

Wahrgenommene Inflation in Österreich – Ausmaß, Erklärungen, Auswirkungen

Im Zuge der Euro-Bargeldumstellung entwickelten sich in den Ländern des Euroraums die amtlich gemessene HVPI-Inflation und die Inflation, die von der Bevölkerung wahrgenommen wurde, deutlich auseinander – in Österreich betrug die Differenz zeitweise bis zu 1,9 Prozentpunkte.

Diese Studie zeigt, dass ein Teil des Unterschieds darauf zurückzuführen ist, dass die Einschätzung der Bevölkerung über die Preisentwicklung hauptsächlich auf häufig gekaufte Gütern basieren dürfte, während in amtlichen Preisindizes auch selten gekaufte Güter berücksichtigt werden. Gemäß neueren Hypothesen zur Inflationswahrnehmung (Brachinger, 2005a) werden Preisanstiege überdies stärker registriert als Preissenkungen. Da die Preise häufig gekaufter Güter nach der Euro-Bargeldeinführung stärker gestiegen sind als die Preise seltener gekaufter Güter und ein höherer (ungewichteter) Anteil von Gütern teurer geworden ist, könnte die Bevölkerung dadurch einen höheren Preisanstieg wahrgenommen haben. Die Inflationswahrnehmung dürfte weiters durch die mit der Euro-Bargeldeinführung verbundene Erwartung von Preissteigerungen, den Vergleich mit länger zurückliegenden Schilling-Referenzpreisen und das anfängliche Fehlen von Signalpreisen in Euro, wodurch die Gewöhnung an die neuen Euro-Preise erschwert wurde, verstärkt worden sein.

Die Teuerungswahrnehmung hat sich als überraschend persistent erwiesen. Erst Anfang 2005 hat sich die Differenz zur HVPI-Inflationsrate wieder weitgehend geschlossen. Dies deutet darauf hin, dass die vor der Euro-Bargeldeinführung vorherrschende enge Koppelung von tatsächlicher und subjektiv wahrgenommener Inflation sich wieder einzustellen beginnt. Der erneute Anstieg der Differenz zur Jahresmitte 2005 dürfte hingegen auf den starken Anstieg der Rohölpreise zurückzuführen sein.

Manfred Fluch,
Helmut Stix¹

1 Einleitung

Im Zuge der Euro-Bargeldeinführung wurden in Österreich und in vielen anderen Staaten des Euroraums vielfach erhebliche Teuerungen beklagt. Im Gegensatz dazu weist die Veränderungsrate des Harmonisierten Verbraucherpreisindex (HVPI) mit 1,8% im Jahr 2002 und 1,3% im Jahr 2003 nur auf eine verhaltene Inflationsentwicklung hin. Offensichtlich kam es durch die Bargeldeinführung also zu einem Spannungsverhältnis zwischen subjektiv empfundener und objektiv gemessener Inflation.

In dieser Analyse wird dieses Spannungsverhältnis thematisiert und aus verschiedensten Perspektiven beleuchtet. Dabei stehen folgende Fragen im Vordergrund: Wie hoch ist das Ausmaß der von der Bevölkerung wahrgenommenen Inflation? Dazu wird ein Index der wahrgenommenen Inflation, direkte Inflationsanschätzungen der Bevölkerung aus Umfragen und die zeitliche Entwicklung verschiedener Preisindizes diskutiert. Gleichzeitig soll das

Ausmaß der in Österreich wahrgenommenen Inflation in einen internationalen Kontext gestellt werden. Weiters ist von Interesse, wie sich die wahrgenommene Inflation im zeitlichen Ablauf entwickelt hat. Ist das Ausmaß der wahrgenommenen Inflation mehr als dreieinhalb Jahre nach der Bargeldeinführung noch immer hoch oder liegt die empfundene Preisänderung wieder näher bei der offiziellen Inflationsrate?

Aufgrund der von der Bevölkerung empfundenen Preisanstiege bei gleichzeitig moderater Inflationsentwicklung stellt sich die Frage, welche Erklärungen es für diese Diskrepanz gibt. In wissenschaftlichen Untersuchungen konnte nachgewiesen werden, dass die Konsumenten Preisänderungen anders wahrnehmen, als sie in der offiziellen Inflationsstatistik erfasst werden. Im Zuge der Euro-Bargeldeinführung dürften überdies noch spezielle Aspekte, wie das anfängliche Fehlen eines Wertgefühls und die – möglicherweise durch öffentliche Warnun-

Wissenschaftliche
Begutachtung:
Wolfgang Brachinger,
Universität Freiburg
Schweiz/
Université de Fribourg
Suisse.
Wissenschaftliche
Assistenz:
Ernst Glatzer, OeNB.

¹ Die Autoren danken insbesondere dem Gutachter Wolfgang Brachinger sowie Ernest Gnan und Peter Mooslechner für wertvolle Kommentare.

gen geschürten – Erwartungen von Preisanstiegen, eine Rolle gespielt haben. Diese Faktoren werden diskutiert und mit empirischen Befunden aus Österreich unterlegt. Dazu werden neben Einzelpreisdaten von Statistik Austria auch Umfragedaten verwendet. Dabei handelt es sich zum einen um den monatlich durchgeführten *Consumer Confidence Barometer* der Europäischen Kommission und zum anderen um eine im Auftrag der OeNB im Sommer 2004 unter 2.000 Österreicherinnen und Österreichern durchgeführte Umfrage über die wahrgenommene Inflation (FESSEL-GfK, 2004). Speziell dieser Datensatz erlaubt eine detaillierte Analyse darüber, in welchem Ausmaß die österreichische Bevölkerung Teuerungen empfunden hat und von welchen Faktoren das subjektive Preisempfinden beeinflusst wird.

In einem weiteren Teil werden die Auswirkungen auf die Geldpolitik evaluiert. Insbesondere wird untersucht, welchen Einfluss die wahrgenommene Inflation auf Inflationserwartungen ausübt. Weiters wird diskutiert, welche Glaubwürdigkeit den verschiedenen Preisindikatoren beigemessen wird.

Das Bild allgemeiner Teuerungen durch die Euro-Bargeldeinführung ist in der Bevölkerung noch immer stark verbreitet. Angesichts dieser Tatsache soll darauf hingewiesen werden, dass es nicht Ziel dieser Arbeit ist, die Preiswahrnehmungen der Konsumenten zu widerlegen – in einem gewissen Sinne sind subjektive Wahrnehmungen immer „richtig“. Es geht vielmehr darum, das Phänomen der wahrgenommenen Inflation in seiner Komplexität umfassend zu thematisieren und im Kontext mit der offiziell ausgewiesenen Inflationsrate zu betrachten.

Kasten 1

Abgrenzung von in der Studie verwendeten

Inflationsbegriffen - Glossar

In dieser Studie wird eine Reihe von Begriffen zur Inflation verwendet. Dieser Kasten definiert die Begriffe und fasst die synonym verwendeten Bezeichnungen zusammen.

Gemessene Inflation(srate): Dabei handelt es sich um den von der Statistik Austria monatlich berechneten und publizierten Harmonisierten Verbraucherpreisindex (HVPI), der durch EU-Verordnungen definiert wird und auf Methoden der Preisindexmessung basiert. In einigen Fällen (z. B. bei der Abgrenzung spezieller Warenkörbe, wie den Mini- und Mikrowarenkorb) wurde auch die Inflationsrate gemäß nationalem Verbraucherpreisindex (VPI) verwendet, der sich methodisch etwas vom HVPI unterscheidet.

Ebenfalls dafür verwendete Synonyme in der Studie: HVPI-Inflationsrate, tatsächliche Inflationsrate, amtlich erhobene Inflationsrate, amtlich gemessene Inflationsrate, objektiv gemessene Inflationsrate, gesamtwirtschaftliche Inflationsrate.

Wahrgenommene Inflation: Darunter ist das individuelle Empfinden und die Wahrnehmung von Preisänderungen der Bevölkerung zu verstehen. Dabei kommen eine Reihe von Einflussfaktoren zum Tragen: Diese können psychologischer oder, wie im Falle der Euro-Bargeldumstellung, spezieller Natur sein, wodurch eine Quantifizierung der wahrgenommenen Inflation erschwert wird. Um Aussagen zur Entwicklung der wahrgenommenen Inflation machen zu können, werden derzeit die Umfrageergebnisse des *Consumer Confidence Barometer* der Europäischen Kommission – die für alle EU-Länder monatlich durchgeführt werden und damit internationale Vergleiche ermöglichen – herangezogen. Üblicherweise wird dazu der Saldo aus „Preise sind gestiegen“-und „Preise sind gefallen“-Antworten verwendet. Alternativ dazu kann aus den Umfrageergebnissen auch eine wahrgenommene Inflationsrate geschätzt werden. Deren Berechnung unterliegt jedoch restriktiven Annahmen.

Ebenfalls dafür verwendete Synonyme in der Studie: gefühlte Inflation, subjektiv wahrgenommene oder empfundene Inflation, Preiswahrnehmung, individuelle Preiswahrnehmung, Inflationswahrnehmung, wahrgenommene Teuerung.

Index der wahrgenommenen Inflation: Ein von Prof. Brachinger (2005a) erstmals – basierend auf Elementen der Preisindextheorie und der psychologischen Entscheidungsfindung – entwickelter spezieller Index. Empirische Ergebnisse dazu werden in Kürze für Deutschland vorliegen.

Erwartete Inflation: Dabei handelt es sich um Einschätzungen zur Preisentwicklung in einem bestimmten Zeitraum (üblicherweise in den nächsten zwölf Monaten). Ähnlich wie die wahrgenommene Inflation ist die erwartete Inflation nicht direkt messbar, sondern kann aus verschiedenen Quellen abgeleitet werden. In dieser Studie wurden ebenfalls und ausschließlich die diesbezüglichen Umfrageergebnisse des Consumer Confidence Barometer der Europäischen Kommission verwendet, die auf Stichprobenbasis die Einschätzung der Bevölkerung reflektieren. Analog zur wahrgenommenen Inflation kann aus den Umfragen eine erwartete Inflationsrate geschätzt werden.

Ebenfalls dafür verwendete Synonyme in der Studie: erwartete Preisentwicklung, geschätzte erwartete Inflation, zukünftige Inflation(sentwicklung) bzw. Preisentwicklung, Inflationserwartungen.

2 Euro-Bargeldumstellung führt zu hoher wahrgenommener Inflation

2.1 EU-Beitritt Österreichs und Euro-Bargeldumstellung „verzerrt“ subjektives Preisempfinden

Der Unterschied zwischen der in Österreich wahrgenommenen und der offiziell von der Statistik Austria ausgewiesenen Inflationsrate ist in Grafik 1 dargestellt.² Im längerfristigen Vergleich fallen drei verschiedene Episoden auf:

- *Niedrige Inflationswahrnehmung rund um den EU-Beitritt Österreichs:* In der Periode 1995 bis Mitte 1997 lag die Preiswahrnehmung der Bevölkerung unter der HVPI-Inflationsrate. Diese Diskrepanz könnte darauf zurückzuführen sein, dass mit dem EU-Beitritt und der Übernahme des Binnenmarktes – gestützt auf wissenschaftliche Expertisen und beeinflusst durch breite mediale Information – vielfach die Erwartung sinkender Preise bzw. eines verminderten

Preisauftriebs herrschte. Gerade bei Agrarprodukten und im Lebensmittelsektor – also Produkte, die zwar häufig gekauft werden, aber nur rund 20% des Verbraucherpreis-Warenkorbs ausmachen – fanden diese Preissenkungen auch nachweislich statt (Fluch und Rumler, 2005). Hingegen wurden in anderen Bereichen der Wirtschaft keine derart signifikanten Preisänderungen wirksam.

- *Relativ gleichlaufende Entwicklung von Mitte 1997 bis 2002:* Von 1997 bis etwa 1999 lagen die wahrgenommene und die offizielle Inflation fast auf gleichem Niveau. Um die Jahrtausendwende unterschritt die Inflationswahrnehmung neuerlich die offizielle Inflation. Dies könnte im Zusammenhang mit der Liberalisierung einiger bis dahin geschützter Märkte stehen. So erfolgte zu diesem Zeitpunkt die vollständige Öffnung des Telekommunikationsbereichs, was in diesem Bereich fühlbare Verbilligungen für die Haushalte bewirkte.

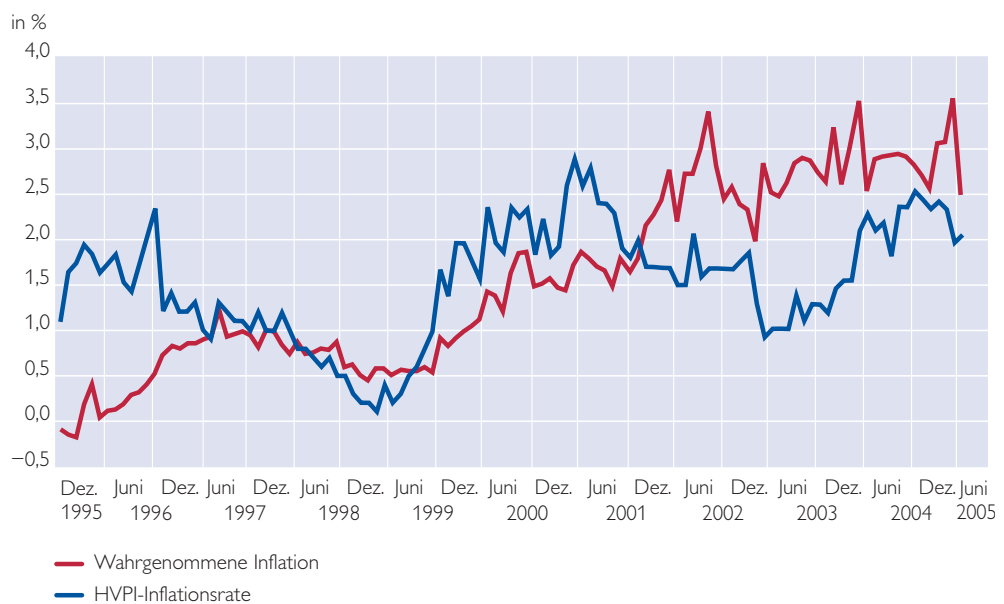
² Soweit nicht ausdrücklich darauf hingewiesen, wird in dieser Analyse die aus geldpolitischer Sicht relevante HVPI-Inflationsrate verwendet (siehe auch Kasten zur Abgrenzung von Inflationsbegriffen). Die hier verwendete wahrgenommene Inflation beruht auf Umfrageergebnissen des Consumer Confidence Barometer der Europäischen Kommission.

– Mit der Euro-Bargeldumstellung Erhöhung der wahrgenommenen Inflation: Mit der Euro-Bargeldumstellung änderte sich der bis dahin bestehende eng gekoppelte Pfad der beiden Inflationsparameter grundlegend. Sie bewegten sich, beginnend mit Februar 2002, scheinbar auseinander und näherten sich erst gegen Ende 2004 – be-

dingt durch eine in Österreich beschleunigte HVPI-Inflationsrate – wieder an. Der Abstand hat sich bis Februar 2005 auf unter 0,5 Prozentpunkte verringert. Danach kam es erneut zu einem Anstieg der wahrgenommenen Inflationsrate, der mit den starken Teuerungen bei Erdöl im Zusammenhang stehen dürfte.³

Grafik 1

Wahrgenommene und gemessene Inflation in Österreich



Quelle: Consumer Confidence Barometer der Europäischen Kommission, Statistik Austria.

Anmerkung: Die hier verwendete wahrgenommene Inflationsrate ist aus Umfragen in österreichischen Haushalten abgeleitet. Siehe Kasten 2 für eine detaillierte Diskussion der Methodik.

³ Die Korrelation der Produktgruppe „Flüssige Brennstoffe, Kraft- und Schmierstoffe für private Verkehrsmittel“ und der wahrgenommenen Inflation liegt seit Jänner 2002 bei etwa 0,37. Auch bei Dienstleistungen im Wohnungsbereich, aber auch bei Strom und Gas – Bereiche mit auffälligen Teuerungen – gab es eine ähnlich positive Korrelation.

Dass der Anstieg der wahrgenommenen Inflation zu Beginn des Jahres 2002 mit der Euro-Bargeldeinführung in Verbindung zu bringen ist, geht auch direkt aus Umfragedaten hervor. So zeigt die Umfrage vom Sommer 2004, dass insgesamt 57% bzw. 35% meinten, dass vieles bzw. manches in den letzten zwei bis drei Jahren teurer geworden sei. Nur etwa 7% gehen von keinen Änderungen oder Preissenkungen aus (FESSEL-Gfk, 2004). Nach den Gründen befragt, vertreten 59% derjenigen, die eine Teuerung ausmachten, die Ansicht, dass der Preisanstieg auf die Euro-Bargeldumstellung zurückzuführen sei. Die Politik bzw. den Staat sahen etwa 8% als Grund, die EU bzw. die EU-Erweiterung 7% und die Wirtschaft 6%. Steigende Rohstoffpreise wurden von 5% als Grund genannt.

2.2 Schere zwischen wahrgenommener und tatsächlicher Teuerung auch in anderen Ländern der Währungsunion

Die Assoziation von Preissteigerungen mit der Euro-Bargeldeinführung ist kein österreichspezifisches Phänomen. Auch in anderen EU-Mitgliedstaaten, so die Ergebnisse einer laufenden internationalen Umfrage der Europäischen Kommission, glauben die Konsumenten, dass im Zuge der Bar-

geldumstellung eine für sie nachteilige Preisentwicklung auftrat. Trotz durchwegs niedriger Inflationsraten kam es in allen Staaten der Europäischen Währungsunion zu einer hohen Inflationswahrnehmung, wobei die Diskrepanz der beiden Inflationsindikatoren in manchen Ländern zum Teil wesentlich ausgeprägter ausfiel als in Österreich.

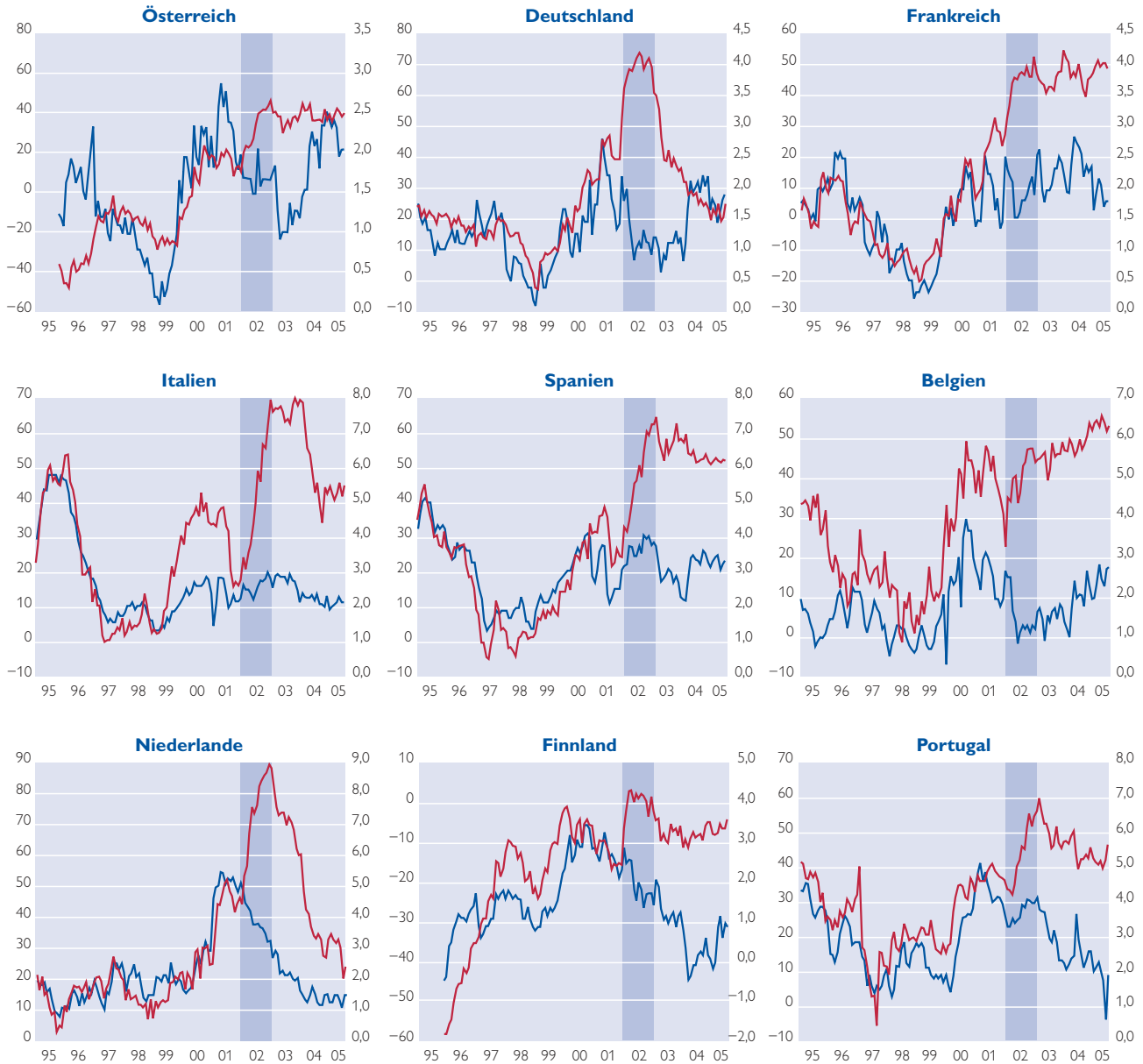
Grafik 2 zeigt die Differenz zwischen dem Anteil der Bevölkerung, der während des vergangenen Jahres steigende Preise und dem Anteil, der konstante oder fallende Preise wahrgenommen hat.⁴ Anfang 2002 kam es in allen EU-Mitgliedstaaten zu einem sehr deutlichen Anstieg, d. h., ein höherer Anteil der Bevölkerung hat Preissteigerungen wahrgenommen als Preissenkungen. Der höchste Punkt wurde in allen Staaten bis auf Frankreich, Italien und Belgien gegen Ende 2002 erreicht. Im Gegensatz dazu ist die HVPI-Inflationsrate zu Jahresbeginn 2002 nur geringfügig gestiegen. Während des Jahres 2003 war sie in vielen Staaten geringer als vor der Euro-Bargeldeinführung.

Zuletzt zeigen die Umfrageergebnisse, dass sich die Lücke in Österreich, Deutschland, den Niederlanden und Italien verringert hat. In anderen Staaten besteht hingegen noch eine nennenswerte Differenz.

⁴ Ein Wert von 40, wie in Österreich Ende 2002 beobachtet, bedeutet somit, dass der Anteil derer, die glauben, dass die Preise gestiegen sind, um 40 Prozentpunkte höher ist, als der Anteil derer, die glauben, dass die Preise gesunken sind.

Wahrgenommene Preisänderungen und HVPI-Inflation

in ausgewählten Ländern des Euroraums



— Wahrgenommene Inflation – Umfragesaldo (linke Achse)
— HVPI-Inflation in % (rechte Achse)
■ Euro-Bargeldeinführung

Quelle: Consumer Confidence Barometer der Europäischen Kommission (saisonal geglättet), OeNB.

Anmerkung: Die Abbildung fasst monatliche Umfrageergebnisse zu Preiswahrnehmungen sowie den Verlauf der jährlichen HVPI-Inflationsraten zusammen. Als Maß für die wahrgenommene Inflation dient der Saldo aus „Preise sind gestiegen“-Antworten und „Preise sind gefallen“-Antworten.

Wie werden Inflation und Inflationswahrnehmungen gemessen?

Jeder Konsument registriert laufend Preissignale, die unter bewusster oder unbewusster Verwendung zusätzlicher Information (z. B. Medien, Erwartungen etc.) zu einer individuellen Inflationswahrnehmung verarbeitet werden. In diesem Sinne nimmt jeder eine eigene, von persönlichen Erfahrungen geprägte Inflationsrate wahr. Es gibt verschiedene Methoden, die Vielzahl an individuellen Preiswahrnehmungen zu aggregieren, um ein Gesamtbild der Inflationswahrnehmung der Bevölkerung zu erhalten.

Eine Möglichkeit der Messung der wahrgenommenen Inflation besteht darin, den Saldo zwischen dem Anteil derjenigen zu berechnen, die glauben, dass die Preise gestiegen sind und jenem Anteil von Personen, die gegenteiliger Auffassung sind. In Österreich wird die wahrgenommene Inflation aus den Ergebnissen einer von der Europäischen Kommission in Auftrag gegebenen Umfrage, dem Consumer Confidence Barometer, geschätzt. Dabei werden rund 1.500 Personen zur Preisentwicklung in den letzten sowie den kommenden zwölf Monaten befragt. Die Daten und die Ergebnisse werden auf den Internetseiten der Europäischen Kommission veröffentlicht.⁵

Die genaue Fragestellung lautet: Wie haben sich Ihrer Ansicht nach die Preise in den letzten zwölf Monaten entwickelt? Sind sie ... (i) stark gestiegen, (ii) mittelmäßig gestiegen, (iii) etwas gestiegen, (iv) haben sich kaum verändert, (v) etwas gesunken, (vi) weiß nicht/keine Angabe.

Antworten (i) und (v) entsprechen starken Preisänderungen, während die Antworten (ii) und (iv) nur mäßigen Änderungen entsprechen. In der Berechnung des Saldos der Antworten wird dies folgendermaßen berücksichtigt:

$$\text{Saldo} = \text{Prozent (i)} + 0,5 * \text{Prozent (ii)} - 0,5 * \text{Prozent (iv)} - \text{Prozent (v)}.$$

Eine Zahl von 20 würde somit bedeuten, dass der Anteil derer, die von Preissteigerungen ausgehen, um 20 Prozentpunkte höher ist, als der Anteil derer, die von Preissenkungen ausgehen. Dieses Maß wurde in Grafik 2 verwendet. Ein Nachteil dabei ist, dass diese Werte nicht direkt mit der tatsächlichen Inflationsrate verglichen werden können. Der zeitliche Verlauf des Saldos erlaubt lediglich Rückschlüsse über Preiswahrnehmungstendenzen – etwa: die Bevölkerung nimmt vermehrt steigende Preise wahr. Weiters ist es nicht möglich, die Niveaus international zu vergleichen. In der Literatur wurde jedoch gezeigt, dass es unter Zuhilfenahme einiger vereinfachender Annahmen möglich ist, die Umfragedaten auf eine Zahl umzurechnen, die direkt mit der offiziellen Jahresinflationsrate vergleichbar ist – diese ist in Grafik 1 dargestellt.

Im Speziellen beruht die hier verwendete Schätzung der wahrgenommenen Jahresinflationsrate auf Berk (1999) sowie Forsells und Kenny (2002). Dabei wird angenommen, dass die wahrgenommene Inflationsrate in der Bevölkerung mit einem bestimmten Mittelwert und einer bestimmten Streuung normal verteilt ist. Daraus ergibt sich, dass man die Anteile der Antworten, die auf die einzelnen Kategorien entfallen, als Wahrscheinlichkeiten interpretieren kann. Der Anteil an Antworten, die z. B. auf eine bestimmte Kategorie (z. B. etwas gesunken) entfallen, kann damit als Wahrscheinlichkeit interpretiert werden, dass die wahrgenommene Inflation zwischen einer bestimmten oberen und einer bestimmten unteren Schwelle liegt. Unter der zusätzlichen Annahme, dass diese Schwellen symmetrisch um den Wert Null liegen, kann man aus den erhaltenen Wahrscheinlichkeiten das Verhältnis zwischen Mittelwert und Standardabweichung der gesuchten Verteilung errechnen. Um nun den Mittelwert der Verteilung zu berechnen, benötigt man die Annahme, dass der Mittelwert der vergangenen wahrgenommenen Inflationsrate gleich dem Mittelwert der tatsächlichen Inflationsrate ist. Der so geschätzte Mittelwert der Verteilung wird als die in der Bevölkerung wahrgenommene Inflationsrate interpretiert. Insgesamt hängt dieses Schätzverfahren also von einigen Annahmen ab, deren Plausibilität durchaus in Frage gestellt werden kann.

⁵ Siehe unter http://europa.eu.int/comm/economy_finance/indicators/businessandconsumersurveys_en.htm

Brachinger (2005a) hat vorgeschlagen, als Alternative zur Verwendung von Umfragedaten direkt einen Preisindex zu berechnen, der methodisch ähnlich fundiert ist, wie bestehende Preisindizes, sich von diesen aber durch die explizite Berücksichtigung psychologischer Faktoren bei der subjektiven Preiswahrnehmung unterscheidet.⁶ Dieser innovative Index wurde für Deutschland berechnet und wird demnächst publiziert werden.

Die nachstehend angeführte Tabelle fasst die wesentlichen Charakteristika der aus Umfrageergebnissen ermittelten wahrgenommenen Inflation – wie sie für alle EU-Mitgliedsländer verfügbar sind – zusammen.⁷ Dabei ist hervorzuheben, dass dieses Maß, ausgehend von individuellen Preiswahrnehmungen, aus Umfragen geschätzt (nicht gemessen!) wird. Die individuellen Preiswahrnehmungen erfolgen typischerweise im Kontext von Kaufakten, konzentrieren sich daher überwiegend auf Güter des täglichen Bedarfs aus Geschäften an einem (in der Regel) der Wohnumgebung nahe gelegenen Ort. Weiters ist davon auszugehen, dass die einzelnen Güter und Dienstleistungen von der Bevölkerung anders gewichtet werden als im HVPI.

Methodischer Unterschied von amtlich errechneter

und wahrgenommener Inflation

Kriterien	(Harmonisierter) Verbraucherpreisindex	Wahrgenommene Inflation ¹⁾
Ebene	Gesamtwirtschaft	Konsument, individuell
Haushalt	durchschnittlicher Haushalt	individueller Haushalt
Umfang/ Warenkorb	rund 800 repräsentative Güter und Dienstleistungen	Güter des täglichen Bedarfs
Region	20 Städte Österreichs	Geschäfte vor Ort, Einkaufsumgebung
Gewichtung	nach Ausgabenanteil der Haushalte gemäß Konsumerhebungen und Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnung, Expertenberatung	möglicherweise nach Kaufhäufigkeiten
Preiserfassung	rund 40.000/ Monat	bei laufenden Einkäufen/Erledigungen
Berechnung	alle Preisveränderungen gewichtet zu einem Index	basiert auf Umfragen in der Bevölkerung zur Einschätzung der Preisentwicklung in den letzten zwölf Monaten
Methodik	Indextyp Laspeyres, modifiziert zu Kettenindex bei HVPI	gewichteter Saldo aus Antworten mit Preissteigerungen und Preissenkungen bzw. Umrechnung zu wahrgenommener Inflationsrate
Verwendung	anerkannter und breit verwendeter Indikator der Wirtschaftswissenschaft, Wirtschaftsstatistik (Geldpolitik, Lohnpolitik, Wertsicherung, Deflationierung)	Geldpolitik: Einschätzung Konsumenten zur Inflation, Inflationserwartungen
Verfügbarkeit	monatlich veröffentlicht	monatlich, veröffentlicht im Internet
Wahrnehmung in der Öffentlichkeit	Pressemeldungen, Verträge	Kaufakte der Konsumenten

Quelle: OeNB.

¹⁾ Basierend auf der Umfrage laut Consumer Confidence Barometer der Europäischen Kommission.

⁶ In Brachinger (2005a) wird die theoretische Fundierung und methodische Herleitung des Index der wahrgenommenen Inflation ausführlich dargestellt.

⁷ Es ist darauf hinzuweisen, dass diese Werte ausschließlich auf dem Saldo aus „Preise sind gestiegen“-Antworten und „Preise sind gefallen“-Antworten aus dem Consumer Confidence Barometer der Europäischen Kommission beruhen und keine Elemente des von Brachinger entwickelten Index berücksichtigen.

Im Gegensatz dazu verwendet der österreichische (H)VPI als Basis das Ausgabenbudget eines repräsentativen Haushalts und seiner durchschnittlichen Aufwendungen für eine breite Palette von derzeit rund 800 Gütern und Dienstleistungen.⁸ Diese werden periodisch (derzeit mindestens alle fünf Jahre) aus umfangreichen Konsumerhebungen unter etwa 7.000 Haushalten über einen Beobachtungszeitraum von einem Jahr abgeleitet. Plausibilitätschecks der aus den Konsumerhebungen gewonnenen Daten mit Informationen aus der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung führen zu Bereinigungen von möglichen verzerrenden Aufzeichnungen bei besonders ausgabensensiblen Produkten (wie etwa Alkohol). Daneben gehen aber auch viele Experteninformationen ein.

Basierend auf dem Warenkorb werden monatlich nicht weniger als 40.000 Einzelpreisinformationen – erhoben in rund 3.500 Geschäften der 20 größten Städte Österreichs sowie zentrale Preiserhebungen durch die Statistik Austria – zu einem Index als Maß für die Inflationsrate auf der Haushaltsebene verarbeitet. Wesentlich dabei ist, dass jedes Gut oder jede Dienstleistung ein bestimmtes Gewicht hat, das sich aus dem monetären Aufwand aus dem Gesamtausgabenbudget (= privater Konsum) herleitet. Es gehen dabei nicht nur Güter ein, die man herkömmlich und häufig konsumiert, sondern auch anteilige Ausgaben für dauerhafte Güter – wie Autos, PCs, Mobiltelefone, Schi – und Dienstleistungen, wie Inlands- und Auslandsreisen, Hortgebühren oder viele Arten von Versicherungen. In Summe ergibt sich ein Güter- und Dienstleistungskorb, der für die rund 3 Millionen Haushalte in Österreich repräsentativ ist, auch wenn dieser so zusammengestellte Korb vermutlich von keinem einzigen individuellen Haushalt in dieser Konstellation konsumiert werden dürfte.⁹

Die vom (H)VPI abgeleitete Teuerungsrate der amtlichen Statistik ist eine für das Wirtschaftsleben grundlegende Zahl. Sie bezieht sich nicht auf Einzelfälle, sondern ist ein objektiv nachvollziehbarer Durchschnittswert. In seiner grundlegenden Ausrichtung auf die gesamtwirtschaftliche Entwicklung der Verbraucherpreise ist der HVPI der zentrale Indikator für die Geldwertentwicklung und somit der Geldpolitik.

Die methodischen Unterschiede üben einen bedeutenden Einfluss auf das Ausmaß der Differenz zwischen VPI-Inflation und wahrgenommener Inflation aus.

3 Welche Faktoren treiben die höher wahrgenommene Inflation?

Zur Frage, weshalb sich Preiswahrnehmungen von der offiziellen Inflation unterscheiden können, sind insbesondere die aktuellen Arbeiten von Professor Brachinger hervorzuheben, der Elemente aus der *Prospect Theory* für eine Theorie der Inflationswahrnehmung nutzbar gemacht hat (Brachinger 2004, insbesondere 2005a und 2005b). Im Rahmen dieser Arbeiten wurden die Hypothesen aufgestellt, dass,

- Preisänderungen von häufig gekauften Gütern eher wahrgenom-

men werden als Preisänderungen von selten gekauften Gütern;

- Preiserhöhungen stärker wahrgenommen werden als Preissenkungen.

Neben diesen Hypothesen zur Preiswahrnehmung gibt es noch weitere Erklärungsansätze, die speziell auf Faktoren abzielen, die im Zuge der Euro-Bargeldeinführung aufgetreten sind und die zusätzlich das Preisempfinden beeinflusst haben könnten. So ist davon auszugehen, dass,

- das Preisempfinden durch Erwartungen verzerrt ist (Traut-Matthaus et al., 2004, Hofmann et al., 2005);

⁸ Zur detaillierten Beschreibung des österreichischen VPI und HVPI siehe Statistik Austria (2001).

⁹ Spezielle Warenkörbe und daraus abgeleitet die Kaufkraftänderung für bestimmte Haushaltstypen und soziale Schichten sind prinzipiell berechenbar. Derzeit wird z. B. neben dem Gesamtindex auch ein spezieller Pensionistenpreisindex erstellt.

- die Verwendung von Schilling-Referenzpreisen die wahrgenommenen Teuerungen verstärkt (Kamleitner et al., 2005);
- das anfängliche Fehlen von Signalpreisen das Herausbilden des Wertgefühls erschwert und das Teuerungsempfinden verstärkt hat (Kamleitner et al., 2005; Deutsche Bundesbank, 2004).

Im Folgenden sollen diese Faktoren einzeln diskutiert und jeweils durch empirische Befunde aus Österreich untermauert werden. In der Diskussion wird zwischen den allgemeinen, also immer auftretenden, und den speziell mit der Euro-Bargeldeinführung in Zusammenhang gebrachten Erklärungen unterschieden.

3.1 Allgemeine Einflussfaktoren

3.1.1 Wahrnehmung der Preisänderungen in Abhängigkeit von der Häufigkeit des Einkaufs

Befragt, bei welchen Geldausgaben sich die Österreicherinnen und Österreicher in den letzten Jahren über Preissteigerungen geärgert haben, nannten im Sommer 2004 21% der Befragten Lebensmittel, 17% Treibstoffe, 13% Preise in der Gastronomie, 7% Produkte des täglichen Bedarfs. Andere Ausgaben, wie z. B. für Textilien oder Dienstleistungen (Friseur, Handwerker etc.), wurden hingegen nur von etwa 3% angeführt (FESSEL-GfK, 2004).¹⁰ Auffallend ist, dass relativ häufig gekaufte Güter die Liste anführen, während seltener gekaufte Güter kaum Erwähnung finden. Auch in anderen Studien über die Abweichung der wahrgenommenen von der tatsächlich gemessenen Inflationsrate werden die täglichen Bedarfsgüter als

der wesentlichste Grund für das Auseinanderdriften der beiden Inflationsparameter gesehen (EZB, 2003 und 2005).

Die Erkenntnisse der *Prospect Theory*, wonach ökonomische Sachverhalte unterschiedlich wahrgenommen werden können, je nachdem in welcher Form bzw. in welchem Rahmen diese vor sich gehen, wurden von Brachinger (2005a) auf die Messung der Inflationswahrnehmung übertragen. Konkret, so Brachinger (2005a), werden Preisänderungen im Kontext von Kaufakten wahrgenommen; erfolgen die Kaufakte öfter, so werden öfter Preisänderungen wahrgenommen. Folglich sind Preisänderungen von regelmäßiger gekauften Produkten stärker im Bewusstsein als gleich hohe Änderungen von Produkten, die seltener oder durch Banküberweisungen bezahlt werden (z. B. Mieten). Ebenso impliziert dies, dass die wahrgenommene Inflation höher ist, wenn die Preise von häufiger gekauften Produkten stärker steigen als die Preise von seltener gekauften Produkten. Dies kann anhand konkreter Preisdaten für den Zeitraum der Euro-Bargeldeinführung über in Österreich erhältliche Produkte überprüft werden.

Da kaum Daten darüber verfügbar sind, in welcher Häufigkeit Haushalte bestimmte Güter kaufen, wird dabei auf die Preisbewegungen so genannter Mini- und Mikrowarenkörbe abgezielt. Diese repräsentieren einen typischen täglichen bzw. wöchentlichen Einkauf, wobei deren Zusammenstellung von der Statistik Austria in Kooperation mit einem Expertengremium definiert wurde (Haschka, 2004; Haschka und

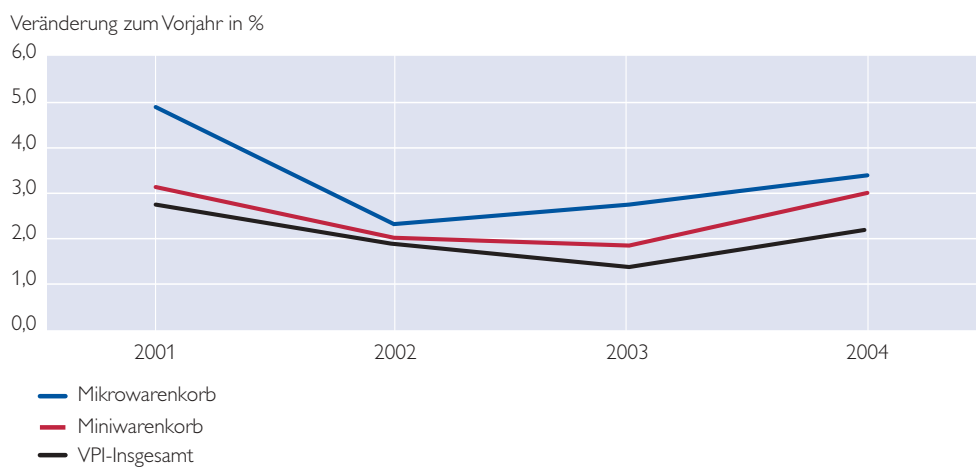
¹⁰ Die Frage lautete: „Wenn Sie nun an die vergangenen Jahre denken, gab es da irgendwann einmal eine Situation, wo Sie sich besonders über erhöhte Preise geärgert haben. Können Sie mir sagen, um welches Produkt bzw. Geldausgabe es sich da gehandelt hat“ (Mehrfachnennungen). Im Text sind nur ausgewählte Antworten angeführt.

Schimper, 2005). Die in diesen Warenkörben enthaltenen Produkte repräsentieren 5% (Mikrowarenkorb, täglicher Einkauf) bzw. 16% (Miniwarenkorb, wöchentlicher Einkauf) der Ausgaben des Warenkorbs, der für die Berechnung der VPI-Inflationsrate

herangezogen wird. Von diesen beiden Warenkörben wurde die Preisentwicklung für die Jahre 2001 bis 2004 berechnet (Grafik 3).¹¹ Die Preisentwicklung der einzelnen Güter des Miniwarenkorbs ist im Anhang in Grafik 8 dargestellt.

Grafik 3

Inflationsraten von häufig gekauften Gütern und des VPI



Die wichtigsten Ergebnisse können wie folgt zusammengefasst werden:

- Im Beobachtungszeitraum (2001 bis 2004) lag die durchschnittliche jährliche Preissteigerung, sowohl des Mikrowarenkorbs (+3,3%) als auch des Miniwarenkorbs (+2,5%), deutlich über jener des VPI (+2,0%).
- Sowohl im Mikro- als auch im Miniwarenkorb wurde die Mehrzahl der Güter teurer.
- Im Mikrowarenkorb wurden lediglich 2 von 19 täglich gekauften Gütern nach der Euro-Bargeldumstellung billiger angeboten als vorher. Beim wöchentlichen Korb

waren es nur 3 von 55 beobachteten Produkten.

- 17 Güter des täglichen und 32 Güter des wöchentlichen Bedarfs stiegen stärker als der VPI, davon jeweils ein Viertel der Produkte um das Zwei- bis Dreifache.

Die gemessenen Preise von häufig gekauften Gütern sind also überdurchschnittlich gestiegen. Da laut Prof. Brachinger's Hypothese die Konsumenten Inflation durch regelmäßige Kaufakte wahrnehmen, dürften diese Preissteigerungen einen bleibenden Eindruck hinterlassen, obwohl diese Güter nur einen Bruchteil des gesamten VPI-Warenkorbs ausmachen. Aus diesem

¹¹ 2001 wurde mit aufgenommen, da bereits im Vorfeld der Euro-Bargeldumstellung speziell bei den täglich gekauften Gütern merkliche Preissteigerungen zu verzeichnen waren. Dabei kamen aber auch Sondereffekte, wie die BSE-Krise oder Ernteausfälle in Südeuropa, zum Tragen, die die respektiven Preise nach oben trieben.

Grund könnte ein erheblicher Teil der höher wahrgenommenen Inflation auf diesen Einflussfaktor zurückzuführen sein. Dazu kam, dass für Leistungen/Produkte, die früher vielfach runde (oder annähernd runde) Preise aufwiesen, wie 10, 50 oder 100 ATS, nunmehr Euro-Beträge von 1, 5 oder 10 üblich geworden sind,¹² was (beim Umrechnungsfaktor von 1:13,7603) einer Preissteigerung von fast 40% entsprechen würde.¹³

Nicht direkt mit dieser Hypothese in Zusammenhang stehend, aber dennoch interessant, ist, dass nicht nur die Preise von häufiger gekauften Gütern gestiegen sind, sondern insgesamt der Anteil von Gütern mit Preissteigerungen nach der Euro-Bargeldumstellung höher ist als davor. Konkret sind im Zeitraum 1999 bis 2001 70% der Produkte teurer geworden (9% der Produkte sind im Preis annähernd gleich geblieben; 21% sind billiger geworden). Beim unmittelbaren Übergang vom Schilling zum Euro (Dezember 2001/Jänner 2002) blieb die Masse der Preise unverän-

dert: 60% der Preise (Fluch und Rumler, 2005) haben sich in diesem Monatsvergleich in Österreich nicht verändert, 40% haben sich verändert, wobei sich die Anzahl der Preiserhöhungen und -senkungen die Waage hielt (Tabelle 1). Hätte der Konsument nur diesen kurzen Zeitraum im Fokus seiner Betrachtung, bestände somit wenig Anlass für ein Anziehen der wahrgenommenen Inflation. Da die „Lernzeit“ neuer Preise aber wesentlich länger in Anspruch nimmt, ist dies für den Konsumenten nicht ausschlaggebend. Relevant ist vielmehr die Wahrnehmung in den Folgemonaten und -jahren. Dabei zeigt sich, dass sich seit der Euro-Bargeldumstellung rund 80% der laufend im Warenkorb des VPI beobachteten Produkte verteuert haben, wobei die diesbezüglichen Anteile bei den laufend gekauften Gütern noch um eine Spur höher sind. Der gestiegene Anteil von Gütern mit Preissteigerungen nach der Euro-Bargeldumstellung dürfte ebenfalls zu einer höheren Inflationswahrnehmung der Konsumenten beigetragen haben.

¹² Darunter sind etwa kleinere bis mittlere Spendenbeträge, Taschengeld für Kinder, handwerkliche Leistungen, z. B. in der Nachbarschaftshilfe oder im privaten Hausbau, zu verstehen.

¹³ Die Berechnung ist wie folgt zu verstehen: $100 \text{ ATS} = 10 \text{ EUR} = 137,603 \text{ ATS}$, dies entspricht einer Steigerung von 37,6%.

Tabelle 1

Registrierte Preisveränderungen des VPI von 2001 bis 2004

2001 bis 2004

Im Warenkorb mit 620 Gütern und Dienstleistungen sind:

482 teurer geworden	78%	Extremwert: Studiengebühr: + 1.577,2%
43 gleich geblieben	7%	
93 billiger geworden	15%	Extremwert: PC: –66,3%

Im Miniwarenkorb mit 55 (16% des VPI) wöchentlichen Bedarfsgütern sind:

48 teurer geworden	87%	Extremwert: Rezeptgebühr: + 26,0%
4 gleich geblieben	7%	
3 billiger geworden	6%	Extremwert: Bohnenkaffee: –18,7%

Im Mikrowarenkorb mit 19 (5% des VPI) wöchentlichen Bedarfsgütern sind:

17 teurer geworden	89%	Extremwert: Kartoffeln: + 24,1%
0 gleich geblieben	0%	
2 billiger geworden	11%	Extremwert: Häuptelsalat: –2,1%

Dezember 2001 bis Jänner 2002

Warenkorb des VPI

teurer geworden	20%	
gleich geblieben	60%	
billiger geworden	20%	

Quelle: OeNB, Statistik Austria.

3.1.2 Preisasymmetrie stärkt das Bild höherer Inflationswahrnehmung

Brachinger (2005a) stellt, aufbauend auf den Erkenntnissen der *Prospect Theory*, die Hypothese auf, dass die Wahrnehmung von Preisänderungen asymmetrisch ausgerichtet ist. Dies rührt daher, dass Individuen eine Verlustaversion haben, d. h., Verluste (Preisanstiege) werden generell viel signifikanter wahrgenommen als Gewinne (Preissenkungen).

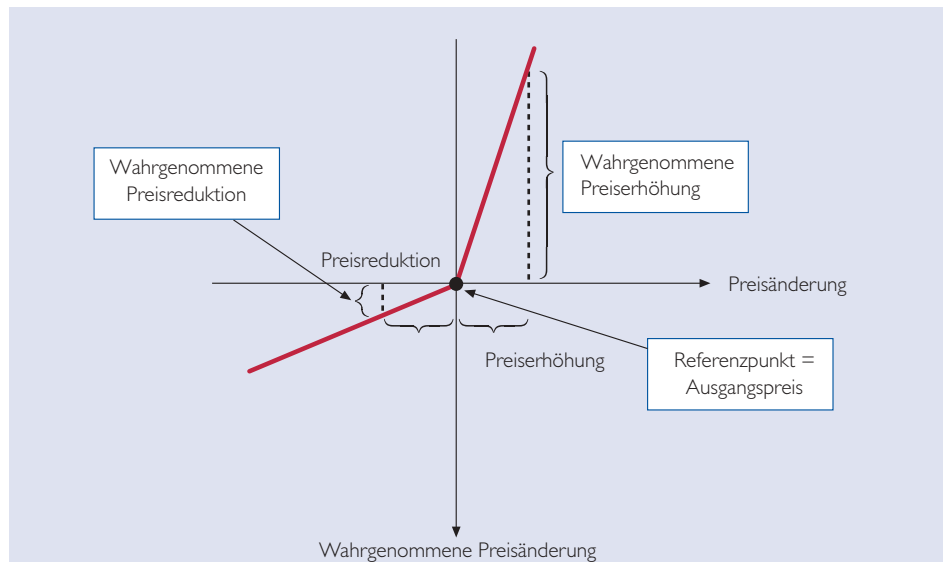
Grafik 4 illustriert die Auswirkung dieses Effekts (Grafik 4a) im Vergleich zur Berechnung der Inflationsrate (Grafik 4b). Während der offizielle Preisindex eine ausgeglichene Bewer-

tung von Preiserhöhungen und -senkungen vornimmt, werden Preiserhöhungen von Konsumenten wesentlich stärker wahrgenommen als gleich hohe Verbilligungen, wobei das Ausmaß der Überschätzung bei einem Faktor zwischen 1,5 bis 2,5 liegen dürfte (Brachinger, 2005a).¹⁴

Falls diese Hypothese zutreffend ist, dürfte die bereits durch den Anstieg des Preises häufig gekaufter Güter sowie durch den höheren Anteil von Gütern mit Preissteigerungen ausgelöste höhere Inflationswahrnehmung noch zusätzlich verstärkt worden sein.

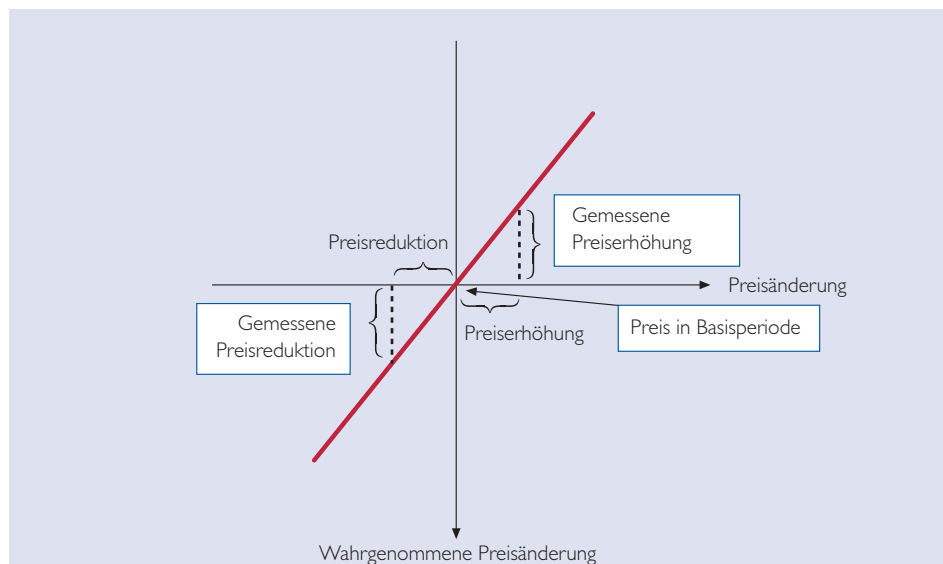
¹⁴ Laut Brachinger (2005a) ist dieser aus Erkenntnissen der *Prospect Theory* abgeleitete Faktor im Kontext von Preisänderungen noch empirisch zu überprüfen.

Subjektive Bewertung von Preisveränderungen gemäß Prospect Theory



Quelle: Brachinger (2005a).

Neutrale Bewertung von Preisänderungen im Verbraucherpreisindex



Quelle: Brachinger (2005a).

3.2 Spezielle Einflussfaktoren durch Euro-Bargeldeinführung

3.2.1 Preisempfinden wurde durch Erwartungen steigender Preise verzerrt

In der psychologischen Literatur wurde gezeigt, dass die Erwartungen eine wichtige Rolle im subjektiven Preisempfinden spielen – wenn Preissteigerungen erwartet werden, dann werden diese auch eher wahrgenommen.

Traut-Mattausch et al. (2004) haben dazu ein Experiment unternommen. Dazu wurden drei Gruppen von Studenten zuerst Speisekarten mit D-Mark-Preisen und anschließend mit Euro-Preisen vorgelegt. Bei einer Gruppe wurden die Preise korrekt umgerechnet, bei den zwei anderen Gruppen waren die Euro-Preise um 15% zu niedrig bzw. zu hoch ausgewiesen. Die Probanden wurden dann gefragt, die prozentuelle Preisänderung zwischen den D-Mark- und Euro-Preislisten zu schätzen. Interessanterweise zeigte sich, dass die Preisanstiege bei korrekter Umrechnung überschätzt wurden. Waren zu niedrige Euro-Preise angegeben, dann wurden konstante Preise geschätzt, waren die Euro-Preise zu hoch, wurden die Teuerungen noch überschätzt.

Hofmann et al. (2005) konnten die Ergebnisse dieses Experiments auch für Österreich bestätigen. Weiters wurde von den Autoren gezeigt, dass Lohnsteigerungen – von Euro- im Vergleich zu Schillinglöhnen – eher unterschätzt werden. Somit führte der *Ein-*

druck gestiegener Preise einerseits und konstanter bis rückläufiger Löhne andererseits zu einem *subjektiven* Kaufkraftverlust.¹⁵

Traut-Mattausch et al. (2004) und Hofmann et al. (2005) führen diese Wahrnehmungsverzerrungen auf die Rolle von Erwartungen zurück: Wenn vor der Euro-Bargeldeinführung Teuerungen erwartet wurden, dann wurden eher Preissteigerungen wahrgenommen und zwar auch dann, wenn objektiv keine Preissteigerungen vorlagen („Teuro-Illusion“). Die Ergebnisse von Hofmann et al. (2005) zeigen überdies, dass dieser Effekt auch noch zwei Jahre nach der Euro-Bargeldeinführung zu beobachten war. Wie bedeutend dieser Erklärungsansatz praktisch gesehen ist, hängt somit davon ab, wie weit verbreitet die Erwartungen von Preisanstiegen tatsächlich waren. Hier liefern verschiedene Umfrageergebnisse ein eindeutiges Bild: Nach einer von der Europäischen Kommission durchgeführten Umfrage glaubten im November 2001 im gesamten Euroraum 70% der Befragten, dass sie sich im Zuge der Euro-Bargeldumstellung um Preisanstiege sorgen.¹⁶ In Frankreich, Italien und Portugal traf dies auf 75% bis 80% zu. Die niedrigsten Werte wurden noch in Österreich (52%) und Finnland (59%) verzeichnet.¹⁷ Weiters stimmten in der Umfrage vom Sommer 2004 etwa 55% der Befragten der Aussage zu, dass ihnen bereits vor der Euro-Einführung klar war, dass es zu einer Preissteigerung kommen würde.

¹⁵ Siehe dazu auch die Ergebnisse in Janger, Kwopil und Pointner in diesem Heft.

¹⁶ Flash Eurobarometer 11 / 2001, Frage 7. (http://europa.eu.int/comm/public_opinion/flash/fl115_en.pdf)

¹⁷ In Österreich mag dieser vergleichsweise niedrige Wert mit dem vor der Euro-Bargeldeinführung initiierten umfangreichen Instrumentarium zur Vorbeugung von Preissteigerungen erklärt werden.

3.2.2 Vergleich mit länger zurückliegenden Schilling-Referenzpreisen verstärkt wahrgenommene Teuerung

Im Sommer 2004, also nach zweieinhalb Jahren Erfahrung mit dem Euro-Bargeld, gaben etwa 13% der österreichischen Bevölkerung an, Preise immer in Schilling umzurechnen, etwa 27% taten dies häufig und weitere 34% gelegentlich. Selten oder nie rechneten nur etwa 26% der Befragten um (FESSEL-GfK, 2004).

Die noch immer weite Verbreitung der Benützung von Schilling-Referenzpreisen hat direkte Auswirkungen auf das Ausmaß der gefühlten Inflation, denn damit werden mittlerweile drei Jahre alte Referenzpreise „eingefroren“, während die aktuellen Preise aufgrund des „normalen“ Inflationsprozesses gestiegen sind. Dadurch steigt mit dem zeitlichen Abstand zwischen Referenzperiode (vor dem Euro) und der aktuellen Periode die wahrgenom-

mene Inflation (siehe auch Kamleitner et al., 2005).

Abgesehen davon, dass der Vergleich mit alten Schilling-Referenzpreisen zu überhöhten Inflationsschätzungen führt, wirkt sich auch die Art der Umrechnung in Schilling auf die Höhe der wahrgenommenen Inflation aus. Wird als Faustregel die Umrechnung 1:14 anstatt des korrekten Werts von 1:13,7603 verwendet, so führt dies zu einer Überschätzung der Preise von 1,7%, was in etwa einer Jahresinflationsrate entspricht. Dass dieser Rundungseffekt von Relevanz ist, zeigt die Umfrage, bei der den Teilnehmern folgende Aussage vorgelegt wurde: „Beim Umrechnen von Euro auf Schilling runde ich großzügig und rechne 1 Euro als 14 Schilling.“ Insgesamt 60% der österreichischen Bevölkerung stimmten dieser Aussage „voll und ganz“ und 16% „voll“ zu (FESSEL-GfK, 2004).

Tabelle 2

Wie werden Euro-Beträge in Schilling umgerechnet (Sommer 2004)?

	das manche ich bei Dingen des täglichen Bedarfs	das mache ich bei teuren Produkten
Ich rechne gar nicht um, sondern kaufe ein, was ich brauche	65	17
Ich rechne ganz exakt mit einem Rechner oder einer Tabelle um	6	33
Ich merke mir die Preise von einigen Produkten und lerne nach und nach zusätzliche Preise	55	20
Ich weiß den Umrechnungsbetrag von runden Euro-Beträgen (also 5 oder 10 Euro) und schätze die Zwischenwerte	56	50
Ich rechne mir die Preise überschlagsmäßig im Kopf aus	65	71

Quelle: OeNB.

Anmerkung: Werte in Prozent derer, die angeben, zumindest gelegentlich in Schilling umzurechnen. Mehrfachantworten möglich.

In Tabelle 2 wird zusammengefasst, wie die Österreicherinnen und Österreicher in Schilling umrechnen (wenn sie das zumindest gelegentlich tun). Erwartungsgemäß zeigen sich dabei

Unterschiede je nach Höhe des Preises der Güter. So wird bei teureren Gütern eher exakt umgerechnet, während beim Kauf billigerer Güter kaum mehr exakt umgerechnet wird.

3.2.3 Anfängliches Fehlen von Signalpreisen könnte das Teuerungsgefühl verstärkt haben

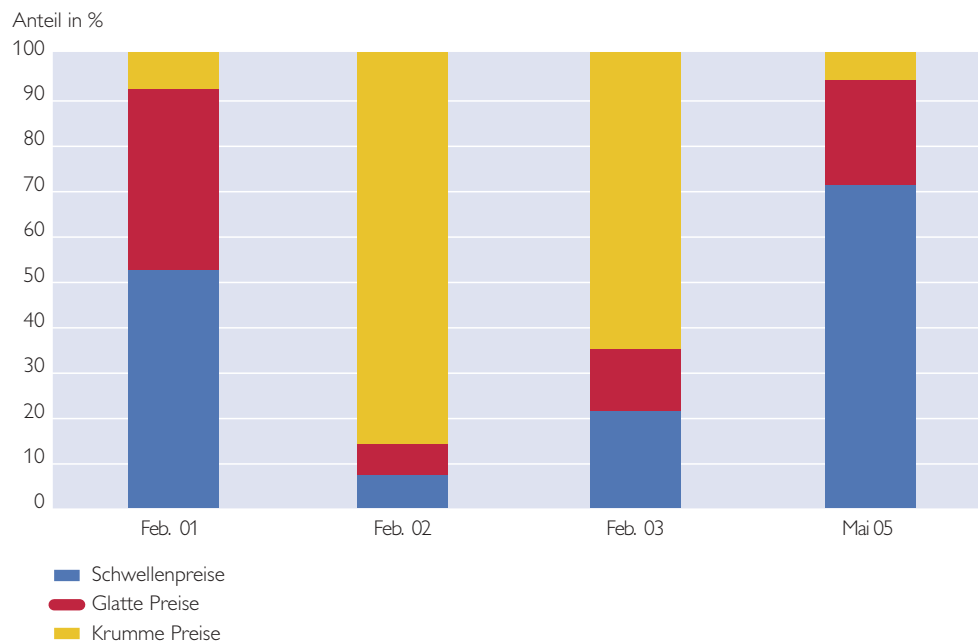
Signalpreise oder auch psychologische Preise (also Preise mit 00, 50, 90 oder 99 in den letzten werthabenden Stellen) üben in mehrfacher Hinsicht Einfluss auf den Konsumenten und das Wirtschaftsgefüge aus: Sie regen zu Impulskäufen an, haben Signalcharakter für den Konsumenten und bieten Orientierungshilfen im Preisgefüge. Dementsprechend dominieren sie den

Lebensmittelsektor und eine Reihe von Industriegütern (weniger bei Dienstleistungen und Energie).

Wie in Grafik 5 dargestellt, waren in Österreich im Jahr 2001 rund 50% der Preise mit 90 im Schilling- und/oder Groschenbetrag festgelegt (Schwellenpreise); 40% endeten mit 50 oder 00 im jeweiligen Schilling- oder Groschenbetrag (glatte Preise). Der Rest entfiel auf andere Preise (krumme Preise).

Grafik 5

Preisgefüge in Österreich vor und nach der Euro-Bargeldumstellung



Quelle: 2001 bis 2003; jeweils 40.000 Einzelpreise des VPI, 2005: 500 Einzelpreise überwiegend von Lebensmittelketten.

Diese Signalpreise gingen mit der Euro-Bargeldumstellung vorübergehend verloren. Das Währungsangaben-gesetz verpflichtete die Wirtschaft in Österreich im Zeitraum 1. Oktober 2001 bis 28. Februar 2002 die Waren sowohl in Schilling als auch in Euro aus-zupreisen. Diese doppelte Preisaus-zeichnung und exakte Umrechnung sollte möglichen Aufrundungen und damit gegen Inflationstendenzen vor-

beugen. Dies bedeutete für die Konsu-menten aber auch, dass die vielfach daraus resultierenden krummen Euro-Preise die Gewöhnung an die neuen Euro-Preise erschwerte (Kam-leitner et al., 2005). Der Verlust des zuvor verlässlichen Gefühls für Wert und Größenordnungen könnte da-durch das Teuerungsgefühl verstärkt haben. Der Anteil der Signalpreise ist von insgesamt rund 90% im Jahr 2001

auf unter 20% im Jahr 2002 gesunken (Grafik 5). Diese Tendenz wurde auch für Deutschland festgestellt, wo der vergleichbare Anteil von etwa 80% auf rund 40% sank (Chlumsky und Engelhardt, 2002; Deutsche Bundesbank, 2004).

Erst mit Fortdauer und Entfall der doppelten Preisauszeichnung kehrten die Unternehmen wieder allmählich zu einer Preispolitik mit verstärkten Schwellenpreisen zurück. Im Jahr 2003 dominierten z. B. in Deutschland wiederum klar die Signalpreise mit einem Anteil von etwa 70%. In Österreich scheint diese Tendenz nicht ganz so schnell gegangen zu sein, 2003 belief sich der Anteil der Signalpreise erst auf rund 35%. Danach dürfte sich aber eine weitere markante Verschiebung zu Signalpreisen ergeben haben. Besonders im Lebensmittelsektor oder bei häufig gekauften Gütern haben diese mittlerweile wieder hohe Anteile erreicht. Einer Stichprobe vom Mai 2005 zufolge, hatten von 500 beobachteten Gütern etwa 70% einen Schwellenpreis, 23% einen runden Betrag und nur 6% hatten andere Preise.¹⁸ Damit ist zwar das Preisgefüge wieder stark durch Signalpreise charakterisiert, die Gewöhnung und Einprägung der Konsumenten wird aber wohl noch eine Weile dauern.

3.3 Österreichische Mikrodaten bestätigen den Einfluss psychologischer Faktoren

Bisher wurden einige Erklärungsansätze für das Auseinanderdriften von gemessener und wahrgenommener Inflation diskutiert. Soweit als möglich

wurden die diskutierten Hypothesen durch empirische Befunde unterlegt.

Eine direkte Überprüfung der Bedeutung der psychologischen Faktoren kann überdies auch aus Mikrodaten gewonnen werden. So verwendet etwa Stix (2005) Individualdaten aus der bereits zitierten Umfrage vom Sommer 2004, um einige der vorgebrachten psychologischen Erklärungsansätze ökonometrisch zu überprüfen.

Dabei wurde folgendes Regressionsmodell verwendet: Als abhängige Variable dienen die Antworten auf folgende Fragen: „Glauben Sie, dass es durch die Einführung des Euro zu einer Preisänderung gekommen ist?“ und „In letzter Zeit wird sehr viel über Preisentwicklungen diskutiert. Wie sehen Sie persönlich die Preisentwicklung in den letzten sechs Monaten?“¹⁹ Zu jeder dieser Fragen gab es fünf Antwortkategorien: Vieles ist teurer geworden, manches ist teurer geworden, keine Änderung sowie manches bzw. vieles ist billiger geworden. Ausgehend von den Antworten auf diese Fragen wird in der Studie dann untersucht, welchen Einfluss verschiedene persönliche Charakteristika bzw. Verhaltensweisen beim Umrechnen auf die Wahrscheinlichkeit haben, dass jemand Teuerungen empfindet. So misst eine erklärende Variable, ob eine Person den Haushalt führt. Da diese Personen die täglichen Einkäufe erledigen, kann aus der Hypothese der selektiven Wahrnehmung gefolgert werden, dass diese Personen vermehrt Preissteigerungen empfinden als nicht haushaltführende Personen. Weiters wurden die Personen befragt, ob sie

¹⁸ Dabei wurden im Mai 2005 die Preise von rund 500 Lebensmitteln, aber auch anderer Industriegüter, von Werbesendungen ausgewählter Handelsketten (Billa, Dehner, Hofer, Lidl, Merkur, Penny, Mondo, Zielpunkt) herangezogen.

¹⁹ Konkret wird ein „ordered probit“-Modell geschätzt. Als abhängige Variable dient die kategorielle Variable mit den drei Ausprägungen „vieles ist teurer geworden“, „manches ist teurer geworden“ und „keine Änderung / manches bzw. vieles ist billiger geworden“. Es wird angenommen, dass der Fehlerterm normal verteilt ist.

Euro-Preise in Schilling umrechnen. Die Antworten wurden in jene unterteilt, die „immer“, „häufig“, „gelegentlich“ oder „selten oder nie“ umrechnen. Aus der obigen Diskussion ist zu vermuten, dass jene, die in Schilling umrechnen, vermehrt Preissteigerungen wahrnehmen als Personen, die selten oder nie umrechnen.

Wie zuvor dargestellt, wendet ein nicht unwesentlicher Teil der Bevölkerung die 1:14 Approximation an, sodass sich Preisüberschätzungen schon allein aus dieser Tatsache erklären lassen. Da die Umfrageteilnehmer danach gefragt wurden, kann in der Regression dieser Effekt kontrolliert werden. Überdies wird die Umrechnungsgenauigkeit berücksichtigt. Die Teilnehmer der Umfrage wurden gebeten, spontan den Betrag von 1,80 EUR in Schilling umzurechnen. In der Regression werden diejenigen, die sich um mehr als 10% nach oben verschätzen, mit denjenigen verglichen, die darunter liegen. Die Antworten auf diese Frage wurden ebenfalls berücksichtigt.

Abschließend wurde versucht, den Einfluss von Erwartungen auf die Einschätzung von Preisbewegungen zu berücksichtigen. Die diskutierte Hypothese der erwartungsgeleiteten Wahrnehmung impliziert, dass Personen, die vor der Euro-Bargeldeinführung eine negative Einstellung zum Euro

hatten, eher Preisanstiege wahrnehmen als Personen mit einer positiven Einstellung. Diese Hypothese kann mit den Antworten auf die Frage „Und welche Einstellung hatten Sie vor der Einführung des Euro? Standen Sie dem Euro sehr positiv, eher positiv, neutral, eher negativ oder sehr negativ gegenüber?“ überprüft werden.²⁰

3.3.1 Haushaltseinkommen und Stellung im Haushalt beeinflussen Wahrscheinlichkeit der Wahrnehmung von Teuerung

Die Ergebnisse sind überblicksmäßig in Tabelle 3 zusammengefasst (linke Spalte). Es zeigt sich, dass Personen, die in die Kategorie mit den zwei höchsten Haushaltseinkommen fallen, seltener antworten, dass es zu Teuerungen kam. Dies könnte damit im Zusammenhang stehen, dass die tatsächlich teurer gewordenen häufig gekauften Produkte für diese Gruppe einen geringeren Anteil am Einkommen ausmachen. Im Gegensatz dazu spielt das Alter keine Rolle. Weiters zeigt sich, dass haushaltführende Personen eher Teuerungen sehen als nicht haushaltführende Personen. Dieses Ergebnis ist statistisch signifikant und kann als indirekte Bestätigung der Hypothese der selektiven Wahrnehmung (Preiswahrnehmung ist v. a. durch häufig gekaufte Güter beeinflusst) interpretiert werden.

²⁰ Idealerweise sollten die an der Umfrage teilnehmenden Personen vor der Bargeldeinführung befragt worden sein. In diesem Fall wären die Antworten auf diese Frage exogen. Im vorliegenden Fall kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Erfahrung mit dem Euro auf die Erinnerung der Einstellung vor mehr als zweieinhalb Jahren Einfluss hat, sodass die Variable nicht kausal interpretierbar wäre. Wie später diskutiert wird, werden die Ergebnisse aber nicht durch diese Variable beeinflusst.

3.3.2 Wer in Schilling umrechnet, empfindet eher Teuerung

Weiters wird festgestellt, dass jene Personen, die immer in Schilling umrechnen, signifikant von umfassenderen Teuerungen ausgehen als jene, die gelegentlich oder nie umrechnen. Dies trifft selbst auf jene zu, die angeben, häufig in Schilling umzurechnen, während die Personen, die nur gelegentlich oder nie umrechnen, keine unterschiedliche Preiswahrnehmung aufweisen. Weiters zeigt sich, dass Personen,

die bei der Umrechnung von 1,80 EUR den respektiven Schilling-Betrag um mehr als 10% überschätzen bzw. Personen, die mit einem Wechselkurs von 1:14 umrechnen, eher Preissteigerungen wahrnehmen. Ebenfalls zeigt sich, dass die Einstellung zum Euro vor der Bargeldeinführung einen signifikanten Einfluss auf das Empfinden von Preissteigerungen hat. Personen mit einer negativen Einstellung sehen eher Teuerungen als Personen mit einer positiven Einstellung.

Tabelle 3

Einfluss ausgewählter Faktoren auf die Wahrnehmung von Preissteigerungen

	Preisanstiege durch Euro	Preisanstiege während der letzten 6 Monate
Haushaltseinkommen 2.900 bis 3.600 EUR	–	n.s.
Haushaltseinkommen über 3.600 EUR (relativ zu allen anderen Einkommen)	–	–
Haushaltführend	+	n.s.
Einstellung zum Euro vor Einführung negativ	+	+
Rechne mit 1:14 (1 EUR = 14 ATS)	+	n.s.
Rechne immer in Schilling um	+	+
Rechne häufig um	+	n.s.
Rechne gelegentlich um (relativ zu rechne nie um)	n.s.	n.s.
Umrechnung von 1,80 EUR: mehr als 10% Überschätzung	+	+

Quelle: Stix (2005).

Anmerkung: Die Tabelle fasst Schätzergebnisse von Stix (2005) zusammen. + oder – symbolisiert den signifikanten Effekt einer Variablen auf die Wahrscheinlichkeit, Preissteigerungen wahrgenommen zu haben (+ = höhere, – = niedrigere Wahrscheinlichkeit, n.s. = nicht signifikant). Da die meisten Variablen ausschließlich sind, bezieht sich der Effekt relativ auf eine Vergleichsgruppe (z. B. Haushaltführende relativ zu nicht Haushaltführende). Die Ergebnisse beruhen auf einem „ordered probit“-Modell. Dieses Modell wird verwendet, wenn die abhängige Variable zum einen qualitativer Natur ist und zum anderen eine Rangordnung zum Ausdruck bringt (keine Teuerungen, manches ist teurer, vieles ist teurer).

In einem weiteren Schritt wird die Regression für die Frage nach Preissteigerungen innerhalb der letzten sechs Monate wiederholt (rechte Spalte). Dadurch soll überprüft werden, inwieweit die zuvor genannten psychologischen Faktoren persistent sind, also auch in einer Periode wirken, für die Preissteigerungen ursächlich nicht mehr auf Euro-Effekte zurückgeführt werden können.

3.3.3 Wirkung von „Euro-Faktoren“ sehr persistent

Im Allgemeinen zeigen die Ergebnisse dieser Regression weniger signifikante psychologische Einflussfaktoren – der Effekt der Haushaltsführung sowie der Umrechnung mit dem Faktor 1:14 fällt weg. Allerdings zeigt sich, dass der Effekt des Vergleichs mit Schilling-Referenzpreisen sowie von Preisüberschätzungen beim Umrechnen signifikant von null verschieden ist. Ebenso

weisen jene Personen, die eine negative Einstellung zum Euro haben, nach wie vor signifikant vermehrt Preissteigerungen auf als Personen mit einer neutralen oder positiven Einstellung.

Somit bestätigen diese Ergebnisse den Einfluss psychologischer Faktoren auf das Ausmaß des Teuerungsempfindens. Überdies wird gezeigt, dass diese Effekte selbst dann noch einen Einfluss hatten, wenn aufgrund der Fragestellung nur Teuerungen während des Jahres 2004 gemeint waren und daher die Euro-Bargeldeinführung nicht (mehr unmittelbar) mit den Teuerungen in Verbindung zu bringen ist. Dies weist auf eine erstaunliche Persistenz in der Wirkung dieser psychologischen Faktoren hin.

4 Geldpolitische Implikationen der höher wahrgenommenen Inflation

4.1 Inflationserwartungen gestiegen

Die wahrgenommene Inflation kann die Bildung der Inflationserwartungen und damit auch die tatsächliche Inflation selbst beeinflussen.²¹ Inflationserwartungen sind nicht direkt messbar und werden daher üblicherweise indirekt aus Finanzmarktdaten, aus Prognoserechnungen oder aus Umfragen geschätzt (Garcia, 2003). Im schon erwähnten *Consumer Confidence Barometer* wird die österreichische Bevölkerung monatlich auch über die von ihnen erwartete Preisentwicklung be-

fragt. Konkret lautet die Frage „Wie werden sich Ihrer Meinung nach die Preise in den kommenden 12 Monaten entwickeln?“ Als Antwortkategorien gibt es „stärker als bisher steigen“, „etwa in gleichem Ausmaß wie bisher steigen“, „weniger stark als bisher steigen“, „in etwa gleich bleiben“ und „zurückgehen“. Ähnlich wie bei der wahrgenommenen Inflation kann aus den Antworten wieder ein im Durchschnitt erwarteter Inflationswert berechnet werden. Dazu wird jedoch ein Referenzwert benötigt, der als Basis dient (d. h., relativ zu dem die Preise steigen, konstant bleiben oder fallen können). Es erscheint nicht unplausibel, dazu die wahrgenommene Inflationsrate zu verwenden.²² Falls diese Annahme zutreffend ist, kann die wahrgenommene Inflation indirekt die auf diese Art geschätzte erwartete Inflation beeinflussen.²³

4.1.1 Lange Zeit starker Einfluss der wahrgenommenen Inflation auf Inflationserwartungen

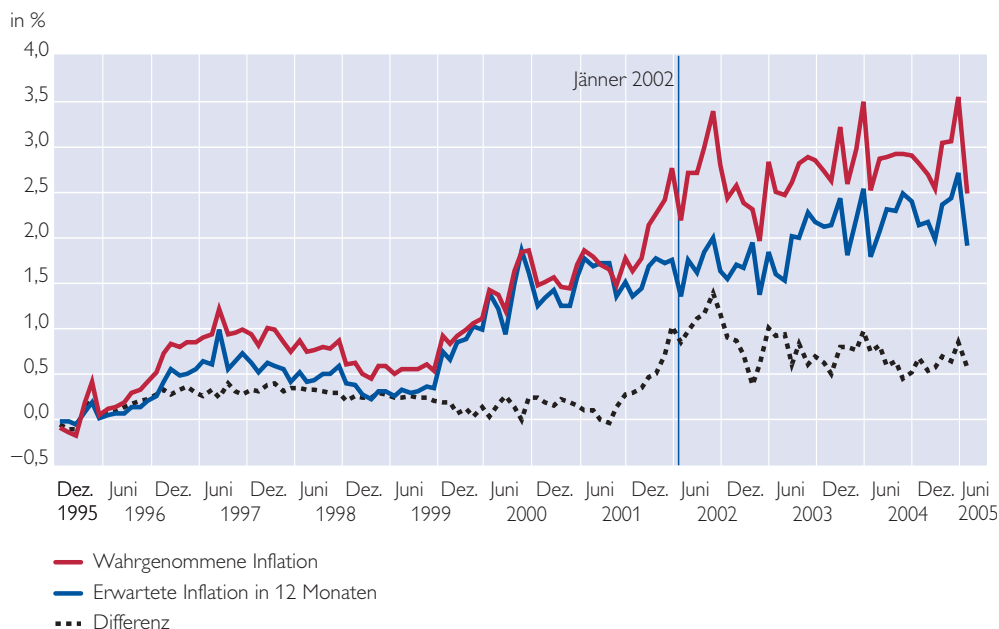
Grafik 6 zeigt den zeitlichen Verlauf der wahrgenommenen und der erwarteten Inflation. Die Werte für die erwartete Inflation, z. B. für März 2003, geben die Höhe der Inflationsrate an, die die österreichische Bevölkerung im Durchschnitt in zwölf Monaten, also für März 2004, erwartet. Ebenso wird die Differenz zwischen wahrgenommener und erwarteter Inflation dargestellt.

²¹ Zum Beispiel im Wege von Lohnverhandlungen.

²² Tatsächlich wird von der Bevölkerung wohl eine Mischung der letzten Werte der gemessenen und der wahrgenommenen Inflation verwendet werden, um die zukünftige Inflation einzuschätzen. Da nicht genau bekannt ist, wie stark die einzelnen Komponenten gewichtet werden, wurde hier angenommen, dass die Bevölkerung die Entwicklung der zukünftigen Inflation relativ zur wahrgenommenen Inflationsrate einschätzt. Aufbauend auf dieser Annahme wird dann die erwartete Inflationsrate unter Verwendung restriktiver Annahmen geschätzt (Berk, 1999). Es ist klar, dass die Annahme, dass die Bevölkerung ihre Preiserwartungen anhand der wahrgenommenen Inflation aufbaut, einen entscheidenden Einfluss auf den Verlauf der erwarteten Inflation ausübt.

²³ Alternative Berechnungsmethoden für die erwartete Inflation, etwa aus Finanzmarktdaten, können unterschiedliche Ergebnisse zeitigen.

Wahrgenommene und erwartete Inflation in Österreich



Quelle: Consumer Confidence Barometer der Europäischen Kommission, OeNB.

Anmerkung: Die erwartete Inflation wurde aus Antworten über die Preisänderung innerhalb der nächsten zwölf Monate geschätzt.

Wie aus Grafik 6 ersichtlich ist, verliefen die wahrgenommene und die erwartete Inflation über einen längeren Zeitraum sehr ähnlich: Bis Ende 1999 lagen die Erwartungen geringfügig unter der wahrgenommenen Inflationsrate (die Differenz betrug weniger als 0,5 Prozentpunkte), ab 2000 bis etwa Anfang 2002 waren die beiden fast ident. Dieses Bild ändert sich jedoch mit der Euro-Bargeldeinführung mit stark gestiegenen Inflationserwartungen bei gleichzeitig relativ konstanten Inflationserwartungen. Für kurze Zeit betrug die Differenz zwischen wahrgenommener und erwarteter Inflation fast 1,5 Prozentpunkte. Diese Periode dauerte bis etwa Mitte 2003. Danach wurden die Erwartungen erkennbar nach oben revidiert und haben sich wieder mehr an die wahrgenommene Inflation angenähert – die Differenz der beiden Indikatoren verkleinerte sich von etwa

1 Prozentpunkt auf etwas über 0,5 Prozentpunkte.

4.1.2 Änderung in der Bildung von Erwartungen nach der Euro-Bargeldeinführung?

Die hier beschriebene Entwicklung zeigt, dass die Bevölkerung weitgehend ihre gegenwärtige Inflationserwartung zur Einschätzung der zukünftigen Preisentwicklung heranzog – nach dem Motto: so wie die Preise heuer sind (wahrgenommen werden), so werden sie auch nächstes Jahr sein. Mit der Euro-Bargeldeinführung dürfte sich die Erwartungsbildung jedoch geändert haben. Dies könnte zwei Ursachen haben: Erstens könnte dies darauf hindeuten, dass die wahrgenommenen Preisanstiege von der Bevölkerung als rein temporäres Phänomen angesehen wurden, ohne Auswirkungen auf die zukünftige Inflation. Gemäß dieser Hypothese ist

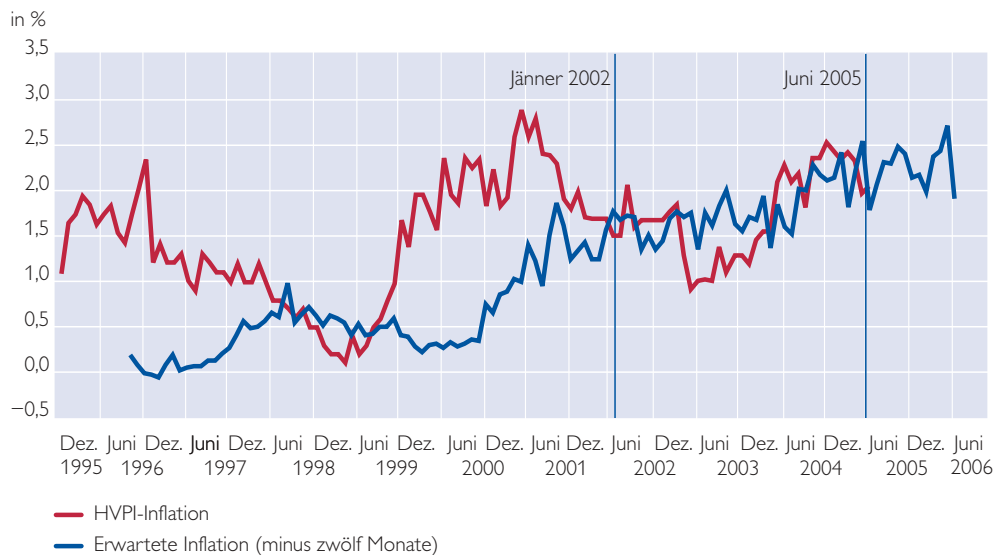
die erneute Annäherung der beiden Indikatoren ab Mitte 2003 dadurch zu erklären, dass die Bevölkerung mit der Zeit „gelernt“ hat, dass die wahrgenommene Inflation doch persistenter als erwartet war und dementsprechend die Inflationserwartungen wieder stärker an die Inflationswahrnehmung ausrichtete (in diesem Fall nach oben). Zweitens wäre die Entwicklung auch konsistent mit der Hypothese, dass sich der Prozess der Erwartungsbildung selbst verändert hat, wobei im Gegensatz zu früheren Zeiten nicht mehr der jeweils aktuelle Wert der wahrgenommenen Inflation zur Prognose verwendet wird, sondern andere Werte, wie z. B. eine Inflationsrate des HVPI von nahe, aber unter 2%, gemäß der Definition der Preisstabilität des Eurosystems. Der Anstieg der

erwarteten Inflation ab Mitte 2003 wäre gemäß dieser Erklärung auf eine Revision der Referenzinflation nach oben, aufgrund höherer Erdölpreise etc., zurückzuführen.

Eine seriöse Einschätzung darüber, welche Erklärung letztlich zutrifft, erscheint aufgrund der rein deskriptiven Analyse sowie des kurzen Beobachtungszeitraums derzeit noch nicht möglich. Allerdings spricht insbesondere die Tatsache, dass die Inflationserwartungen im Jahr 2003 stiegen, obwohl die tatsächliche Inflationsrate sehr niedrig war und aus damaliger Sicht noch kein erdölpreisinduzierter Anstieg der Inflation abzusehen war, für die Erklärung, dass sich die erwartete Inflation nunmehr wieder stärker an der wahrgenommenen Inflation ausrichtet.

Grafik 7

Wie korrekt waren die Inflationserwartungen?



Quelle: Consumer Confidence Barometer der Europäischen Kommission, OeNB.

4.1.3 Geldpolitik des Eurosystems macht künftige Inflations- entwicklung für Bevölkerung besser einschätzbar

Wie „korrekt“ waren die Erwartungen tatsächlich? Dazu werden in Grafik 7 die Inflationserwartungen mit den tatsächlichen Inflationsraten verglichen (die Reihe der Inflationserwartungen aus Grafik 6 ist in dieser Abbildung um zwölf Monate verschoben, d. h., der Wert von März 2004 zeigt jenen Inflationswert, den die österreichische Bevölkerung im Durchschnitt im März 2003 für die kommenden zwölf Monate erwartet hat). Es ist ersichtlich, dass es sowohl Perioden gab, in denen sich die tatsächliche Inflation merklich anders entwickelte, als von der Bevölkerung erwartet wurde, als auch Perioden, in denen die Einschätzung der Bevölkerung beinahe zutraf. Auffällige Unterschätzungen sind insbesondere in den Jahren 1997, 2000 und 2001 festzustellen. Das durchschnittliche Ausmaß belief sich auf 1,1 Prozentpunkte (1997), 2,1 Prozentpunkte (2000) und 1,3 Prozentpunkte (2001).²⁴ Eine Überschätzung trat im Jahr 2003 auf, als die Inflation um 0,6 Prozentpunkte zu hoch erwartet wurde (vermutlich eine Folge des unerwartet schwachen Konjunkturverlaufs). In den anderen Jahren war die Abweichung mit –0,1 bis –0,2 Prozentpunkten zumeist sehr gering.

Insgesamt erscheint somit, dass die Fehler in der Prognose seit dem Jahr 2002 relativ zur Periode davor geringer geworden sind. Unter der Einschränkung, dass möglicherweise noch zu

wenige Beobachtungen vorliegen, um konkrete Schlüsse zu ziehen, kann dies auch als Konsequenz der stabilitätsorientierten Geldpolitik des Eurosystems interpretiert werden, die die Inflationsentwicklung gut einschätzbar macht.

4.2 Wie bekannt sind Preismaßzahlen?

4.2.1 VPI ist 90%, HVPI nur rund 20% der österreichischen Bevölkerung bekannt

Angesichts des längerfristigen Abweichens der wahrgenommenen Inflation von der gemessenen Inflation, stellt sich die Frage, wie glaubwürdig die offiziell ausgewiesene Inflationsrate ist.

Dazu wurde im Rahmen der Umfrage vom Sommer 2004 erhoben, welche Preismaßzahlen in Österreich bekannt sind und ob diese die Preisentwicklung adäquat darstellen können (Tabelle 4).²⁵ Die Inflationsrate ist nahezu allen Befragten geläufig, ebenso trifft dies auf den Verbraucherpreisindex zu. Etwas geringer, aber noch immer hoch, ist die Bekanntheit des Begriffs Warenkorb. Weitaus weniger bekannt sind hingegen der Harmonisierte Verbraucherpreisindex (HVPI) und die Miniwarenkörbe. Der relativ geringe Bekanntheitsgrad des HVPI dürfte auf die derzeit noch stark VPI-fokussierte Veröffentlichungspolitik der Statistik Austria zurückzuführen sein, die monatlich den VPI in vielen Details publiziert, den HVPI aber nur als Gesamtmaß erwähnt. Die Miniwarenkörbe sind erst im Jahr 2004 konzipiert worden.

²⁴ Ausgedrückt in durchschnittlichen monatlichen Abweichungen während eines Kalenderjahres.

²⁵ Die Fragen lauteten: „Um Veränderungen bei Preisen beobachten zu können, gibt es verschiedene Maßzahlen, die Entwicklung aufzuzeigen. Von welchen der folgenden Kriterien bzw. Kennzahlen haben Sie zumindest schon einmal gehört?“ und „Glauben Sie, dass mit diesen Maßzahlen die Preisentwicklungen wahrheitsgemäß dargestellt werden können? Ich meine, wie glaubwürdig sind Ihrer Meinung nach diese Kontrollzahlen? (Beurteilung nach Schulnotensystem: 1 sehr glaubwürdig, 5 überhaupt nicht glaubwürdig)“.

Tabelle 4

**Bekanntheitsgrad und Beurteilung der Glaubwürdigkeit
von ausgewählten Preismaßzahlen**

	Bekanntheit (in % der Befragten)	Glaubwürdigkeit (Mittelwert von Schulnoten)
Inflationsrate	95	2,69
Verbraucherpreisindex	88	2,66
Warenkorb	65	2,91
Harmonisierter Verbraucherpreisindex	22	2,93
Miniwarenkörbe	13	2,98

Quelle: OeNB: Umfrage Sommer 2004.

Anmerkung: Die Glaubwürdigkeit wird als Mittelwert der Schulnoten 1 (sehr hohe Glaubwürdigkeit) bis 5 (keine Glaubwürdigkeit) ausgedrückt.

**4.2.2 Bevölkerung attestiert Preis-
maßzahlen mittelmäßige Glaub-
würdigkeit, weiß aber über die
aktuelle Inflationsrate recht gut
Bescheid**

Die österreichische Bevölkerung attestiert den offiziellen Preisparametern nur mittelmäßige Glaubwürdigkeit, wobei der VPI, anhand eines Schulnotensystems beurteilt (1 = sehr glaubwürdig, 5 = überhaupt nicht glaubwürdig), mit einer Note von 2,66 noch am besten abschnitt, gefolgt von der Inflationsrate mit 2,69. Der Warenkorb, der HVPI und die Miniwarenkörbe haben nur Werte von knapp unter 3 erreicht.

Mangels historischer Vergleichswerte, ist es schwierig einzuschätzen, wie gut oder schlecht diese Noten sind. Insbesondere mag die Tatsache, dass die Befragung in einer Phase stattfand, in der die offizielle Inflationsrate offenbar nicht dem Inflationsempfinden der Bevölkerung entsprach, dazu beigetragen haben, dass die Indikatoren etwas skeptischer gesehen wurden, als vielleicht zu einem Zeitpunkt, bei dem dieser Effekt keine Rolle gespielt hätte.

Ungeachtet dessen stellt sich die Frage, ob es einen Zusammenhang zwischen der Höhe der geschätzten Inflationsrate und der Glaubwürdigkeit der Preismaßzahlen gibt.

Dazu wurden jene Befragten, denen die Inflationsrate ein Begriff war, gebeten zu sagen, wie hoch diese zum Zeitpunkt der Befragung sei (Tabelle 5). Dabei zeigte sich, dass die Inflation im Mittelwert auf 5% und somit deutlich überschätzt wurde – die tatsächliche VPI-Inflationsrate lag im Juli 2004 bei 2,2% und im August 2004 bei 2,3%. Bei genauerer Analyse zeigt sich jedoch, dass die Antworten durch starke Ausreißer verzerrt sind (teilweise wurden Inflationsraten von 75% genannt). In diesem Fall ist der Medianwert als das stabilere Maß anzusehen. Das diesbezügliche Ergebnis von 2,0%, d. h., jeweils 50% der Befragten schätzten eine Inflationsrate von unter bzw. über diesem Wert, lässt auf eine im Mittel relativ gute Informiertheit der österreichischen Bevölkerung über die Inflationsrate schließen.

Alternativ zur Verwendung des Medians können unplausible Antworten auch außer Acht gelassen werden. Zum Beispiel wurden in der zweiten Zeile von Tabelle 5 alle Antworten über 20% weggelassen, was ungefähr

auf 5% der Befragten zutrifft.²⁶ Für dieses eingeschränkte Sample ergibt sich nun ein Mittelwert von 2,3%, der auch nahe bei der tatsächlichen Inflationsrate liegt.

Tabelle 5

Geschätzte Inflationsraten der österreichischen Bevölkerung im Sommer 2004

	Mittelwert	Median	Minimum	Maximum	Beobachtungen
Insgesamt	5,0	2,0	0,0	75	1.381
Nur jene mit Inflationsanschätzung unter 20%	2,3	2,0	0,0	20	1.315
Einschätzung Glaubwürdigkeit VPI					
1 = sehr glaubwürdig	1,9	2,0	0,0	5	189
2	2,2	2,0	0,0	15	377
3	2,6	2,0	0,0	15	485
4	2,7	2,0	0,1	12	145
5 = überhaupt nicht glaubwürdig	3,2	2,0	0,0	12	86

Quelle: OeNB: Umfrage Sommer 2004.

Anmerkung: Die Tabelle zeigt deskriptive Statistiken über von den Befragten abgegebenen Inflationsanschätzungen. Es wurden nur jene befragt, denen die Inflationsrate als Preismaßstab bekannt war. Die zweite Zeile beinhaltet nur jene, deren Schätzung unter 20% lag. Im unteren Teil der Tabelle werden die Ergebnisse nach der Glaubwürdigkeit dargestellt.

In einem weiteren Schritt werden die Antworten geteilt, je nachdem, welche Glaubwürdigkeit der Inflationsrate beigemessen wird. Hier zeigt sich, dass die Inflationseinschätzung umso höher ausfällt, je weniger glaubwürdig die Inflationsrate erachtet wird (bzw. umgekehrt), wobei der Unterschied zwischen jenen, die der Inflationsrate hohe Glaubwürdigkeit beimessen und jenen, die ihr überhaupt keine Glaubwürdigkeit beimessen, 1,3 Prozentpunkte ausmacht.²⁷

5 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Die wahrgenommene Inflation ist in Österreich zwar immer wieder von der gemessenen Inflation abgewichen, nach der Euro-Bargeldeinführung je-

doch besonders stark. Aus Umfragedaten wurde etwa geschätzt, dass in der Zeitspanne von 2002 bis Mitte 2005 die Bevölkerung im jährlichen Mittel eine Inflationsrate wahrnahm, die zwischen 0,7 und 1,3 Prozentpunkten über der HVPI-Inflationsrate lag. Damit dürfte auch eine Verzerrung bei der Einschätzung der Inflationserwartungen einhergegangen sein. Zu Jahresbeginn 2005 hat sich der Abstand wieder auf etwa 0,3 Prozentpunkte verringert, was aufgrund der Erfahrungen vor der Euro-Bargeldeinführung als normal einzuschätzen ist. Diese Entwicklung ist kein österreichspezifisches Phänomen – deutliche subjektive Teuerungen wurden in nahezu allen Ländern des Euroraums wahrgenommen.

²⁶ Erstaunlicherweise sind die Kenntnisse über die Inflationsrate vor allem bei unter 20-Jährigen eher schlecht. Diese Gruppe schätzt im Mittelwert eine Inflationsrate von 15% (!), im Median von 5%. Es ist durchaus denkbar, dass in Interviewsituationen jemand nicht zugeben wollte, dass er/sie die Inflationsrate nicht kennt und daher eine willkürliche Schätzung angab. Deshalb erscheint es durchaus gerechtfertigt, 5% der Beobachtungen mit unplausiblen Schätzungen wegzulassen.

²⁷ Eine Varianzanalyse belegt, dass die Ergebnisse nicht nur ökonomisch, sondern auch statistisch unterschiedlich sind.

Warum können die Inflationsdaten der amtlichen Statistik und das Preisempfinden derart stark divergieren? Misst die Statistik falsch oder täuscht sich die Bevölkerung in ihrer Preiswahrnehmung? Die amtliche Inflationsstatistik misst auf objektive und methodisch fundierte Art und Weise Preisänderungen jener Güter und Dienstleistungen, die ein durchschnittlicher Haushalt konsumiert – es werden also auch jene Güter berücksichtigt, die seltener gekauft oder regelmäßig bezahlt werden (z. B. Mieten). Im Gegensatz dazu ist die Inflationswahrnehmung grundsätzlich *subjektiv* und auf ein *individuelles* Konsumverhalten ausgerichtet. Insbesondere wird im Rahmen der in dieser Analyse diskutierten Theorie der Inflationswahrnehmung (Brachinger, 2005a) angenommen, dass das Preisempfinden von verschiedenen Faktoren beeinflusst wird, die einen maßgeblichen Einfluss darauf ausüben, wie stark Preisänderungen wahrgenommen werden. Demnach werden 1) Preisänderungen von häufig gekauften Gütern eher wahrgenommen als Preisänderungen von seltener gekauften Gütern und 2) Preiserhöhungen stärker wahrgenommen als Preissenkungen. Im Sinne dieser Theorie wurde gezeigt, dass in Österreich die Preise häufig gekaufter Güter nach der Euro-Bargeldeinführung tatsächlich stärker gestiegen sind als die Preise seltener gekaufter Güter. Überdies ist ein höherer (ungewichteter) Anteil von Gütern teurer geworden. Dadurch dürfte die Bevölkerung verstärkt Preissteigerungen wahrgenommen haben, was einen Teil der Schere zwischen amtlicher und wahrgenommener Inflation erklären dürfte.

Im Zuge der Euro-Bargeldeinführung wirkten überdies noch andere Faktoren mit, die das Teuerungsgefühl

weiter gesteigert haben dürften. So wird in dieser Arbeit empirisch bestätigt, dass 3) die noch immer relativ häufige Verwendung lange zurückliegender Schilling-Referenzpreise das Ausmaß der wahrgenommenen Teuerungen verstärkt (Schilling-Preise sind mittlerweile fast vier Jahre alt!) und dass 4) Erwartungen die Preiswahrnehmung verzerren (erwartet man Preissteigerungen, dann nimmt man diese eher wahr). Weiters dürfte 5) das anfängliche Fehlen eines verlässlichen Wertgefühls auch aufgrund des Fehlens von Signalpreisen den Eindruck von Teuerungen verstärkt haben.

In zusammenfassender Betrachtung ergeben sich aus dieser Arbeit somit folgende Schlussfolgerungen:

- Der Unterschied zwischen der amtlichen und der wahrgenommenen Inflation besteht hauptsächlich darin, dass die amtliche Statistik etwas anderes misst, als von der Bevölkerung subjektiv und selektiv wahrgenommen wird.
- Die Erfahrungen der letzten Jahre sowie die mäßige Glaubwürdigkeit der verschiedenen Preismaßzahlen legen nahe, besser über die verschiedenen Preisindizes der amtlichen Statistik und der wahrgenommenen Inflation laut Umfragen zu informieren. Dazu könnte auch der von Brachinger entwickelte und für Deutschland empirisch berechnete Index für die wahrgenommene Inflation beitragen.
- Die wahrgenommene Inflation spiegelt *subjektive* Preiswahrnehmungen wider. Da die Geldpolitik aber auf die gesamtwirtschaftliche Preisstabilität zielt, ist es unerlässlich, sie auf eine *objektive*, methodisch fundierte, international harmonisierte, zeitlich vergleichbare und das *durchschnittliche* Einkaufsverhalten abbildende, eben die offi-

- ziell gemessene, HVPI-Inflationsrate auszurichten.
- Die wahrgenommene Inflation ist für die Geldpolitik insofern von Bedeutung, als sie die Inflationserwartungen beeinflussen kann. Es

ist wichtig zu verhindern, dass sich erhöhte subjektive Preiswahrnehmungen über einen Anstieg der Inflationserwartungen in erhöhten tatsächlichen Inflationsraten verfestigen.

Literaturverzeichnis

- Berk, J. 1999.** Measuring Inflation Expectations: A Survey Data Approach. *Applied Economics* 3. 1467–1480.
- Brachinger, H. W. 2004.** Euro gleich Teuro – so falsch ist das gar nicht. Wahre, gemessene und wahrgenommene Inflation. *Neue Zürcher Zeitung*. 25./26. September.
- Brachinger, H. W. 2005a.** Euro gleich Teuro: Wahrgenommene versus gemessene Inflation. In: Greulich, G., M. Lösch, Ch. Müller und W. Stier (Hrsg.): *Empirische Konjunktur- und Wachstumsforschung*. Festschrift für Bernd Schips zum 65. Geburtstag. Verlag Rüegger Zürich.
- Brachinger, H. W. 2005b.** Der Euro als Teuro: Die wahrgenommene Inflation in Deutschland. In: *Wirtschaft und Statistik* 9. Statistisches Bundesamt.
- Chlumsky, J. und N. Engelhardt. 2002.** Ein Jahr Euro, ein Jahr Teuro? Anmerkungen zur amtlichen Preisstatistik. Statistisches Bundesamt. Dezember.
- Deutsche Bundesbank. 2004.** Der Euro und die Preise: zwei Jahre später. In: *Monatsbericht*. Jänner.
- EZB. 2003.** *Monatsbericht* Oktober 2003. 28–30.
- EZB. 2005.** *Monatsbericht* April. 33–35.
- FESSEL-GfK. 2004.** Euro – täglicher Einkauf und gefühlte Inflation. Desk Research. Sommer.
- Forsells, M. und G. Kenny. 2002.** The Rationality of Consumers' Inflation Expectations: Survey-Based Evidence for the Euro Area. ECB Working Paper 163.
- Garcia, J. A. 2003.** An Introduction to the ECB's Survey of Professional Forecasters. ECB Occasional Paper 8.
- Glauben, T., J. Körner, J. P. Loy und C. Weiss. 2004.** Euro gleich Teuro? – Auswirkungen der Euro-bargeldumstellung auf Lebensmittelpreise in Deutschland. Universität Kiel, Wirtschaftsuniversität Wien.
- Haschka, P. 2004.** Verbraucherpreisindex – täglicher Einkauf und gefühlte Inflation. In: *Statistische Nachrichten*, Heft 3 (März). 199–204.
- Haschka, P. und I. Schimper. 2005.** Inflation im Jahre 2004. In: *Statistische Nachrichten*, Heft 3 (März). 238–250.
- Hofmann, E., B. Kamleitner, E. Kirchler und S. Schulz-Hardt. 2005.** Kaufkraftschwund nach der Währungsumstellung: Zur erwartungsgeleiteten Wahrnehmung des (T)Euro. In: *Wirtschaftspsychologie* (im Erscheinen).
- Kamleitner, B., E. Hofmann und E. Kirchler. 2005.** Preisverständnis und subjektive Bewertung des Euro: Überblick über empirische Befunde. In: *Wirtschaftspsychologie* (im Erscheinen).
- Pollan, W. 2001.** Preisentwicklung und die Einführung des Euro. In: *WIFO-Monatsberichte* 12 (Dezember). 749–759.
- Schulz-Hardt, S. 2004.** Die Teuro-Illusion: eine psychologische Erklärung für die Divergenz zwischen Preisstatistiken und gefühlter Inflation im Zuge der Euro-Einführung. Technische Universität Dresden. Vortrag bei der Österreichischen Statistischen Gesellschaft in der OeNB. Mai.
- Statistik Austria. 2001.** Der neue Verbraucherpreisindex 2000 – Nationaler und Harmonisierter Verbraucherpreisindex.
- Stix, H. 2005.** Perceived Inflation in Austria – Survey Evidence, mimeo.
- 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.

Anhang

Grafik 8

Preisänderung wöchentlich gekaufter Güter (Miniwarenkorb)

von 2001 bis 2004

