

METZLER

AKTUELL

Arbeitsblätter

für Geographie und Wirtschaft, Zeitgeschichte und Politik

in Zusammenarbeit mit

DISTATIS
wissen.nutzen.



Stuttgarter Zeitung vom 13. 8. 2003, S. 1

März 2005

Ausländerintegration

Parallelgesellschaften

Klimawandel

Banken: „Struktur“ und „Basel II“

Die Zukunft der Energieträger

Schlüsselbranche Automobil-
industrie

Preise in Deutschland

Hitler als Symbol
des Nationalsozialismus

Die Wirtschaft der Ukraine

Menschenrechte:

(5) Erklärung der Menschenrechte

(6) Grundrechte 1848/49



Metzler

Preise in Deutschland

M 1 Was heizt die Teuerung an?

Die Gesundheitsreform, höhere Tabaksteuern und gestiegene oppreise haben im vergangenen Jahr die Teuerung angeheizt. Wie das Statistische Bundesamt mitteilt, lag die jahrlliche Inflationsrate 2004 bei 1,6 Prozent. 2003 hatte sie 1,1 und davor 1,4 Prozent betragen. Allein die Ausgaben für die Gesundheitspflege sind 2004 im Schnitt um 19,2 Prozent gestiegen.

Nach: Frankfurter Rundschau vom 13.1.2005, S. 6.

M 2 Definition

Die Inflationsrate gibt an, um wie viel Prozent sich die Konsumentenpreise in Deutschland gegenüber dem Vorjahr verändert haben. Sie wird gemessen an der Veränderung des Verbraucherpreisindex. Neben dem Verbraucherpreisindex berechnet das Statistische Bundesamt zum Beispiel auch Großhandels-, Erzeuger- oder Auenhandelspreisindizes.

M 3 Warenkorbgewichte

Der Warenkorb des Verbraucherpreisindex besteht aus 750 Gütern. Für jede Güterart – also zum Beispiel für Bücher, Kinokarten oder für Benzin – wird ein Teilindex berechnet. Der gesamte Verbraucherpreisindex ist dann ein gewichteter Mittelwert aller 750 Teilindizes. Je größer das Gewicht einer Güterart im Warenkorb ist, desto mehr wird die gesamte Inflationsrate durch die Preisentwicklung bei dieser Güterart mit bestimmt. Das Gewicht entspricht dem Ausgabenanteil, den die Konsumenten in Deutschland durchschnittlich für diese Güterart ausgeben.

Außerdem gilt: Je stärker die Preisentwicklung bei einer Güterart von der gesamten Preisentwicklung abweicht, desto stärker wird der Index durch diese Güterart beeinflusst. Zum Beispiel sind Tabakwaren im Zuge der Steuererhöhungen im Jahr 2004 um 11,3 Prozent teurer geworden. Obwohl die Tabakwaren mit knapp 2 Prozent ein verhältnismäßig geringes Gewicht im Warenkorb haben, wirkt sich die Tabaksteuererhohung doch deutlich auf die Entwicklung des gesamten Verbraucherpreisindex aus. Ohne Berücksichtigung der Tabakwaren wäre der Verbraucherpreisindex im Jahr 2004 nur um 1,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr angestiegen.

M 4 Gütergruppen und Warenkorbgewichte (Beispiele)

Position des Verbraucherpreisindex	Gewicht
Kaltmiete ohne Nebenkosten	21,22 %
Nahrungsmittel	9,05 %
Heizöl und Kraftstoffe	4,16 %
Gesundheitspflege	3,55 %
Restaurants, Cafés etc.	3,23 %
Tabakwaren	1,99 %

Quelle: Statistisches Bundesamt

M 5 Interaktiv im Internet: Probieren und Verstehen

Um den Einfluss der Gewichtung auf einfache Weise zu veranschaulichen, hat das Statistische Bundesamt den so genannten Indexrechner entwickelt. Das ist ein experimenteller Verbraucherpreisindex, bei dem man beispielhaft einige Gewichte des Warenkorbes verändern kann. Mit Hilfe von Schiebereglern können die Gewichte angepasst werden. In einer Grafik wird die Auswirkung auf die gemessene Preisentwicklung angezeigt. Der Indexrechner ist im Internet unter www.destatis.de/indexrechner zu finden.

Statistisches Bundesamt

M 6 Euro oder Teuro?

Seit Januar 2002 bezahlen wir mit dem Euro. In den 12 Monaten vor der Euro-Bargeldeinführung sind die Verbraucherpreise um 1,6 Prozent gestiegen. In den 12 Monaten danach waren es

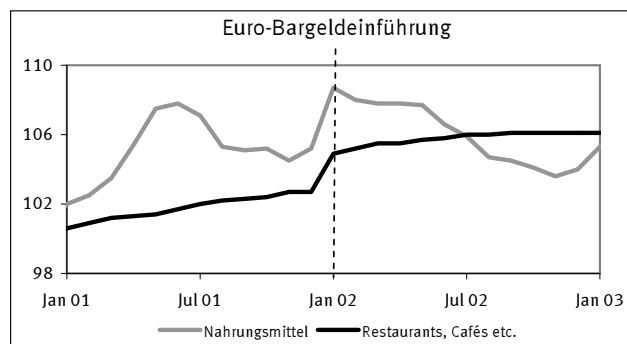
nur noch 1,2 Prozent. Die Einführung des Euro hat also nicht zu einem beschleunigten Preisauftrieb geführt.

Änderung des Verbraucherpreisindex	Gesamt	Nahrungsmittel	Restaurants, Cafés etc.
Dez 2000 bis Dez 2001:	1,6 %	5,0 %	2,2 %
Dez 2001 bis Dez 2002:	1,2 %	-1,1 %	3,3 %

Bei den meisten Gütern hatte die Euro-Bargeldeinführung keine spürbaren Auswirkungen auf die Preisentwicklung. Bei einzelnen Dienstleistungen, zum Beispiel bei Gaststätten, waren jedoch durchaus Preissprünge erkennbar, die mit der Einführung des neuen Bargelds im Zusammenhang stehen. Aufgrund des geringen Gewichts dieser Dienstleistungen im Warenkorb der Verbraucherpreisstatistik hat sich dies jedoch kaum auf den gesamten Verbraucherpreisindex ausgewirkt.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.), Im Blickpunkt – Preise in Deutschland, Wiesbaden 2005

M 7 Preisentwicklung bei Euro-Einführung



Quelle: Statistisches Bundesamt

M 8 Lebensmittelpreise bei Euro-Einführung

Im Januar 2002, im Monat der Euro-Einführung, sind die Nahrungsmittelpreise deutlich angestiegen. Der Grund war aber eine ungewöhnliche Kaltewelle in Süd Europa. Die Preise einzelner Obst- und Gemüsesorten hatten sich innerhalb eines Monats fast verdoppelt (z. B. Kopfsalat). Das Saisonmuster des Verbraucherpreisindex zeigt außerdem, dass die Obst- und Gemusepreise in Deutschland im Januar immer verstärkt ansteigen. In den 12 Monaten nach der Euro-Einführung sind die Lebensmittelpreise dann sogar gesunken. Das liegt im Wesentlichen daran, dass sie im Jahr zuvor heftig gestiegen waren. Mitte 2001 hatten BSE und die Maul- und Klauenseuche Fleischwaren und Molkereiprodukte stark verteuert. Außerdem ging im Jahr 2001 ein heftiger Preiskampf im Lebensmitteleinzelhandel zu Ende und die Einzelhändler konnten jetzt wieder höhere Preise nehmen. Zum Ende des Jahres 2001 kam dann die Kaltewelle in Süd Europa hinzu.

Fazit: Der Preisrückgang nach dem Januar 2002 kann als Normalisierung des Preisniveaus am Lebensmittelmarkt bezeichnet werden.

Nach: Statistisches Bundesamt (Hsg.), Im Blickpunkt – Preise in Deutschland, Wiesbaden 2005

Aufgaben

- Definieren Sie den Begriff „Inflationsrate“ und erklären Sie, in welchen Fällen die Preisentwicklung bei einer Güterart des Warenkorbes einen starken Einfluss auf die Inflationsrate hat. (M 2, M 3)
- Erläutern Sie den Verlauf der Nahrungsmittelpreise und der Gaststattenpreise im Jahr vor und nach der Euro-Bargeldeinführung. (M 6, M 7, M 8)
- Warum hat sich der verstärkte Anstieg der Gaststattenpreise zum Zeitpunkt der Euro-Bargeldeinführung kaum auf die Entwicklung des Verbraucherpreisindex insgesamt ausgewirkt? (M 6)

Lösungshinweise

a) Inflationsrate:

Veränderung der Verbraucherpreise gegenüber dem Vorjahr – Preisentwicklung einzelner Güter hat einen starken Einfluss auf die Inflationsrate wenn

- das Gut ein hohes Gewicht im Warenkorb hat (Gewicht Kaltmiete 21,22%) oder
- die Preisentwicklung bei diesem Gut stark von der Entwicklung des Gesamtindex abweicht (Tabakwaren 2004: +11,3%).

b) Nahrungsmittel:

Anstieg von Januar 2001 bis Juni 2001 wegen Tierseuchen und Beruhigung der Preiswettkämpfe im Lebensmittelhandel – sinkende Preise bis November 2001 – erneut starker Anstieg bis Januar 2002 wegen Kälteeinbruch in Südeuropa – danach schrittweise Rückgang der Lebensmittelpreise.

Gaststätten: Leicht ansteigendes Preisniveau im Jahr 2001 – deutlicher Preisanstieg im Januar 2002, der auf die Einführung des neuen Bargelds zurückzuführen sein dürfte – danach wieder leichter Anstieg des Preisniveaus im Jahr 2002.

c) Gaststätten etc.

Die Ausgaben in Gaststätten (Restaurants, Cafés etc.) nehmen im Verbraucherpreisindex ein Gewicht von 3,23% ein. Da das Gewicht relativ gering ist, hat die Preisentwicklung bei Gaststätten die Inflationsrate insgesamt nicht stark beeinflusst. (Vgl. M 6)

Zusatzmaterial

M 9 Inflationsbeiträge der Güterarten 2004

	Inflationsbeitrag in Prozentpunkten
Gesundheitspflege	0,7
Tabakwaren	0,3
Heizöl und Kraftstoffe	0,2
Verbleibende Teuerung	0,4
Inflationsrate 2004	1,6

In der Tabelle sind die Inflationsbeiträge der Indexpositionen Tabakwaren, Gesundheitspflege und Heizöl/Kraftstoffe dargestellt. Die gesamte Inflationsrate entspricht der Summe der in Prozentpunkten angegebenen Inflationsbeiträge. Der Inflationsbeitrag einer Gütergruppe berechnet sich als Differenz zwischen der gesamten Inflationsrate und einer Teuerungsrage, bei der die betreffende Gütergruppe aus dem Warenkorb herausgenommen wurden.

Nach: Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung vom 12.1.2005

M 10 Teuerung am Jahresende 2004

Gemessen an der Vorjahresrate der Verbraucherpreise hat der Preisanstieg im Dezember 2004 auf 2,1 Prozent zugenommen, nachdem er sich in den Monaten zuvor zwischen 1,8 Prozent und 2 Prozent bewegt hatte. Preistreibend wirkte zum einen die zweite Erhöhung der Tabaksteuer, die Tabakwaren nochmals um 10,7 Prozent verteuerte. Zum anderen kam es bei wichtigen Saisonnahrungsmitteln zu Preiserhöhungen, weil in einigen südeuropäischen Lieferantländern ungünstige Witterungsbedingungen herrschten. Demgegenüber sind die Mineralölpreise nach Beruhigung auf den internationalen Märkten im Dezember deutlich gesunken. Die Preisbewegungen der gewerblichen Waren blieben moderat. Bekleidung und Schuhe sowie Informationsverarbeitungsgeräte haben sich sogar etwas verbilligt. Bei den Dienstleistungen und den Wohnungsmieten waren die Preisänderungen ähnlich wie im Vorjahr.

Deutsche Bundesbank: Monatsbericht Januar 2005, S. 7

M 11 Statistik und Wahrnehmung der Konsumenten

Nimmt man das halbe Jahr vor und nach der Bargeldumstellung, so sind die Preise für Getränke in Gaststätten um etwa vier Prozent gestiegen. Vier Prozent in den 12 Monaten um die Euro-Umstellung – das ist aber immer noch deutlich weniger, als von vielen Menschen wahrgenommen. Zahlreiche Konsumenten berichten von weit stärkeren Preiserhöhungen, die sie in ihren Restaurants und Gaststätten beobachtet haben.

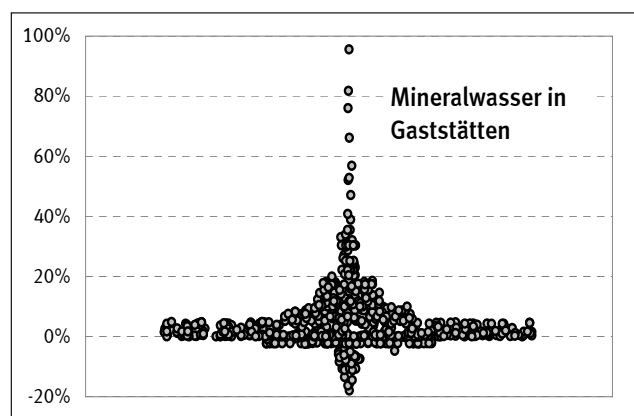
Der Betrag von etwa vier Prozent ist aber ein statistischer Mittelwert, der sich aus vielen einzelnen Preisänderungen zusammensetzt. In Einzelfällen gab es durchaus heftige Preiserhöhungen. Hier wird der Nachteil eines statistischen Mittelwertes deutlich. Der Durchschnittswert verrät nichts über die einzelnen Preisänderungen, von denen die Menschen betroffen sind. Für den einzelnen Restaurantbesucher ist ein Mittelwert gar nicht relevant. Wenn sein Lieblingsitaliener in München teurer geworden ist, so ist das ärgerlich. Ob in Hamburg ein französisches Restaurant dafür billiger geworden ist, interessiert dann wenig. Die Wahrnehmung der Konsumenten ist individuell, sie lässt sich mit einem statistischen Mittelwert nicht abbilden.

Nach: Statistisches Bundesamt (Hrsg.), Im Blickpunkt – Preise in Deutschland, Wiesbaden 2005

M 12 Gastronomie: heftige Preiserhöhungen in Einzelfällen

In der Abbildung unter M 13 ist für jeden einzelnen Gastronomiebetrieb aus der Stichprobe der Verbraucherpreisstatistik angegeben, wie der Preis für Mineralwasser angepasst wurde. Jeder Punkt steht für eine einzelne Gaststätte. Je breiter die Punktwolke ist, desto mehr Fälle gab es in diesem Bereich der Preiserhöhung. Angegeben ist die Preiserhöhung zwischen Juli 2001 und Juli 2002, also in den sechs Monaten vor und nach der Euro-Bargeldeinführung. In diesem Bild spiegelt sich die große Bandbreite der Preisänderungen wider. Preiserhöhungen von knapp 100% gab es, sie blieben aber die seltene Ausnahme. Aufschläge von bis zu 40% kamen öfter mal vor und Erhöhungen um die 20% waren in der Gastronomie schon fast „normal“. Auch Preissenkungen hat es in diesem Zeitraum nicht selten gegeben. Die große Masse der Preisänderungen zeigt sich aber dort, wo die Punktwolke am breitesten ist, nämlich zwischen Null und etwa fünf Prozent.

M 13 Einzelpreisänderungen bei der Euro-Einführung



Quelle: Statistisches Bundesamt

Zusatzaufgaben

- Charakterisieren Sie die Preisentwicklung im Jahr 2004. (M 9, M 10)
- Erklären Sie, warum sich die von den Konsumenten wahrgenommene Preisentwicklung möglicherweise nicht in den Zahlen der amtlichen Statistik widerspiegelt. (M 11 – M 13)
- Erörtern Sie, ob und inwieweit die Konsumenten die Inflation beeinflussen können.

Literatur

Statistisches Bundesamt: Im Blickpunkt – Preise in Deutschland, Wiesbaden 2005. – Linz u. a.: Preise im Jahr 2004, in: Statistisches Bundesamt (Hrsg.), Wirtschaft und Statistik, Heft 1/2005. – Statistisches Bundesamt, Pressemitteilungen, abrufbar unter www.destatis.de.