

Verbraucherpreisindex: Umbasierung und Methodenwechsel

Von Wolfgang Backes

Die Verbraucherpreisstatistik in Deutschland hat zum Beginn des Jahres 2008 neben einer Umbasierung auch methodische Neuerungen erfahren.

Sowohl die Umstellung auf das neue Basisjahr 2005 als auch die Reform der zugrunde liegenden Methode nehmen Einfluss auf die Ergebnisse. Sie dienen dem Zweck, im Rahmen der Messung der Preisentwicklung den Änderungen in den Kaufgewohnheiten der Verbraucher besser gerecht zu werden.

Vorbemerkungen

Die Verbraucherpreisstatistik gehört seit langem zu den klassischen Aufgaben der amtlichen Statistik. Sie ist für die Geldpolitik ebenso wie für die Tarifpolitik unverzichtbar, sie stellt geeignete Deflatoren für die Preisbereinigung nominaler wirtschaftsstatistischer Größen zur Verfügung und ermöglicht die Kompensation der allgemeinen Geldentwertung im Rahmen regelmäßig wiederkehrender Zahlungen wie Mieten oder Renten.

Mit dem Verbraucherpreisindex wird die Preisentwicklung eines typischen "Warenkorbes" gemessen, den ein durchschnittlicher Privathaushalt über das ganze Jahr gesehen einkauft. Die Preisentwicklung von etwa 700 Waren und Dienstleistungen, die dieser Warenkorb enthält, wird hierbei entspre-

chend dem jeweiligen Anteil an den gesamten Konsumausgaben berücksichtigt.

Preismessung für einen typischen Warenkorb

In Deutschland wird der Verbraucherpreisindex nach der Methode von Laspeyres¹ berechnet. Nach dieser Methode wird das Wägungsschema, in dem die Ausgabenanteile aller Güter des Warenkorbes zusammengefasst sind, für einen bestimmten Zeitraum unverändert belassen. Das Jahr, auf das sich das Wägungsschema bezieht, wird als Basisjahr bezeichnet. Üblicherweise alle fünf Jahre erfolgt eine Anpassung des Wägungsschemas an geänderte Konsumgewohnheiten. In der Zwischenzeit werden die Gewichtungen der einzelnen Güter, auch wenn die Konsumenten zwischenzeitlich ihr Kon-

¹ Benannt nach dem sächsischen Nationalökonom Etienne Laspeyres (1834–1913).

sum- und Ausgabeverhalten ändern, konstant gehalten. Vereinfacht ausgedrückt: der Warenkorb bleibt über einen Zeitraum von fünf Jahren im Wesentlichen unverändert. Damit kommt mit dem Laspeyres-Index die reine Preisentwicklung zum Ausdruck. Da Konsumenten erfahrungsgemäß jedoch immer wieder ihre Verbrauchsgewohnheiten verändern, entfernt sich die gemessene Inflationsrate mit zunehmendem Abstand vom Basisjahr von der tatsächlichen durchschnittlichen Verbraucherpreisentwicklung; dadurch wird die Inflationsrate tendenziell überzeichnet. Was auf den ersten Blick angesichts der Diskussion um "gefühlte" Inflation und dergleichen erstaunlich erscheint, liegt schlicht daran, dass Konsumenten grundsätzlich auf Änderungen relativer Preise reagieren: Güterarten mit einem starken Preisanstieg werden durch Güterarten mit einem geringeren Preisanstieg ersetzt, wenn diese der gleichen Bedürfnisbefriedigung dienen, beispielsweise der Umstieg auf öffentliche Verkehrsmittel bei zunehmender Verteuerung des Individualverkehrs. Eine andere Form der Ausweichreaktion der Verbraucher besteht darin, Preisunterschiede zu nutzen, die zwischen den verschiedenen Geschäftstypen bestehen, beispielsweise zwischen Warenhäusern und Discountern. Neben den preisinduzierten Veränderungen des Konsumentenverhaltens bewirken eine Vielzahl anderer Faktoren permanente Verschiebungen im Ausgabeverhalten der Verbraucher: Neben der allgemeinen Einkommensentwicklung spielen beispielsweise auch demografische Faktoren eine Rolle: so etwa das zuneh-

mende Alter der Bevölkerung und die Änderungen in den Formen des Zusammenlebens.

Was geschieht im Rahmen einer Umbasierung

Um die Veränderung des Verbraucherpreisniveaus realistisch nachzeichnen zu können, muss ein Warenkorb zusammengestellt werden, der über das ganze Jahr gesehen alle Produkte beinhaltet, die von einem Durchschnittshaushalt erworben werden. Es geht also erstens um die Frage, welche Produkte in den Warenkorb gelegt werden und zweitens, wie viel von jedem einzelnen Produkt.

Hierzu wird der Warenkorb zunächst in mehr als 700 Güterarten eingeteilt. Die Gliederung erfolgt nach der Classification of Individual Consumption by Purpose (COICOP).

Für jede Güterart werden dann im Rahmen einer Güterstichprobe die gängigsten, sprich die am häufigsten gekauften Produktvarianten ausgewählt. Diese repräsentative Auswahl erfolgt über mehrere Stufen für alle Bundesländer nach repräsentativen Städten und Gemeinden und nach repräsentativen Geschäften. Wichtig ist dabei, dass innerhalb der einzelnen Güterarten laufend diejenigen Produkte erhoben werden, die aktuell am häufigsten nachgefragt werden. Dies bedeutet, dass nicht ständig ein und dieselbe Produktvariante unter Preisbeobachtung steht, sondern dass auch aktuelle Neuentwicklungen wie seinerzeit die MP3-Player in die Beob-

achtung eingehen. Dies geschieht laufend und nicht nur im Zusammenhang mit Umbasierungen.²

Ein anderer Aspekt ist die Frage, wie viel von einem Produkt in den Warenkorb gelegt werden soll, genauer, welches Ausgabengewicht jeder einzelnen Güterart beizumessen ist. Hierzu werden – und dies geschieht alle fünf Jahre mit der Umbasierung aufs Neue – die Ausgabenanteile festgelegt, die sich nach den Durchschnittsausgaben der privaten Haushalte für die Güterart in Relation zu ihren Gesamtausgaben bemessen.

Woher stammen nun die detaillierten Informationen über die Warenkorbhalte und Ausgabenanteile? Hierzu werden die privaten Haushalte regelmäßig und umfassend zu ihren Verbrauchsgewohnheiten befragt.

Die wichtigste Erhebung ist die Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS): diese Befragung von rund 75 000 Haushalten findet in Deutschland alle fünf Jahre statt, zuletzt für das laufende Jahr 2008. In den Zwischenjahren finden als ergänzende Erhebungen die laufenden Wirtschaftsrechnungen privater Haushalte mit deutlich kleinerem Stichpro-

benumfang (8 000 Haushalte), aber detaillierterer Erfassung statt. Diese dienen insbesondere der Feingliederung auf der Ebene der einzelnen Güterarten. Als weitere Informationsquellen werden unter anderem die Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen und die Steuerstatistiken herangezogen.

Das neue Wägungsschema

Das Wägungsschema hat einen entscheidenden Einfluss auf die Messergebnisse der Verbraucherpreisentwicklung. Denn es weist jeder einzelnen Güterart ihr eignes Gewicht zu, mit dem diese dann innerhalb des Gesamtindex Berücksichtigung findet. Die Gewichte entsprechen den Konsumgewohnheiten eines deutschen Durchschnittshaushaltes im jeweiligen Basisjahr. Selbstverständlich weichen individuelle Warenkörbe stets von diesem Durchschnitt ab, was auch immer wieder als Anlass zur Kritik an der Preisstatistik genommen wird. Aber eine der Hauptaufgaben des Verbraucherpreisindex ist es, als Indikator der Geldpolitik die durchschnittliche Preisentwicklung zu messen, mit der alle Verbraucher konfrontiert sind, und diese in einer kompakten Messzahl zum Ausdruck zu bringen.³ Und eben im Hinblick auf

² Im Rahmen der laufenden Preiserhebung werden auch Mengen- und Qualitätsänderungen erfasst und bei der Berechnung des Index berücksichtigt. Wird beispielsweise bei unverändertem Preis der Inhalt einer Packung Speiseeis von 1000 auf 900 Milliliter verringert, so wird dies als entsprechende Preiserhöhung erfasst. Wird hingegen bei konstantem Preis die Qualität eines Produktes verbessert, geht dies als Preissenkung in die Berechnung ein.

³ Theoretisch besteht selbstverständlich auch die Möglichkeit, auf Basis der erhobenen Daten Indizes zu berechnen, die auf individuellen Ausgabemustern beruhen. Hierzu müssen nur die individuellen Gewichte (bei einem Nichtraucherhaushalt brauchen Tabakwaren beispielsweise kein Gewicht) auf die vorhandenen Elementarindizes angewandt werden. Im Gegensatz zu anderen methodischen Ansätzen, wie etwa dem der "gefühlten" Inflation, liefert ein solcher individueller Index ein objektives, nachvollziehbares und rechnerisch richtiges Ergebnis der individuellen Inflationsbelastung frei von willkürlichen Annahmen.

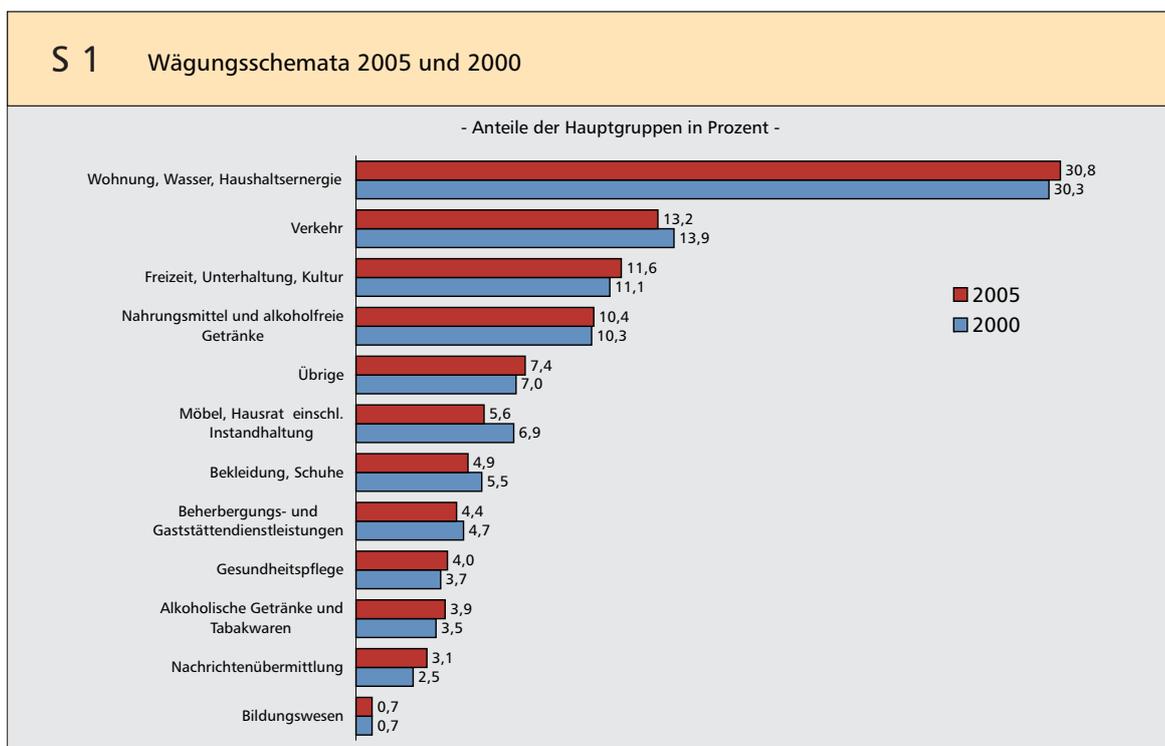
diese Aufgabe werden die Methoden optimiert.

Die Änderungen, die die Umbasierung Anfang 2008 bezüglich der Gewichte mit sich gebracht hat, zeigt das nachstehende Diagramm in einer direkten Gegenüberstellung der Wägungsschemata 2000 und 2005 auf Ebene der Hauptgruppen. Die Abbildung zeigt, dass die stärkste Veränderung im Bereich von Möbel und Hausrat einschließlich Instandhaltung mit einem Rückgang des Ausgabenanteils um 1,3 Punkte auf 5,6 Prozent zu verzeichnen war. Die Ausgabenanteile für Bekleidung und Schuhe gingen um 0,6 Punkte auf 4,9 Prozent zurück. Nur auf den ersten Blick verwunderlich erscheint angesichts der Entwicklung der Energiepreise der Rückgang bei den Ausgabenanteilen im Verkehrsbereich um 0,7 Punkte auf 13,2

Prozent. Dies liegt jedoch auch daran, dass das Energiepreisniveau im Basisjahr 2005 noch deutlich niedriger lag als aktuell und somit die entsprechenden Ausgaben nicht so stark beeinflusste wie heute. Änderungen in der Struktur der Ausgaben sind stets durch Mengen- und Preiskomponenten bestimmt. Veränderungen der Warenkorbgewichte sind deshalb in den meisten Fällen nicht nur auf veränderte Inanspruchnahme von Gütern, sondern auch auf unterschiedliche Preisänderungen zurückzuführen.

Weitere methodische Änderungen umgesetzt

Neben der turnusmäßigen Überarbeitung des Wägungsschemas wurden im Zusammenhang mit der Umstellung auf die Basis 2005 auch einige methodi-



sche Neuerungen eingeführt. Die bedeutendste Änderung ist die Einführung der Geschäftstypengewichtung, die zugleich auch die Ablösung der alten Stichprobe nach unterschiedlichen Gemeindetypen eingeleitet hat. Das Geschäftstypenmodell verfolgt das Ziel einer Erhöhung der Repräsentanz der Stichprobe, indem die Preisbeobachtungen güterspezifisch auf die relevanten Geschäftstypen konzentriert werden. Da sich das Konsumentenverhalten auch hinsichtlich der Wahl der Einkaufsstätten permanent ändert, war es naheliegend, die Preise dort zu erfassen, wo die meisten Kunden hingehen, und die einzelnen Geschäftstypen ihrer Umsatzbedeutung entsprechend zu gewichten.

Nachfolgende Geschäftstypen werden hierbei unterschieden:

1. Warenhaus/Kaufhaus
2. SB-Warenhaus/Verbrauchermarkt
3. Supermarkt
4. Fachmarkt/Discounter
5. Fachgeschäft
6. Restlicher Einzelhandel
7. Dienstleistungsbetrieb
8. Versandhandel

Geschäfte werden nur dann berücksichtigt, wenn auf Bundeslandebene der güterspezifische Umsatzanteil bei mindestens 5 Prozent liegt. Nach der bisherigen Methode wurden in unterschiedlichen Gemeindetypen teils unterschiedliche Waren und Dienstleistungen erhoben. Zunächst wurden aus den Einzelpreisen Gemeindedurchschnittspreise und aus diesen dann Landesdurchschnittspreise arithmetisch ermittelt. Künftighin werden für die einzelnen Güterarten zunächst geschäftstypenspezifische Elementarindizes auf Landesebene berechnet, aus denen dann unter Verwendung der Geschäftstypengewichte die Teilindizes für die einzelnen Güterarten als gewogene Durchschnitte errechnet werden. Die Geschäftsgewichte werden für jede Güterart ermittelt und bleiben – ebenso wie die Gütergewichte – bis zur nächsten Umbasierung konstant.

Mit dem Übergang auf die neue Methode zeichnet der Index die konsumrelevanten Preisänderungen wesentlich genauer nach. Der Einfluss auf den Index ist hierbei um so größer, je deutlicher sich die Preisentwicklungen geschäftstypenspezifisch unterscheiden. Gemeinsam mit der Anpassung der Warenkorbgewichte werden konsequenterweise auch die Geschäftstypengewichte entsprechend den Änderungen in ihrer

i Beispiel für eine fiktive Warenart xy

| Warenhaus/ Kaufhaus | SB- Warenhaus/ Verbraucher markt | Supermarkt | Fachmarkt/ Discounter | Fach- geschäft | Restlicher Einzel- handel | Dienstlei- stungs- betrieb | Versand- handel |
|------------------------|---|------------|--------------------------|-------------------|---------------------------------|----------------------------------|--------------------|
| 10 % | - | - | 35 % | 25 % | - | - | 30 % |

Umsatzrelevanz für einzelne Güterarten alle fünf Jahre angepasst.

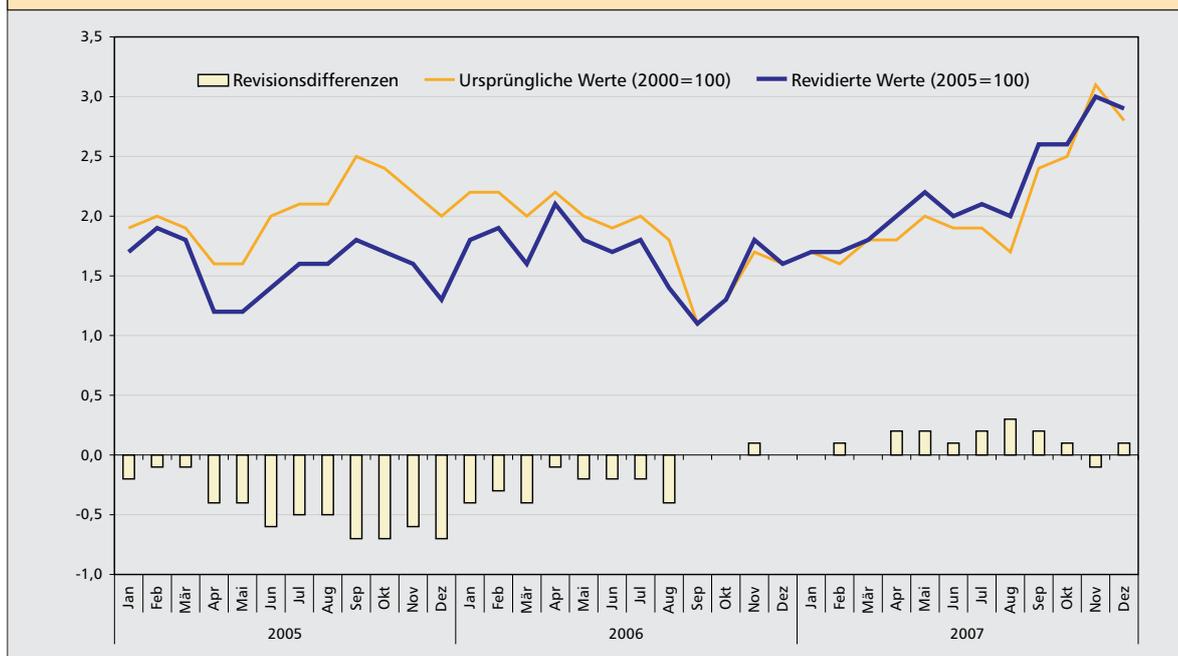
Ebenfalls zu einer genaueren Messung trägt eine weitere Neuerung bei, die den Zeitpunkt der Preiserhebung betrifft. Wurden in der Vergangenheit die Preise in der Regel zur Monatsmitte erhoben, so hat man den Erhebungszeitraum nun deutlich ausgeweitet. Insbesondere bei volatilen, d.h. starken Preisschwankungen unterliegenden Gütern wurden die Erhebungszeiträume entsprechend einer neuen EU-Verordnung vergrößert, um die Repräsentativität für den gesamten Kalendermonat zu verbessern. Die Erhebungszeitspanne umfasst seit der Reform mindestens eine Woche um die Monatsmitte herum, bei volatilen Gütern wie Obst und Gemüse, Kraftstoffen und Heizöl ist der Zeitraum doppelt so groß. Um Saisonschlussverkäufe in die Erfassung einbeziehen zu

können, wird Bekleidung zusätzlich gleich zum Monatsbeginn erfasst. Einfluss auf die Preismessung hat die geänderte Erhebungspraxis insbesondere bei Gütern mit starken saisonalen Preisschwankungen. Allen voran sind hier Flug- und Pauschalreisen sowie Ferienwohnungen zu nennen. Als weitere methodische Neuerung im Zuge der Umbasierung ist die getrennte Berechnung der Preisentwicklung im Gesundheitswesen für gesetzlich und privat Versicherte zu nennen.

Alte Preisreihen werden revidiert

Bei einer Umbasierung des Verbraucherpreisindexes wird grundsätzlich rückwirkend bis zum Beginn des neuen Basisjahres eine Revision der Altdaten vorgenommen. Das heißt, dass alle bisher für die Jahre 2005 bis 2007 berech-

S 2 Revisionsdifferenzen bei der Messung der jährlichen Inflationsrate im Saarland



neten und veröffentlichten Monatswerte durch die revidierten Werte ersetzt werden. Damit wird erreicht, dass für den gesamten Zeitraum seit Beginn des Basisjahres Daten auf neuer Basis vorliegen, deren Aussagewert nicht von den methodischen Änderungen eingeengt wird. In der Konsequenz bedeutet dies, dass die ursprünglichen Preissteigerungsraten für diese Jahre von den revidierten Werten abweichen. Diese Revisionsdifferenzen sind einerseits darauf zurückzuführen, dass den alten erhobenen Preisen nun die neuen Ausgaben Gewichte zugeordnet werden. Darüber hinaus hat auch die neue Methode der Geschäftstypengewichtung, die ebenso auf die im Revisionszeitraum erhobenen Preise angewandt wurde, Einfluss auf die Ergebnisse.

In der Grafik 2 sind die jährlichen Teuerungsraten auf alter und neuer Basis für die Jahre 2005 bis 2007 dargestellt.

Die Grafik zeigt zunächst, dass sich die jährlichen Veränderungsraten tendenziell gleich entwickeln. Für den Zeitraum von Januar 2005 bis einschließlich August 2006 führt die Revision zu geringeren Jahresteuerungsraten. Die Abweichungen sind vor allem in der zweiten Jahreshälfte 2005 mit bis zu 0,7 Prozentpunkten auffallend stark und verlaufen bis August 2006 im negativen Bereich. Die revidierten Werte stützen

zumindest bis hierhin die Annahme eines Substitutions-(Laspeyres-)Effektes. Überlagert wird dieses Messergebnis allerdings auch von den anderen methodischen Änderungen, vor allem der Einführung der Geschäftstypengewichtung. Dieser Einfluss scheint im Jahr 2007 zu überwiegen, wo die revidierten Werte tendenziell über den Ursprungswerten liegen. Nach einer Auswertung des Statistischen Bundesamtes konnte anhand einer Auswertung der Bundesergebnisse auch festgestellt werden, dass die Einführung der Geschäftstypengewichtung von allen methodischen Maßnahmen den größten Einfluss auf die revidierten Werte hatte. Als in der Summe vernachlässigbar erwiesen sich die Auswirkungen der neuen Verbrauchsstrukturen auf den Index⁴.

Ein Rückblick: Die Preisentwicklung im Saarland seit Januar 2005

Die Preisentwicklung seit Beginn des neuen Basisjahres ist ganz entscheidend durch die Preisentwicklung im Energiesektor geprägt.

In der Zeit von Januar 2005 bis Juni 2008 ist das Verbraucherpreisniveau um insgesamt 8,2 Prozent gestiegen⁵. Gütern mit überdurchschnittlichem Preisanstieg stehen andere Waren und

⁴ Günther Elbel, Ute Egnor: Verbraucherpreisstatistik auf neuer Basis 2005, in Wirtschaft und Statistik Heft 4 2008, S 347.

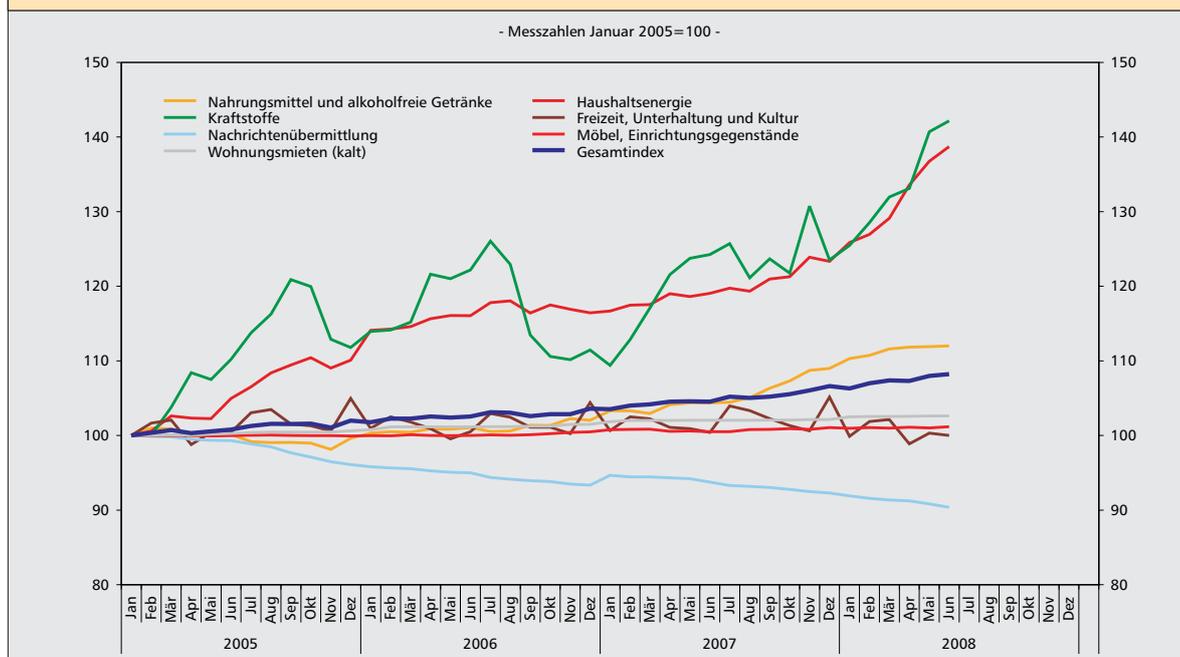
⁵ Während der Verbraucherpreisindex die aktuelle Entwicklung gegenüber dem auf 100 normierten 12-Monatsdurchschnitt des Basisjahres misst, liegen den nachfolgenden Betrachtungen Messzahlen zugrunde, deren Basis der Monat Januar 2005 bildet.

Dienstleistungen gegenüber, bei denen die Preisentwicklung moderat verlaufen ist oder gar rückläufig war. Entsprechend ihren Warenkorbgewichten nehmen sie mehr oder weniger Einfluss auf den Gesamtindex. Einen dramatischen Verlauf haben im betrachteten Zeitraum die Energiepreise genommen. Ab der zweiten Jahreshälfte 2007 zeigt die Entwicklung einem fast schon exponentiellen Trend folgend steil nach oben. Während der Anstieg der Kraftstoffpreise von heftigen Ausschlägen gekennzeichnet ist, verläuft die Entwicklung bei der Haushaltsenergie kontinuierlicher, was auf den verstetigenden Einfluss der Preisentwicklung bei Strom, Gas und Fernwärme zurückzuführen ist. Im Juni 2008 kosteten Kraftstoffe 42,2 Prozent mehr als im Januar 2005. Bei der Haushaltsenergie war in der gleichen Zeit eine Preissteigerung von durchschnitt-

lich 38,7 Prozent festzustellen. Für einige Konsumenten kam es allerdings noch schlimmer. Während Benzin um 40,6 Prozent teurer wurde, mussten Diesel-Fahrer einen Anstieg um 49,2 Prozent verkraften. Auch bei der Haushaltsenergie gab es Unterschiede: Während Strom um 18,3 Prozent teurer wurde, verteuerten sich Gas um 35,6 Prozent und die Umlage für Zentralheizung und Fernwärme um 38,7 Prozent. Besonders schlimm traf es die Verbraucher mit Ölheizungen. Leichtes Heizöl kostete zuletzt im Juni 2008 rund 115 Prozent mehr als im Januar 2005.

Wie mittlerweile auch auf anderen Märkten spiegelt diese Preisentwicklung längst nicht mehr nur die realen Knappheitsverhältnisse wider, sondern zeigt sich zunehmend spekulativ bestimmt.

S 3 Verbraucherpreisentwicklung im Saarland nach ausgewählten Gütergruppen



Da die Substitutionsmöglichkeiten bei der Energie für private Haushalte zumindest auf kurze bis mittlere Sicht relativ begrenzt sind, zehren die gestiegenen Preise zunehmend an den Budgets und führen zu Einschränkungen in anderen Lebensbereichen oder bei der Vorsorge für Alter und Krankheit. Für einen Privathaushalt mit einem jährlichen Heizölverbrauch von 2 500 Litern bedeutet der Ölpreisanstieg der letzten dreieinhalb Jahre allein eine monatliche Mehrbelastung von rund 100 Euro! Betreibt der Haushalt einen PKW mit einem Kraftstoffverbrauch von 8 Litern auf 100 km und einer jährlichen Laufleistung von 20 000 km, kommt eine Mehrbelastung von etwa 60 Euro hinzu. Bei einem Dieselfahrzeug mit 6,5 Litern Durchschnittsverbrauch und einer jährlichen Laufleistung von 25 000 km muss ein Fahrer heute jeden Monat fast 70 Euro mehr aufwenden als Anfang 2005.

Aber auch von administrativer Seite nehmen die Belastungen zu. So stiegen die Preise im Bildungswesen um 49,1 Prozent. Ursache für diesen starken Anstieg ist die Einführung der Studiengebühren im vergangenen Jahr. Was angesichts eines Warenkorbgewichts von lediglich 0,7 Prozent einen relativ geringen Einfluss auf den Gesamtindex hat, wird hingegen für die betroffenen Haushalte zu einer deutlich spürbaren Zusatzbelastung. Familien, die die Studiengebühren eines Sohnes oder einer Tochter in Höhe von derzeit 1 000 Euro im Jahr bezahlen, fehlen infolge dieser Maßnahme weiter 83 Euro monatlich in der Haushaltskasse.

Darüber hinaus sind auch viele Nahrungsmittel teurer geworden. Im Durchschnitt betrug der Preisanstieg von Anfang 2005 bis Mitte 2006 11,9 Prozent. Heute sind Brot und Backwaren aus Brotteig 14,9 Prozent teurer als vor dreieinhalb Jahren. Nudeln und andere Teigwaren kosten im Schnitt 20,1 Prozent mehr und frisches Geflügelfleisch hat sich um fast ein Drittel (32,1 %) verteuert. Bei Vollmilch betrug das Plus 17,6 Prozent, bei Butter aktuell 11,5 Prozent und bei Käse und Quark 18,5 Prozent. Die Preise für Kartoffeln haben sich fast verdoppelt (+ 93,8 Prozent).

Bei anderen Waren und Dienstleistungen gab es aus Sicht der Verbraucher aber auch überaus erfreuliche Entwicklungen: Um insgesamt fast ein Zehntel preiswerter ist der Bereich der Nachrichtenübermittlung geworden. Während Post und Kurierdienste 1,4 Prozent billiger wurden konnten die Verbraucher sich bei Telefon- und Faxdienstleistungen über Preisrückgänge um 7,4 Prozent freuen. Telefon und Faxgeräte kosten heute sogar nur noch halb so viel wie im Januar 2005. Der gesamte Bereich der audiovisuellen, fotografischen und der Informationsverarbeitung dienenden Geräte hat einen Preisrutsch von 23,0 Prozent mitgemacht. Bei Informationsverarbeitungsgeräten, zu denen die PC's samt Zubehör zählen, gingen die Preise am deutlichsten um 43,0 Prozent zurück. Darüber hinaus wurden Haushaltsgeräte um 3,9 Prozent billiger. Und wer gerne liest, kann sich über einen Preisrückgang bei Büchern um durchschnittlich 4,9 Prozent freuen.

verbraucherpreisindex

| T | | Verbrauchpreisindex (2005 = 100) | | | | | | | |
|------------------------------|------------------|---|---|-----------------------|--|--|-----------------------|---------------|---|
| Jahr - Monat | Gesamt- index | Hauptgruppe | | | | | Gruppe | | Möbel, Hausrat und lfd. Instand- haltung |
| | | Nahrungs- mittel und alkoholfreie Getränke | Alkoholische Getränke, Tabakwaren | Bekleidung, Schuhe | Wohnung, Wasser, Strom, Gas und andere Brennstoffe | Wohnungs- mieten (ohne Nebenkosten) | Haushalts- energie | | |
| Wägungsanteil in Promille | 1 000 | 103,55 | 38,99 | 48,88 | 308,00 | 203,30 | 59,82 | 55,87 | |
| | | | | | | | | Jahres | |
| 2005 D | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | |
| 2006 D | 101,7 | 101,4 | 104,0 | 100,2 | 102,9 | 100,9 | 110,1 | 100,1 | |
| 2007 D | 103,9 | 105,6 | 108,0 | 104,1 | 104,4 | 101,8 | 113,5 | 100,8 | |
| | | | | | | | | Monats | |
| 2005 | | | | | | | | | |
| Januar | 99,0 | 100,3 | 99,1 | 100,0 | 98,7 | 99,7 | 94,7 | 100,0 | |
| Februar | 99,4 | 101,3 | 98,6 | 100,2 | 98,8 | 99,7 | 95,3 | 100,0 | |
| März | 99,7 | 101,2 | 98,6 | 101,6 | 99,3 | 99,8 | 97,2 | 100,0 | |
| April | 99,4 | 100,2 | 98,8 | 101,5 | 99,2 | 99,8 | 96,9 | 100,0 | |
| Mai | 99,6 | 100,5 | 98,7 | 100,5 | 99,3 | 99,9 | 96,9 | 100,0 | |
| Juni | 99,8 | 100,4 | 98,6 | 99,8 | 99,9 | 100,0 | 99,4 | 100,0 | |
| Juli | 100,3 | 99,5 | 98,7 | 97,8 | 100,3 | 100,1 | 100,9 | 100,0 | |
| August | 100,6 | 99,4 | 98,6 | 98,7 | 100,6 | 100,2 | 102,7 | 100,1 | |
| September | 100,5 | 99,4 | 102,1 | 100,4 | 100,8 | 100,2 | 103,7 | 100,0 | |
| Oktober | 100,6 | 99,3 | 102,7 | 100,7 | 101,0 | 100,2 | 104,6 | 100,0 | |
| November | 100,1 | 98,5 | 102,6 | 100,0 | 100,8 | 100,2 | 103,3 | 100,0 | |
| Dezember | 101,0 | 100,0 | 102,9 | 98,7 | 101,1 | 100,3 | 104,3 | 100,0 | |
| 2006 | | | | | | | | | |
| Januar | 100,8 | 100,6 | 102,8 | 97,3 | 102,1 | 100,5 | 108,1 | 100,0 | |
| Februar | 101,3 | 100,8 | 102,7 | 99,0 | 102,4 | 100,9 | 108,3 | 100,0 | |
| März | 101,3 | 100,8 | 102,9 | 100,3 | 102,5 | 100,9 | 108,6 | 100,1 | |
| April | 101,5 | 101,2 | 102,9 | 100,2 | 102,7 | 100,9 | 109,6 | 100,0 | |
| Mai | 101,4 | 101,2 | 102,9 | 99,6 | 102,8 | 100,9 | 110,0 | 100,0 | |
| Juni | 101,5 | 101,4 | 102,5 | 98,5 | 102,8 | 100,9 | 110,0 | 100,0 | |
| Juli | 102,1 | 100,9 | 102,7 | 97,1 | 103,2 | 100,9 | 111,6 | 100,1 | |
| August | 102,0 | 100,9 | 102,8 | 98,8 | 103,2 | 100,9 | 111,8 | 100,0 | |
| September | 101,6 | 101,7 | 103,0 | 102,1 | 102,9 | 101,0 | 110,3 | 100,1 | |
| Oktober | 101,9 | 101,7 | 107,4 | 103,6 | 103,2 | 101,0 | 111,3 | 100,3 | |
| November | 101,9 | 102,6 | 107,8 | 103,1 | 103,3 | 101,2 | 110,8 | 100,4 | |
| Dezember | 102,6 | 102,4 | 107,7 | 103,1 | 103,2 | 101,2 | 110,3 | 100,5 | |
| 2007 | | | | | | | | | |
| Januar | 102,5 | 103,7 | 107,9 | 101,8 | 103,6 | 101,6 | 110,5 | 100,8 | |
| Februar | 103,0 | 103,6 | 107,9 | 102,0 | 103,9 | 101,7 | 111,3 | 100,8 | |
| März | 103,1 | 103,3 | 107,9 | 104,2 | 103,9 | 101,7 | 111,4 | 100,9 | |
| April | 103,5 | 104,5 | 107,9 | 105,1 | 104,3 | 101,7 | 112,7 | 100,6 | |
| Mai | 103,6 | 104,7 | 108,1 | 104,6 | 104,2 | 101,8 | 112,4 | 100,6 | |
| Juni | 103,5 | 104,7 | 108,1 | 104,1 | 104,3 | 101,8 | 112,8 | 100,5 | |
| Juli | 104,2 | 104,8 | 108,1 | 102,8 | 104,5 | 101,8 | 113,4 | 100,5 | |
| August | 104,0 | 105,4 | 108,3 | 102,5 | 104,4 | 101,8 | 113,1 | 100,8 | |
| September | 104,2 | 106,7 | 108,0 | 105,1 | 104,7 | 101,8 | 114,6 | 100,8 | |
| Oktober | 104,5 | 107,7 | 107,7 | 105,8 | 104,8 | 101,8 | 114,9 | 100,9 | |
| November | 105,0 | 109,1 | 108,2 | 105,7 | 105,3 | 101,8 | 117,4 | 100,8 | |
| Dezember | 105,6 | 109,3 | 108,2 | 105,4 | 105,2 | 101,9 | 116,9 | 101,1 | |
| 2008 | | | | | | | | | |
| Januar | 105,3 | 110,7 | 108,5 | 103,8 | 106,2 | 102,2 | 119,2 | 101,0 | |
| Februar | 106,0 | 111,1 | 108,8 | 106,1 | 106,4 | 102,3 | 120,3 | 101,1 | |
| März | 106,3 | 112,0 | 108,8 | 106,2 | 106,8 | 102,3 | 122,3 | 101,0 | |
| April | 106,3 | 112,2 | 109,2 | 105,6 | 107,7 | 102,3 | 126,5 | 101,1 | |
| Mai | 106,9 | 112,3 | 109,2 | 104,9 | 108,5 | 102,3 | 129,6 | 101,0 | |
| Juni | 107,2 | 112,4 | 109,3 | 104,4 | 108,8 | 102,3 | 131,4 | 101,2 | |

für das Saarland nach Hauptgruppen

| Noch: Hauptgruppe | | | | | | | Veränderung zum Vormonat in % | Veränderung zum Vorjahr in % |
|-------------------|---------|-------------------------|-----------------------------------|---------------|--|-----------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| Gesundheitspflege | Verkehr | Nachrichtenübermittlung | Freizeit, Unterhaltung und Kultur | Bildungswesen | Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen | andere Waren und Dienstleistungen | | |
| 40,27 | 131,90 | 31,00 | 115,68 | 7,40 | 43,99 | 74,47 | | |
| ergebnisse | | | | | | | | |
| 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | x | 1,6 |
| 100,7 | 102,9 | 96,0 | 100,0 | 101,3 | 101,6 | 101,3 | x | 1,7 |
| 101,2 | 106,4 | 94,9 | 100,5 | 112,8 | 103,3 | 104,6 | x | 2,2 |
| ergebnisse | | | | | | | | |
| 99,7 | 97,1 | 101,5 | 98,5 | 99,7 | 98,7 | 100,0 | - 0,7 | 1,7 |
| 99,9 | 97,1 | 101,3 | 100,1 | 99,7 | 99,4 | 99,9 | 0,4 | 1,9 |
| 99,9 | 98,1 | 101,3 | 100,5 | 100,1 | 99,0 | 100,0 | 0,3 | 1,8 |
| 100,0 | 99,2 | 101,0 | 97,3 | 100,1 | 98,1 | 100,1 | - 0,3 | 1,2 |
| 100,0 | 99,1 | 100,8 | 98,9 | 100,1 | 99,4 | 100,2 | 0,2 | 1,2 |
| 100,0 | 99,8 | 100,8 | 98,9 | 100,1 | 99,6 | 100,3 | 0,2 | 1,4 |
| 100,0 | 100,9 | 100,3 | 101,5 | 100,1 | 102,7 | 100,2 | 0,5 | 1,6 |
| 100,1 | 101,5 | 99,9 | 101,9 | 100,1 | 102,6 | 100,1 | 0,3 | 1,6 |
| 100,1 | 102,6 | 99,1 | 100,0 | 100,1 | 99,2 | 99,6 | - 0,1 | 1,8 |
| 100,1 | 102,7 | 98,5 | 99,8 | 100,1 | 98,7 | 99,7 | 0,1 | 1,7 |
| 100,1 | 101,0 | 97,9 | 99,1 | 100,1 | 98,5 | 100,0 | - 0,5 | 1,6 |
| 100,2 | 101,0 | 97,5 | 103,4 | 100,1 | 104,1 | 99,9 | 0,9 | 1,3 |
| 100,5 | 101,5 | 97,2 | 99,4 | 101,0 | 99,7 | 100,5 | - 0,2 | 1,8 |
| 100,5 | 101,6 | 97,1 | 101,0 | 101,0 | 101,7 | 100,7 | 0,5 | 1,9 |
| 100,8 | 101,9 | 96,9 | 100,3 | 101,0 | 100,2 | 100,7 | 0,0 | 1,6 |
| 100,7 | 104,0 | 96,7 | 99,4 | 101,0 | 100,4 | 100,7 | 0,2 | 2,1 |
| 100,8 | 103,9 | 96,5 | 98,1 | 101,0 | 100,8 | 100,9 | - 0,1 | 1,8 |
| 100,7 | 104,5 | 96,4 | 99,0 | 101,0 | 101,4 | 100,9 | 0,1 | 1,7 |
| 100,7 | 105,5 | 95,8 | 101,4 | 101,0 | 104,4 | 101,4 | 0,6 | 1,8 |
| 100,7 | 104,7 | 95,5 | 100,9 | 101,0 | 104,2 | 101,4 | - 0,1 | 1,4 |
| 100,7 | 102,4 | 95,3 | 99,6 | 101,8 | 100,7 | 101,4 | - 0,4 | 1,1 |
| 100,9 | 101,7 | 95,2 | 99,6 | 101,8 | 100,4 | 101,7 | 0,3 | 1,3 |
| 100,9 | 101,5 | 94,9 | 98,7 | 101,8 | 100,0 | 102,3 | 0,0 | 1,8 |
| 100,9 | 101,9 | 94,7 | 102,8 | 101,8 | 105,5 | 102,4 | 0,7 | 1,6 |
| 101,3 | 102,7 | 96,1 | 99,1 | 102,7 | 101,5 | 104,0 | - 0,1 | 1,7 |
| 101,3 | 103,7 | 95,8 | 101,0 | 102,7 | 102,6 | 104,0 | 0,5 | 1,7 |
| 101,5 | 104,7 | 95,8 | 100,7 | 102,7 | 101,4 | 104,2 | 0,1 | 1,8 |
| 101,6 | 106,3 | 95,7 | 99,6 | 102,7 | 101,7 | 104,6 | 0,4 | 2,0 |
| 100,8 | 106,7 | 95,6 | 99,4 | 102,7 | 102,6 | 104,6 | 0,1 | 2,2 |
| 100,9 | 107,0 | 95,1 | 98,9 | 102,7 | 102,8 | 104,4 | - 0,1 | 2,0 |
| 101,1 | 107,8 | 94,7 | 102,4 | 102,7 | 106,2 | 104,5 | 0,7 | 2,1 |
| 101,2 | 106,7 | 94,5 | 101,8 | 102,7 | 105,9 | 104,8 | - 0,2 | 2,0 |
| 101,2 | 107,3 | 94,4 | 100,7 | 102,7 | 102,7 | 104,9 | 0,2 | 2,6 |
| 101,2 | 107,2 | 94,1 | 99,8 | 143,0 | 102,6 | 105,0 | 0,3 | 2,6 |
| 101,2 | 109,3 | 93,8 | 99,1 | 143,0 | 102,0 | 105,3 | 0,5 | 3,0 |
| 101,3 | 107,9 | 93,7 | 103,6 | 143,0 | 107,8 | 105,4 | 0,6 | 2,9 |
| 101,7 | 108,4 | 93,3 | 98,4 | 143,8 | 102,9 | 106,3 | - 0,3 | 2,7 |
| 101,5 | 109,2 | 92,9 | 100,3 | 148,7 | 104,2 | 106,6 | 0,7 | 2,9 |
| 101,3 | 110,2 | 92,7 | 100,6 | 148,7 | 104,2 | 106,7 | 0,3 | 3,1 |
| 101,7 | 110,8 | 92,6 | 97,4 | 148,7 | 102,9 | 106,7 | 0,0 | 2,7 |
| 101,7 | 112,6 | 92,2 | 98,8 | 148,7 | 103,9 | 106,9 | 0,6 | 3,2 |
| 102,2 | 113,2 | 91,7 | 98,5 | 148,7 | 105,6 | 107,1 | 0,3 | 3,6 |

Moderat gestiegen sind die Wohnungsmieten: Die mit einem Gewicht von rund 20 Prozent im Warenkorb berücksichtigten Wohnungsmieten (ohne Nebenkosten) haben sich im Durchschnitt

lediglich um 2,6 Prozent verteuert. Möbel und Einrichtungsgegenstände kosteten mit einem Plus von 0,7 Prozent kaum mehr als Anfang 2005.

Weitere Auskünfte erteilt:

Wolfgang Backes

Sachgebiet:

Preise, Löhne, Wirtschaftsrechnungen

Tel.: (0681) 501-5929

Fax: (0681) 501-5991

E-Mail:

preise.statistik@lzd.saarland.de