häufiger sie auftreten.⁶⁾ Das Statistische Bundesamt vereinbarte daher mit Professor Brachinger ein Kooperationsprojekt mit dem Ziel, den Index der wahrgenommenen Inflation zu berechnen. Hierfür war es notwendig, den idealtypischen Begriff der Kaufhäufigkeiten zu operationalisieren. Das Statistische Bundesamt brachte in dieses Projekt die Basisdaten der Preisstatistik und das Expertenwissen über diese Daten ein,

ohne dass die für die IWI-Berechnung notwendige Modifikation der Daten nicht möglich gewesen wäre.

Diese Form der Zusammenarbeit, in die beide Seiten ihr spezifisches Wissen eingebracht haben, hat sich als sehr fruchtbar erwiesen. Es ist in vergleichsweise kurzer Zeit gelungen, eine Fülle neuer Erkenntnisse zu gewinnen, um das Auseinanderklaffen zwischen wahrgenommener und gemessener Inflation zu erklären.

Für die Glaubwürdigkeit der amtlichen Statistik ist es außerordentlich wichtig, dass ihre Zahlen nicht nur von der Fachöffentlichkeit, sondern auch von der breiten Öffentlichkeit akzeptiert werden. Ein so massiver Unterschied zwischen amtlichen Zahlen und der Wahrnehmung des Phänomens in der Bevölkerung wie im Fall der Teuerung nach der Einführung des Euro-Bargeldes kann die Glaubwürdigkeit der amtlichen Statistik nachhaltig beschädigen, wenn es nicht gelingt, die Diskrepanz zu erklären. Der Verbraucherpreisindex (VPI) ist ein sehr hoch aggregiertes Maß zur Messung der Geldwertstabilität einer Volkswirtschaft, der einem theoretischen Konzept zur Inflationsmessung folgt. Dagegen folgt die Wahrnehmung der Bevölkerung ganz anderen Erklärungsmustern. Das Herausarbeiten dieser inhaltlichen Unterschiede und das Quantifizieren der Wahrnehmungen der Bevölkerung in einem ebenfalls sehr hoch aggregierten Index wird es der amtlichen Statistik in Zukunft erleichtern, die Akzeptanz des Verbraucherpreisindex zu erhalten. Das Missverständnis, der gesamtwirtschaftliche Indikator müsse immer genau der Inflationswahrnehmung jedes Bürgers und jeder Bürgerin entsprechen, kann nun leichter aufgeklärt werden.

Die Berechnung des IWI erfolgte in intensiven Diskussionen zwischen den Fachstatistikern des Statistischen Bundesamtes und Professor Brachinger. Die Datenmodifikationen und die grundlegenden Berechnungen wurden im Statistischen Bundesamt durchgeführt, auch sie waren während des gesamten Prozesses von intensiven Gesprächen der Projektbeteiligten begleitet. Als Ausgangsdaten wurden die Angaben aus der monatlichen Erhebung von rund 350 000 Einzelpreisen der Verbraucherpreisstatistik für den Zeitraum Januar 1995 bis August 2005 verwendet. Während diese zur Berechnung des Verbraucherpreisindex entsprechend ihrer Bedeutung für die gesamten Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte gewichtet werden⁷⁾, gehen in den Index der wahrgenommenen Inflation Wahrnehmungshäufigkeiten ein. In den nachfolgenden Kapiteln wird erläutert, wie der Begriff der Kaufhäufigkeiten operationalisiert wurde, das heißt wie die Anzahl der Konfrontationen mit Preisveränderungen bestimmt und wie weitere Probleme in der Bereitstellung der Daten gelöst wurden. Die Ergebnisse der Berechnungen und Schätzungen werden exemplarisch dargestellt und zum Teil bewertet.

5) Siehe Bechtold, S./Linz, S.: „Schritte zur Verbesserung der Glaubwürdigkeit des Verbraucherpreisindex“ in WiSta 8/2005, S. 853 ff.

6) Zur Theorie des Index der wahrgenommenen Inflation siehe Brachinger, H.W.: „Der Euro als Teuro? Die wahrgenommene Inflation in Deutschland“ in diesem Heft auf S. 999 ff.

7) Siehe Elbel, G.: „Die Berechnung der Wägungsschemata für die Preisindizes für die Lebenshaltung“ in WiSta 3/1999, S. 171 ff. Diese Beschreibung für das Preisbasisjahr 1995 gilt in ihren wesentlichen Teilen auch heute noch.

2 Die Operationalisierung von Kaufhäufigkeiten

2.1 Kaufhäufigkeiten zur Gewichtung von Preismesszahlen

Die Berechnung des deutschen Verbraucherpreisindex folgt der Preisindexformel nach Laspeyres:

$$(1) \quad I_t = \frac{\sum_i p_t(i) \cdot q_0(i)}{\sum_i p_0(i) \cdot q_0(i)}$$

Dabei werden mit p die Preise und mit q die Mengen (in der Basisperiode 0 bzw. in der Berichtsperiode t) bezeichnet. Die einzelnen Güter (Waren und Dienstleistungen) werden mit i bezeichnet. Durch eine einfache Transformation erhält man die Formel:

$$(2) \quad I_t = \sum_i \frac{p_t(i)}{p_0(i)} \cdot \frac{p_0(i) \cdot q_0(i)}{\sum_i p_0(i) \cdot q_0(i)}$$

Ob man den Preisindex entsprechend der Formel 1 oder 2 berechnet, kann aufgrund deren praktischer Umsetzbarkeit entschieden werden. In der Regel folgt die Berechnung der Formel 2, weil diese den verfügbaren Daten besser entspricht. Der erste Teil der Formel ist die Preismesszahl, die anhand der monatlichen Preiserhebung ermittelt wird⁸⁾, der zweite sind die Ausgabengewichte im Preisbasisjahr. In der Folge wird dieser Teil der Formel verkürzt mit $g_0(i)$ bezeichnet.⁹⁾ Auch in Deutschland folgt die Berechnung des Verbraucherpreisindex der Formel 2, da für die meisten Gütergruppen Angaben über die Ausgaben der privaten Haushalte vorliegen, nicht aber über die entsprechenden Mengen.

Auch die Berechnung des Index der wahrgenommenen Inflation nach Prof. Brachinger folgt einer Formel des zweiten Typs. Bezüglich der asymmetrischen Transformation der Preismesszahlen zur Modellierung der Annahme, dass Preissteigerungen stärker wahrgenommen werden als Preisenkungen oder konstante Preise, wird auf den Beitrag von Prof. Brachinger in diesem Heft verwiesen.¹⁰⁾ Zusätzlich vermutet er, dass die Wahrnehmung der Teuerung nicht durch die Bedeutung eines Kaufs für das Haushaltsbudget geprägt wird, sondern allein ausschlaggebend ist, wie oft Konsumenten mit Preisveränderungen konfrontiert werden. Statt Ausgabengewichten enthält die IWI-Formel deshalb Häufigkeitsgewichte. In diese Häufigkeitsgewichte gehen Kaufhäufigkeiten ein, denn es wird davon ausgegangen, dass es die einzelnen Kaufakte sind, die die Wahrnehmung der Konsumenten bestimmen. In Analogie zum Verbraucherpreis-

index, bei dem die Ausgabenbedeutung der einzelnen Güter bezogen wird auf ein Jahresbudget, sollen die Kaufhäufigkeiten ebenfalls auf den Zeitraum eines Jahres bezogen werden. Nachfolgend wird beschrieben, wie diese jährlichen Kaufhäufigkeiten ermittelt werden.

2.2 Direkte Berechnung von Kaufhäufigkeiten

Nur in wenigen Ausnahmefällen geht die Berechnung der Ausgabengewichte für die Verbraucherpreisstatistik von Mengenangaben aus. In diesen Fällen lassen sich die für den IWI benötigten Kaufhäufigkeiten direkt und zuverlässig ermitteln. Ein Beispiel dafür sind die Pkw-Käufe der privaten Haushalte. Die Zulassungsstatistik des Kraftfahrt-Bundesamtes liefert für das Basisjahr 2000 detaillierte Angaben über die Zahl der Zulassungen von Pkw für private Haushalte, gegliedert nach Herstellern und Modellen. Auch zwischen Neuanmeldungen, denen der Kauf von neuen Pkw entspricht, und Ummeldungen, also dem Kauf von gebrauchten Pkw, wird unterschieden. Dabei kann auch festgestellt werden, ob der Vorbesitzer ebenfalls ein privater Haushalt war. Aus diesen Zahlen können direkt die Kauffälle für die IWI-Berechnung entnommen werden.¹¹⁾ Weitere Beispiele für Kaufhäufigkeiten von Fahrzeugen enthält Tabelle 1.

Tabelle 1: Auswahl direkt berechneter Häufigkeitsgewichte

COICOP ¹⁾ -Nr.	Bezeichnung	Jährliche Kaufhäufigkeit	Häufigkeitsgewicht	Ausgabengewicht
		Fälle	Promille	
0711110100	Neue Pkw	0,05	0,01	28,59
0711130100	Kleintransporter ...	0,00	0,00	0,42
0711210100	Gebrauchte Pkw ...	0,03	0,01	4,22
0712030100	Moped oder Mokick	0,00	0,00	0,15
0712050100	Leichtkraftrad	0,00	0,00	0,58
0712080100	Motorräder	0,00	0,00	1,54

1) Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP).

Am Beispiel dieser Tabelle soll die Interpretation der einzelnen Tabellenfelder verdeutlicht werden. Die Angabe in der Spalte „Jährliche Kaufhäufigkeit“ besagt, dass im Basisjahr (2000) zum Beispiel jeder zwanzigste Haushalt einen neuen Pkw gekauft hat. Dividiert durch die Summe aller ermittelten Kaufhäufigkeiten (mehr als 3 300) ergibt sich ein Häufigkeitsgewicht für den Kauf neuer Pkw von 0,01 Promille. Das der Berechnung offizieller Verbraucherpreisindizes zugrunde liegende Ausgabengewicht für neue Pkw liegt dagegen bei 28,59 Promille. Demnach geben Jahr für Jahr alle privaten Haushalte knapp 3% ihres Budgets für den Kauf neuer Pkw aus. Dies ist natürlich ein Durchschnittswert für alle privaten Haushalte und das Produkt hoher Preise für Pkw mit den relativ geringen Häufigkeiten dieser Käufe. Für

8) Lässt sich im Einzelfall diese Preismesszahl nicht bestimmen, z. B. bei der Veränderung von einem Null-Preis auf einen positiven Preis, so kann fallweise jederzeit die andere Formel herangezogen werden.

9) In der Praxis liegen für die Indexberechnung keine Gewichte für einzelne Preise vor, sondern immer nur für Gütergruppen. Genau genommen bezeichnen die p in den Formeln damit Durchschnittspreise für die jeweilige Gütergruppe.

10) Siehe Fußnote 6.

11) Für die Berechnung der Ausgabengewichte der VPI-Berechnung müssen diese Fallzahlen mit den Durchschnittspreisen im Basisjahr multipliziert werden, um Ausgaben der privaten Haushalte für Pkw-Käufe (Neu- und Gebrauchtwagen) zu errechnen.

das Budget der Haushalte ist die Preisentwicklung für neue Pkw demnach relativ wichtig, für die subjektive Wahrnehmung der Teuerung dagegen nahezu irrelevant.

Bei der Interpretation der Zahlen für gebrauchte Pkw muss man berücksichtigen, dass der Verbraucherpreisindex den Haushaltssektor netto betrachtet, dass also die Preisentwicklung für Käufe und Verkäufe zwischen privaten Haushalten nicht einbezogen wird. Die Gewichte enthalten demnach nur die Käufe gebrauchter Pkw beim Handel.¹²⁾

2.3 Verwendung von Mengen an Stelle von Ausgaben

Wie bereits erwähnt liegen der amtlichen Statistik für die überwiegende Zahl der Erhebungspositionen keine Kaufhäufigkeiten, sondern statt dessen Ausgabenbeträge vor. In einer ersten Annäherung an die Ermittlung der Kaufhäufigkeiten sollen die Ausgabenanteile durch Mengenanteile ersetzt werden:

$$(3) \quad g'_0(i) = \frac{q_0(i)}{\sum_i q_0(i)}$$

Um diese $g'_0(i)$ aus den Gewichten der Verbraucherpreisstatistik (Formel 2) abzuleiten, wird Formel 4 zugrunde gelegt:

$$(4) \quad q_0(i) = \frac{p_0(i) \cdot q_0(i)}{\sum_i p_0(i) \cdot q_0(i)} \cdot \sum_i p_0(i) \cdot q_0(i) \quad / \quad p_0(i)$$

Der erste Teil der Formel ist das Ausgabengewicht für das Gut i aus der Verbraucherpreisstatistik, wie es zum Beispiel im Wägungsschema veröffentlicht ist. Der zweite Teil stellt die Summe aller Ausgaben des Erfassungsbereichs des Verbraucherpreisindex im Preisbasisjahr dar. Diese Zahl ergibt sich im Zuge der Berechnung des Wägungsschemas des VPI.¹³⁾ Der dritte Teil der Formel beinhaltet den Durchschnittspreis für das Gut i in der Basisperiode. Dieser kann – zumindest theoretisch – aus den Ergebnissen der monatlichen Preisstatistik gewonnen werden.

Die monatlichen Preismesszahlen werden in der Regel als Quotient aus Durchschnittspreisen der Berichtsperiode und der Basisperiode errechnet. Allerdings ist die Ermittlung von Durchschnittspreisen keine notwendige Bedingung für die VPI-Berechnung nach Formel 2. Zum Teil können Preismesszahlen ohne Kenntnis der Durchschnittspreise direkt berechnet werden.¹⁴⁾ Auch setzt die zuverlässige Berechnung von relativen Preisänderungen nicht unbedingt die genaue Bestimmung von Preisniveaus voraus. Da die Sicherstellung einer Repräsentativität auch bezüglich der Preisniveaus hohen zusätzlichen Aufwand erforderlich machen

würde, wurde dieses Ziel für die monatliche Preiserhebung so nicht formuliert.¹⁵⁾

Für die weiteren Berechnungen musste diese Unschärfe bei der Bestimmung der Durchschnittspreise in Kauf genommen werden, allerdings wurde jedes einzelne Ergebnis auf seine Plausibilität hin überprüft.

Die gemäß Formel 4 berechneten Mengen können immer dann als gute Annäherung an die Kaufhäufigkeiten angesehen werden, wenn in der Preisstatistik Preise für die Mengen genau eines Kaufvorgangs erhoben werden. Davon kann zum Beispiel bei (langlebigen) Gebrauchsgegenständen ausgegangen werden. Beispiele dafür sind höherwertige Bekleidungsartikel, Möbel, Haushaltsgeräte, Erzeugnisse der Unterhaltungselektronik, Fotoausrüstungen, PC u. Ä. In solchen Fällen wird von der Preisstatistik grundsätzlich der Preis für ein Stück erhoben. Tabelle 2 enthält einige Beispiele dafür.

Tabelle 2: Annäherung der Häufigkeitsgewichte durch Mengen

COICOP ¹⁾ -Nr.	Bezeichnung	Jährliche Kaufhäufigkeit	Häufigkeitsgewicht	Ausgabengewicht
		Fälle	Promille	
0312149100	Herrenmantel	0,07	0,02	0,40
0312211100	Damenkostüm	0,14	0,04	1,13
0511021100	Kleiderschrank	0,08	0,02	1,30
0531110100	Kühlschrank	0,07	0,02	0,95
0911210100	Farbfernseher	0,08	0,02	2,02
0912111100	Spiegelreflex-, digitale Kamera ..	0,05	0,01	0,61
0913014200	Laserdrucker	0,03	0,01	0,45

1) Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP).

Die ermittelten Häufigkeitsgewichte liegen in all diesen Fällen sehr niedrig. Die vermuteten Unschärfen in der Messung der Preisniveaus im Preisbasisjahr haben damit so gut wie keinen Einfluss auf die Qualität der IWI-Berechnung.

2.4 Mengen entsprechen nicht immer den Kaufhäufigkeiten

Es gibt eine Reihe von Gütern, bei denen die Gleichsetzung von Menge und Kaufhäufigkeit wie unter Abschnitt 2.3 beschrieben fraglich wird, weil die Mengen je Kaufvorgang nicht bekannt sind. Beispielsweise wird Bier manchmal flaschenweise (in 0,5 l- oder 0,33 l-Flaschen) verkauft, manchmal im Sixpack, oft im Kasten (mit 20 oder 24 Flaschen). Grundsätzlich ist es das Ziel der Verbraucherpreisstatistik, in jeder Berichtsstelle Preise für die dort gängigen Gebindegrößen zu erheben. Das hat erhebliche Vorteile bei der Berechnung der Elementarindizes, also für die Zusammenfassung der Preise bzw. Preisveränderungen von einzelnen Gütern, für die keine Gewichtungsinformationen vorliegen.¹⁶⁾ Insbe-

12) Zusätzlich sind auch die Käufe bei Unternehmen oder beim Staat enthalten, falls diese selbst als Verkäufer ihrer gebrauchten Dienstwagen in Erscheinung treten.

13) Auf eine Veröffentlichung dieser Zahl wird verzichtet, da ihre Interpretation ausgesprochen schwierig ist.

14) Siehe dazu Abschnitt 2.6.

15) Damit verzichtet man auch auf die Möglichkeit der Nutzung von Daten der monatlichen Verbraucherpreisstatistik für regionale Preisvergleiche bzw. für die Berechnung regionaler Kaufkraftparitäten. Diese würde nicht nur eine bundesweite, sondern zusätzlich eine landesspezifische oder regionale Repräsentativität bezüglich der Preisniveaus erforderlich machen.

16) Die „ungewogene“ Zusammenfassung von Einzel- zu Durchschnittspreisen und die daraus resultierende Ermittlung von Elementarindizes enthält nämlich das Preisniveau als implizites Gewicht.

sondere in den Fällen, in denen die Gebindegröße keinen Einfluss auf den Preis hat, wird von dieser generellen Regel aber (noch) abgewichen. Der Grund dafür ist die relativ einfachere Preiserhebung für vorgegebene Mengen. Auch die Plausibilitätskontrolle wird erleichtert, wenn Preise für identische Mengen verglichen werden können.

Als typisches Beispiel für diese Kategorie von Gütern können Zigaretten dienen. Die verkauften Mengen lassen sich sehr zuverlässig ableiten, zum Beispiel anhand des Aufkommens an Tabaksteuer. Auch die Anteile der Verkaufsfälle am Automaten, im Laden oder für den Bigpack sind sehr zuverlässig. Was fehlt, ist der Anteil der Verkäufe von Zigaretten als Stangenware. Dieser betrifft nur den Ladenverkauf. Da hierüber keine empirischen Informationen vorliegen, wurde zur Ermittlung der Kaufhäufigkeiten von der gesamten in Läden verkauften Menge ein Abschlag für den Stangenverkauf in Höhe von 20% vorgenommen.¹⁷⁾ Dabei wurde berücksichtigt, dass das Preisniveau in Deutschland für Zigaretten im Vergleich zu den meisten Nachbarstaaten relativ hoch ist, sodass Einkäufe von Stangenware durch Touristen in Deutschland zur Realisierung von Einsparpotenzialen praktisch nicht auftreten. Der Kauf von Stangenware betrifft damit tatsächlich nur starke Raucher, die größere Mengen für den eigenen Bedarf kaufen.

Tabelle 3: Ermittlung der Kaufhäufigkeiten unter Nutzung plausibler Annahmen

COICOP ¹⁾ -Nr.	Bezeichnung	Jährliche Kaufhäufigkeit	Häufigkeitsgewicht	Ausgaben-gewicht
		Fälle	Promille	
0213010100	Flaschenbier	22,00	6,59	9,91
0212110100	Weißwein	6,79	2,03	2,24
0212130100	Rotwein	6,54	1,96	1,31
0220100100	Zigaretten	145,82	43,68	19,07

1) Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP).

2.5 Erhebung von Preisen für vorgegebene (physikalische) Mengen

Sehr ähnlich ist die Situation bei jenen Artikeln, bei denen zur Vereinfachung der Preiserhebung nicht Preise für eine übliche Kaufmenge, sondern für eine physikalische Mengeneinheit (z. B. für ein Kilogramm oder einen Liter) erhoben werden. Dies betrifft insbesondere Lebensmittel, die in ständig wechselnden Mengen verkauft werden. Die oben erläuterten Berechnungen führen dann nicht zu Durchschnittspreisen je Einkauf und zu Kaufhäufigkeiten, sondern zu Durchschnittspreisen je Mengeneinheit und zu Einkaufsmengen je Jahr (oder Monat). Um daraus Kaufhäufigkeiten zu berechnen, würde man zusätzlich Angaben zu Mengen je Einkauf oder Ausgaben je Einkauf benötigen. Über diese Daten verfügt die amtliche Statistik jedoch nicht.

Die Recherchen ergaben allerdings, dass ein kommerzieller Informationsdienstleister über Ausgabenbeträge je Ein-

kauf für wichtige Nahrungsmittel verfügte. Wichtige Lücken im Datenmaterial konnten so geschlossen werden. Ein Problem bestand allerdings darin, dass die verwendeten Klassifikationen der amtlichen Statistik und des kommerziellen Informationsdienstleisters nicht übereinstimmten. Daher war nur eine näherungsweise Zuordnung möglich. Diese Unschärfe musste in Kauf genommen werden. Allerdings erfolgte in jedem Fall eine Plausibilitätskontrolle. Am Beispiel der Salami soll die Vorgehensweise dabei dargestellt werden:

Aufgrund des Wägungsschemas der Verbraucherpreisstatistik kann näherungsweise der Ausgabenbetrag für Salami je Haushalt im Preisbasisjahr (2000) bestimmt werden. Dieser lag bei 50,12 Euro. Anhand der monatlichen Preiserhebung der Verbraucherpreisstatistik lässt sich außerdem ein Durchschnittspreis für 1 kg Salami ermitteln, dieser lag im Jahr 2000 bei 14,61 Euro. Nach den Unterlagen des kommerziellen Informationsanbieters betragen die durchschnittlichen Ausgaben der privaten Haushalte für Salami je Einkauf 1,85 Euro. In Kombination mit den jährlichen Ausgaben eines Haushaltes für Salami ergibt sich eine Kaufhäufigkeit von 27,06 Einkäufen pro Jahr bzw. je ein Einkauf je Haushalt in knapp 14 Tagen. Dem entspricht ein näherungsweise berechneter Verbrauch von Salami je Haushalt im Jahr 2000 in Höhe von 3,4 kg. In Kombination mit dem Durchschnittspreis für 1 kg Salami ergibt sich daraus eine Einkaufsmenge von 127 g je Einkauf. Berücksichtigt man die durchschnittliche Haushaltsgröße von knapp 2,2 Personen, ergibt sich daraus implizit ein Verbrauch von 29 g Salami je Person und Woche. Diese Zahl erscheint plausibel, insbesondere wenn man die Daten für andere Wurst- und Käsesorten im Vergleich dazu sieht und zum Beispiel auch den Gesamtkonsum an Brotbelag je Person und Tag berechnet.

Einige Beispiele für Kaufhäufigkeiten, die mit Hilfe der vom kommerziellen Informationsanbieter zugekauften Durchschnittsausgaben je Kaufvorgang ermittelt wurden, enthält Tabelle 4.

Tabelle 4: Ermittlung der Kaufhäufigkeiten mit Hilfe von Fremddaten

COICOP ¹⁾ -Nr.	Bezeichnung	Jährliche Kaufhäufigkeit	Häufigkeitsgewicht	Ausgaben-gewicht
		Fälle	Promille	
0112120100	Rinderrouladen ...	1,18	0,35	0,28
0112210500	Schweinekotelett ..	10,65	3,19	1,42
0112300100	Lammfleisch, TK ...	0,54	0,16	0,17
0112511200	Salami	27,06	8,11	1,90
0112512100	Fleischwurst	23,98	7,18	1,79
0112513100	Leberwurst	37,52	11,24	1,92

1) Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP).

Wie man sieht, ergeben sich in dieser Tabelle zum Teil recht hohe Häufigkeitsgewichte. Für die Berechnung eines Index der wahrgenommenen Inflation sind diese Angaben also bedeutend. Umso wichtiger war in diesen Fällen die oben

¹⁷⁾ Auch von den Herstellern und den Großhändlern waren keine Informationen darüber zu bekommen, welchen Anteil Stangenware am Ladenverkauf hat. Der Abschlag von 20% ist daher nicht empirisch begründet, sondern eine subjektive Einschätzung der Projektbeteiligten.

erwähnte Überprüfung der Plausibilität der errechneten Kaufhäufigkeiten. Unplausible Ergebnisse wurden dabei nicht gefunden.

2.6 Bestimmung der „Kaufhäufigkeiten“ bei Mieten und Dienstleistungsverträgen

Es ist schwer zu entscheiden, welche „Kaufhäufigkeit“ bei Mietobjekten (z. B. Wohnungen, Garagen, Pkw-Stellplätzen) anzusetzen ist. Ähnliches gilt für Versicherungsverträge oder für Verträge mit Versorgungsunternehmen. Die Häufigkeit eines Vertragsabschlusses ist für eine IWI-Berechnung offensichtlich nicht anzusetzen. Dies würde nämlich unterstellen, dass Preisveränderungen in bestehenden Verträgen nicht wahrgenommen würden. Nahe liegender erscheint es hier, die Zahlungstermine als Ersatz für die Kaufhäufigkeit anzusetzen. Damit würde zum Beispiel die Wohnungsmiete bei den Mieterhaushalten monatlich einmal in die Indexberechnung eingehen.

Ein Problem in der Berechnung stellen die vom Eigentümer selbst genutzten Wohnungen und Häuser dar. Hier setzt der deutsche Verbraucherpreisindex Mietäquivalente an, die keine direkte Entsprechung beim Eigentümer haben. Indirekt wird damit ein Äquivalent für Gebäudeversicherungen (des Eigentümers), Kapitaldienste, Rücklagen für die Instandsetzung und andere nicht umlagefähige Kosten des Wohneigentums geschaffen. Für die IWI-Berechnung wurde dieser Ansatz übernommen, weil sonst Unterschiede zur VPI-Berechnung allein aufgrund des unterschiedlichen Erfassungsbereichs entstanden wären. Dazu kommt, dass Mieten auf den IWI wegen ihrer geringen Kaufhäufigkeit und ihrer moderaten Preisentwicklung ohnehin nur einen geringen Einfluss haben. Die Bestimmung der Kaufhäufigkeit ist dann relativ einfach: Jeder Haushalt (Mieter oder Eigentümer) „zahlt“ einmal im Monat Nettokaltmiete.

Größere Unsicherheiten bestehen bei den Abschlagszahlungen bei Ver- und Entsorgungsunternehmen (Strom, Gas, Wasserversorgung, Abwasser, Müllabfuhr, Straßenreinigung). Hier bestehen regional und von Unternehmen zu Unternehmen unterschiedliche Gepflogenheiten, recht häufig sind monatliche, zweimonatliche oder vierteljährliche Abschlagszahlungen. Unter Umständen wird die Häufigkeit solcher Abschlagszahlungen im Rahmen von Mietnebenkosten durch den Vermieter oder einen Verwalter weiter verändert. Zusätzlich muss beachtet werden, ob die jeweilige Ausgabe für alle Haushalte relevant ist oder nur für eine Teilmenge: So kann zum Beispiel davon ausgegangen werden, dass jeder Haushalt an die Wasserversorgung angeschlossen ist, aber nur ein Teil der Haushalte an die Gasversorgung. Haushalte im ländlichen Raum sorgen für die Straßenreinigung selbst, Haushalte in städtischen Regionen müssen eine Gebühr für die Straßenreinigung zahlen. Für die Ermittlung bzw. Abschätzung dieser Anteile wurden die unterschiedlichsten Statistiken herangezogen, zum Beispiel Angaben über die Zahl der privaten Gaskunden oder Daten der Bevölkerungsstatistik (Anteil der Bevölkerung, der in Städten lebt). Trotz aller Recherchen mussten viele Entscheidungen letztlich weitgehend subjektiv aufgrund eigener

Erfahrungen und Rückfragen bei einer sehr begrenzten Zahl von Leistungsanbietern getroffen werden. Welche Ansätze dabei verwendet wurden, kann Tabelle 5 entnommen werden. Es ergibt sich ein relativ geringer Einfluss dieser Schätzungen auf die berechneten Ergebnisse des Index der wahrgenommenen Inflation. Addiert man alle geschätzten Häufigkeitsgewichte, so kommt man in eine Größenordnung von etwa 2%. Selbst eine Verdoppelung oder Halbierung dieser Gewichte würde die Ergebnisse nicht spürbar beeinflussen, die Preisentwicklungen dieser Ausgabekategorien sind für die IWI-Berechnung von begrenzter Bedeutung.

Tabelle 5: Kaufhäufigkeiten bei Mieten und Dienstleistungsverträgen

COICOP ¹⁾ -Nr.	Bezeichnung	Jährliche Kaufhäufigkeit	Häufigkeitsgewicht	Ausgabengewicht
		Fälle	Promille	
0410000000	Nettokaltmieten ...	12,00	3,59	212,17
0441000100	Wasserversorgung .	8,00	2,40	10,78
0442000100	Müllabfuhr	6,50	1,95	6,52
0444031100	Straßenreinigung ..	0,83	0,25	0,92
0451015300	Strom	6,50	1,95	18,65
0452130200	Gas	3,16	0,95	9,05
0453010100	Extra leichtes Heizöl	2,23	0,67	7,90
0455000000	Zentralheizung, Fernwärme	1,91	0,57	10,37

1) Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP).

2.7 Bestimmung der „Kaufhäufigkeiten“ bei Gütern mit „errechneten“ Preisen

In einigen Fällen ist die Bestimmung des „Preises“ selbst ein großes Problem. Zum Teil ist die Trennung der Preis- und der Mengenkomponeute einer Zahlung schwierig, zum Teil gehen nur bestimmte Teile einer Zahlung in den Verbraucherpreisindex ein. Für die Berechnung eines Index der wahrgenommenen Inflation stellen diese Fälle ein besonderes Problem dar, da die in die Berechnung eingehenden Preise so vermutlich nie wahrgenommen werden. Soll der Vergleich der Ergebnisse zwischen dem Verbraucherpreisindex und dem Index der wahrgenommenen Inflation nicht allein durch solch komplizierte methodische und konzeptionelle Fragen beeinträchtigt werden, so muss der IWI hier den Konzepten des VPI folgen. Dabei sind unterschiedliche Fälle zu unterscheiden:

- Die Preise werden nicht in Währungseinheiten angegeben, sondern als Prozentsatz des Wertes einer so genannten Basistransaktion. Die Maklergebühr für die Vermittlung einer Mietwohnung wird zum Beispiel als Vielfaches einer Monatsmiete berechnet. Rechtsanwalts- oder Steuerberatergebühren orientieren sich am Streitwert oder am zu versteuernden Einkommen. Die Bankgebühren für den Erwerb von Wertpapieren entsprechen einem Promillesatz des Nennwerts der Wertpapiere. Entscheidend für die Preisentwicklung der entsprechenden Leistung ist dann die Preisentwicklung der entsprechenden Bezugsgröße.
- Bei Versicherungen zahlt der Versicherungsnehmer eine Versicherungsprämie. Aus diesen Bruttoprämien zahlt

das Versicherungsunternehmen im Schadensfall Erstattungen an den privaten Haushalt. Da in der Berechnung des Verbraucherpreisindex der Sektor „Private Haushalte“ netto dargestellt wird, geht in den zu berücksichtigenden Preis nur jener Teil der Bruttoprämie ein, der beim Versicherungsunternehmen für die Bereitstellung seiner Dienstleistung verbleibt. Dieses „Dienstleistungsentgelt“ enthält alle Einnahmen der Versicherungsunternehmen, die nicht an die privaten Haushalte zurückfließen. Im Gegenzug gehen in die Berechnung eines Preisindex Ausgaben, die von privaten Versicherungen im Schadensfall erstattet werden, mit ihrem vollen Preis ein. Ähnlich ist die Situation bei Glücksspielen, die nicht mit ihrem Einsatz, sondern nur mit dem darin enthaltenen Dienstleistungsentgelt in die Indexberechnung eingehen.

- Für Leistungen, die teilweise von den privaten Haushalten, teilweise aber zum Beispiel vom Staat finanziert werden, ist die Preisermittlung ebenfalls problematisch. Beispiele dafür sind das Gesundheitswesen, das Bildungswesen und der Sozialschutz (z. B. Alten- und Pflegeheime). Hier gehen in die Indexberechnung die Finanzierungsanteile der privaten Haushalte ein.

All diesen Fällen gemeinsam ist die Tatsache, dass weder Ausgabenbetrag noch Durchschnittspreis für die Wahrnehmung relevant sind, zum Teil existieren gar keine Durchschnittspreise in Währungseinheiten. Für diese Fälle muss eine direkte Ermittlung von Kaufhäufigkeiten anhand unterschiedlichster Quellen versucht werden. Dies können amtliche Quellen sein, etwa Ergebnisse der Gesundheitsberichterstattung oder Angaben des Bundesaufsichtsamtes für das Kredit- und Versicherungswesen.¹⁸⁾ Ergebnisse von Wirtschaftsforschungsinstituten werden herangezogen, genauso wie die unterschiedlichsten Statistiken von Verbän-

den und Kammern. Im Gegensatz zu den relativ einfachen Fällen, wie sie im Abschnitt 2.2 erwähnt wurden, können für die hier genannten aber keine Daten verwendet werden, die im Rahmen der Berechnung der Gewichte für die Verbraucherpreisindizes ohnehin angefallen sind. Wegen der Vielzahl der genutzten Quellen, deren Qualität von den Verfassern nicht beurteilt werden kann, kann keine Aussage über die Zuverlässigkeit dieser Zahlen gegeben werden. Unsere Plausibilitätskontrollen haben diese Daten jedoch bestanden.

Wie man den Beispielen in Tabelle 6 entnehmen kann, sind die Unsicherheiten in der Berechnung der Häufigkeitsgewichte bei diesen Gütern akzeptabel, da das Häufigkeitsgewicht in jedem Fall weit unter einem Promille liegt. Selbst erhebliche Fehler bei der Abschätzung dieser Häufigkeitsgewichte hätten keinen spürbaren Einfluss auf die IWI-Berechnung.

3 Andere Probleme der Datenbereitstellung

3.1 Bereitstellung langer Zeitreihen

Die letzte Revision der Verbraucherpreisstatistik erfolgte für das Jahr 2000. Im Zuge dieser Revision wurde das Wägungsschema von der Basis 1995 auf die Basis 2000 umgestellt, es wurde die Auswahl der Waren und Dienstleistungen in der Stichprobe systematisch überprüft und es wurden methodische Änderungen vollzogen. So wurde zum Beispiel der Sozialschutz neu in den Verbraucherpreisindex einbezogen und der Erhebungszeitraum für die Pauschalreisen geändert (mit deutlichen Auswirkungen auf die Saisonfigur).¹⁹⁾ Voll vergleichbare Zeitreihen für den VPI und seine Bestandteile liegen deshalb über den Jahreswechsel 1999/2000 nicht vor.

Will man mit dem Vergleich von IWI und VPI aber beurteilen, ob wegen der Währungsumstellung die Diskrepanz zwischen den beiden Indexreihen besonders hoch war, muss man einen ausreichend langen Zeitraum auch vor der Euro-Bargeldeinführung betrachten. Nur so kann man die „üblichen“ Abweichungen zwischen offiziellem Verbraucherpreisindex und Index der wahrgenommenen Inflation von den Sonderwirkungen zum Zeitpunkt der Währungsumstellung trennen. Ein Zeitraum ab Januar 1995 erschien dafür angemessen.

Eine Umformung der VPI-Daten vor Januar 2000 entsprechend der methodischen Änderungen war allein deswegen ausgeschlossen, weil die hierfür benötigten Daten nie erhoben wurden. Ein Nachbilden der Revision des VPI für den IWI erschien andererseits wegen des damit verbundenen erheblichen Aufwands ebenfalls nicht vertretbar. Es muss deshalb in Kauf genommen werden, dass der Vergleich des Verbraucherpreisindex und des Index der wahrgenommenen Inflation vor Januar 2000 durch revisionsbedingte Abweichungen möglicherweise gestört wird. Da sich die metho-

Tabelle 6: Kaufhäufigkeiten bei komplexen Preisen

COICOP ¹⁾ -Nr.	Bezeichnung	Jährliche Kaufhäufigkeit	Häufigkeitsgewicht	Ausgaben-gewicht
		Fälle	Promille	
1270090400	Maklergebühren ...	0,00	0,00	0,74
1270070100	Rechtsanwalts- und Notargebühren ..	0,07	0,02	1,04
1262050100	Steuerberatungskosten	0,31	0,09	0,44
1262010200	Dienstleistungen der Kreditinstitute	1,00	0,30	3,15
1254000100	Kraftfahrzeugversicherung	1,33	0,40	7,58
1253010100	Unfallversicherung	0,40	0,12	4,92
0621020400	ärztliche Dienstleistungen	1,33	0,40	6,62
0622022100	Zahnarztleistung ..	1,04	0,31	2,26
0630020100	Krankenhausaufenthalt	0,04	0,01	3,16
1010010100	Kindergartenbesuch	0,70	0,21	4,13
1240025000	Dienstleistungen der Pflegeheime u. Ä.	1,32	0,39	4,63

1) Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP).

18) Seit 1. Mai 2002 mit den Bundesaufsichtsämtern für das Versicherungswesen und den Wertpapierhandel in der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) verschmolzen.

19) Siehe dazu Egner, U.: „Umstellung des Verbraucherpreisindex auf Basis 2000“ in WiSta 5/2003, S. 423 ff.

dischen Änderungen in vergleichbarer Weise auf den Verbraucherpreisindex und den Index der wahrgenommenen Inflation auswirken, dürften als Störgröße die im Rahmen der Revision aktualisierten Verbrauchsgewohnheiten übrig bleiben. Während für den Zeitraum ab Januar 2000 die Ausgabengewichte der Verbraucherpreisstatistik den Kaufhäufigkeiten des IWI entsprechen, bestehen hier für den Zeitraum von Januar 1995 bis Dezember 1999 Unterschiede. Der Verbraucherpreisindex legt die (zeitnäheren) Verbrauchsgewohnheiten des Jahres 1995 zugrunde, der Index der wahrgenommenen Inflation die Verbrauchsgewohnheiten des Jahres 2000.

Zusätzlich wurde der Verbraucherpreisindex von Januar 1995 bis Dezember 1999 insofern modifiziert, als ab Januar 2000 im Rahmen der Überarbeitung des Erhebungskataloges wegfallende Positionen auch aus dieser Berechnung eliminiert wurden. Das betraf zwar weniger als 5% aller Preisreihen, hat aber zur Folge, dass die im Aufsatz von Brächinger dargestellten VPI-Daten vor Januar 2000 den veröffentlichten Ergebnissen nicht genau entsprechen.

3.2 Behandlung saisonabhängiger Güter

Als saisonabhängige Güter werden an dieser Stelle alle Waren und Dienstleistungen mit saisonal schwankenden Preisen bezeichnet.²⁰⁾ Dazu gehören neben frischem Obst und Gemüse auch Waren mit ausgesprochenen Saisonschlussverkäufen (z. B. Bekleidung) oder zum Beispiel Pauschalreisen. Die Transformation der Preismesszahlen für die IWI-Berechnung, mit der die asymmetrische Wahrnehmung von Preissteigerungen und Preissenkungen berücksichtigt wird, wirkt bei diesen Artikeln nur in Zeiten saisonal hoher Preise. Da jede Art einer „Saisonbereinigung“ für die Messung der Wahrnehmung unangemessen erscheint, wurde beschlossen, dies in Kauf zu nehmen. Dies erscheint akzeptabel, da gerade die oft besonders hohen Saisonpreise wahrgenommen werden. In der „Nebensaison“ tritt darüber hinaus nur eine Minderheit der Konsumenten als Käufer in Erscheinung.

4 Fazit

4.1 Zusammenfassung der Berechnungen

Als generelles Ergebnis dieser Berechnungen ist festzuhalten, dass sich die Käufe von teuren langlebigen Gebrauchsgütern und die regelmäßige Nutzung von Dienstleistungen mit periodischen Abschlagszahlungen (einschl. Mieten) auf die Berechnung eines IWI nur in sehr geringem Umfang auswirken. Dazu gehören der Kauf von Bekleidung und Schuhen, die Miete mit all ihren Nebenkosten, der Erwerb von Möbeln und Haushaltsgeräten, die Inanspruchnahme von Leistungen der Gesundheitspflege, der Kauf von Fahrzeugen, der Kauf von Geräten der Unterhaltungselektronik, Foto- und Filmgeräten, Informationsverarbeitungsgeräten, Reisen usw.

Tabelle 7: Die zehn Güter mit den größten Kaufhäufigkeiten, die für den Index der wahrgenommenen Inflation relevant sind

COICOP ¹⁾ -Nr.	Bezeichnung	Jährliche Kaufhäufigkeit	Häufigkeitsgewicht	Ausgabengewicht
		Fälle	Promille	
0952013000	Tageszeitung, Einzelverkauf	231,71	69,41	0,73
0220100100	Zigaretten	145,82	43,68	19,07
1111056100	Bier im Ausschank .	98,04	29,37	6,60
0111217100	Brötchen	68,79	20,61	3,27
0952057100	Zeitschriften, Einzelverkauf	50,38	15,09	11,71
0114610100	Süße Sahne	44,66	13,38	0,86
0114520100	Edamer oder Gouda	44,40	13,30	3,24
0114550100	Speisequark	44,11	13,21	1,02
0115100100	Deutsche Markenbutter ...	42,82	12,83	1,62
1112010100	Verzehr von Speisen in Kantinen	38,91	11,65	4,38
	Summe ...	X	242,53	52,50

1) Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP).

Interessant ist es, die jeweils zehn bedeutendsten Güter (Waren und Dienstleistungen) für den IWI und für den VPI zu vergleichen, wie in den Tabellen 7 und 8 dargestellt.

Tabelle 8: Die zehn Güter mit den größten Ausgabeanteilen die für den Verbraucherpreisindex relevant sind

COICOP ¹⁾ -Nr.	Bezeichnung	Jährliche Kaufhäufigkeit	Häufigkeitsgewicht	Ausgabengewicht
		Fälle	Promille	
0411020000	Nettokalnmieten ...	12,00	3,59	212,17
0722013000	Benzin	19,89	5,96	29,82
0960 / 1120	Reisen	2,77	0,83	29,51
0711110100	Neue Pkw	0,05	0,01	28,59
0830000100	Telekommunikationsdienstleistungen	12,00	3,59	20,96
0220100100	Zigaretten	145,82	43,68	19,07
0451015300	Strom	6,50	1,95	18,65
0441000100	Wasserversorgung .	8,00	2,40	10,78
0455000000	Umlagen für Zentralheizung ..	1,91	0,57	10,37
0213010100	Flaschenbier	22,00	6,59	9,91
	Summe ...	X	69,17	389,83

1) Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP).

Die zehn bedeutendsten Güter für die IWI-Berechnung decken etwa ein Viertel aller Kauffälle ab; im Verbraucherpreisindex liegt ihr Anteil nur bei gut 5%. Umgekehrt haben die zehn wichtigsten Güter für die VPI-Berechnung einen Ausgabenanteil von knapp 40% aller Verbrauchsausgaben, im IWI jedoch nur ein Gewicht von knapp 7%. Allein die Zigaretten finden sich in beiden Listen, im IWI allerdings mit einem mehr als doppelt so hohen Gewicht.

Auffallend ist, dass sich in der Liste der Güter mit den größten Kaufhäufigkeiten Zeitungen, Bier und Brötchen finden, dies sind Waren, die in Zusammenhang mit der Euro-Bar-

20) Damit weicht diese Definition von der oft verwendeten Definition ab, die als saisonale Güter jene bezeichnet, die nur zu bestimmten Zeiten des Jahres verfügbar sind.

geldeinführung immer wieder als besondere „Preistreiber“ genannt wurden. Andererseits fehlen in dieser Liste alle Gesundheitsleistungen, die im vergangenen Jahr die nachgewiesene Teuerung deutlich bestimmt haben. Auch die aktuellen Preisentwicklungen bei den Kraftstoffen spielen für den IWI keine herausragende Rolle.

Andererseits finden sich in der Liste der Güter mit den größten Ausgabenanteilen Güter, deren Preisentwicklung in den letzten Jahren sehr moderat verlaufen ist oder gar rückläufig war. Beispiele dafür sind Wohnungsmieten, Pkw und Telekommunikationsdienstleistungen.

4.2 Verbleibende Annahmen

Abschließend sollen einige Annahmen erwähnt werden, die bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden müssen. Diese Annahmen gelten entsprechend auch bei der Berechnung des Verbraucherpreisindex, entsprechen also dem Standard der Preisstatistik. Da die Berechnung eines Index der wahrgenommenen Inflation und auch die Interpretation seiner Ergebnisse noch Neuland ist, sollen die Annahmen hier explizit erwähnt werden, da sie für die Wahrnehmung von Teuerung bedeutsam sein können.

Angenommen wird, dass

- ein Konsument die *Preisveränderung eines einzelnen Gutes* wahrnimmt und nicht die Preisveränderung eines Güterpakets (z. B. Einkauf im Supermarkt oder Essen der Familie im Restaurant).
- der Konsument die Preisveränderung *als relative Veränderung* wahrnimmt und nicht als absolute Preisveränderung (z. B. Verdoppelung des Bierpreises statt Zunahme des Preises um 2 Euro), das heißt dass Budgetbelastungen, wie sie für den Verbraucherpreisindex entscheidend sind, für den IWI keine Rolle spielen.
- die *Art der Bezahlung* (z. B. bar, fallweise Überweisung, Dauer- oder Einziehungsauftrag, aber auch einmalige Zahlung oder Ratenzahlung) für die Wahrnehmung der Konsumenten ebenfalls keine Rolle spielt.
- nur die Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte relevant sind, die diese *im Inland* tätigen. Ausgaben von gebietsansässigen Haushalten im Ausland, zum Beispiel bei Urlaubsreisen, bleiben unberücksichtigt. Andererseits werden die Verbrauchsausgaben ausländischer Touristen in Deutschland in die Berechnungen einbezogen.
- Ausgaben, die keine *Verbrauchsausgaben* sind (z. B. Sozialversicherungsbeiträge, Strafen, Kreditzinsen, Lottereeinsätze), die Wahrnehmung der Teuerung nicht beeinflussen.
- die Wahrnehmung von Qualitätsunterschieden durch die Konsumenten den von der Verbraucherpreisstatistik durchgeführten *Qualitätsbereinigungen* entspricht.

Allerdings sind davon nur langlebige Gebrauchsgüter betroffen, die in mehrjährigen Abständen gekauft werden und daher für den IWI von untergeordneter Bedeutung sind.

4.3 Schlussfolgerungen für die Preisstatistik

Das Statistische Bundesamt hat zusammen mit Professor Brachinger das Projekt „Berechnung des IWI“ durchgeführt, da die von den amtlichen Zahlen so stark abweichende Wahrnehmung der Bevölkerung und die öffentliche Empörung über die Teuerung in der Zeit nach der Einführung des Euro-Bargeldes Signale dafür waren, dass die Glaubwürdigkeit der amtlichen Preisstatistik in der breiten Öffentlichkeit gelitten hatte. Statistische Ergebnisse über Sachverhalte, die eine Entsprechung in der Alltagserfahrung der Menschen haben, wie beispielsweise das Durchschnittseinkommen der Haushalte, die Durchschnittsverdienste von Beschäftigten oder eben die Verbraucherpreise, werden nicht ohne weiteres akzeptiert, wenn sie der Alltagserfahrung widersprechen. Die seitdem geleistete Aufklärungsarbeit des Statistischen Bundesamtes über die Berechnung des Verbraucherpreisindex ist auf viel positive Resonanz gestoßen, konnte aber trotzdem nicht ausreichend erklären, warum der gesamtwirtschaftliche Indikator zur Messung der Geldwertstabilität so sehr verschieden ist von der Teuerung, die die Bevölkerung wahrnimmt.

Um die Inflationswahrnehmung besser zu verstehen und sie in einem Index zu quantifizieren, hat das Statistische Bundesamt Know-how und Arbeitszeit seiner Preisstatistiker in das IWI-Projekt investiert. Der Begriff der Kaufhäufigkeiten wurde operationalisiert und es wurden monatliche Daten der Verbraucherpreisstatistik verwendet, um den Index der wahrgenommenen Inflation zu berechnen. Herausgekommen sind Ergebnisse, die erklären, wieso es zu einem so starken Auseinanderklaffen von gemessener und wahrgenommener Teuerung kam. Vor allem war es das Auftreten von Preissteigerungen bei Gütern, die von den Konsumenten häufig gekauft werden, die die Inflationswahrnehmung in der Bevölkerung bestimmt haben. Die Diskrepanz wurde in den Jahren nach der Bargeldumstellung noch verstärkt, wenn Konsumenten als Referenzperiode die letzten DM-Jahre beibehalten hatten. In diesen Fällen ist eine sehr hohe Inflationswahrnehmung geradezu zwangsläufig.

Für den Verbraucherpreisindex ist die Kaufhäufigkeit dagegen irrelevant, er gewichtet die Preisveränderungen vielmehr gemäß der Ausgabenbedeutung der beobachteten Güter. Er darf also gar nicht anzeigen, ob Preissteigerungen insbesondere bei häufig gekauften Produkten auftreten oder nicht, da dies für die Geldwertstabilität nicht von Bedeutung ist. Im Gegensatz zum IWI gehen in ihn außerdem Preissteigerungen und Preissenkungen symmetrisch ein und die Referenzpreise sind keine Durchschnittspreise aus mehreren Jahren, sondern Vorjahrespreise oder Vormonatspreise. VPI und IWI messen also etwas ganz anderes und man muss grundsätzlich erwarten, dass sie verschiedene Werte aufweisen. Der IWI kann auch nicht als Kom-

pensionsmaßstab verwendet werden, seine Aufgabe ist es vielmehr ausschließlich, die individuelle Inflationswahrnehmung zu beschreiben.

Das Statistische Bundesamt hat nicht die Absicht, nun regelmäßig neben dem Verbraucherpreisindex auch einen Index der wahrgenommenen Inflation zu berechnen, sondern sieht diese Arbeit als einmaliges Projekt an, um die Wahrnehmungsluft zu untersuchen und erklären zu können. Mit dem Vergleich zwischen IWI und VPI wird es nun allerdings sehr viel leichter möglich sein, die Unterschiede zwischen der individuellen Inflationswahrnehmung und der amtlich gemessenen Teuerung zu erklären und damit Akzeptanz für die Preisstatistikergebnisse zurückzugewinnen. [u](#)

Auszug aus Wirtschaft und Statistik

© Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2005

Für nichtgewerbliche Zwecke sind Vervielfältigung und unentgeltliche Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet. Die Verbreitung, auch auszugsweise, über elektronische Systeme/Datenträger bedarf der vorherigen Zustimmung. Alle übrigen Rechte bleiben vorbehalten.

Herausgeber: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

Schriftleitung: Johann Hahlen
Präsident des Statistischen Bundesamtes
Verantwortlich für den Inhalt:
Brigitte Reimann,
65180 Wiesbaden

- Telefon: +49 (0) 6 11/75 20 86
- E-Mail: wirtschaft-und-statistik@destatis.de

Vertriebspartner: SFG Servicecenter Fachverlage
Part of the Elsevier Group
Postfach 43 43
72774 Reutlingen
Telefon: +49 (0) 70 71/93 53 50
Telefax: +49 (0) 70 71/93 53 35
E-Mail: destatis@s-f-g.com

Erscheinungsfolge: monatlich



Allgemeine Informationen über das Statistische Bundesamt und sein Datenangebot erhalten Sie:

- im Internet: www.destatis.de

oder bei unserem Informationsservice
65180 Wiesbaden

- Telefon: +49 (0) 6 11/75 24 05
- Telefax: +49 (0) 6 11/75 33 30
- www.destatis.de/kontakt