

Die Verbraucherpreise in Bayern im Jahr 2006

Dipl. Volksw. Cornelia Leitner

Im Jahr 2006 mussten die Verbraucher in Bayern für die Waren und Dienstleistungen, deren Preise im Rahmen der Verbraucherpreisstatistik erhoben werden, im Durchschnitt 2,1 % mehr bezahlen als im Vorjahr. Damit war die Inflationsrate – sie gibt an, um wieviel Prozent sich das durchschnittliche Preisniveau im Vergleich zum Vorjahr verändert hat – leicht rückläufig; im Jahr 2005 hatte sie noch 2,2 % betragen. Einen besonderen Einfluss auf die Höhe der Inflationsrate hatten die Mineralölprodukte, die in der ersten Jahreshälfte preistreibend, gegen Ende des Jahres dagegen preisdämpfend wirkten. Rechnet man aus dem Gesamtindex die Mineralölprodukte heraus, so hätte die Inflationsrate im Jahr 2006 nicht 2,1 %, sondern nur 1,8 % betragen.

Vorbemerkungen

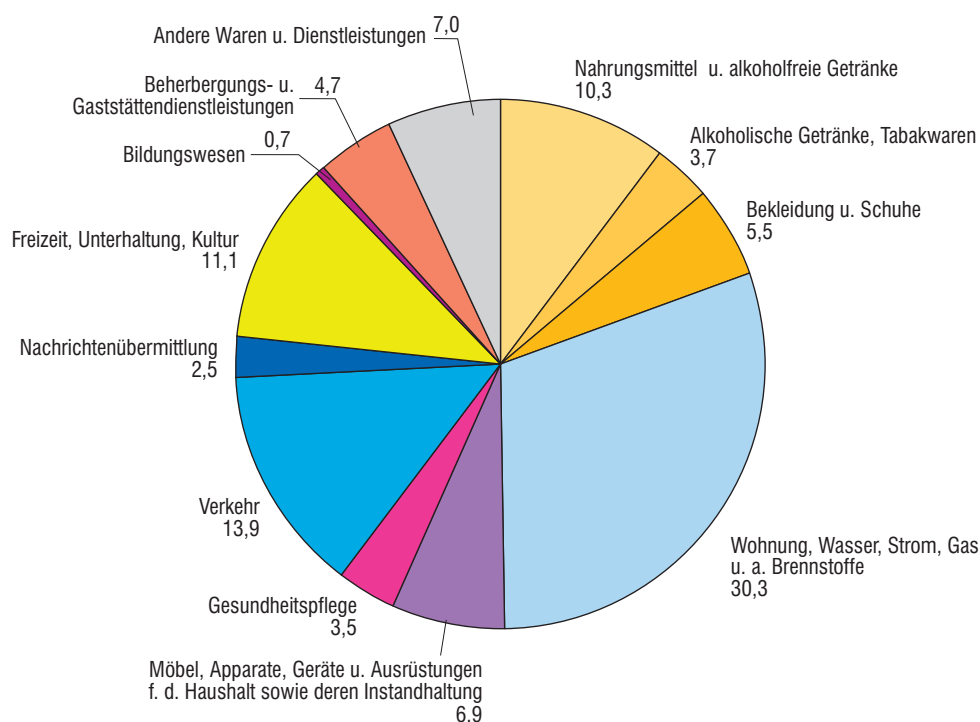
Im Rahmen der Verbraucherpreisstatistik werden in 21 bayerischen Berichtsgemeinden monatlich in nahezu 2 500 Einzelhandels- bzw. Dienstleistungsbetrieben rund 30 000 Einzelpreise durch Preiserheber erfasst. Dabei werden die Berichtsstellen so ausgewählt, dass sowohl Geschäfts- und Wohnviertel, aber auch die verschiedenen Formen des Einzelhandels (selbstständige Fachgeschäfte, Filialbetriebe, Warenhäuser, Verbrauchermärkte usw.) repräsentativ vertreten sind.

Die erhobenen Preise werden an das Bayerische Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung gemeldet und dort zum Verbraucherpreisindex verdichtet.

Der Verbraucherpreisindex wird mit Hilfe eines Warenkorbes ermittelt, der rund 750 Waren und Dienstleistungen, die von privaten Haushalten gekauft werden, umfasst. Die in diesem Warenkorb enthaltenen sogenannten Preisrepräsentanten erhalten entsprechend ihrer Verbrauchsbedeutung für die pri-

Preise für
rund 750
Waren und
Dienstleis-
tungen

Abb. 1 Hauptgruppen des Warenkorbes für den Verbraucherpreisindex für Bayern
Anteile der Hauptgruppen in %



vaten Haushalte ein Gewicht, das in der Regel alle fünf Jahre auf Grundlage der Ergebnisse der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS) sowie der Statistik der laufenden Wirtschaftsrechnungen neu berechnet wird. Die Gewichte in diesem Wägungsschema spiegeln die Verbrauchsgewohnheiten der privaten Haushalte im Basisjahr wieder. Da sich der Verbraucherpreisindex nach der Laspeyres-Formel berechnet, die im Zeitverlauf gleichbleibende Verbrauchsgewohnheiten unterstellt, wird das Wägungsschema bis zur nächsten Basisumstellung konstant gehalten.

Indexberechnung nach der Laspeyres-Formel

Die Abbildung 1 zeigt, welche Gewichte die zwölf Hauptgruppen, zu denen die einzelnen Preisrepräsentanten zusammengefasst werden, im Warenkorb haben.

Ausgaben für Wohnung und Haushaltsenergie haben das größte Gewicht im Warenkorb

Das größte Gewicht im Warenkorb hat die Hauptgruppe 04, die die Ausgaben für Wohnung, Wasser, Strom, Gas und andere Brennstoffe umfasst; über 30% seines Budgets gibt ein Haushalt durchschnittlich dafür aus. Preissteigerungen in diesem Bereich haben größere Auswirkungen für die Verbraucher als z.B. Preisänderungen bei Bekleidung und Schuhen, die nur mit einem Gewicht von 5,5% zu Buche schlagen. Das zweitgrößte Gewicht mit fast 14% haben die Ausgaben für Verkehr; die Anteile der Bereiche Freizeit, Unterhaltung und Kultur sowie Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke betragen gut 11 bzw. 10%.

liche Preissteigerungen waren dabei bei alkoholischen Getränken und Tabakwaren (+3,8%) zu verzeichnen; so mussten Raucher im Jahresdurchschnitt 5,2% mehr ausgeben als 2005. Nach fünf Erhöhungen der Tabaksteuer seit Januar 2002 sowie der Preisanhebung der Zigarettenhersteller im Oktober 2006 stiegen somit in den letzten fünf Jahren die Zigarettenpreise um fast 45%. Im Bereich Bildungswesen, in dem Kindergartengebühren und Gebühren für Volkshochschulkurse sowie Sprachkurse erfasst werden, betrug die Steigerungsrate 3,7% und war damit ebenfalls überdurchschnittlich hoch.

Inflationsrate 2006 betrug 2,1%

In den Hauptgruppen 04 und 07 wirkten sich die Turbulenzen am Mineralölmarkt, die durch weltpolitische Ereignisse (Irak-Krieg bzw. Libanonkrieg) ausgelöst wurden, auch auf das Preisniveau aus. Für Wohnung, Wasser, Strom, Gas und andere Brennstoffe (Hauptgruppe 04) mussten die Verbraucher um 3,7% mehr ausgeben als im Jahr zuvor. Während die Wohnungsmieten einschließlich der „kalten“ Nebenkosten¹ moderat um 1,9% stiegen, war bei der Haushaltsenergie² ein Anstieg von 11,6% zu verzeichnen (2005: +11,7%). Hier schlugen vor allem die Preissteigerungen bei Heizöl (+12,2%), aber auch bei Gas (+18,6%) sowie bei Zentralheizung und Fernwärme (+15,0%) zu Buche. Die Strompreise zogen dagegen nur um 5,4% an. Anders als im Jahr 2006 war im Jahr 2005 Heizöl mit einer durchschnittlichen Steigerungsrate von 34,1% der Hauptpreistreiber, die Preise für Strom, Gas sowie Zen-

Starke Preissteigerungen bei Mineralölprodukten

Die Verbraucherpreise im Jahresdurchschnitt 2006

Im Jahr 2006 haben sich die Preise in Bayern gegenüber dem Vorjahr durchschnittlich um 2,1% erhöht. Überdurchschnitt-

1 Zu den Nebenkosten zählen Kaltwasserkosten, Müllgebühren, Hausmeisterleistungen, Versicherungskosten, Beleuchtung von Treppenhäusern usw.
2 Strom, Gas, Heizöl, Fernwärme und Zentralheizung.

Entwicklung der Verbraucherpreise von Januar bis Dezember 2006 nach Hauptgruppen

Hauptgruppe		Jan.	Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.	Jahres-
Nr.	Bezeichnung	Veränderung gegenüber dem Vorjahr												durchschnitt
	Verbraucherpreisindex insgesamt	2,4	2,3	2,0	2,5	2,3	2,4	2,3	2,2	1,5	1,5	1,8	1,7	2,1
01	Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	1,9	1,5	0,9	1,4	1,8	1,4	2,0	2,4	2,8	2,8	2,8	2,6	2,1
02	Alkoholische Getränke, Tabakwaren	4,4	4,4	4,8	4,1	4,1	4,1	3,8	3,8	0,5	3,7	3,7	3,7	3,8
	dar. Tabakwaren	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	-0,1	4,8	4,8	4,8	5,2
03	Bekleidung und Schuhe	-1,4	-1,3	-1,5	-1,0	-0,9	-0,7	-0,7	-0,3	-0,7	-0,4	-0,5	0,1	-0,7
04	Wohnung, Wasser, Strom, Gas und andere Brennstoffe	4,1	4,2	3,7	4,0	4,3	3,9	3,7	3,7	3,1	3,1	3,2	2,8	3,7
	dar. Wohnungsmieten (einschl. Nebenkosten)	1,5	1,6	1,4	1,7	1,9	1,9	2,0	2,2	2,1	2,2	2,2	2,0	1,9
	Haushaltsenergie ¹	17,2	17,4	14,7	15,3	16,0	13,1	11,1	10,1	7,3	6,7	7,3	5,8	11,6
	dar. Heizöl	34,2	37,1	20,3	25,5	32,2	15,7	11,6	9,3	-0,1	-5,1	-2,3	-9,1	12,2
05	Möbel, Apparate, Geräte u. Ausrüstungen für den													
	Haushalt sowie deren Instandhaltung	-0,2	-0,4	-0,2	-0,2	0,1	-0,5	-0,3	-0,2	-0,1	0,0	0,1	0,1	-0,2
06	Gesundheitspflege	1,3	1,1	1,3	1,5	1,5	1,6	1,5	1,5	1,5	1,5	1,4	1,4	1,4
07	Verkehr	5,1	4,4	3,5	4,4	4,6	5,1	4,0	3,3	-0,3	-0,7	0,9	0,9	2,9
	dar. Kraftstoffe	14,5	11,7	9,0	10,8	12,1	12,3	8,4	6,7	-6,2	-6,9	-1,1	-0,7	5,6
08	Nachrichtenübermittlung	-3,0	-3,2	-3,3	-3,3	-3,3	-3,2	-3,4	-3,7	-2,9	-2,5	-2,3	-1,9	-3,0
09	Freizeit, Unterhaltung und Kultur	0,3	0,5	0,2	1,0	-1,1	0,3	1,0	0,0	0,5	0,6	0,4	0,5	0,4
10	Bildungswesen	1,0	1,9	1,2	1,2	1,2	1,2	2,3	2,3	8,2	8,2	8,1	8,1	3,7
11	Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	1,5	1,9	1,5	2,3	1,2	3,2	2,9	2,8	2,7	2,6	2,7	2,7	2,3
12	Andere Waren und Dienstleistungen	0,6	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,0	0,7	0,9	0,8	0,9	1,0	0,9

1 Strom, Gas, Heizöl, Fernwärme und Zentralheizung

tralheizung und Fernwärme stiegen damals um 2,8, 9,4 bzw. 14,8% an. In der Hauptgruppe Verkehr, die Kauf und Reparatur von Fahrzeugen, Verkehrsdienstleistungen wie Personenbeförderung und Kraft- und Schmierstoffe enthält, stiegen die Preise insgesamt um 2,9%; dieser Anstieg wurde in erster Linie durch Erhöhungen der Kraftstoffpreise (+5,6%) verursacht.

Die Verbraucher in Bayern profitierten im Jahr 2006 allerdings auch von rückläufigen Preisen. Günstiger als im Vorjahr war die Nachrichtenübermittlung (-3,0%); hier verbilligten sich Telefon- und Telefaxgeräte einschließlich deren Reparaturen sogar um 13,5%. Der seit längerem beobachtete Abwärtstrend bei den Preisen für Telefon- und Telefaxgeräten setzte sich damit auch 2006 fort; so waren diese Geräte gut ein Drittel billiger als im Jahr 2002. Auch für Bekleidung und Schuhe sowie Möbel konnten 2006 Preisrückgänge registriert werden, die mit -0,7 bzw. -0,2% allerdings gering ausfielen.

Bei Nahrungsmitteln und alkoholfreien Getränken war ein Preisanstieg von 2,1% zu verzeichnen, der damit dem Anstieg des gesamten Verbraucherpreisniveaus entsprach. Ohne Getränke wurde bei den Nahrungsmitteln eine Preissteigerungsrate von 1,9% ermittelt. Innerhalb der Gruppe der Nahrungsmittel waren dabei unterschiedliche Preisentwicklungen zu beobachten: So musste für Gemüse mit 8,1% deutlich mehr bezahlt werden als im Vorjahr. Hier schlugen vor allem die Preissteigerungen bei frischen Kartoffeln (+24,1%) und frischem Blatt- und Stielgemüse (+13,6%) zu Buche. Bei Obst hingegen blieben die Preise annähernd konstant (+0,7%); bei Bananen und frischen Beeren und Weintrauben konnte sogar ein Preisrückgang beobachtet werden (-4,7 bzw. -2,9%). Für alkoholfreie Getränke mussten 2006 3,3% mehr bezahlt werden als 2005, hier wirkte sich vor allem der Anstieg der Kaffeepreise um 5,9% aus.

Gemüse deutlich teurer als im Vorjahr

Die Verbraucherpreise im Jahresverlauf 2006

Betrachtet man die Entwicklung der Inflationsrate im Jahresverlauf, so fällt auf, dass bis einschließlich August 2006 immer eine Zwei vor dem Komma errechnet wurde; von September bis Ende des Jahres waren dagegen durchgehend niedrigere Werte zu verzeichnen. Diese Ergebnisse sind auf den Einfluss der Mineralölprodukte (Heizöl und Kraftstoffe) zurückzuführen, deren sprunghafte Preisentwicklung sich in der ersten Jahreshälfte erhöhend und gegen Ende des Jahres dämpfend auf die Inflationsrate auswirkte.

Der höchste Preisausschlag nach oben wurde im Februar 2006 bei Heizöl gemessen, als die Verbraucher für eine Tankfüllung über 37% mehr bezahlen mussten als im Vorjahr. Am Jahresende konnte dagegen sogar gespart werden: der größte Preisrückgang wurde mit -9,1% im Dezember verzeichnet.

Große Preisschwankungen bei Mineralölprodukten

Preise für Nachrichtenübermittlung und Computer weiterhin stark rückläufig

Die Preise für Waren und Dienstleistungen aus der Hauptgruppe Freizeit, Unterhaltung und Kultur erhöhten sich im Jahr 2006 kaum (+0,4%). Bei den einzelnen Positionen innerhalb dieser Gruppe verlief die Entwicklung allerdings unterschiedlich: So wurden bei den Sport- und Erholungsdienstleistungen sowie Zeitungen und Zeitschriften mit jeweils 2,9% überdurchschnittliche Preissteigerungen registriert, während sich der aufgrund des technischen Fortschritts seit Jahren beobachtbare Preisverfall für audiovisuelle, fotografische und Informationsverarbeitungsgeräte und Zubehör (einschließlich Reparaturen) fortsetzte. So mussten die Verbraucher für Computer (einschließlich Software und Zubehör) 8,1% weniger bezahlen als im Vorjahr; bei Foto- und Filmausrüstungen wurde ein Preisrückgang um 7,5% registriert. Seit 2002 konnten hier sogar 43,4 bzw. 24,6% eingespart werden.

Abb. 2 Entwicklung des Verbraucherpreisindex 2006 mit und ohne Einbeziehung von Mineralölprodukten
Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %

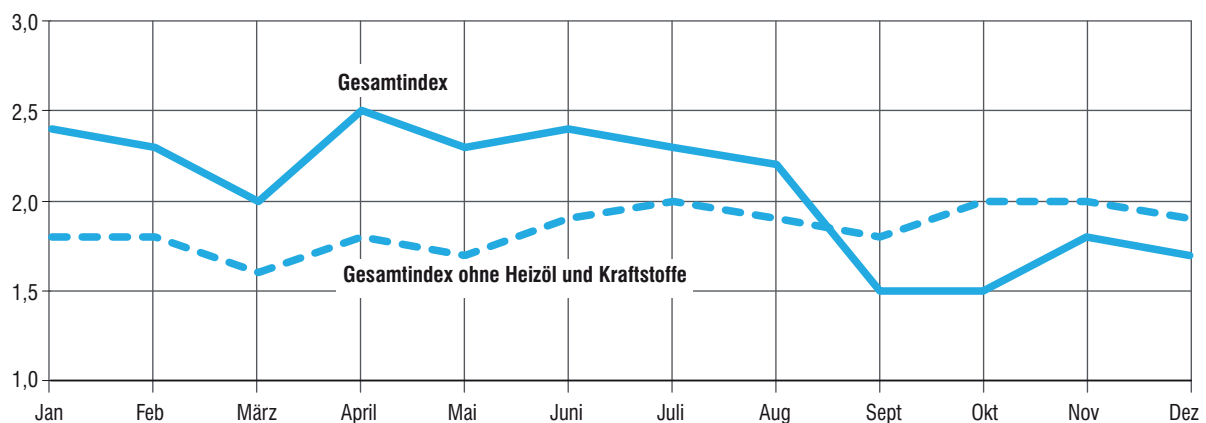
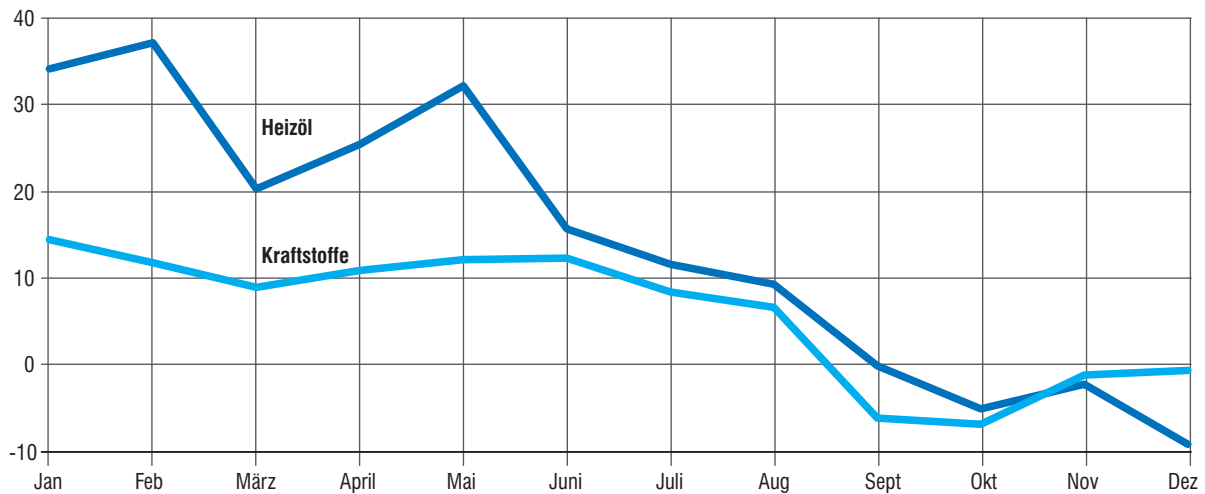


Abb. 3 Entwicklung der Teuerungsraten von Heizöl und Kraftstoffen im Jahr 2006
Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %



Bei Kraftstoffen verlief die Entwicklung ähnlich. Von Januar bis einschließlich August wurden hohe Teuerungsraten von 6,7 bis 14,5% registriert, ab September musste an den Zapfsäulen dann z.T. weniger bezahlt werden als im Vorjahr.

In den anderen, nicht direkt von Mineralölprodukten beeinflussten Hauptgruppen verlief die Entwicklung der Teuerungsrate eher gleichmäßig. In den Bereichen Bekleidung und Schuhe, Nachrichtenübermittlung sowie Möbel waren die Preise im Jahresverlauf sogar fast durchgehend rückläufig. Keine oder nur geringe Preisschwankungen gab es bei der Gesundheitspflege sowie bei anderen Waren und Dienstleistungen. Bei den Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen war im Jahresverlauf ein leichter Aufwärtstrend zu beobachten.

Im Bildungswesen wurde im September ein Preissprung von 8,2% verzeichnet, der auf eine Erhöhung der Kindergartengebühren zurückzuführen war. Im Bereich Freizeit, Kultur und Unterhaltung verharrte die Inflationsrate auf niedrigem Niveau (Jahresdurchschnitt 0,4%); im Mai allerdings wurde ein Rück-

gang der Preise um 1,1% registriert, da Flug- und Pauschalreisen um 8,1 bzw. 6,1% billiger waren als im Jahr zuvor.

Bei Tabakwaren fällt der Septemberwert mit -0,1% aus der Reihe. Dies ist auf den sogenannten Basiseffekt zurückzuführen: da im September 2005 wegen der letzten Tabaksteuererhöhung die Teuerungsrate besonders hoch ausfiel (+17,5%), war der Vergleichswert für die Berechnung der Teuerungsrate im September 2006 entsprechend hoch und letztere damit rechnerisch niedrig.

Basiseffekt
bei Tabak-
waren

Für Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke waren die Inflationsraten zu Beginn des Jahres rückläufig. Im März wurde mit 0,9% der niedrigste Wert für diese Hauptgruppe gemessen; danach stiegen die Preise wieder an und im Herbst wurden Werte von 2,8 bzw. 2,6% im Dezember erreicht. Ausschlaggebend für den Anstieg der Teuerungsrate ab Juli waren dabei die Preiserhöhungen bei Gemüse, für das ab diesem Zeitpunkt über zehn Prozent mehr bezahlt werden musste als im Vorjahr.