

## Die Verbraucherpreise beim Übergang von der D-Mark auf den Euro

Nachdem seit der Euro-Bargeldeinführung zum 1. Januar 2002 gut ein halbes Jahr vergangen ist, soll anhand der Daten aus der amtlichen Preisstatistik nochmals der Frage nach dem Euro-Einfluss nachgegangen werden. Dabei liefert eine Sonderuntersuchung für 35 ausgewählte Waren und Dienstleistungen vertiefte Erkenntnisse. So sind die Preise im Januar 2002 deutlich häufiger als normalerweise in einem Monat geändert worden. Dennoch blieb die Zahl der Preisanpassungen geringer, als bei einem Übergang auf „attraktive“ Euro-Preise in einem Schritt zu erwarten gewesen wäre. Vielmehr wurde bei gut zwei Dritteln der rund 18 000 Preismeldungen für die ausgewählten Güter exakt von den Dezember-DM-Preisen auf die neuen Euro-Preise im Januar 2002 umgerechnet. Dieser Befund deutet in die gleiche Richtung, wie die aus dem amtlichen Preisindex insgesamt abgeleitete Aussage, dass dem Übergang von der D-Mark auf den Euro im Ganzen keine stärkere preiserhöhende Wirkung zuzurechnen ist. Allerdings gab es eine Reihe von ungewöhnlichen Preisänderungen, die sich bei vielen Verbrauchern auf die „gefühlte“ Inflation ausgewirkt haben. Diese mag allerdings dadurch beeinflusst sein, dass es bereits im vergangenen Jahr einen spürbaren Preisanstieg bei Nahrungsmitteln, gewerblichen Waren und Dienstleistungen gegeben hat, der jedoch kaum auf die Euro-Bargeldeinführung zurückzuführen ist.

## Bestimmungsgründe des Preissetzungsverhaltens

### *Euro-Bargeld- einführung*

Am 1. Januar 2002 hat die D-Mark ihre Rolle als alleiniges gesetzliches Zahlungsmittel verloren und an den Euro abgetreten. Dieses Datum war lange vorher bekannt, ebenso der Konversionsfaktor von 1,95583, mit dem die DM-Wertangaben in Euro umzurechnen waren. Damit waren die Marktteilnehmer in der Lage, das Ereignis bereits im Vorhinein zu berücksichtigen und in die eigenen Dispositionen einzubeziehen. Auf der Seite der privaten Haushalte könnte die bevorstehende Umstellung beispielsweise zu vorgezogenen Käufen geführt haben, weil man unsicher war, ob die Anbieter die Bargeldeinführung des Euro nicht für Preiserhöhungen nutzen würden. Zwar liegen hierüber keine exakten Informationen vor. Doch wurde in den ersten Monaten des laufenden Jahres im Einzelhandel über eine ausgesprochene Kaufzurückhaltung der Konsumenten geklagt. Diese könnte auch darauf hindeuten, dass noch große Unsicherheit darüber bestand, inwieweit eine neu ausgezeichnete Ware als preiswert oder teuer einzustufen war.

Auf Seiten der Anbieter boten sich anlässlich der Euro-Bargeldeinführung verschiedene Strategien an. Zum einen mögen bereits im Vorfeld Preisänderungen ratsam gewesen sein, um den Zahlungsmittelaustausch nicht zusätzlich zu belasten und eine günstige Startposition für die Euro-Zeit zu erlangen. Zum anderen aber dürfte der Bargeld-Wechsel, der wegen der von 1:1 abweichenden Tauschrelation zwangsläufig zu einem neuen Preisbild führte, als ein geeigneter Zeitpunkt für Preis-

anpassungen angesehen worden sein. Bei einem solchen Vorgehen ließen sich auch Kosten sparen, die bei einer Neuauszeichnung von Preisen zwangsläufig entstehen. Schließlich bestand eine denkbare Option darin, mit vorgesehenen Preisänderungen einige Zeit zu warten, um der mit der Währungsumstellung einhergehenden erhöhten Aufmerksamkeit und Sensibilität Rechnung zu tragen.

Im Folgenden soll versucht werden, näheren Aufschluss über das Preisverhalten der Anbieter von Gütern und Diensten zu gewinnen.<sup>1)</sup> Dabei stützt sich die Untersuchung auch auf Sonderauswertungen der Preisstatistik, die vom Statistischen Bundesamt<sup>2)</sup> und der Bundesbank durchgeführt werden. Einbezogen sind die Preismeldungen für 35 Einzelpositionen des Preisindex für die Lebenshaltung aller privaten Haushalte in Deutschland. Sie machen rund 8 % des gesamten Warenkorbs aus. Die Auswahl enthält Güter und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs und umfasst Preisrepräsentanten des Nahrungs- und Genussmittelbereichs, des Sektors der gewerblichen Waren sowie der Dienstleistungen (vgl. Aufstellung auf S. 17). Für die Auswahl war ferner wichtig, dass möglichst umfassende und breit gestreute Preisinformationen für die einzelnen Produkte zur Verfügung stehen. Insgesamt wurden über 18 000 Einzelpreisreihen ausgewertet. Diese Gesamtheit der Fälle ist im Folgenden Basis der Analyse. Eine Qualifizierung im Hinblick auf das einzelne Pro-

*Sonder-  
untersuchung*

<sup>1</sup> Zu früheren Analysen vgl.: Deutsche Bundesbank, Monatsberichte, Februar 2002, S. 39 ff.; März 2002, S. 8 ff.; Mai 2002, S. 54; Geschäftsbericht 2001, S. 18 ff.

<sup>2</sup> Vgl.: W. Buchwald, J. Chlumsky, N. Engelhardt: Zum Einfluss des Euro auf die Preisentwicklung in Deutschland, *Wirtschaft und Statistik*, Heft 3/2002, S. 182 ff.

dukt, seine relative Verbrauchsbedeutung sowie den jeweiligen Repräsentationsgrad findet nicht statt.<sup>3)</sup>

*Attraktive  
Preise*

Bei der Preisbildung auf der Verbraucherstufe spielen so genannte attraktive Preise in Form von „Schwellenpreisen“ oder „glatten“ Preisen eine große Rolle. Als an einer Schwelle liegend wird hier ein Preis bezeichnet, wenn er auf die Ziffer 9 endet. Beispiele sind im Bereich niedriger Preise 1,49 DM oder 1,89 € beziehungsweise bei höheren Beträgen 59 DM oder 499 €. Solche Preise werden wegen ihrer psychologischen Wirkung als attraktiv im Sinne von verkaufsfördernd angesehen. Ein „glatter“ Preis weist in der letzten Ziffer eine 0 oder eine 5 auf, wie 1,60 DM oder 25 €. Hier steht insbesondere die leichte Handhabung im Vordergrund, wenn es um die Begleichung von Rechnungen geht oder wenn Wechselgeld herausgegeben werden muss.

*Große  
Bedeutung von  
Schwellen-  
preisen*

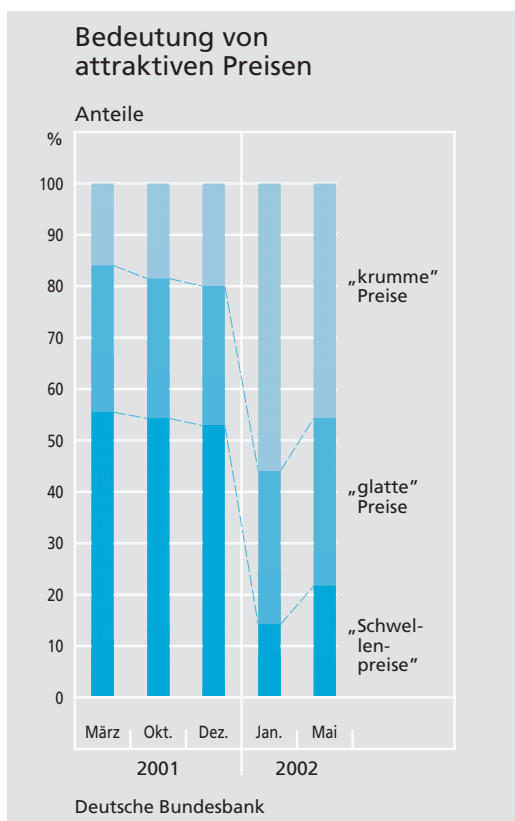
Die herausgehobene Bedeutung attraktiver Preise wird in der Sonderauswertung bestätigt. So wiesen Anfang 2001, also zu einem Zeitpunkt, der deutlich vor dem Euro-Umstellungstermin lag und somit als noch weitgehend unbeeinflusst gelten kann, lediglich etwa 15 % aller erhobenen Preise einen „krummen“ Wert auf. Die weit überwiegende Mehrheit zählte dagegen zu den attraktiven Preisen. Schwellenpreise sind insbesondere bei Gütern mit einem vergleichsweise geringen Warenwert verbreitet. Mehr als vier

<sup>3</sup> Damit wurde außer Acht gelassen, dass es beispielsweise für Markenbutter oder Vollmilkschokolade, denen zusammen ein Verbrauchsanteil von 4,2% zukommt, jeweils rund 1000 Preismeldungen gab, während für Waschmaschinen und Farbfernseher, die 5,9% beitragen, nicht mehr als 250 Meldungen je Produkt vorhanden sind.

**Für die Sonderuntersuchung  
ausgewählte Güter und Dienst-  
leistungen des Preisindex  
für die Lebenshaltung**

Position	Gewicht in %
<b>Nahrungsmittel</b>	
Eiernudeln	3,99
Salami	2,45
H-Milch	2,03
Markenbutter	1,95
Rahmspinat	0,79
Zucker	0,83
<b>Genussmittel und Getränke</b>	
Vollmilkschokolade	2,30
Bohnenkaffee	4,16
Mineralwasser	4,41
Weißwein	2,84
<b>Bekleidung</b>	
Herrensocken	0,61
Damenpullover	4,23
Feinstrumpfhose	0,81
Damenpumps	2,87
<b>Gewerbliche Waren</b>	
Waschmaschine	2,87
Kaffeemaschine	0,51
Farbfernseher	3,05
Kleinbild-Kamera	0,70
Polstergarnitur	3,38
Batterien, Monozelle	1,12
Filtertüten	0,17
Toilettenpapier	1,00
Funk-Spielzeugauto	0,43
Briefblock	0,30
Tageszeitung, Abonnement	4,18
Motoröl	0,42
Tagescreme	1,28
Zahncreme	0,95
Hundefutter	2,37
<b>Dienstleistungen</b>	
Chemische Reinigung	0,51
PKW-Wäsche	0,26
Kino-Eintrittskarte	2,93
Friseurleistungen für Herren	3,31
Verzehr von Bier	6,34
Übernachtung im Hotel	4,39
<b>Insgesamt</b>	<b>74,74</b>

Deutsche Bundesbank



Fünftel aller erfassten Einzelpreise in diesem Segment endeten auf 9. Mit steigendem Wert gewinnen glatte Preise an Bedeutung. Ihr Anteil erhöht sich in den oberen Preisgruppen bis auf rund ein Drittel. In der höchsten Preisgruppe fallen dann auch krumme Preise stärker ins Gewicht. Zu Lasten insbesondere der Schwellenpreise erreichen sie eine Verbreitung von rund 30 %.

### Preisbild und Preisentwicklung im Jahr 2001

Das Preisbild von Anfang letzten Jahres blieb fast das ganze Jahr 2001 über nahezu unverändert. Erst gegen Jahresende zeigten sich etwas häufiger Anpassungen, die weg von den ehemaligen attraktiven DM-Preisen hin

zu krummen DM-Preisen führten. Doch auch im Dezember 2001 gehörte weniger als ein Fünftel aller gemeldeten Preise in die Kategorie der krummen Preise. Dies deutet darauf hin, dass der Übergang auf den Euro und der Wunsch, auch in der neuen Währung ein attraktives Preisbild zu behalten, bei der Preisfindung im Jahr 2001 wohl noch keine größere Rolle spielte, obwohl die doppelte Preisauszeichnung in D-Mark und Euro weit verbreitet war. Im Vordergrund stand bei Preisänderungen vielmehr weiterhin das Interesse an psychologisch günstigen beziehungsweise glatten DM-Preisen.

Im Bekleidungsbereich war allerdings bereits im Jahr 2001 eine modifizierte Preisgestaltung zu beobachten. Für die in der Sonderauswertung berücksichtigten Herrensocken, Damenpullover, Feinstrumpfhosen und Pumps war ein deutliches Vordringen ungewöhnlicher Preissetzungen zu verzeichnen. Diese führten – abgesehen von der Damenoberbekleidung – zu einer kräftigen Verteuerung. Von Januar bis Dezember 2001 belief sie sich im Schnitt auf mehr als 2 ½ %. Auch die Preise anderer gewerblicher Waren sind im vergangenen Jahr deutlich angehoben worden. Über alle Produkte des industriellen Segments gerechnet, die im Preisindex für die Lebenshaltung enthalten sind, ergibt sich im Dezember 2001 eine Teuerung im Vorjahresvergleich von 1,2 %. Dies war deutlich mehr als im Jahr zuvor, als die Zunahme weniger als ein Drittel so stark gewesen war. Zu der Verschlechterung des Preisklimas dürfte neben der Schwäche des Euro an den Devisenmärkten nicht zuletzt der kräftige Anstieg der Ölpreise in den Jahren 1999 und 2000 beigetra-

*Preisanstieg bei gewerblichen Waren in 2001*

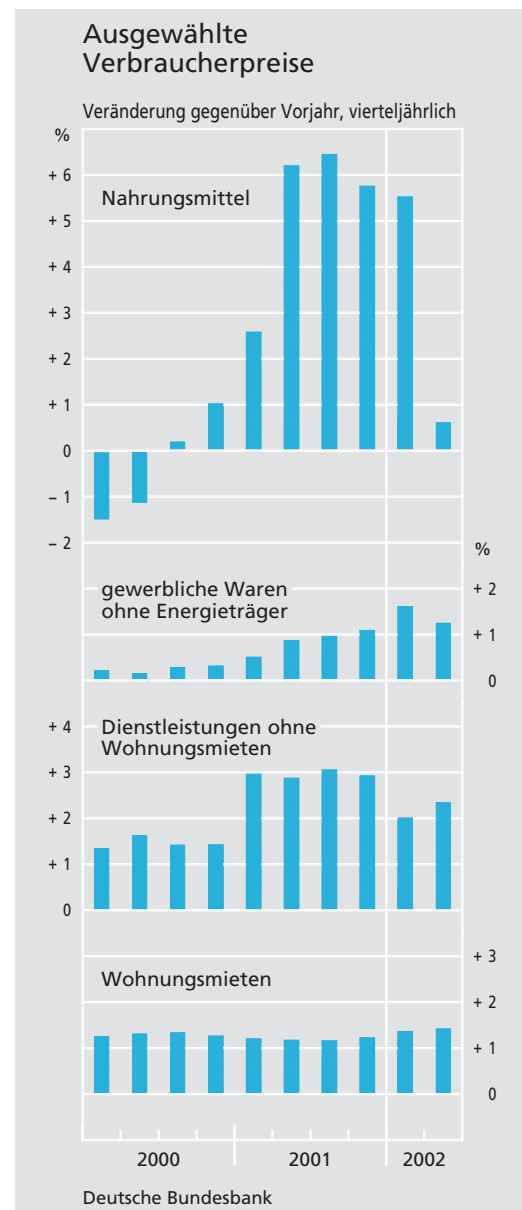
gen haben, der diesen wichtigen Energie- und Rohstoffträger nachhaltig und weltweit verteuert hat.

*Sondereffekte  
bei Dienst-  
leistungen...*

Mit einem Anstieg im Dezember 2001 um 2,8 % gegenüber dem Vorjahr haben die Dienstleistungspreise insgesamt noch wesentlich kräftiger zugelegt als die gewerblichen Waren. Auch hier war der Preisauftrieb merklich höher als im Jahr 2000. Dies ist zu einem wesentlichen Teil auf administrative Maßnahmen zurückzuführen. So ist die Kraftfahrzeugsteuer für ökologisch nachteilige ältere Fahrzeuge drastisch angehoben worden. Zugleich wurden die Rundfunk- und Fernsehgebühren deutlich heraufgesetzt. Aber auch ohne die Sondereinflüsse gerechnet signalisiert die Vorjahrsrate im Dezember einen Preisanstieg von 1,6 %.

*... und  
Nahrungs-  
mitteln*

Für den kräftigen Preisauftrieb bei Nahrungsmitteln im vergangenen Jahr sind zwei Ursachen besonders hervorzuheben. Zum einen zogen ungünstige Witterungseinflüsse in den ersten Monaten preistreibende Angebotsengpässe nach sich, denen im Frühjahr dann die Tierkrankheiten BSE und Maul- und Klauenseuche mit ihren heftigen Preiswirkungen folgten. Zum anderen hatte nach den massiven Konkurrenzkämpfen zwischen großen Supermarktketten in den Jahren 1999 und 2000, die von deutlichen Preissenkungen begleitet waren, ein Konsolidierungsprozess eingesetzt. Dieser stand auch in Zusammenhang mit der Abmahnung einzelner Anbieter durch das Bundeskartellamt, Waren unter Einstandspreis zu verkaufen. Mit der Beruhigung der Marktlage ging eine Verbesserung der Handelsspannen durch Preiskorrekturen ein-



her. Für Nahrungsmittel insgesamt musste nach dem amtlichen Preisindex für die Lebenshaltung im Dezember 2001 um 5,3 % mehr bezahlt werden als ein Jahr zuvor.

Nimmt man die drei Gruppen Nahrungsmittel, gewerbliche Waren und Dienstleistungen zusammen, so zeigt sich für das vergangene Jahr ein spürbarer Preisanstieg. Die Vorjahrsrate Ende 2001 war mit 2,4 % rund zweiein-

halb mal so hoch wie zum Jahresschluss 2000. Mit diesen deutlichen Preisanpassungen mag gleichzeitig auch Spielraum dafür geschaffen worden sein, nach dem Übergang auf den Euro, der entsprechend dem Konversionskurs vielfach zu krummen Werten führte, die Verkaufspreise wieder in Richtung auf attraktive Preise senken zu können. Wenn die Jahresendteuerung für die Verbraucherpreise insgesamt mit 1,7 % niedriger ausfiel, so lag das insbesondere an den Energieträgern, die im Dezember 2001 um 2,5 % billiger bezogen werden konnten als ein Jahr zuvor. Auch die Mieten haben insofern dämpfend gewirkt, als ihr Anstieg mit 1,3 % ebenso hoch war wie im Vergleichsmonat von 2000.

### Von der D-Mark zum Euro

*DM-Euro-  
Übergang*

Zum Jahreswechsel 2001/2002 rückte mit der Ablösung der D-Mark die Euro-Preisauszeichnung in den Vordergrund. Nach dem offiziellen Umrechnungsfaktor von 1 € = 1,95583 DM hatte dabei ein zuvor attraktiver DM-Preis in der Regel einen krummen Euro-Wert zur Folge. Die Sonderuntersuchung für die 35 ausgewählten Waren und Dienstleistungen zeigt, dass etwas mehr als zwei Drittel der rund 18 000 Einzelpreise exakt umgerechnet worden sind. Der Anteil der krummen Preise hat sich infolgedessen weit mehr als verdoppelt und wurde mit über 50 % wichtigstes Element des Preisbildes. Deutlich zahlreicher noch waren genaue Übergänge beispielsweise bei Wasch- und Kaffeemaschinen sowie bei Wein, wo Anteile von rund 90 % erreicht wurden. Weit hinter dem Durchschnitt zurück

blieben dagegen Kino-Eintrittskarten, Friseurleistungen und Hotelübernachtungen. Hier reichte die Spanne der Quoten genauer Umrechnungen von unter einem Drittel bis knapp 50 %.

Wenn auch in der Mehrzahl der Fälle die Preise im Januar exakt umgerechnet wurden, so war die Zahl der Preisänderungen doch weitaus häufiger als in normalen Monaten. Während sich im Jahr 2001 jeden Monat durchschnittlich weniger als 10 % der in der Sonderauswertung erfassten Preise geändert haben, waren es zu Jahresbeginn dreimal so viele. Häufiger waren kleinere Anpassungen, die in Richtung auf einen nahe liegenden attraktiven Euro-Preis gingen. In anderen Fällen aber haben Anbieter offensichtlich versucht, die eingeschränkte Transparenz in der Übergangsphase für durchaus kräftige Preisanhebungen zu nutzen. Gut die Hälfte aller Preisänderungen war nach oben gerichtet, nicht ganz so viele wiesen nach unten.

Die aus der Sonderauswertung abgeleitete Aussage eines nur moderaten Euro-Einflusses auf die Teuerung fügt sich gut in das Bild ein, das aus den Gesamtdaten des Preisindex der Lebenshaltung gewonnen werden kann. Auch wenn der Preisanstieg nach den amtlichen Angaben im Januar 2002 im Vergleich zum Vormonat mit 0,9 % ebenso wie der Sprung der Vorjahrsrate von 1,7 % im Dezember auf 2,1 % zu Jahresanfang 2002 einen beachtlichen Preisschub signalisiert, so ist dem Übergang von der D-Mark auf den Euro zur Jahreswende 2001/2002 im Ganzen keine stärkere preiserhöhende Wirkung zuzurechnen. Zu berücksichtigen ist nämlich, dass

*Preis-  
entwicklung im  
Januar 2002*

im Januar 2002 eine Reihe von außerordentlichen Einflüssen zu verzeichnen war, die in keinem ursächlichen Zusammenhang zu der Bargeldumstellung stehen.

Im Bereich der Nahrungsmittel kam es speziell bei dem jahreszeitlichen Angebot von Obst und Gemüse infolge eines ungewöhnlichen Wintereinbruchs zu drastischen Preissteigerungen. Diese fielen umso kräftiger aus, als auch die Ernten in den Mittelmeerländern, die in den Wintermonaten einen großen Teil des heimischen Angebots bestreiten, von Ausfällen betroffen waren. Ohne Saisonwaren gerechnet, erhöhten sich die Nahrungsmittelpreise im Januar gegenüber dem Dezember um 0,3 %. Dies war zwar mehr als im langjährigen Mittel, von einem Preisschub auf breiter Front kann aber kaum gesprochen werden.

Die Preisentwicklung bei den gewerblichen Waren verlief mit Ausnahme der Tabakwaren, für die die Steuern erhöht wurden, recht gedämpft. Ein Anstieg von lediglich einem Zehntel im Vormonatsvergleich deutet auf deutlich geringere Preiskorrekturen im Januar hin als in der zweiten Hälfte des vorangegangenen Jahres. Auch die Vorjahrsrate erhöhte sich lediglich von 1,2 % im Dezember 2001 auf 1,3 % im Januar 2002. Abgesehen von Strom und Benzin, für die die dritte Stufe der Öko-Steuern in Kraft trat, haben sich die Energieträger, zu denen auch Gas und Zentralheizung/Fernwärme gehören, verbilligt. Rechnet man alle von Sonderfaktoren betroffenen Warengruppen aus dem Lebenshaltungsindex heraus – das sind rund 12 % des gesamten Warenkorbs –, verringert sich der

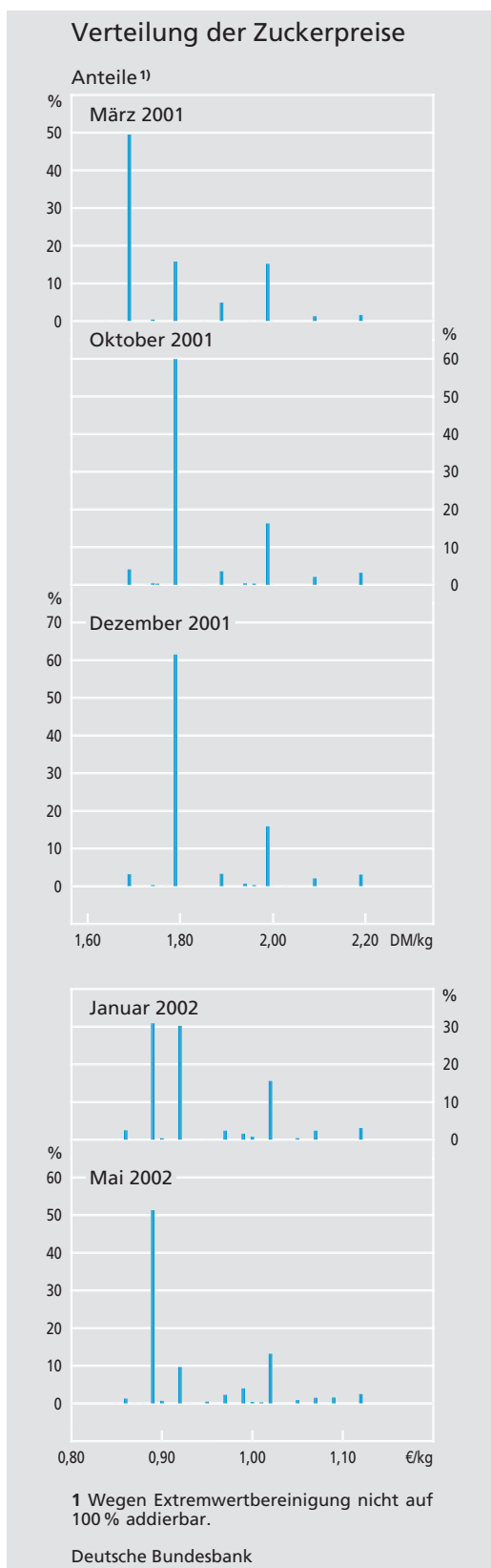
Preisanstieg von Dezember 2001 zum Januar 2002 auf 0,3 %.

Aber auch diese Preissteigerung kann nicht ohne weiteres als Euro-bedingt angesehen werden. Vielmehr ist zu berücksichtigen, dass es in nicht wenigen Fällen zu Beginn eines Jahres traditionell zu deutlichen Preiskorrekturen kommt. Ein Beispiel hierfür sind die Wohnungsmieten, die gewöhnlich nur in längeren Zeitabständen angepasst werden. Auch für den Januar dieses Jahres deuten die Angaben des Statistischen Bundesamtes auf zahlreiche Mietanpassungen hin. Hierbei dürfte ein Euro-Faktor in der Regel keine nennenswerte Rolle gespielt haben, weil ein Vermieter die Miethöhe explizit nennen muss und dem Mieter eine kontrollierende Rückrechnung ohne größere Schwierigkeiten möglich ist. Ohne die Mietkomponente sowie die zuvor erwähnten Sondereinflüsse verringert sich der Anstieg des Preisindex für die Lebenshaltung im Vormonatsvergleich auf 0,2 %. Auch bei anderen Waren und Leistungen dürften „normale“ Preisanpassungen erfolgt sein. Zudem mögen in manchen Fällen schon länger beabsichtigte Preiskorrekturen mit dem Termin der Euro-Einführung verbunden worden sein, um die Kosten, die bei einer Neuauszeichnung entstehen, so gering wie möglich zu halten. Die genannten 0,2 % beschreiben daher eher die Obergrenze des Euro-Einflusses.

In einzelnen Bereichen ist die Einführung des Euro gleichwohl zu besonderen Preiserhöhungen genutzt worden. Dabei könnte im Kalkül der Anbieter eine Rolle gespielt haben, dass bei einem Übergang auf ein vollständig neues

*Kein stärkerer  
Euro-Einfluss  
zum Jahres-  
wechsel*

*Preiserhöhungen für Dienstleistungen*



Preisbild Preiserhöhungen leichter durchgesetzt werden können, weil ein Vergleich mit alten DM-Preisen nicht unmittelbar möglich ist. Schwerpunktmäßig betroffen war der Dienstleistungssektor. Hier sind die Preise speziell bei den Leistungen des Gastgewerbes, des Friseur- und Kfz-Handwerks wie auch für Reparaturen von Elektrogeräten oder die Eintrittskarten für einen Kinobesuch kräftig angehoben worden.

### Die „gefühlte“ Teuerung

Dieses Preissetzungsverhalten sowie die Teuerung infolge der Steuerhöhungen und des außergewöhnlich kalten und nassen Winters mögen dazu beigetragen haben, dass in der Bevölkerung vielfach der Eindruck entstanden ist, mit der Einführung des Euro sei eine allgemeine Teuerungswelle einhergegangen. Plakativer wurde und wird der Euro vielfach als „Teuro“ bezeichnet.

*Preisgefühl der Konsumenten*

Wesentlich für den Unmut dürfte aber auch die Teuerung des Jahres 2001 sein. Dies gilt umso mehr, als die Inflationsdiskussion sich im Allgemeinen an den Vorjahrsraten orientiert, die die Preisentwicklung der jeweils letzten zwölf Monate umfassen. Es erscheint fraglich, ob die für eine Einschätzung der Euro-Preise aus der Erinnerung herangezogenen „alten“ DM-Preise, die bestimmend für die so genannte „gefühlte“ Teuerung sind, den Preisauftrieb des Vorjahres immer voll berücksichtigen. Insbesondere im Bereich der Nahrungsmittel hatten die Tierkrisen zu spürbaren Verschiebungen des Preisbildes geführt. Auch häufigere Steuererhöhungen, die



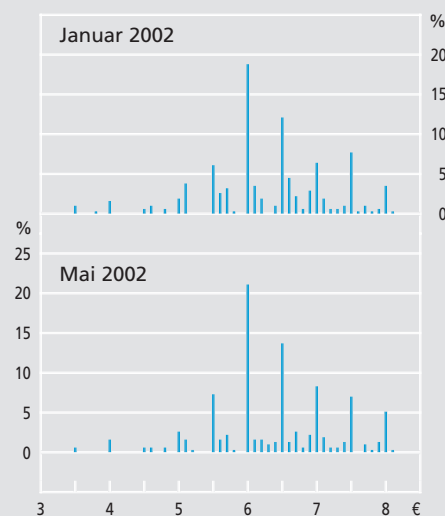
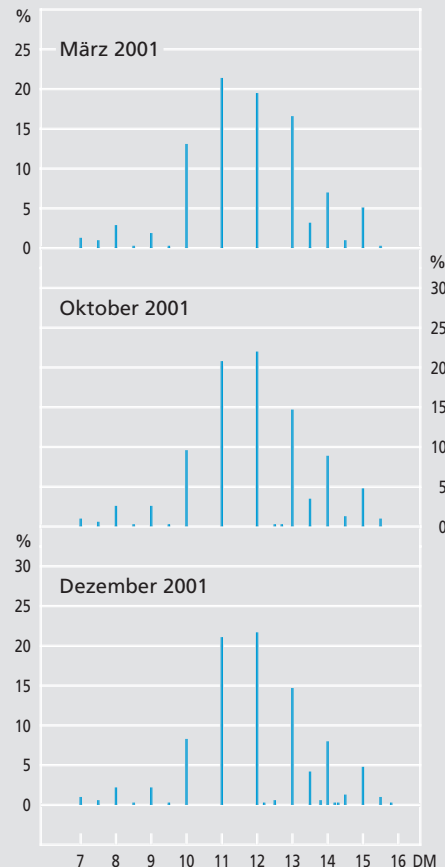
bei einer zeitlichen Regelmäßigkeit in der Vorjahrsratenbetrachtung nicht ohne weiteres zu erkennen sind, bleiben sicherlich nicht ohne Einfluss auf des Preisgefühl. Zudem unterliegen Preisänderungen bei Produkten, die bar bezahlt werden, einer stärkeren Wahrnehmung als es bei Kontoabbuchungen der Fall ist. Schließlich ist darauf hinzuweisen, dass die Umrechnung der Euro-Preise in D-Mark, die für einen Vergleich alter und neuer Preise notwendig ist, mit der Faustformel 1 € = 2 DM die Teuerung um rund 2 ¼ Prozentpunkte überzeichnet. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Preise auf der Verbraucherstufe zwar im vergangenen Jahr und zum Jahreswechsel deutlich gestiegen sind. Dieser Preisauftrieb ist aber vorwiegend nicht dem Euro, sondern anderen Faktoren anzulasten.

*Preis-  
beruhigung  
im Verlauf  
von 2002*

Die Preisentwicklung seit Frühjahrsbeginn 2002 war recht moderat. Saisonbereinigt ist der Preisindex für die Lebenshaltung im Juni, bis zu dem die Angaben gegenwärtig reichen, nicht höher als im März gewesen. Der Preisabstand zum Vorjahr verringerte sich in der gleichen Zeit von 1,8% auf 0,8%. Beigetragen zu der Preisberuhigung haben insbesondere die Nahrungsmittel und die gewerblichen Waren. In beiden Bereichen, die zusammen nahezu die Hälfte der gesamten Verbrauchsausgaben umfassen, sind die Preise gefallen. Dieser Rückgang hat die anhaltende Teuerung insbesondere bei den Dienstleistungen, aber auch bei den Wohnungsmieten leicht überkompensiert. Die Preise für Energie stabilisierten sich zuletzt weitgehend auf hohem Niveau.

### Verteilung der Preise für Kinokarten

Anteile<sup>1)</sup>



<sup>1</sup> Wegen Extremwertbereinigung nicht auf 100% addierbar.

Deutsche Bundesbank

*Rückkehr zu  
attraktiven  
Preisen*

Wie die Sonderauswertung zeigt, werden bei den Einzelpreisen in der letzten Zeit wieder verstärkt attraktive Preise angestrebt. Dies ist mit zumeist kleineren, selten größeren Preisänderungen verbunden. Auch konzentriert sich die Verteilung der Preise für die einzelnen Produkte und Dienstleistungen zunehmend auf wenige Schwerpunkte. Ein gutes Beispiel hierfür ist Zucker, dessen Preisbild im Zeitablauf in dem Schaubild auf Seite 22 dargestellt ist. Deutlich erkennbar ist für das Jahr 2001 eine Häufung der Preissetzungen bei 1,79 DM je kg. Diese hat bis zum Oktober sogar noch dadurch an Bedeutung gewonnen, dass die Zahl der Preismeldungen mit 1,69 DM drastisch gesunken ist. Dahinter stehen Preisanhebungen einzelner Anbieter um 10 Pfennige. Im Januar wird die Preisverteilung dann mit der Umrechnung in den Euro zweigipfelig. Fast gleich stark vertreten sind die Preise 0,89 € und 0,92 €. Letztere entsprechen einer genauen Umrechnung, erstere bedeuten eine leichte Preissenkung. Im Mai ist eine Tendenz zu einem neuen Schwerpunktpreis von 0,89 € erkennbar, der zu Lasten des exakten Übergangspreises geht. Der schon zu DM-Zeiten das obere Preissegment kennzeichnende Preis von 1,99 DM blieb bei einer exakten Umrechnung in seiner Bedeutung bislang weitgehend erhalten.

Nachdem das Preisbild unmittelbar nach der Euro-Einführung eher diffus geworden war – und damit wohl auch zu der Kaufzurückhal-

tung der Konsumenten beigetragen hatte –, gewinnt es allmählich wieder deutlichere Konturen. Dies lässt sich unter anderem an den Eintrittspreisen für einen Kinobesuch darstellen. Während im Jahr 2001 eine eindeutige Konzentration auf runde Beträge mit Schwerpunkten bei 11 DM und 12 DM zu erkennen ist, tauchen im Januar 2002 mit dem Euro plötzlich viele Zwischenpreise auf. Bis zum Mai wird die Situation aber wieder merklich klarer. Die krummen Preise verschwinden und machen glatten Preisen Platz. Als neuer zentraler Wert bildet sich eine Eintrittskarte von 6 € heraus, die von weiteren häufiger anzutreffenden Preisen im Abstand von 50 Cent umgeben wird. Bei genauer Umrechnung entsprechen 11 DM 5,62 €, 12 DM werden zu 6,14 €. Die heutigen 6 € signalisieren damit einen deutlichen Preisanstieg.

Insgesamt vermittelt die Sonderauswertung allerdings den Eindruck, dass der Anteil der Schwellenpreise bisher noch weit hinter der Bedeutung zu DM-Zeiten zurückbleibt. Zugenommen hat hingegen die Bedeutung von runden Preisen. Es erscheint nicht ausgeschlossen, dass diese unter dem Euro generell häufiger als früher eingesetzt werden. Bei Gütern und Diensten mit höheren Preisen sind die krummen Preise bisher noch deutlich stärker vertreten als vor der Währungsumstellung. Es wäre allerdings verfrüht, dies als Beweis einer grundsätzlichen Veränderung des Preissetzungsverhaltens anzusehen.