

Dipl.-Volkswirtin Irmtraud Beuerlein

Fünf Jahre nach der Euro-Bargeldeinführung – War der Euro wirklich ein Teuro?

Fünf Jahre nach der Euro-Bargeldeinführung sorgte der Euro wieder für Schlagzeilen. In der Öffentlichkeit wurde erneut debattiert, ob der Euro ein Teuro ist, wenn auch weniger aufgeregt und mit mehr Interesse an der Faktenlage als damals. Das Statistische Bundesamt nahm in zahlreichen Interviews Stellung zu den vermuteten Preiswirkungen der Euro-Bargeldeinführung, erläuterte die Entwicklung der Verbraucherpreise während der letzten Jahre und zeigte wesentliche Ursachen für besondere Preisbewegungen in einzelnen Güterbereichen auf. Letztendlich belegen die Daten der Verbraucherpreisstatistik, dass von der Umstellung von DM auf Euro keine nennenswerte Minderung der Geldwertstabilität ausgegangen ist.

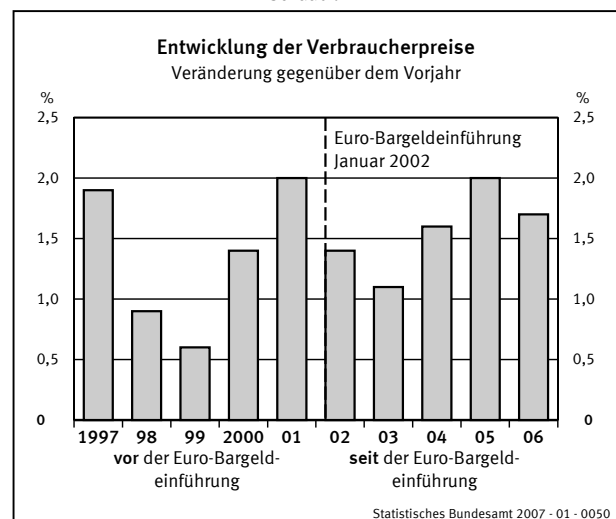
In diesem Beitrag wird die Preisentwicklung der letzten Jahre im Überblick beschrieben sowie auf Ergebnisse von Untersuchungen im Zusammenhang mit der Euro-Bargeldeinführung hingewiesen. Damit sollen Antworten auf häufig gestellte Fragen zur Euro-Bargeldeinführung zusammenfassend dargestellt werden.

Wie haben sich die Verbraucherpreise seit der Euro-Bargeldeinführung entwickelt?

Seit der Euro-Bargeldeinführung zu Beginn des Jahres 2002 bewegt sich die jährliche Inflationsrate zwischen 1,1 und 2,0%: 2002 betrug die Teuerung gegenüber dem Vorjahr 1,4%. 2003 wurde mit 1,1% die niedrigste Teuerungsrate des Betrachtungszeitraums ausgewiesen. Im Jahr 2004

wurde ein Plus von 1,6% gemessen und 2005 wurde mit +2,0% die höchste Teuerungsrate nach der Euro-Bargeldeinführung erreicht. Für das Jahr 2006 wurde mit 1,7% eine geringere Rate als im Vorjahr ermittelt. Die durchschnittliche jährliche Preissteigerung seit der Euro-Bargeldeinführung betrug demnach 1,5%.

Schaubild 1



Die durchschnittliche jährliche Teuerungsrate in den fünf Jahren vor der Euro-Bargeldeinführung (1997 bis 2001) lag im Vergleich dazu mit +1,4% nur geringfügig niedriger. Die Europäische Zentralbank (EZB) spricht von Preisstabilität, solange die Teuerungsrate unter 2% liegt.

Welche euro-induzierten Preiswirkungen sind auf der Mikroebene erkennbar?

Auch wenn ein Einfluss der Euro-Bargeldeinführung auf das allgemeine Preisniveau empirisch nicht belegbar ist, kann doch gezeigt werden, dass sich Preisgestaltung und Preisverteilung in den letzten Jahren durch die Euro-Einführung verändert haben. Das Statistische Bundesamt hat auf der Ebene von Einzelpreisdaten Analysen durchgeführt, um mögliche Euro-Effekte zu ermitteln. In Zusammenarbeit mit der Deutschen Bundesbank wurden ab Mitte 2001 – also noch vor der Euro-Bargeldeinführung – laufend 18 000 Einzelpreise ausgewählter Güter des täglichen Bedarfs aus 35 Produktgruppen näher untersucht. Detaillierte Ergebnisse dieser Untersuchungen sind auf den Internetseiten des Statistischen Bundesamtes verfügbar.¹⁾

Im Ergebnis wurde Folgendes festgestellt:

- Die Zahl der Preisänderungen ist im Umfeld der Euro-Bargeldeinführung sprunghaft gestiegen. Es fand sukzessive ein Wechsel von attraktiven DM-Preisen auf attraktive Euro-Preise statt. Als attraktiv gelten Preise, die auf 0 und 5 enden, sowie Schwellenpreise, die auf 8 oder 9 enden. Der Einfluss dieser Preisänderungen auf den Gesamtindex blieb aber gering.
- Stellenweise gab es auch Preisschübe, die von den Verbrauchern besonders wahrgenommen wurden. Beispielsweise wurden die Preise für einzelne lokale Dienstleistungen wie Friseurbesuch, chemische Reinigung oder in der Gastronomie zu Jahresbeginn 2002 deutlich erhöht.
- Andererseits wurden rückläufige Preisentwicklungen bei langlebigen Gebrauchsgütern wie Farbfernsehern, aber auch bei Lebensmitteln wie Butter oder Bohnenkaffee festgestellt.

Eine weitere Analyse der Deutschen Bundesbank zwei Jahre nach der Euro-Bargeldeinführung kommt zu dem Ergebnis, dass der Übergang der Preise auf den Euro zwei Jahre nach der Umstellung weitestgehend abgeschlossen ist, jedoch die Preisvielfalt immer noch etwas größer als vor dem Bargeldtausch ist.²⁾

Welche Einflussfaktoren haben das Preisklima der letzten fünf Jahre besonders geprägt?

Im konjunkturellen Umfeld der letzten Jahre gab es kaum Spielräume für Preiserhöhungen. Eine verhaltene Konsumneigung, scharfer Wettbewerb und billige Importwaren

sorgten für relativ stabile Verbraucherpreise. Folgende Faktoren waren für die Preisentwicklung bestimmend:

1. Einige administrative Maßnahmen der letzten fünf Jahre wirkten sich deutlich auf den Verbraucherpreisindex aus:

Gleichzeitig mit der Euro-Bargeldeinführung trat im Januar 2002 die vorletzte Stufe der *ökologischen Steuerreform* in Kraft und ein Jahr später folgte die letzte Stufe. Die Umsetzung dieser Maßnahmen beeinflusste die Preisentwicklung der Kraftstoffe vor allem in den Jahren 2002 bis 2004.

Maßgeblich waren auch die Auswirkungen der Gesundheitsreform im Januar 2004, die die Gesamtteuerung wesentlich beeinflussten.³⁾

Nennenswert ist ebenso die stufenweise Erhöhung der Tabaksteuer: Fünf Erhöhungen (Januar 2002; Januar 2003; März und Dezember 2004 sowie September 2005)⁴⁾ wirkten sich seit der Euro-Bargeldeinführung auf den Verbraucherpreisindex aus.

2. Preistreibende Effekte gingen vor allem von Mineralölprodukten (Kraftstoffe und Heizöl) sowie von anderen Energieprodukten wie *Gas, Strom, Fernwärme* aus. Von Januar 2002 bis Dezember 2006 stiegen die Preise der Energieprodukte (Haushaltsenergie und Kraftstoffe) insgesamt um 30,0%. Die Preise für Kraftstoffe erhöhten sich im gleichen Zeitraum um 25,7%.
3. Dämpfend auf das Preisniveau wirkte u. a. die moderate Preisentwicklung bei *Nahrungsmitteln*. Während vor der Euro-Umstellung u. a. die Auswirkungen der BSE-Krise und der Ausbruch der Maul- und Klauenseuche in Deutschland preistreibend auf die Nahrungsmittelpreise wirkten, setzte bereits zu Jahresbeginn 2003 eine deutliche Entspannung bei den Nahrungsmittelpreisen ein. Erst im letzten Halbjahr 2006 kam es zu einem leichten Anstieg der Nahrungsmittelpreise, insbesondere bei Obst und Gemüse.
4. Einen Beitrag zur relativen Preisstabilität der letzten Jahre leisteten auch die *Wohnungsmieten*. Der Preisverlauf bei Wohnungsmieten (Nettokaltmieten) verzeichnete im Betrachtungszeitraum kaum Schwankungen. Seit der Euro-Bargeldeinführung wurde für Wohnungsmieten ein stetiger leichter Anstieg unterhalb der durchschnittlichen Preissteigerungsrate gemessen.
5. Außerdem setzte sich die rückläufige Preisentwicklung infolge des technischen Fortschrittes bei langlebigen Gebrauchsgütern wie Autos, Fernsehern, Computern auch nach der Euro-Bargeldeinführung fort.

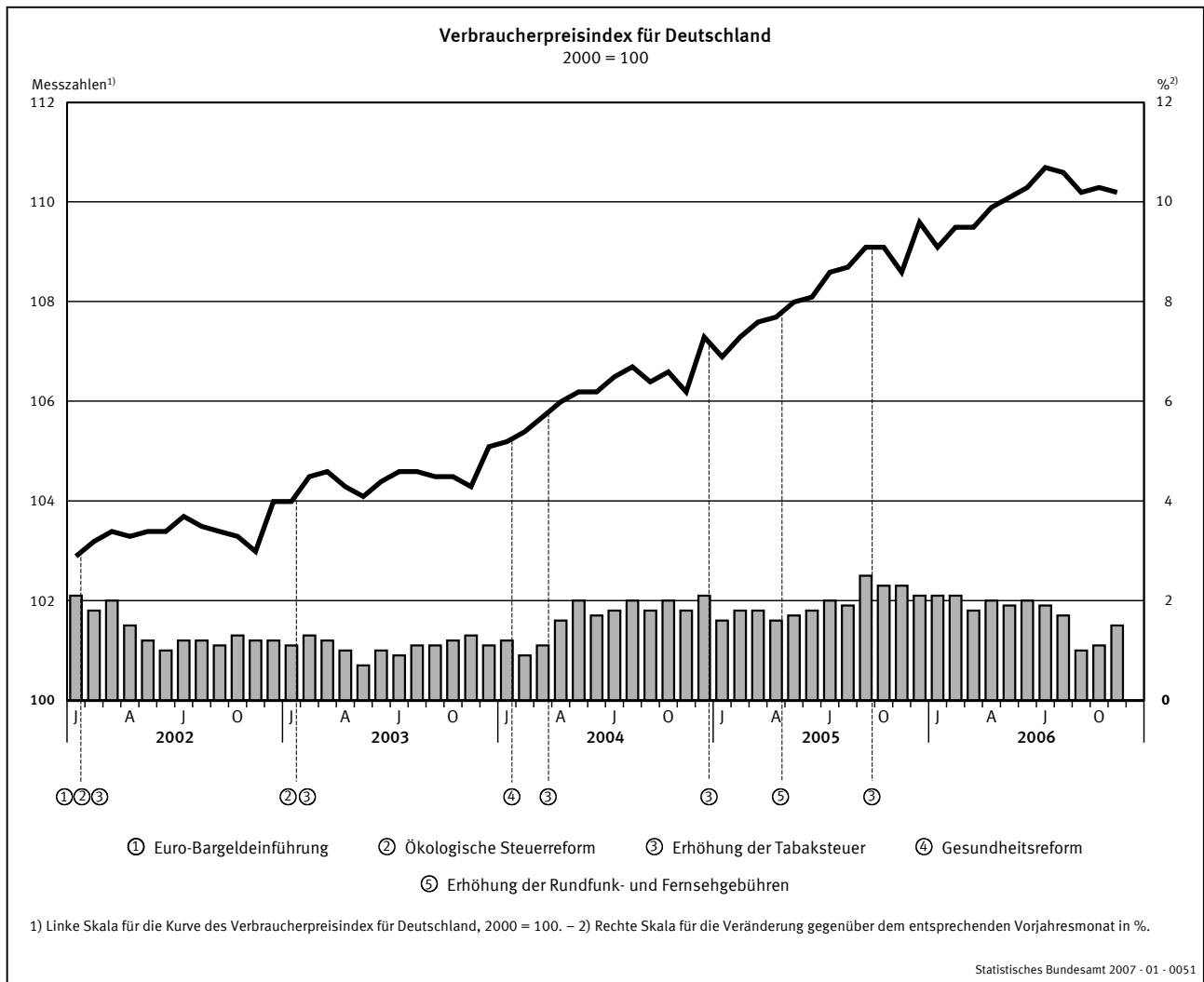
1) Siehe „Auswirkungen der Euro-Bargeldeinführung“ auf der Internetseite <http://www.destatis.de/preise>, sowie Buchwald, W./Chlumsky, J./Engelhardt, N.: „Zum Einfluss des Euro auf die Preisentwicklung in Deutschland“ in WiSta 3/2002, S. 182 ff.

2) Siehe Deutsche Bundesbank (Hrsg.): „Der Euro und die Preise: zwei Jahre später“ in Monatsbericht Januar 2004, S. 15 ff.

3) Siehe Themenkasten der Preisstatistik „Der Einfluss der Gesundheitspflege auf die Teuerungsrate“ in WiSta 2/2005, S. 162.

4) Nähere Informationen enthält der Themenkasten der Preisstatistik „Auswirkungen der Tabaksteuererhöhungen seit 2000“ in WiSta 10/2005, S. 1112.

Schaubild 2



Weshalb besteht eine Diskrepanz zwischen wahrgenommener und amtlich gemessener Inflation?

Auch fünf Jahre nach der Euro-Bargeldeinführung empfinden viele Verbraucherinnen und Verbraucher die Teuerung höher als vom Statistischen Bundesamt in Gestalt des „Verbraucherpreisindex“ nachgewiesen. Gründe hierfür liefert die Wahrnehmungspsychologie, die besagt, dass Menschen Informationen zur eigenen wirtschaftlichen Situation anders wahrnehmen als neutrale Informationen. Bezogen auf die Inflationswahrnehmung bedeutet das:

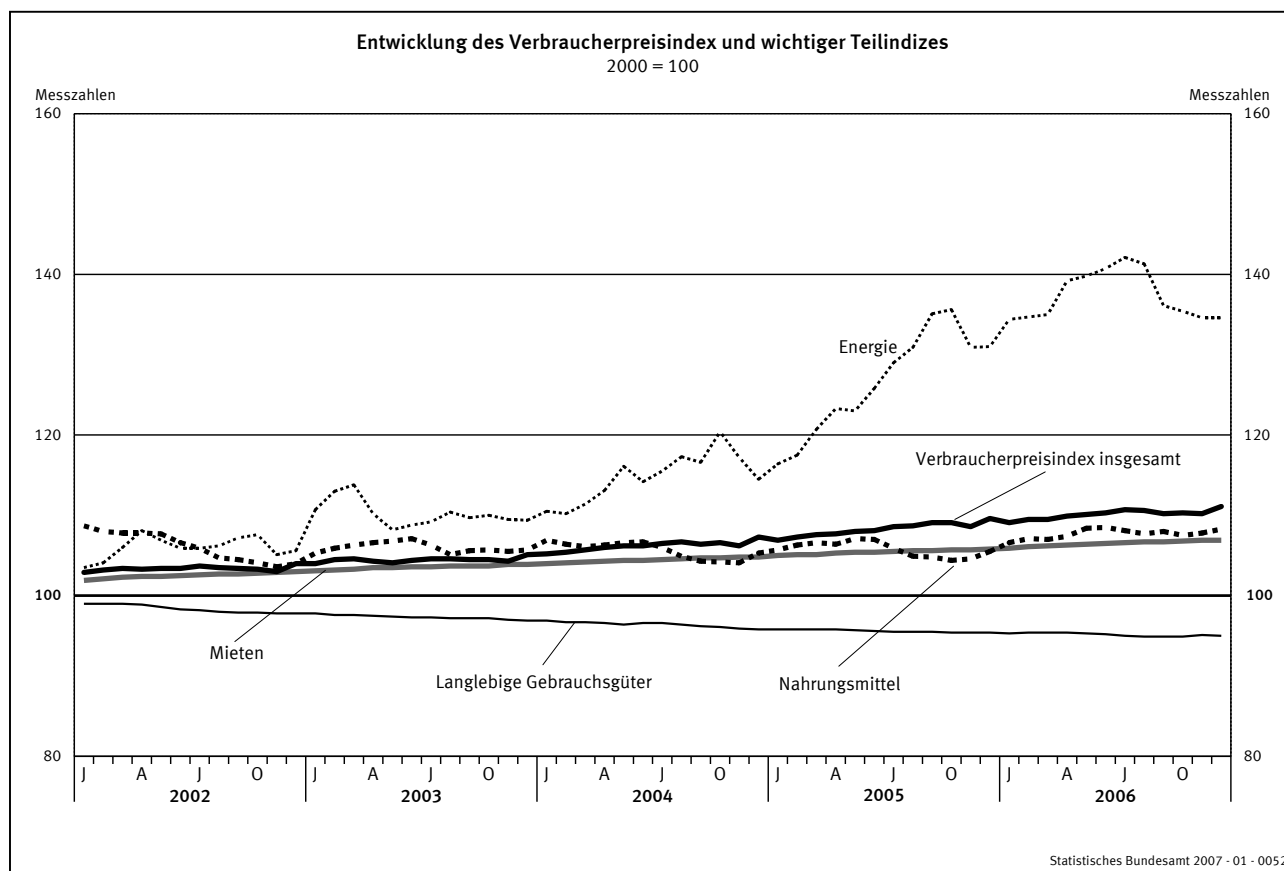
Preiserhöhungen werden vom Verbraucher stärker wahrgenommen als Preissenkungen oder stabile Preise. Bei häufig gekauften Gütern (z. B. Brötchen, Tageszeitung) werden Preisänderungen stärker beachtet als bei selten gekauf-

ten Gütern (z. B. Haushaltsgeräte, Möbel) oder bei Gütern, deren Preise regelmäßig vom Konto abgebucht werden (z. B. Mieten).

Auf der Grundlage dieses von Prof. Hans Wolfgang Brachinger (Universität Freiburg/Schweiz) entwickelten Erklärungsansatzes wurde in einem Gemeinschaftsprojekt der Universität Freiburg/Schweiz und des Statistischen Bundesamtes eine Modellrechnung zur Quantifizierung der wahrgenommenen Inflation mit dem Datenmaterial der Verbraucherpreisstatistik durchgeführt. Das Ergebnis ist ein „Index der wahrgenommenen Inflation“, der einen deutlich anderen Verlauf zeigt als der amtliche Verbraucherpreisindex.⁵⁾ Im Zeitraum von Januar 2001 bis Juni 2002 weist der Index der wahrgenommenen Inflation eine durchschnittliche Steigerungsrate gegenüber dem jeweiligen Vorjahresmonat von rund 7% aus. Dieser Wert lag knapp viermal so hoch wie die entsprechende Steigerungsrate des Verbraucherpreisindex der amtlichen Statistik.

⁵⁾ Siehe „Projekt zur Messung der ‚wahrgenommenen Inflation‘“ auf der Internetseite http://www.destatis.de/basis/d/preis/preis_inflation.php sowie Brachinger, H. W.: „Der Euro als Teuro? Die wahrgenommene Inflation in Deutschland“ in WiSta 9/2005, S. 999 ff., und Bechtold, S./Elbel, G./Hannappel, H.-P.: „Messung der wahrgenommenen Inflation in Deutschland: Die Ermittlung der Kaufhäufigkeiten durch das Statistische Bundesamt“ in WiSta 9/2005, S. 989 ff.

Schaubild 3



Die Diskrepanz zwischen der „gefühlten Inflation“ und der amtlich gemessenen Teuerung entsteht auch durch Unterschiede im zeitlichen Bezug: Während die Entwicklung des Verbraucherpreisindex in der Regel als Vergleich zum Vorjahr dargestellt wird, neigt der Verbraucher dazu, Vergleiche über einen längeren Zeitraum anzustellen. Viele Verbraucher rechnen auch heute noch in DM um, vergleichen also die Preise von heute mit den letzten DM-Preisen und kommen so naturgemäß auf eine höhere Teuerung als die vom Statistischen Bundesamt publizierte Jahresrate. Von Januar 2002 bis Dezember 2006 ist der Verbraucherpreisindex um 8,0% gestiegen.

Welche Schlussfolgerungen zieht das Statistische Bundesamt aus der Euro-Debatte?

Die Erfahrungen mit der öffentlichen Diskussion im Zusammenhang mit der Euro-Bargeldeinführung haben im Statistischen Bundesamt einen Prozess zur Weiterentwicklung der Kommunikationsstrategie angestoßen. In den Informationsfeldern, die für die breite Öffentlichkeit von Interesse sind, reicht es nicht aus, das Fachpublikum von der Güte der amtlichen Informationen zu überzeugen, es müssen auch Angebote für statistische Laien geschaffen werden. Für die Preisstatistik heißt dies, dass es nicht genügt, über die Berechnungsmethoden und -grundlagen des Verbraucher-

preisindex in wissenschaftlichen Publikationen und Fachtagungen regelmäßig zu berichten. Es ist auch wichtig, die Akzeptanz der breiten Öffentlichkeit für diesen bedeutsamen Wirtschaftsindikator zu sichern. Um die Konstruktion des Verbraucherpreisindex für breite Nutzerkreise ohne Spezialkenntnisse transparent zu machen, wurde inzwischen eine Reihe neuer zusätzlicher Informationsangebote geschaffen, die großen Anklang in der Öffentlichkeit fanden. Zu nennen sind vor allem die Publikation „Im Blickpunkt: Preise in Deutschland“, die interaktive Internet-Anwendung „Persönlicher Inflationsrechner“ und das im Juli 2006 eingeführte Online-Angebot „Preismonitor“, das zur Versachlichung der Diskussion über die Preiseffekte der Mehrwertsteuererhöhung beitragen soll. Gerade die große und durchweg positive Resonanz auf den „Preismonitor“ zeigt, dass das Statistische Bundesamt mit seiner Kommunikationsstrategie auf dem richtigen Weg ist. Inzwischen haben die neu entwickelten Kommunikationsinstrumente auch internationale Anerkennung und Nachahmer gefunden. [UU](#)

Auszug aus Wirtschaft und Statistik

© Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2007

Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet.

Herausgeber: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

Schriftleitung: N. N.
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