

Die Wirtschaft in Rheinland-Pfalz 2020

Verbraucherpreisindex im Jahresdurchschnitt bei +0,6 Prozent



Von Diane Dammers

Dieser Aufsatz zur Entwicklung der Verbraucherpreise bildet den Auftakt zu einer Reihe von Beiträgen, die über die Wirtschaft in Rheinland-Pfalz im Corona-Jahr 2020 berichten. Das Preisniveau erhöhte sich 2020 nur leicht.

Im Jahresdurchschnitt war der Verbraucherpreisindex für Rheinland-Pfalz, der als Indikator für die gesamtwirtschaftliche Preisentwicklung verwendet wird, um 0,6 Prozent höher als 2019. Lag die Teuerungsrate am Anfang des Jahres noch knapp unter der für die Geldpolitik bedeutsamen Zwei-Prozent-Marke, ließ der Preisdruck im Jahresverlauf deutlich nach. Begünstigt durch die temporäre Senkung der Mehrwertsteuer waren die Verbraucherpreise in der zweiten Jahreshälfte sogar etwas niedriger als in den jeweiligen Vorjahresmonaten.

Teuerung lässt im Jahresverlauf deutlich nach

Verbraucherpreise in Rheinland-Pfalz: +0,6 Prozent

Der rheinland-pfälzische Verbraucherpreisindex lag 2020 im Jahresdurchschnitt um 0,6 Prozent über dem Niveau des Vorjahres (Deutschland: +0,5 Prozent). Damit war die Teuerung deutlich schwächer als im langjährigen Durchschnitt – seit Einführung des Euro-Bargeldes am 1. Januar 2002 erhöhten sich die Verbraucherpreise jährlich im Schnitt um 1,3 Prozent. Gleichzeitig blieb die Teuerungsrate zum achten Mal in Folge unter der für die Geldpolitik wichtigen Zwei-Prozent-Marke. Im Vorjahr waren die Preise um 1,3 Prozent gestiegen; eine niedrigere Inflationsrate als 2020 wurde zuletzt 2016 registriert.

Zu Beginn des Jahres gab es noch moderate Preissteigerungen: Im Januar 2020 war das

Preisniveau 1,7 Prozent höher als ein Jahr zuvor, und im Februar erreichte die Inflationsrate mit +1,8 Prozent ihren höchsten Stand im Jahresverlauf. In den Folgemonaten ließ die Teuerung deutlich nach. Im Mai lagen die Preise nur noch um 0,6 Prozent über dem Niveau des Vorjahresmonats. Nach +1 Prozent im Juni wurde die Teuerungsrate im Juli das erste Mal negativ (–0,1 Prozent). Auch in den Monaten August, September, November und Dezember war das Preisniveau etwas niedriger als in den jeweiligen Vorjahresmonaten. Der markante Rückgang der Teuerungsrate in der Jahresmitte hängt mit der temporären Absenkung der Mehrwertsteuersätze ab dem 1. Juli 2020 zusammen (siehe Textkasten „Mehrwertsteuersenkung“). Genau beziffern lässt sich der Effekt der Mehrwertsteuersenkung jedoch nicht, da zugleich zahlreiche andere Faktoren die Preisentwicklung beeinflussten.

Höchste Teuerungsrate im Februar



Energiepreise
dämpfen
Teuerung

Unter anderem hatte die Entwicklung der Energiepreise merkbare Auswirkungen auf den Verbraucherpreisindex. Von März bis Mai gingen die Energiepreise deutlich zurück und wirkten dämpfend auf die Teuerung. Im Mai kostete Energie 8,6 Prozent weniger als

im Vorjahresmonat, da vor allem Mineralölprodukte wesentlich günstiger waren als ein Jahr zuvor (–25 Prozent). Darin schlägt sich zeitlich versetzt der Preisverfall bei Rohöl nieder, der Anfang 2020 einsetzte. Außerdem kommt beim Vergleich mit dem Monat

Preise für
Mineralöl-
produkte
sinken stark

G1 Verbraucherpreise 2020



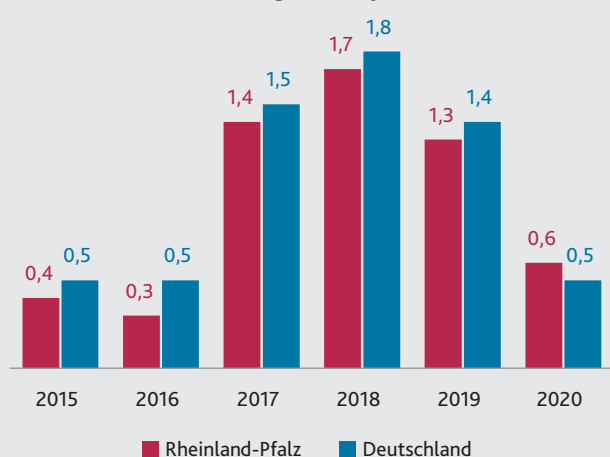
Verbraucherpreise: +0,6%

Nahrungsmittel: +2,7%

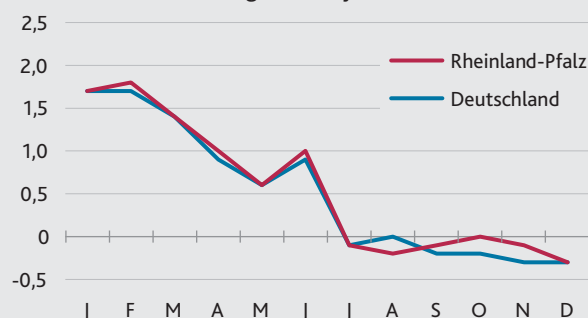
Energie: –4,3%

Gesamtindex ohne Nahrungsmittel und Energie: +0,9%

Veränderung zum Vorjahr in %



Veränderung zum Vorjahresmonat in %



Ausgewählte Preisentwicklungen 2020:



Fleisch und Fleischwaren: +6,6%



Speisefette und -öle: –3,4%



Kraftfahrer-Preisindex: –2,1%

Mehrwertsteuersenkung hat Auswirkungen auf die Entwicklung der Verbraucherpreise

Im Rahmen des vom Bundeskabinett am 12. Juni 2020 beschlossenen Konjunkturpakets wurde vom 1. Juli bis 31. Dezember 2020 der reguläre Mehrwertsteuersatz von 19 auf 16 Prozent sowie der ermäßigte Steuersatz von sieben auf fünf Prozent gesenkt. Die Unternehmen waren nicht verpflichtet, die Steuersenkung über einen entsprechenden Preisnachlass an die Verbraucherinnen und Verbraucher weiterzugeben. Nach einer Modellrechnung des Statistischen Bundesamtes wären die Verbraucherpreise unter der Annahme, dass die Unternehmen die Mehrwertsteuersenkung vollständig weitergeben, durch die Steuersenkung 1,6 Prozent niedriger gewesen als ohne Steuersenkung. Die tatsächlichen Auswirkungen auf die Verbraucherpreise lassen sich jedoch nicht genau abschätzen, da davon auszugehen ist, dass die Steuersenkung nicht immer an die Kundinnen und Kunden weitergegeben wurde und die Preisentwicklung gleichzeitig auch von vielen anderen Faktoren beeinflusst wird.

Mai 2019 ein statistischer Basiseffekt zum Tragen, da die Energiepreise im Jahresverlauf 2019 im Mai ihren höchsten Stand erreichten. Im Jahresdurchschnitt mussten die Verbraucherinnen und Verbraucher für Energie 4,3 Prozent weniger bezahlen als im Vorjahr; Mineralölprodukte waren 13 Prozent billiger.

Nahrungsmittelpreise steigen im Frühjahr 2020 kräftig

Während die Corona-Pandemie durch den starken Einbruch der Wirtschaftsleistung und die verringerte Mobilität der Menschen tendenziell dämpfend auf die Energiepreise gewirkt haben dürfte, sind die Nahrungsmittelpreise vor allem während des ersten Lockdowns im Frühjahr kräftig gestiegen. Waren Nahrungsmittel im Januar noch um 1,5 Prozent teurer als ein Jahr zuvor, lagen die Preise im März um 3,3 Prozent und im April um 6,3 Prozent über dem Niveau des jeweiligen Vorjahresmonats. Bei der Interpretation ist allerdings zu beachten, dass die Preiserhebung im Lockdown nur eingeschränkt möglich war und die Zahlen daher weniger belastbar sind als üblich (siehe Textkasten „Preiserhebung in der Corona-Krise“). Allerdings waren die Nahrungsmittelpreise auch nach dem Ende des ersten Lockdowns im Juni deutlich höher als ein Jahr zuvor (+4,6 Prozent). Dabei könnte die Pandemie sowohl angebots- als auch nachfrageseitig Einfluss auf die Preisentwicklung genommen haben, z. B. durch Lieferengpässe infolge von Produktionsunterbrechungen oder ein geändertes Konsumverhalten. Die Preissteigerungen bei Gemüse im Frühjahr könnten unter anderem mit Verzögerungen bei der Ernte in den südeuropäischen Ländern zusammenhängen, die besonders stark von der Pandemie betroffen waren. Außerdem trugen die „Hamsterkäufe“ vor und während des ersten Lockdowns sowie die geringere Nutzung gastronomischer Angebote zu einem Anstieg der Nachfrage im Einzelhandel mit Lebensmitteln bei und könnten damit tendenziell preistrei-

bend gewirkt haben. Im zweiten Halbjahr ließ der Preisdruck bei Nahrungsmitteln begünstigt durch die Mehrwertsteuersenkung nach; im Juli lagen die Preise um 1,9 Prozent über dem Niveau des Vorjahresmonats. Im Jahresdurchschnitt mussten Verbraucherinnen und Verbraucher für Nahrungsmittel 2,7 Prozent mehr bezahlen als 2019.

Preiserhebung in der Corona-Krise eingeschränkt – neue Herausforderungen in der Erhebungspraxis

Die Corona-Pandemie stellte die Verbraucherpreisstatistik vor neue Herausforderungen. Üblicherweise werden viele Einzelpreise, die in den Verbraucherpreisindex einfließen, vor Ort in den Geschäften erhoben. Während die Preisermittlung im März noch ohne größere Einschränkungen erfolgte, war das Erhebungsgeschäft besonders im April und Mai sowie im November und Dezember durch eingeschränkten Zugang zu Ladenlokalen, Angebotseinschränkungen oder Geschäftsschließungen stark beeinträchtigt.

Zwar gelang es zum Teil, die Lücken in den Preisreihen durch den kurzfristigen Umstieg auf alternative Erhebungsmethoden (z. B. Internetrecherchen, Web Scraping, Auswertung von Scannerdaten) zu schließen, vielfach musste die Preisentwicklung jedoch mittels unterschiedlicher Imputationsverfahren geschätzt werden, wodurch die Aussagefähigkeit der Daten in einigen Teilbereichen des Verbraucherpreisindex in diesen Monaten eingeschränkt ist.¹

¹ Für detailliertere Informationen siehe Mai, C.-M./Kretschmar, M.: Inflationsmessung in Zeiten der Corona-Pandemie. In: Wirtschaft und Statistik 4/2020, S. 107-121.



Kerninflationsrate im Jahresdurchschnitt bei +0,9 Prozent

Die Preise für Nahrungsmittel und Energie schwanken stark. Um längerfristige Trends bei der Preisentwicklung zu erkennen, wird daher die Veränderung des „Gesamtindex ohne Nahrungsmittel und Energie“ betrachtet, die auch als Kerninflation bezeichnet wird. Im Jahresdurchschnitt lag die Kerninflationsrate bei +0,9 Prozent (Deutschland: ebenfalls +0,9 Prozent). Sie war damit deutlich niedriger als zuletzt (2019: +1,6 Prozent). Ihren höchsten Stand im Jahresverlauf erreichte die Rate mit +1,6 Prozent im Februar 2020 und ging danach allmählich bis Juni auf +1,3 Prozent zurück. Mit der temporären Senkung der Mehrwertsteuer verringerte sich auch die Kerninflationsrate im Juli deutlich auf nur noch +0,5 Prozent. Bis zum Jahresende schwankte sie zwischen +0,2 und +0,6 Prozent.

Preise für Nahrungs- und Genussmittel ziehen kräftig an

In neun der zwölf Abteilungen des Verbraucherpreisindex stieg 2020 das Preisniveau.

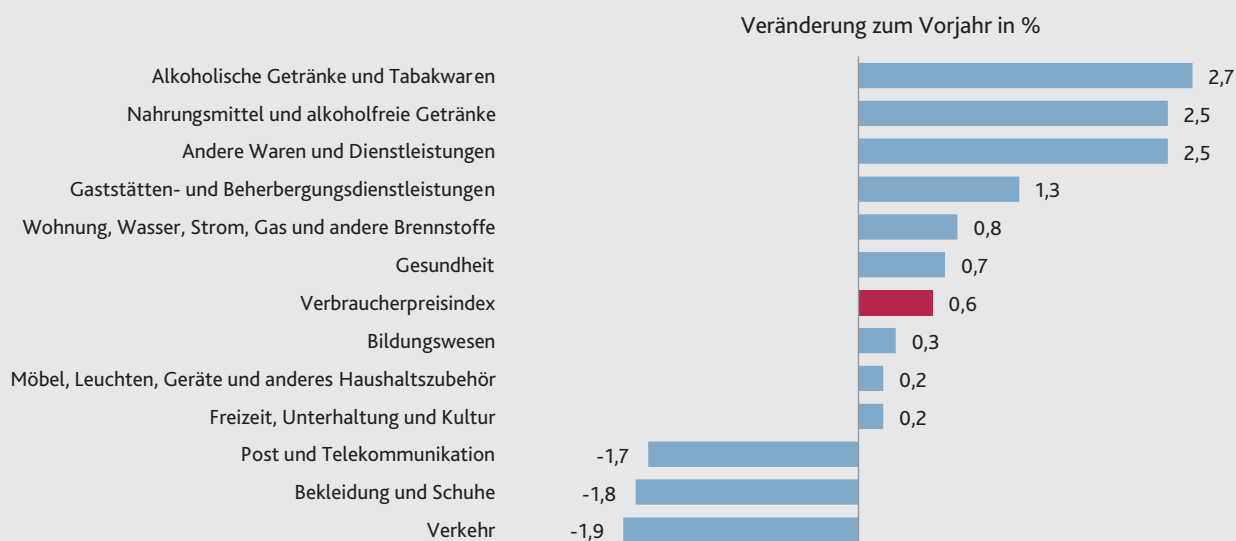
Überdurchschnittlich verteuerte sich der Konsum von Nahrungs- und Genussmitteln. In der Abteilung „Alkoholische Getränke und Tabakwaren“ war die Teuerung mit +2,7 Prozent am stärksten, was ausschließlich auf Preissteigerungen bei Tabakwaren zurückzuführen ist. Im Jahresdurchschnitt wurden Zigaretten, Zigarren und Zigarillos sowie Tabak um 4,9 Prozent teurer. Auch im zweiten Halbjahr ließ der Preisdruck nicht nach, da diese Produkte von der temporären Mehrwertsteuersenkung ausgenommen waren. Die Preise für Spirituosen blieben im Jahresdurchschnitt unverändert, und für Bier und Wein mussten die Verbraucherinnen und Verbraucher etwas weniger bezahlen als 2019.

Alkoholische Getränke und Tabakwaren: +2,7 Prozent

In der Abteilung „Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke“ stiegen die Preise um 2,5 Prozent. Besonders stark verteuerten sich Fleisch und Fleischwaren (+6,6 Prozent). Vor allem die Preise für Schweinefleisch erhöhten sich spürbar (+8,9 Prozent). Hier setzte sich ein Trend fort, der sich schon

Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke: +2,5 Prozent

G2 Verbraucherpreise 2020 nach Waren- und Dienstleistungsgruppen



Hohe Preissteigerungen bei Fleisch und Fleischwaren sowie Obst

2019 und somit vor der Corona-Pandemie abzeichnete. Ein Auslöser könnte die massiv gestiegene Nachfrage aus China gewesen sein, die bis zum Ausbruch der Afrikanischen Schweinepest in Deutschland im September 2020 anhielt. Danach verbot China den Import von Schweinefleisch aus Deutschland. Für Obst mussten die Verbraucherinnen und Verbraucher ebenfalls wesentlich tiefer in die Tasche greifen als im Jahr zuvor (+6,4 Prozent). Dabei fielen insbesondere die starken Preissteigerungen bei Äpfeln ins Gewicht (+14 Prozent), die mit einer durch Frühjahrsfrost geringeren Apfelernte zusammenhängen könnten. Speisefette und -öle wurden hingegen günstiger angeboten als 2019 (-3,4 Prozent), z. B. sanken die Butterpreise um 6,1 Prozent.

Andere Waren und Dienstleistungen: +2,5 Prozent

Die Preise für „Andere Waren und Dienstleistungen“ stiegen im Jahresdurchschnitt um 2,5 Prozent. Zu diesem sehr heterogenen Bereich zählen unter anderem Körperpflege, Dienstleistungen sozialer Einrichtungen sowie Finanz- und Versicherungsdienstleistungen. Vor allem kräftige Preissteigerungen bei Dienstleistungen sozialer Einrichtungen schlugen hier zu Buche, aber auch die Preise für „Friseurleistungen und andere Dienstleistungen für Körperpflege“ zogen merklich an. Dazu könnten unter anderem die Erhöhung des gesetzlichen Mindestlohns ab Januar 2020 und der Aufwand für Hygienemaßnahmen zur Vermeidung von Corona-Infektionen beigetragen haben.

Auswirkung der Preisentwicklung hängt auch von der Verbrauchsbedeutung ab

Wie sich die Preisentwicklung in einer Abteilung des Verbraucherpreisindex auf den Gesamtindex auswirkt, hängt neben der prozentualen Preisveränderung auch von ihrer Bedeutung für den Verbrauch ab. Aufgrund der höheren Verbrauchsbedeutung ist der Anteil der Abteilung „Nahrungsmittel und

alkoholfreie Getränke“ an der Gesamtteuerung mit +0,24 Prozentpunkten wesentlich größer als der Beitrag der Abteilung „Alkoholische Getränke und Tabakwaren“ (+0,1 Prozentpunkte). Die Abteilung „Andere Waren und Dienstleistungen“ trug 0,19 Prozentpunkte zum Anstieg des Verbraucherpreisindex bei.

Am höchsten ist die Verbrauchsbedeutung der Abteilung „Wohnung, Wasser, Strom, Gas und andere Brennstoffe“. Die Waren und Dienstleistungen rund ums Wohnen haben einen Anteil von fast einem Drittel am Warenkorb, der dem Verbraucherpreisindex zugrunde liegt. Daher hat die Abteilung mit +0,26 Prozentpunkten den größten Einfluss auf die Gesamtteuerung, obwohl die Preise in diesem Bereich nur um 0,8 Prozent stiegen. Die Wohnungsmiete wurde um 1,4 Prozent und die Instandhaltung und Reparatur der Wohnung um 1,6 Prozent teurer. Für Haushaltsenergie mussten die Verbraucherinnen und Verbraucher hingegen 1,1 Prozent weniger bezahlen als im Vorjahr. Dieser Rückgang ist überwiegend auf die stark gesunkenen Preise für Heizöl (einschließlich Umlage) zurückzuführen (-21 Prozent). Feste Brennstoffe und Fernwärme wurden ebenfalls billiger (-3,7 bzw. -1,4 Prozent). Strom verteuerte sich hingegen merklich (+5,5 Prozent), wozu der Anstieg der Umlage für Strom aus erneuerbaren Energieträgern („EEG-Umlage“) am Jahresanfang beitrug. Die Gaspreise (einschließlich Umlage) legten um 1,8 Prozent zu.

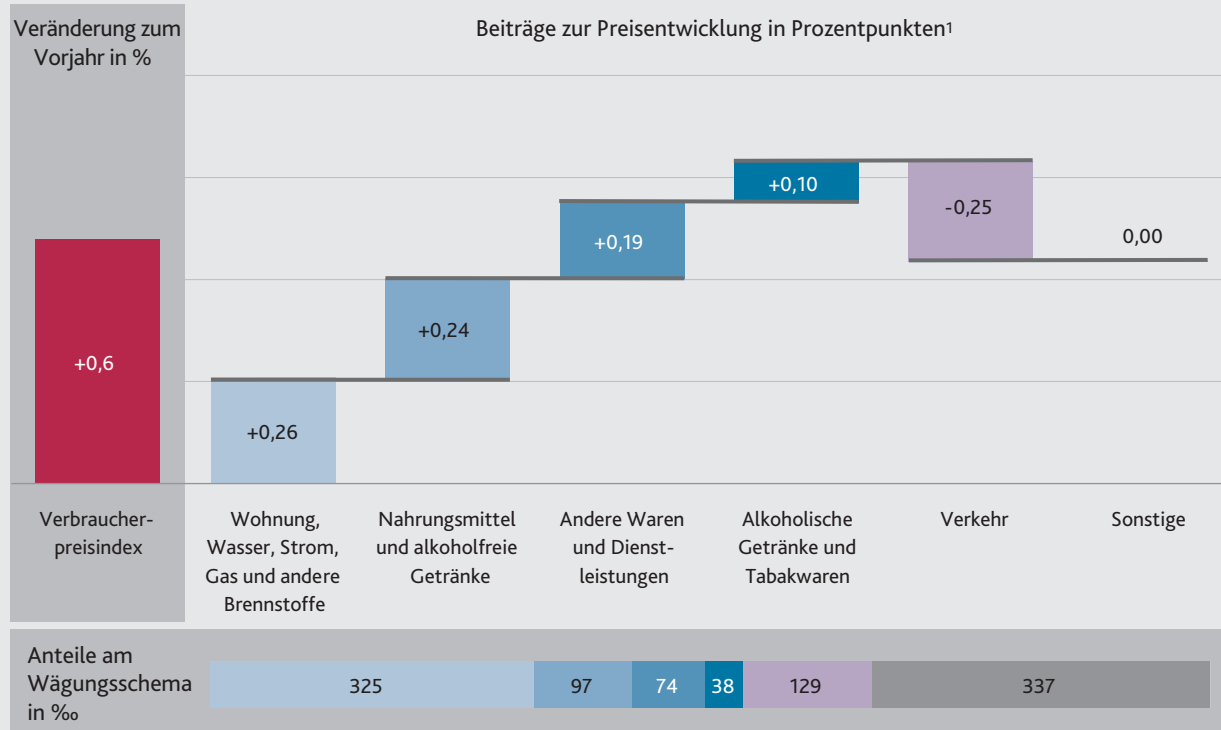
Waren und Dienstleistungen rund ums Wohnen: +0,8 Prozent

In drei der zwölf Abteilungen des Verbraucherpreisindex sank das Preisniveau. Im Bereich „Verkehr“ waren die Preise um 1,9 Prozent niedriger als 2019. Damit wirkte die Preisentwicklung bei Waren und Dienstleistungen rund um die Mobilität dämpfend auf die Teuerung; ihr Inflationsbeitrag belief

Waren und Dienstleistungen rund um die Mobilität: -1,9 Prozent



G3 Beiträge ausgewählter Abteilungen des Verbraucherpreisindex zur Preisentwicklung 2020



¹ Die Summe der Beiträge der Abteilungen zur Preisentwicklung weicht durch Rundung von der Gesamtentwicklung des Index ab.

sich auf –0,25 Prozentpunkte. Ein wesentlicher Grund dafür ist der kräftige Rückgang der Kraftstoffpreise, die im Jahresdurchschnitt um zehn Prozent nachgaben. Der Kraftfahrer-Preisindex, der die Preisentwicklung bei Kraftfahrzeugen sowie den für ihren Betrieb notwendigen Waren und Dienstleistungen zusammenfasst, sank um 2,1 Prozent. Darüber hinaus wurde die Personenbeförderung im Schienenverkehr deutlich günstiger (–12 Prozent). Dieser außergewöhnlich starke Rückgang ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass für Bahnfahrten im Fernverkehr seit Jahresanfang nicht mehr der reguläre, sondern der ermäßigte Mehrwertsteuersatz gilt. Nahverkehrs- und Verbundfahrkarten verteuerten sich hingegen.

Bekleidung und Schuhe wurden 2020 ebenfalls günstiger angeboten als im Vorjahr

(–1,8 Prozent). Waren die Preise nach einem Minus zum Jahresauftakt in den Monaten Februar und März noch etwas höher als 2019, lagen sie in den Folgemonaten bis zum Jahresende stets unter dem Niveau des jeweiligen Vorjahresmonats. Der Einzelhandel mit Bekleidung und Schuhen war stark von den Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie betroffen. Die Geschäftsschließungen im ersten Lockdown erschwerten den Absatz der Frühjahrskollektion und der zweite Lockdown am Ende des Jahres verkürzte das Weihnachtsgeschäft. Auch im Sommer kam das Geschäft nicht wieder richtig in Schwung, was die Zahlen der Monatserhebung im Einzelhandel belegen. Die um Preisveränderungen bereinigten Umsätze mit Bekleidung und Schuhen waren auch in den Sommermonaten stets niedri-

Bekleidung und Schuhe: –1,8 Prozent

ger als im Vorjahreszeitraum. Der Nachfragerückgang, der in der Umsatzentwicklung zum Ausdruck kommt, könnte eine Ursache für die Preissenkungen in dieser Abteilung sein. Die Abteilung „Bekleidung und Schuhe“ wirkte mit einem Inflationsbeitrag von –0,08 Prozentpunkten leicht dämpfend auf die Teuerung.

Post und Tele-
kommunikation:
–1,7 Prozent

Die Preise für Waren und Dienstleistungen aus der Abteilung „Post und Telekommunikation“ sanken in den vergangenen Jahren kontinuierlich. Bereits seit 2004 lagen sie stets unter dem Niveau des jeweiligen Vorjahres. Mit –1,7 Prozent war der Rückgang 2020 etwas stärker als in den Jahren zuvor, was mit der Mehrwertsteuersenkung zusammenhängen dürfte. Waren die Preise in der ersten Jahreshälfte zwischen 0,1 und 0,5 Prozent niedriger als im jeweiligen Vorjahresmonat, beliefen sich die Preisnach-

lässe in den Folgemonaten auf –2,6 bis –3,4 Prozent. Besonders stark sanken die Preise für Telefone und andere Geräte der Telekommunikation (–6,3 Prozent), aber auch Dienstleistungen für die Telekommunikation wurden im Jahresdurchschnitt günstiger angeboten (–1,7 Prozent). Brief- und Paketdienstleistungen verteuerten sich hingegen um 3,4 Prozent, was auf die Anhebung des Briefportos ab Juli 2019 zurückzuführen ist. Insgesamt ging von der Preisentwicklung in der Abteilung „Post und Telekommunikation“ ein leicht dämpfender Effekt auf die Teuerung aus, der sich auf –0,05 Prozentpunkte belief.

Starker Preis-
rückgang bei
Telefonen
und anderen
Geräten der
Telekommuni-
kation

Diane Dammers, Diplom-Volkswirtin, Diplom-Kauffrau, leitet das Referat „Analysen Wirtschaft“.

Die Wirtschaft in Rheinland-Pfalz 2020

Diese und weitere interessante Informationen zum rheinland-pfälzischen Wirtschaftsjahr 2020 finden Sie in der Statistischen Analyse „Die Wirtschaft in Rheinland-Pfalz 2020“. Hier werden in ausführlichen textlichen Analysen die ökonomischen Entwicklungen des abgelaufenen Jahres und ihre möglichen Ursachen dargestellt. Umfangreiche Tabellen und Grafiken ergänzen den Vergleich zum vorangegangenen Wirtschaftsjahr und stellen zusätzlich auch längerfristige Entwicklungen dar.

In dieser Ausgabe und in den folgenden Ausgaben des Statistischen Monatsheftes werden weitere Ergebnisse aus der Analyse vorgestellt.



Titelfoto: © littlewolf1989 – stock.adobe.com