

# Treibt der Euro die Inflation an? Die Fakten.

Von Josef Auer  
Wien, 25. Juli 2013  
ISSN 2305-2635

## Handlungsempfehlungen

1. **Internationale Faktoren**, wie etwa die Preise auf den Rohstoffmärkten (z.B. Rohöl, Getreide, Kaffee), sind für das Ausmaß und den Verlauf der Inflation wesentlich bestimmender als der Euro.
2. **Der einzelne Konsument sollte seinen eigenen Warenkorb nicht im Gesamtindex zu finden versuchen.** Der Warenkorb reflektiert nicht das persönliche Konsumverhalten einzelner Verbraucher, sondern das durchschnittliche Ausgabenverhalten aller österreichischen Haushalte.
3. **Nur auf kurzfristige Ausgaben (des täglichen/wöchentlichen Einkaufs) zu fokussieren, verkürzt die Sicht auf die Inflationsthematik.** Der Gesamtindex setzt sich aus ca. 800 Einzelprodukten zusammen, die unterschiedliche Konsumsegmente abdecken, auch langlebige Gebrauchsgüter.
4. **Seriöse Inflationsbeurteilung bedarf der Detailbetrachtung.** Die Auswahl der Güter und Dienstleistungen im Warenkorb erfolgt nicht beliebig, sondern nach Ergebnissen der Konsumerhebung. Darüber hinaus gilt die Regel: Jede Position muss mindestens ein Promille der gesamten Haushaltsausgaben erreichen.

## Zusammenfassung

Mehr als zehn Jahre sind seit der Einführung des Euro am 1.1.2002 vergangen, aber nach wie vor gerät er in die Schlagzeilen. Immer wieder werden Vermutungen angestellt, dass mit der Euro-Bargeldeinführung Preiserhöhungen einhergingen und sich der Euro als »Teuro« erwiesen hat. Weil die Preise für kurzfristige Anschaffungen in den letzten Jahren meist überdurchschnittlich gestiegen sind, entsteht das Gefühl einer wesentlich höheren Teuerung als offiziell ausgewiesen, ein weiterer Umstand, der dem »Teuro« zugeschrieben

wird. Statistik Austria, zuständig für die Berechnung des Verbraucherpreisindex und die Ermittlung der monatlichen Inflationsrate, hat die Inflation vor und nach der Euro-Einführung mehrfach analysiert, Preistreiber und Preisdämpfer beobachtet und sich auf die Spur des Phänomens der »gefühlten Inflation« begeben. Ein eindeutiger Befund, ob der Euro ein Teuro ist, ließ sich bisher nicht ableiten. Vielmehr beeinflussen internationale Faktoren, etwa Preise auf den Rohstoffmärkten, die Teuerung.



## Treibt der Euro die Inflation an? Die Fakten.

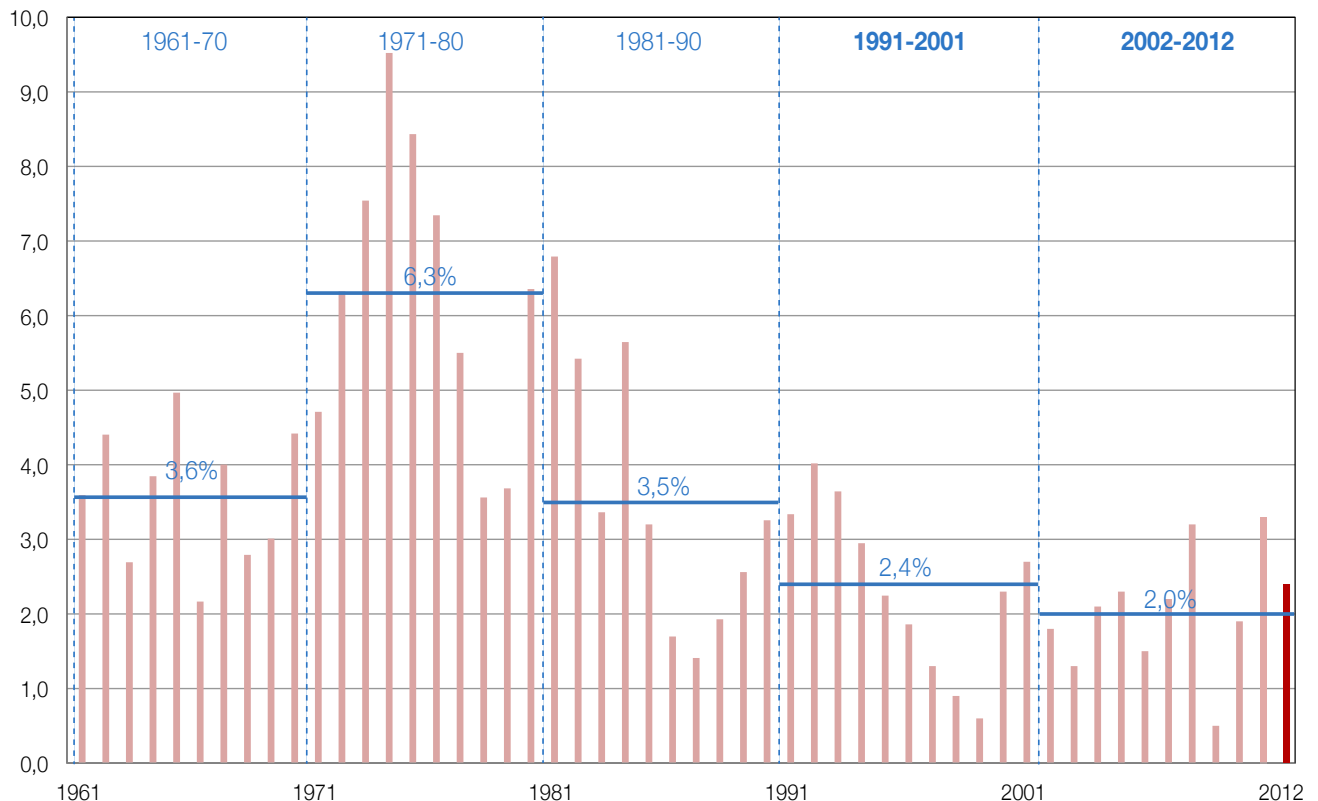
Mit einer durchschnittlichen Jahresinflation von 2,0% (2002-2012) bzw. 2,4% (1991-2001) sind die Perioden vor und nach der Euroeinführung in der langjährigen Entwicklung der Verbraucherpreise (seit 1960) die mit Abstand preisstabilsten. Die drei Dekaden von 1961 bis 1990 waren von wesentlich höheren Inflationsraten geprägt: 3,6% (1961-70), 6,3% (1971-80) und 3,5% (1981-90). Und dennoch sorgt der Euro in Österreich auch über zehn Jahre nach seiner Einführung (1.1.2002) nach wie vor für Schlagzeilen, weil Preiswirkungen der Euro-Bargeldeinführung vermutet werden.

Statistik Austria hat bei zahlreichen Gelegenheiten (z. B. im Rahmen von Pressegesprächen fünf<sup>1</sup> bzw. zehn Jahre<sup>2</sup> nach der Einführung des Euro) die Fakten auf den Tisch gelegt und genaue Analysen der Inflation für den Zeitraum vor und nach der Euro-Bargeldeinführung präsentiert.

1) Pressekonferenz 17.1.2007 »5 Jahre Euro« (PDF, 20 KB)

2) 10 Jahre Euro - Preisentwicklungen vor und nach der Einführung (PDF, 20 KB), 10 Jahre Euro - Inflationsrate seit 1960 (PDF, 70 KB), 10 Jahre Euro - Durchschnittspreise vor und nach der Euro-Einführung (PDF, 50 KB)

### Inflationsraten seit 1961



Grafik 1: Die Inflation der letzten 50 Jahre



Ausgabenkategorien	durchschn. jähr. VR %	durchschn. jähr. VR %
	1991-2001	2002-2012
<b>Verbraucherpreisindex Gesamt</b>	2,4	2,0
1 Nahrungsmittel, alkoholfreie Getränke	1,2	2,4
2 Alkoholische Getränke, Tabakwaren	2,3	3,1
3 Bekleidung und Schuhe	1,5	1,1
4 Wohnung, Wasser, Energie	3,3	3,1
5 Hausrat, Haushaltsführung	1,6	1,4
6 Gesundheitspflege	3,9	1,8
7 Verkehr	2,8	1,5
8 Nachrichtenübermittlung	-0,5	-1,8
9 Freizeit	1,3	0,1
10 Erziehung	6,1	2,7
11 Restaurants	2,9	2,6
12 Verschiedene Waren und Dienstleistungen	2,4	2,7

Tabelle 1: Die Hauptausgabengruppen vor und nach der Euro-Bargeldeinführung

## Preisentwicklung vor und nach der Euro-Bargeldeinführung

In den Perioden vor und nach der Euro-Bargeldeinführung (1991-2001 und 2002-2012) zeigten sich unterschiedliche Preisbewegungen bei den einzelnen Ausgabengruppen des Haushaltskonsums (siehe Tabelle 1): Während die Gesamtinflationrate des Verbraucherpreisindex (VPI) in den Jahren vor der Euro-Bargeldeinführung im Jahresdurchschnitt 2,4% betrug, stiegen die Preise im Jahrzehnt danach um durchschnittlich 2,0% pro Jahr. Höhere durchschnittliche Steigerungsraten pro Jahr wiesen nach der Euro-Bargeldeinführung die Ausgabengruppen „Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke“ (2,4% gegenüber 1,2%), „Alkoholische Getränke, Tabakwaren“ (3,1% gegenüber 2,3%) sowie „Verschiedene Waren und Dienstleistungen“ (2,7% gegenüber 2,4%) auf, wobei bei letzterer der Höhenrutsch des Goldpreises (bei Schmuck und Uhren) durchgeschlagen hat. Alle anderen Hauptausgabengruppen blieben unter der durchschnittlichen Teuerungsrate von vor der Euro-Bargeldeinführung, entweder weil die spektakulären Preisausschläge in der Periode nach der Euro-Bargeldeinführung in beide Richtungen gingen (wie bei den Verkehrs- und Wohnungsausgaben, speziell bei Mineralölprodukten wie Treibstoffen und Heizöl) oder Preissteigerungen vor 2002 nachhaltiger waren (z. B. Restaurants).

COICOP*	Position	1991-2001	2002-2012
	<b>VPI</b>	<b>24,9%</b>	<b>22,6%</b>
04.5	Elektrizität, Gas, sonstige Brennstoffe	19,7%	50,4%
04.5.3	Flüssige Brennstoffe (Heizöl)	32,6%	132,4%
12.3.1	Schmuck, Uhren	-7,3%	87,9%
	Ehering	-2,3%	210,4%
07.2.2	Kraftstoffe und Schmiermittel	38,5%	78,5%
09.5.2	Zeitungen und Zeitschriften	27,4%	42,4%
	Illustrierte	18,6%	32,6%
01	Nahrungsmittel, alkoholfreie Getränke	12,8%	28,5%
01.1.1	Brot und Getreideprodukte	16,6%	36,0%
01.1.4	Milch, Käse, Eier	4,0%	28,9%
01.1.7	Gemüse	-2,8%	27,2%
01.1.2	Fleisch	16,7%	28,3%
01.2.1	Kaffee, Tee, Kakao	22,6%	48,8%
02.2	Tabakwaren	33,9%	38,9%

Tabelle 2: Preistreiber nach der Euro-Bargeldeinführung

## Preistreiber und Preisdämpfer

Zu den Gütern und Dienstleistungen mit überdurchschnittlicher Preissteigerung (im Vergleich zum Gesamt VPI) zählten in der Periode nach der Euro-Bargeldeinführung Heizöl, dessen Preise um insgesamt 132% gestiegen sind, sowie Kraftstoffe und Schmiermittel (+79%), Uhren/Schmuck (+88%) und Kaffee (+49%) (siehe Tabelle 2). Diese Preissteigerungen sind eindeutig auf Entwicklungen auf den internationalen Märkten zurückzuführen. Ebenfalls überdurchschnittlich stiegen die Preise für Brot- und Getreideprodukte (+36%), Tabakwaren (+39%), sowie Zeitungen und Zeitschriften (+42%), wo dieser internationale Zusammenhang nur teilweise gegeben ist.

\*) COICOP (Classification of Individual Consumption by Purpose) ist eine hierarchisch gegliederte Nomenklatur, die den Konsum der privaten Haushalte nach dem Zweck der Verwendung in 12 Hauptgruppen, 40 Warengruppen und 106 Klassen unterteilt. (Anmerkung: Der hinterlegte Link führt auf den entsprechenden Eintrag in der „Eurostat Datenbank für Konzepte und Begriffe“.)



Zu den absoluten Preisdämpfern (siehe Tabelle 3) zählten Fotoapparate und optische Geräte (-70%) sowie Telefondienstleistungen (-18%). Auch Pauschalreisen (-18%), Bücher (+7%), Haushaltsgeräte (+9%) und Anschaffung von PKW (+3%) wiesen in der Periode nach der Euro-Bargeldeinführung eine unterdurchschnittliche Preisveränderung auf und lagen zudem noch weit unter der Preisentwicklung in der Vordekade.

### Dienstleistungspreise

Klarer Trend bei vielen Dienstleistungen ist der Anstieg ab 2002 (z. B. Kommunale Dienstleistungen, Restaurants, Friseure, Versicherungen) während Telefondienstleistungen deutlich billiger wurden (siehe Grafik 2). Die Preisentwicklung folgte einem klaren Muster: Die Umstellung auf attraktive Euro-Preise vollzog sich zum Zeitpunkt der Euro-Bargeldeinführung auf einen Schlag. Das folgende Schaubild illustriert die deutlichen Preisschübe, die damit einhergingen.

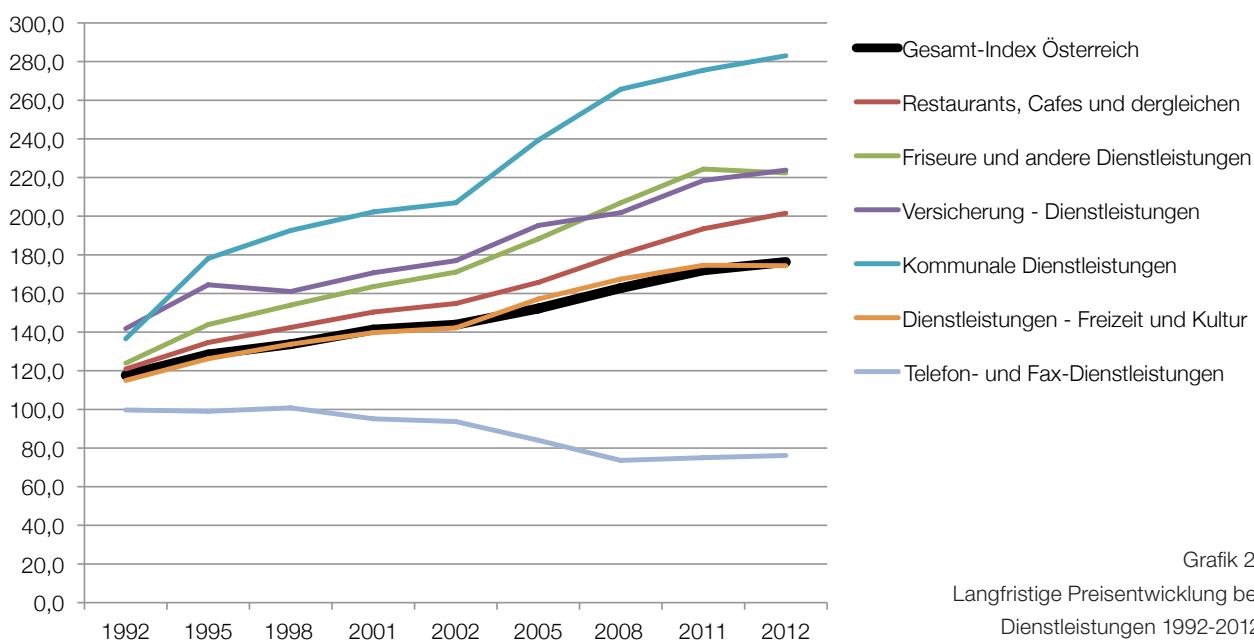
Im Periodenvergleich der durchschnittlichen jährlichen Veränderungen zeigen sich allerdings keine großen Unterschiede (siehe Tabelle 4). Zwar steigen die Preise im Vergleich zum Gesamt VPI überdurchschnittlich pro Jahr, das war aber auch vor der Euro-Bargeldeinführung schon der Fall.

COICOP	Position	1991-2001	2002-2012
	<b>VPI</b>	<b>24,9%</b>	<b>22,6%</b>
09.1	Geräte für Audiovision, Fotografie und Datenverarbeitung	-23,9%	-45,1%
09.1.2	Fotogeräte, optische Geräte	-44,1%	-70,1%
	Spiegelreflexkamera	-28,5%	-48,4%
08.3	Telefondienstleistungen	-5,7%	-18,4%
01.1.6	Obst	34,5%	11,2%
05.3	Haushaltsgeräte	11,6%	8,6%
09.6	Pauschalreisen	18,7%	-18,1%
09.5.1	Bücher	38,6%	6,8%
	Kinderbuch	31,2%	-12,6%
07.1.1	Kraftwagen	14,7%	2,9%

Tabelle 3: Preisdämpfer nach der Euro-Bargeldeinführung

	durchschnittliche jährliche VR	
	1991-2001	2002-2012
<b>Gesamt-Index VPI</b>	2,4	2,0
Restaurants, Cafes und dergleichen	2,7	2,6
Friseure und andere Dienstleistungen	3,3	3,2
Versicherung - Dienstleistungen	2,6	2,5
Kommunale Dienstleistungen	5,0	3,2
Dienstleistungen - Freizeit und Kultur	2,8	2,5
Telefon- und Fax-Dienstleistungen	-0,6	-2,3
Instandhaltung und Reparatur von privaten Verkehrsmitteln	4,1	3,6

Tabelle 4: Preisdynamik bei Dienstleistungen vor und nach der Euro-Bargeldeinführung



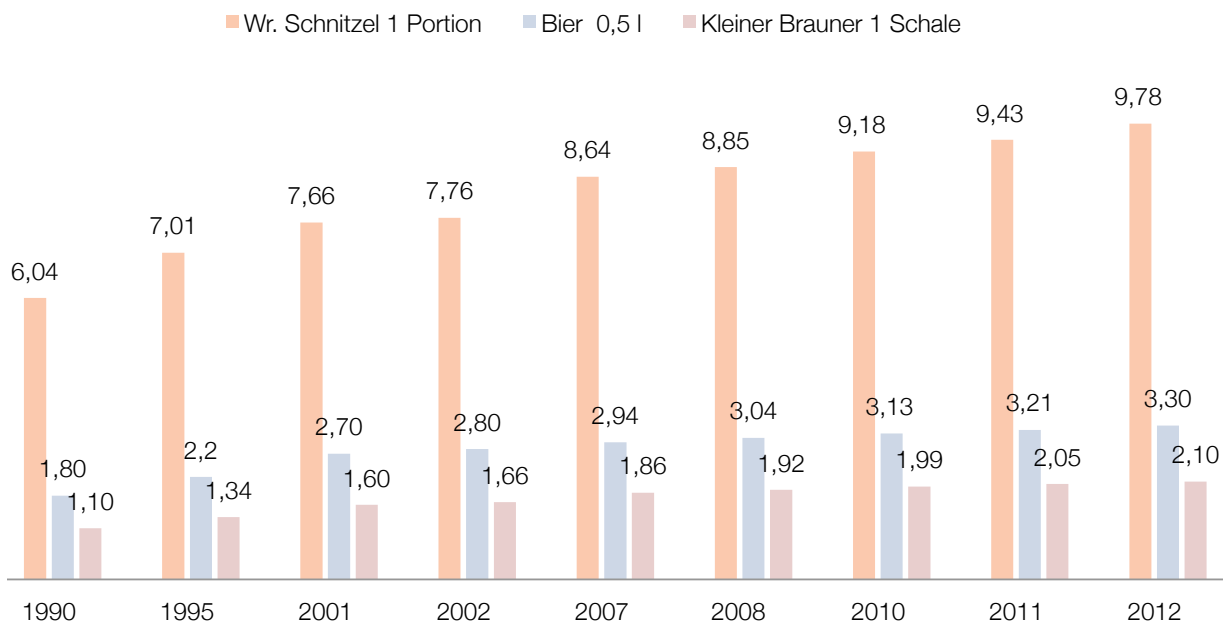
Grafik 2:  
Langfristige Preisentwicklung bei Dienstleistungen 1992-2012



## Restaurantpreise

Absolut gesehen weisen die Preise im Restaurant über die letzten 20 Jahre eine kontinuierliche Steigerung auf (z. B. Wiener Schnitzel 6,04 € im Jahr 1990 gegenüber 7,66 € im Jahr 2001 und 9,78 € im Jahr 2012) (siehe Grafik 3).

### Durchschnittspreise im Restaurant in €



Grafik 3: Durchschnittspreisentwicklung typischer Restaurantleistungen

## Nahrungsmittelpreise

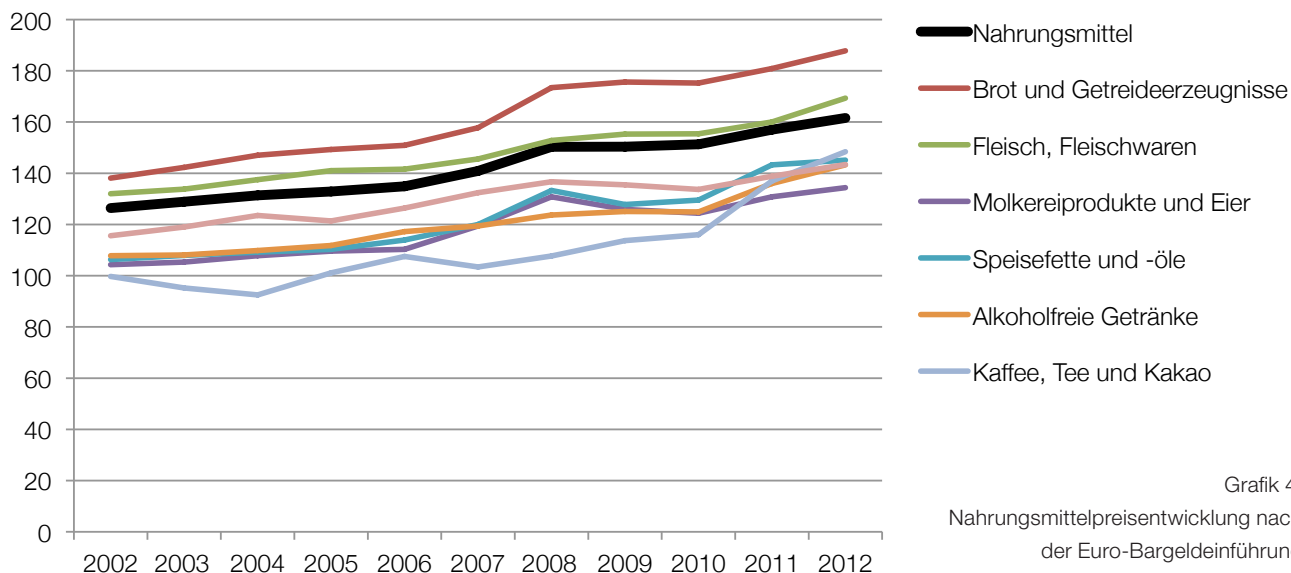
Die Preisentwicklung bei Nahrungsmitteln war in den letzten Jahren vermehrt Gegenstand hitziger Debatten, vor allem als im Jahr 2008 die sogenannte Nahrungsmittelkrise begann, im Verlaufe derer einige Grundnahrungsmittel empfindlich teurer wurden (siehe Grafik 4). So erhöhten sich die Preise für Brot- und Getreideerzeugnisse von 2007 auf 2008 von 160 auf nahezu 180 Indexpunkte (Basis 1986=100), Fleisch und Fleischwaren zeigten einen kontinuierlichen Preisanstieg von 130 (2002) auf ca. 170 Indexpunkte (2012), auch Molkereiprodukte, Eier sowie Speisefette und Öle zogen über die Jahre kräftig an.

Die Preisdynamik nahm nach der Euro-Bargeldeinführung deutlich zu (siehe Tabelle 5). Insgesamt wurden die Nahrungsmittel von 2002-2012 durch-

Ausgabenkategorien	durchschnittliche jährliche VR	
	1991-2001	2002-2012
<b>Nahrungsmittel</b>	1,2	2,4
Brot und Getreideerzeugnisse	1,6	3,0
Fleisch, Fleischwaren	1,6	2,0
Molkereiprodukte und Eier	0,5	2,6
Speisefette und -öle	1,2	3,4
Kaffee, Tee und Kakao	2,3	2,9
Mineralwasser, Limonaden, Fruchtsäfte	1,0	1,9

Tabelle 5: Preisdynamik bei Nahrungsmitteln vor und nach der Euro-Bargeldeinführung

schnittlich um 2,4% pro Jahr teurer, das ist genau doppelt so viel wie im Jahrzehnt davor. Bei Brot- und Getreideerzeugnissen war nahezu die gleiche Preisdynamik zu beobachten (3% gegenüber 1,6%). Am größten war die Steigerung bei Molkereiprodukten und Eiern, die 2002-2012 in etwa



Grafik 4:  
Nahrungsmittelpreisentwicklung nach  
der Euro-Bargeldeinführung

das Fünffache der durchschnittlichen jährlichen Teuerung vor der Euro-Bargeldeinführung betrug. Bei Speisefetten und -ölen war die Preisdynamik ebenfalls nach der Euro-Bargeldeinführung wesentlich höher (3,4% gegenüber 1,2% durchschnittliche jährliche Teuerung) als davor.

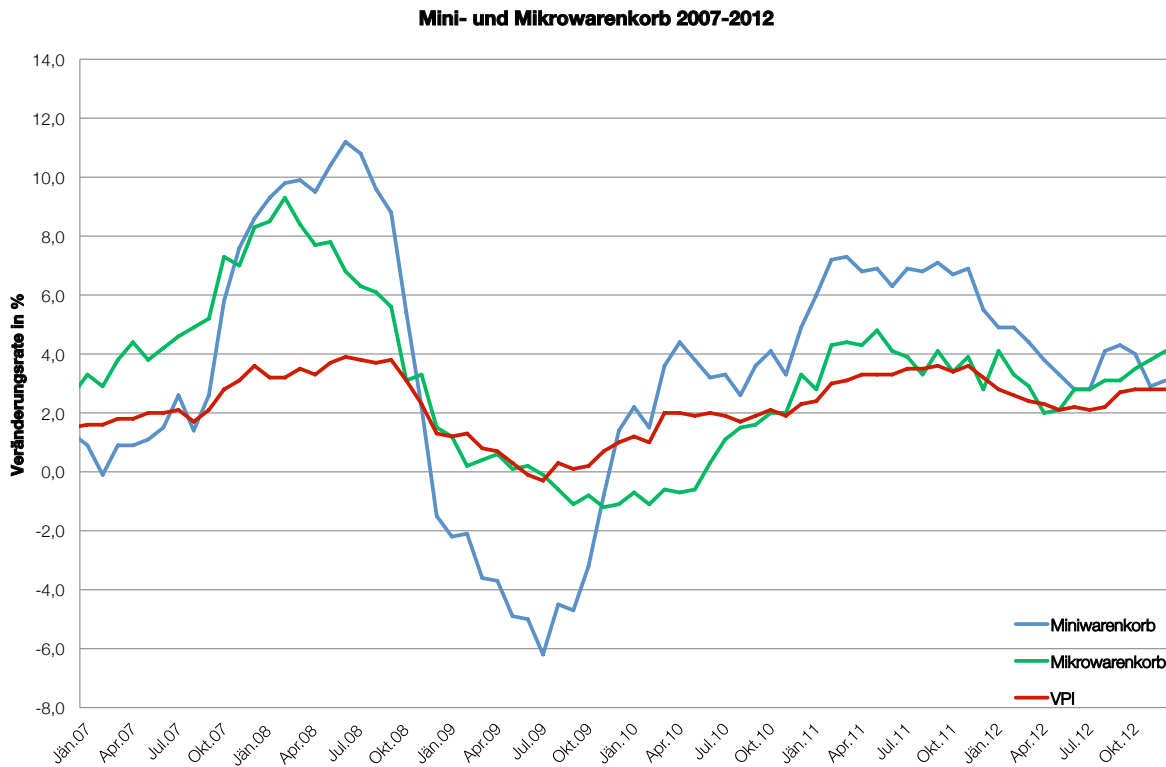
### Gefühlte vs. gemessene Inflation

Verbraucherinnen und Verbraucher empfinden die Teuerung höher als von Statistik Austria in Gestalt des Verbraucherpreisindex gemessen. Das liegt u. a. daran, dass Preisänderungen bei häufig gekauften Gütern (z. B. Brötchen, Tageszeitung) stärker beachtet werden als bei selten gekauften Gütern (z. B. Haushaltsgeräte, Möbel) oder bei Gütern und Dienstleistungen, deren Preise regelmäßig vom Konto abgebucht werden (z. B. Mieten). Erkenntnisse der Wahrnehmungspsychologie<sup>3</sup> besagen, dass

Menschen Informationen zur eigenen wirtschaftlichen Situation anders wahrnehmen als neutrale Informationen. Bezogen auf die Inflationswahrnehmung bedeutet das: Preiserhöhungen werden von Verbraucherinnen und Verbrauchern stärker wahrgenommen als Preissenkungen oder stabile Preise (asymmetrische Inflationswahrnehmung). Weil die Preise für kurzfristige Anschaffungen in den letzten Jahren meist überdurchschnittlich gestiegen sind, entsteht das Gefühl einer wesentlich höheren Teuerung als offiziell ausgewiesen. Man spricht in diesem Zusammenhang von der „gefühlten Inflation“, die das Ausmaß der Teuerung darstellt, die jeder Mensch beim täglichen/wöchentlichen Einkauf intuitiv verspürt.

Statistik Austria hat aus analytischen Gründen aus dem Gesamtwarenkorb zwei unterschiedliche Warenkorbssegmente gebildet, um den Einfluss von kurz- und mittelfristigen Haushaltsausgaben zu messen – den Mikrowarenkorb und den Miniwarenkorb. Der Mikrowarenkorb umfasst 21 Waren und Dienstleistungen und soll den täglichen Einkauf simulieren, der Miniwarenkorb umfasst 63 Waren und Dienstleistungen und repräsentiert den wöchentlichen Einkauf. Weil in diesen Warenkörben hauptsächlich Nahrungsmittel, Treibstoffe, Außerhausausgaben (Restaurants, etc.) und sonstige

3) Kamleitner, B., E. Hofmann und E. Kirchner. 2005. Preisverständnis und subjektive Bewertung des Euro: Überblick über empirische Befunde. In: Wirtschaftspsychologie. Traut-Mattausch, E., S. Schulz-Hardt, T. Greitemayer und D. Frey. 2004. Expectancy Confirmation in Spite of Disconfirming Evidence: The Case of Price Increases Due to the Introduction of the Euro. In European Journal of Social Psychology 34. 739–760.



Grafik 5: Inflationsraten von Mini-, Mikro- und Gesamtwarenkorb

häufig gekaufte Verbrauchsartikel enthalten sind und die Preise dieser Güter und Dienstleistungen in den letzten Jahren überdurchschnittlich gestiegen sind, liegen die Teuerungsraten regelmäßig über der offiziellen Inflationsrate. Beide Warenkörbe stellen eine Näherungslösung zur Darstellung der „gefühlten Inflation“ dar.

Wie aus Grafik 5 ersichtlich, weisen die täglichen und wöchentlichen Einkäufe eine wesentlich höhere Preisvolatilität auf als die Gesamtteuerung. Das liegt in erster Linie an den Nahrungsmittel- und Treibstoffpreisen, die in den vergangenen Jahren heftige Ausschläge nach oben und unten gezeigt haben. So wiesen Mineralölprodukte (Treibstoffe, Heizöl) im 1. Halbjahr 2008 Teuerungsraten von teilweise weit über 20% auf. Auch die Nahrungsmittelpreise erhöhten sich zu Beginn des Jahres 2008 deutlich (Teuerungsraten für Brot- und Getreideprodukte sowie Molkereiprodukte und Eier jeweils +10%). Das hat die Teuerungsraten des Mikro- und

des Miniwarenkorb im Frühjahr 2008 auf ca. 10% getrieben. Umgekehrt im Jahr 2009: Da lag die Teuerung für die wöchentlichen Einkäufe aufgrund fallender Treibstoffpreise kurzzeitig bei -6%. Im Verbraucherpreisindex (VPI), der die Gesamtteuerung reflektiert, sind auch weniger preisreagible und langfristige Haushaltsausgaben enthalten. Die Teuerungskurve des gesamten VPI verläuft deshalb auch weitaus flacher.

Der Einfluss der Euro-Bargeldeinführung auf das Preisniveau bzw. auf die Preisentwicklung ist nach einhelliger Meinung der internationalen Statistik-Community wissenschaftlich nicht exakt bestimmbar. Preisbeobachtungen reichen für die Ursachenanalyse nicht aus. Sie können allenfalls zeigen, wie sich Preisgestaltung und Preisverteilung in den Perioden vor und nach der Euro-Bargeldeinführung verändert haben. Damit können Vermutungen über Preiserhöhungen im Zusammenhang mit der Umstellung auf den Euro gestützt oder entkräftet





werden<sup>4</sup>. Wesentlich bestimmender für die Preisentwicklung scheinen internationale Faktoren wie die Preise auf den Rohstoffmärkten (Rohöl, Getreide, etc.) zu sein, sowie langfristige Knappheitsverhältnisse (Verfügbarkeit von Nahrungsmitteln bei steigender Weltbevölkerung und zunehmendem Wettbewerb der Ressourcenverwendung).

Für den Umgang mit der Thematik der Inflation kann man also zusammenfassend folgende Empfehlungen abgeben:

- **Internationale Faktoren**, wie etwa die Preise auf den Rohstoffmärkten (z.B. Rohöl, Getreide, Kaffee), sind für das Ausmaß und den Verlauf der Inflation wesentlich bestimmender als der Euro.
- **Der einzelne Konsument sollte nicht versuchen, seinen eigenen Warenkorb im Gesamtindex wiederzufinden.** Der Warenkorb reflektiert nicht das persönliche Konsumverhalten des einzelnen Verbrauchers, sondern soll konzeptgemäß das durchschnittliche Ausgabenverhalten aller österreichischen Haushalte abbilden. Er deckt also ein breites Spektrum unterschiedlicher Verbrauchsmuster ab, d. h. jenes von Einpersonen- und Mehrpersonenhaushalten, autofahrenden und nicht-autofahrenden Haushalten, Haushalten mit unterschiedlichen Wohnsituationen (Miete vs. Eigentum), ausgehfreudigen und weniger ausgehfreudigen Haushalten, usw.
- **Eine Fokussierung auf lediglich kurzfristige Ausgaben (Artikel des täglichen/wöchentlichen Einkaufs) sollte vermieden werden.** Sie stellt eine verkürzte Sicht auf die Inflationsthematik dar. Der Gesamtindex setzt sich aus ca. 800 Einzelprodukten zusammen, die sehr unterschiedliche Konsumsegmente abdecken. Auch die Anschaffung von langlebigen Gebrauchsgütern zählt zu den Haushaltsausgaben und muss daher in der Teuerungsrate abgebildet werden.
- **Da die Inflationsrate ein Durchschnittswert ist, der sowohl steigende als auch fallende Preise abbildet, ist für eine seriöse Inflationsbeurteilung die Detailbetrachtung der einzelnen Entwicklungen erforderlich.** Die Auswahl der Güter und Dienstleistungen, die nach ihrer Bedeutung im Warenkorb (Gewichtung) in die Berechnung eingehen, erfolgt nicht beliebig, sondern wird nach den Ergebnissen der Konsumerhebung durchgeführt (international standardisierte Regel: jede Position des Warenkorbs muss mindestens ein Promille der gesamten Haushaltsausgaben erreichen).

4) Fluch, M./Stix, H.: „Wahrgenommene Inflation in Österreich – Ausmaß, Erklärungen, Auswirkungen“ in Geldpolitik und Wirtschaft Q3/2005, OeNB





Österreichische Gesellschaft  
für Europapolitik

## Über den Autor

**Mag. Josef Auer** ist stellvertretender Leiter der Direktion Volkswirtschaft von Statistik Austria und leitet den Bereich »Preise und Paritäten«.

*Kontakt:* josef.auer@statistik.gv.at

## Über die ÖGfE

Die Österreichische Gesellschaft für Europapolitik (ÖGfE) ist ein parteipolitisch unabhängiger Verein auf sozialpartnerschaftlicher Basis. Sie informiert über die europäische Integration und steht für einen offenen Dialog über aktuelle europapolitische Fragen und deren Relevanz für Österreich. Sie verfügt über langjährige Erfahrung im Bezug auf die Förderung einer europäischen Debatte und agiert als Katalysator zur Verbreitung von europapolitischen Informationen.

### ISSN 2305-2635

Die Ansichten, die in dieser Publikation zum Ausdruck kommen, stimmen nicht unbedingt mit jenen der ÖGfE oder jenen der Organisation, für die der Autor arbeitet, überein.

### Zitation

Auer, J. (2013). *Treibt der Euro die Inflation an? Die Fakten*. Wien. ÖGfE Policy Brief, 09'2013

### Impressum

Österreichische Gesellschaft für Europapolitik  
Rotenhausgasse 6/8-9  
A-1090 Wien, Österreich

Generalsekretär: Mag. Paul Schmidt  
Verantwortlich: Dipl. KW Marion Obermayr (MA)

Tel.: +43 1 533 4999  
Fax: +43 1 533 4999 – 40  
E-Mail: [policybriefs@oegfe.at](mailto:policybriefs@oegfe.at)  
Web: <http://oegfe.at/policybriefs>