

Actualités OFS BFS aktuell Attualità UST

5 Preise
Prix
Prezzi

November 2000

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise: Mai 2000 = 100

Methodenübersicht

Inhalt:

- 1 Die Revision 2000
- 2 Das Gesamtkonzept des LIK 2000
- 3 Die methodischen Grundlagen des neuen Landesindexes
- 4 Auswertungen und Diffusion
- 5 Rechtliche Grundlagen und Datenschutz

Grafiken und Anhänge

Bestellungen:

Tel. 032 713 60 60, Fax: 032 713 60 61
Bestellnummer: 387-0100

Auskunft:

Dieter Koch, Sektion Preise und Verbrauch, Tel. 032 713 68 43
Corinne Becker, Sektion Preise und Verbrauch, Tel. 032 713 67 50

© BFS

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise LIK 2000

1 Die Revision 2000

Seit seinem Bestehen (1922) wurde der Landesindex der Konsumentenpreise (LIK) bereits sieben Revisionen unterzogen (1926, 1950, 1966, 1977, 1982, 1993, 2000). Im Mai 2000 wird der Landesindex auf neue Grundlagen gestellt (Basis Mai 2000 = 100) und ab Juni 2000 nach diesen berechnet.

Periodische Indexrevisionen sind nötig, um den im Laufe der Zeit veränderten Markt-, Sortiments- und Konsumstrukturen Rechnung zu tragen. Neben der Anpassung an veränderte Strukturen dienen Indexrevisionen aber auch der Überprüfung von inhaltlichen und methodischen Fragen, der Berücksichtigung neuer Anwenderbedürfnisse sowie der Umsetzung neuer wissenschaftlicher Erkenntnisse und technischer Errungenschaften für die Modernisierung der Indexgrundlagen.

Für die Revision LIK 2000 wurden die folgenden Ziele und Schwerpunkte festgelegt:

- Anpassung des Indexes an die veränderten Konsum-, Sortiments- und Marktstrukturen.
- Konzeptionelle und methodische Überprüfung im Lichte der internationalen Harmonisierung der Konsumentenpreisindizes innerhalb der EU¹ und der Diskussionen um den Boskin-Report².
- Flexibilisierung des Indexsystems zur verbesserten Abdeckung der verschiedenen Anwenderbedürfnisse.
- Verbesserung und Modernisierung des Erhebungs- und Produktionssystems.

2 Das Gesamtkonzept des LIK 2000

Die Anwendungen des Landesindexes und damit die an ihn gestellten Anforderungen sind äusserst vielfältig. Das Spektrum der Index Anwendungen reicht von der Beurteilung der Wirtschaftslage im Zusammenhang mit der Geld- und der allgemeinen Wirtschaftspolitik über die Indexierung von Löhnen, Renten und anderen Geldwerten, die Bestimmung des realen Wirtschaftswachstums, der realen Lohn- und Umsatzentwicklung bis hin zur Beurteilung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes.

Der bisherige «Einheitsindex» ist zwar ein vielseitig anwendbarer und transparenter Massstab für die Teuerung auf Konsumentenstufe, vermag aber den zunehmenden

und immer differenzierteren Anforderungen an die Preisstatistik nicht mehr in allen Fällen zu genügen, denn die verschiedenen Indexanwendungen erfordern unterschiedliche Konzepte und Methoden. Den spezifischen Bedürfnissen nach zusätzlichen Informationen soll in Zukunft mit einem möglichst flexiblen, modularen Indexsystem entsprochen werden.

Das neue Indexsystem besteht aus einem dem heutigen Landesindex entsprechenden zentralen Modul und einigen auf spezifische Anwenderbedürfnisse zugeschnittenen Zusatzmodulen. In einer ersten Etappe ist das zentrale Modul LIK 2000 realisiert worden.

Ausgewählte Zusatzmodule, die eine differenziertere Anwendung erlauben, sollen in den nächsten Jahren schrittweise entwickelt und eingeführt werden. Im Vordergrund stehen dabei die folgenden Erweiterungen:

- Index der Krankenversicherungsprämien
→ *Einführung 2000*
- Indizes für ausgewählte sozio-ökonomische Gruppen (z.B. Rentner)
→ *Entwicklung ab 2001*
- Auf superioren Indexformeln basierende analytische Indizes
→ *Entwicklung ab 2002*
- EU-harmonisierter Konsumentenpreisindex (HICP)
→ *Entwicklung ab 2003*
- Lebenshaltungskostenindex mit erweitertem Warenkorb
→ *Zeitpunkt noch offen*

Boskin-Report

1996 in den USA publizierter Bericht mit der Aussage, der US-Konsumentenpreisindex sei verzerrt und überschätze die «wahre» Teuerung jährlich um 1,1 Prozent. Die Hauptursache liege im über längere Zeit unveränderten Warenkorb und im Umstand, dass veränderte Konsumgewohnheiten, Qualitätsveränderungen sowie neue Produkte und Verkaufsstellen nicht ausreichend berücksichtigt würden. Inwieweit die Aussagen des Boskin-Reports auch für die Schweiz relevant sind, wurde im Rahmen einer Expertise

¹ Das statistische Amt der EU EUROSTAT hat eine harmonisierte Methodik für die Konstruktion von Konsumentenpreisindizes in den Mitgliedsstaaten der Europäischen Union eingeführt. Eine korrekte Messung der Inflation in der Wirtschafts- und Währungsunion setzt voraus, dass die Mitgliedsländer vergleichbare Konsumentenpreisindizes produzieren.

² Boskin; Dulberger; Griliches; Gordon; Jorgensen: Towards a more accurate measure of the cost of living. Final Report to the Senate Finance Committee from the Advisory Commission to Study the Consumer Price Index, December 4, 1996.

durch die Professoren Brachinger, Schips und Stier³ im Auftrag des Bundesamtes für Statistik (BFS) abgeklärt. Dabei kamen sie zu folgenden Schlüssen:

- Das BFS wendet ein derzeit weltweit übliches Verfahren zur Indexberechnung an. Es geht von einem fest vorgegebenen Warenkorb aus und misst die durchschnittliche Preisveränderung der darin enthaltenen Güter im Zeitablauf. Der nach dieser Methode ermittelte Landesindex wird als Teuerungsmassstab für vielfältige Zwecke verwendet. Er dient nicht nur der Beobachtung der Lebenshaltungskosten, sondern auch der Indexierung ökonomischer Reihen, der Preisbereinigung der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung oder als Orientierungshilfe beim Entscheid über wirtschaftspolitische Massnahmen. Daneben wird er als Massstab zur Festlegung des Teuerungsausgleiches für Löhne oder zur Anpassung von Mietzinsen und Renten herangezogen. Eine kritische Auseinandersetzung mit dem Landesindex hat diesen unterschiedlichen Verwendungszwecken Rechnung zu tragen. Je nachdem, welches Indexziel man verfolgt, wird seine Qualität unterschiedlich zu beurteilen sein. Der Landesindex ist als Index konzipiert, der im Sinne einer Kompromisslösung simultan allen genannten Zwecken dienen soll. Dieser Aufgabe wird der Landesindex in hohem Masse gerecht.
- Im Boskin-Report wird dagegen ohne weitere Diskussion davon ausgegangen, dass es Aufgabe des Konsumentenpreisindex ist, einen «Lebenshaltungskostenindex» zu schätzen. Ein solcher Lebenshaltungskostenindex soll die Frage beantworten, welche Kosten für einen repräsentativen Haushalt im Berichtsmonat die geringstmöglichen sind, um das selbe Nutzenniveau zu erreichen wie im Basismonat. Bei einem Lebenshaltungskostenindex wird also nicht ein Güterkorb, sondern ein Nutzenniveau konstant gehalten.
- Zur Untersuchung der Frage, inwieweit die Ergebnisse des Boskin-Reports auf die Schweiz übertragen werden können, muss man sich daher auf ein Teilziel des Landesindexes, nämlich die Verfolgung der Lebenshaltungskosten beschränken. Zieht man nur dieses Teilziel in Betracht, so führt der Landesindex wie die Konsumentenpreisindizes in den meisten anderen Ländern im Laufe der Zeit im Allgemeinen zu einer Überschätzung der Lebenshaltungskosten. Diese dürfte 0,5 bis 0,6 Prozent jährlich, also lediglich etwa halb soviel wie beim amerikanischen Konsumentenpreisindex betragen. Dies namentlich deshalb, weil der schweizerische Wa-

renkorb aktueller ist als der amerikanische und weil das BFS neue Produkte und Qualitätsveränderungen im bestehenden Sortiment rascher bei der Indexberechnung berücksichtigt.

3 Die methodischen Grundlagen des neuen Landesindexes

Das zentrale Modul LIK 2000 ist der direkte Nachfolger des bisherigen Landesindexes. Der LIK 2000 ist nach wie vor als **Preisindex** und nicht als Lebenshaltungskostenindex konzipiert und basiert auf einer konstanten Verbrauchsstruktur. Damit misst er die Preisentwicklung der für die privaten Haushalte bedeutenden Waren und Dienstleistungen. Dem sich im Zeitablauf verändernden Konsumverhalten der Haushalte wird indessen neu durch eine jährliche Anpassung und Neugewichtung des Warenkorbs in Form eines Kettenindexes systematisch Rechnung getragen.

Der Landesindex ist Teil des preisstatistischen Systems der Schweiz. Den Gesamtrahmen dieses Systems bildet die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung. Um die internationale Vergleichbarkeit zu verbessern, wurden Konzepte, Methoden, Nomenklaturen und Definitionen des LIK 2000 mit entsprechenden internationalen Vorgaben und Richtlinien weitgehend harmonisiert.

3.1 Geltungsbereich und Periodizität

Für den Landesindex sind die im Inland bezahlten Verkaufspreise massgebend. Die Abgrenzung der erfassten Güter erfolgt – entsprechend der international vorherrschenden Praxis – nach dem Konsumkonzept. Danach werden jene Waren und Dienstleistungen in die Indexberechnung einbezogen, die zum Aggregat des privaten Konsums gemäss Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnung gehören.

Nicht im Warenkorb enthalten sind somit die sogenannten Transferausgaben wie beispielsweise direkte Steuern, Sozialversicherungsbeiträge und Krankenkassenprämien, der Teil der Privatversicherungsprämien, der in Form von Schadenszahlungen wieder an die Haushalte zurückfliesst, sowie Alimente und Unterhaltszahlungen. Der private Konsum wird nach dem Inländerkonzept ermittelt. Massgebend ist somit der Konsum der in der Schweiz ansässigen Haushalte.

Der Landesindex wird monatlich berechnet, wobei nicht alle Preise monatlich erhoben werden (vgl. Ziff. 3.4 und Anhang 5).

³ Brachinger; Schips; Stier: Expertise zur Relevanz des «Boskin-Reports» für den schweizerischen Landesindex der Konsumentenpreise, Neuchâtel 1999.

Preisindex oder Lebenshaltungskostenindex ?

Welches sind die wesentlichen Unterschiede dieser beiden Konzepte?

Basiskonzept und Methodologie: Ein erster Unterschied besteht darin, dass die beiden Konzepte unterschiedliche Fragestellungen beantworten. Bei einem Preisindex lautet die Frage, *wie verändern sich die Kosten für einen im Zeitablauf fixen Warenkorb infolge von Preisveränderungen?* Ein Lebenshaltungskostenindex misst jedoch die *Veränderung der minimalen Kosten eines Güterbündels, das den Konsumenten im Zeitablauf einen konstanten Nutzen stiftet*. Dieses Güterbündel ist im Zeitablauf nicht fix, sondern es ändert sich je nach Situation der relativen Preise.

Warenkorb: Der Warenkorb eines umfassenden Lebenshaltungskostenindex ist im Allgemeinen weiter zu fassen als der eines Konsumentenpreisindex. Ein Lebenshaltungskostenindex stellt die Frage nach den notwendigen Mindestausgaben zur Beibehaltung eines gleich hohen Nutzens über einen gewissen Zeitraum hinweg. Neben den Konsumausgaben haben auch noch andere für das Haushaltbudget relevante Ausgaben (direkte Steuern, Sozialversicherungsbeiträge, etc.) einen Einfluss auf die Lebenshaltungskosten.

Preismesskonzept: Ein Konsumentenpreisindex basiert bei der Messung der Konsumgüterausgaben im Allgemeinen auf dem *Kaufkonzept*. In dem Falle entspricht der zu berücksichtigende Preis dem *aktuellen Kaufpreis* eines Gutes. Der Lebenshaltungskosten-Ansatz hingegen setzt den Konsum mit der *Nutzung* gleich. Demzufolge muss für dauerhafte Güter statt ihres Kaufpreises idealerweise der Preis eines *Nutzenäquivalents*, also des von diesen Gütern ausgehenden *Dienstleistungsstroms* gemessen werden.

Das theoretisch einleuchtende Konzept des Lebenshaltungskostenindex kann in der Praxis nicht direkt umgesetzt werden, da der Nutzen nicht messbar ist. Es kann aber mit zweckmässigen Daten, Erhebungstechniken und Berechnungsmethoden angenähert werden. Die Frage, ob ein Preisindex oder ein Lebenshaltungskostenindex der bessere Teuerungsmassstab sei, ist nicht losgelöst von der Frage der Indexanwendung zu beantworten. Im Allgemeinen herrscht die Ansicht vor, dass für die Indexierung von Löhnen und Renten eher ein Lebenshaltungskostenindex und als Massstab für die Inflation sowie für die Konjunktur- und Wirtschaftsbeobachtung eher ein Konsumentenpreisindex anzuwenden sei.

3.2 Der Warenkorb

3.2.1 Inhalt und Struktur

Um eine möglichst gute Annäherung an die Wirklichkeit zu erreichen, hat der LIK-Warenkorb (vgl. Anhang 1) den Konsum der privaten Haushalte umfassend abzubilden und setzt sich somit aus verschiedensten Waren und Dienstleistungen zusammen. Im Vergleich zum bisherigen Landesindex sind einige Ausgabenpositionen neu in den Warenkorb aufgenommen worden. Es sind dies: Gebühren für Kehrrecht, Wasser und Abwasser, Holz als Energieträger, Dienstleistungen für Wohnungsreinigung, Occasions-Autos, Luftverkehr, Musikinstrumente, Veterinärleistungen, Schulgebühren, Kinderkrippen, Finanzdienstleistungen sowie der Dienstleistungsanteil der Privatversicherungen⁴.

Der Warenkorb deckt das Konsumgütersortiment aber nicht vollständig ab. Das heisst, es gibt einzelne Waren und Dienstleistungen, für die keine Preise erhoben werden. Verzichtet wird auf den expliziten Einbezug jener Ausgabenbereiche, die im Haushaltbudget der Konsumenten nur eine geringe Bedeutung haben oder für die sich repräsentative Preisreihen nur mit einem unverhältnismässig grossen Aufwand ermitteln lassen. Zu diesen Ausgabenbereichen gehören die Miete von Geräten und Autos, die Reparatur von Möbeln und Haushaltgegenständen, der Kauf von Wohnwagen, Flugzeugen und Booten sowie als grösster Posten die Ausgaben für eigengenutzte Wohnungen. Damit die Grobstruktur des Warenkorbs möglichst unverfälscht erhalten bleibt, sind die Gewichtsanteile dieser ausgeklammerten Bereiche in verwandten Positionen oder in übergeordneten Aggregaten enthalten. Die Ausgaben für eigengenutzte Wohnungen werden beispielsweise im Gewichtsanteil für die Wohnungsmieten mitberücksichtigt.

Die Strukturierung des Warenkorbs basiert auf einer international in verschiedensten Bereichen angewandten Produkte-Nomenklatur (COICOP⁵). Eine solche Strukturierung ist erforderlich, um für die Ermittlung von Teilergebnissen sinnvolle und mit anderen in- und ausländischen Statistiken vergleichbare Aggregate zu bilden.

Die COICOP sieht eine Unterteilung des Warenkorbs in **12 Hauptgruppen** vor. Diese Hauptgruppen sind im LIK-Warenkorb weiter unterteilt und hierarchisch gegliedert in **80 Warengruppen**, **222 Indexpositionen** und **rund 1050 Erhebungspositionen**. Bei den Indexpositionen handelt es sich um die untersten gewichteten Positionen des Warenkorbes, für die auch standardmässig Indizes berechnet und publiziert werden. Die darunterliegenden ungewichteten Erhebungspositionen

⁴ Der Dienstleistungsanteil entspricht jenem Teil der Prämien, der nicht zur Schadensdeckung verwendet wird und somit nicht an die Haushalte zurückfliesst (=Verwaltungskosten+Gewinn der Versicherer).

⁵ COICOP = Classification of Individual Consumption by Purpose.

geben an, für welche Waren und Dienstleistungen effektiv Preise zu erheben sind (vgl. Beispiel in Anhang 3). Ergänzend zur Grundsystematik werden wie im bisherigen Landesindex verschiedene Zusatzgliederungen geführt, beispielsweise die Unterscheidung der Güter nach Art (Waren-Dienstleistungen, Saisonprodukte) oder nach Herkunft (Inland-Ausland) (vgl. Anhang 2). Solche spezielle Indizes dienen in erster Linie der Analyse und Interpretation der Ergebnisse und liefern dem Indexanwender zusätzliche Informationen.

Warum sind die Krankenversicherungsprämien nicht im Landesindex?

Für die Abgrenzung der in den Warenkorb einzubeziehenden Waren und Dienstleistungen ist das Aggregat des privaten Konsums gemäss Volkswirtschaftlicher Gesamtrechnung massgebend. Krankenversicherungsprämien sind Transferzahlungen an die Versicherer, die im Schadensfall grösstenteils wieder an die Haushalte zurückfliessen. Sie gehören somit nicht zum privaten Konsum. Es sind die im Warenkorb enthaltenen Gesundheitsdienstleistungen (Arzt-, Zahnarzt-, Spitalleistungen, Medikamente, etc.), die Bestandteil des privaten Konsums sind. Die Krankenversicherung dient lediglich der Finanzierung dieses Konsums. Die beschriebene Abgrenzung entspricht auch der internationalen Praxis.

Es kommt hinzu, dass die Entwicklung von Krankenversicherungsprämien nicht nur abhängig ist von den Preisen im Gesundheitswesen, sondern insbesondere auch von der Häufigkeit der Inanspruchnahme der entsprechenden Leistungen. Vermehrte Arztbesuche und Spitalaufenthalte sowie aufwändigere Untersuchungen und Therapien führen, auch bei konstanten Preisen, zu höheren Kosten und demzufolge höheren Krankenversicherungsprämien. Dieser teilweise ausgeprägte Mengeneffekt steht im Widerspruch zur erklärten Zielsetzung des Landesindex, die «reine Preisentwicklung» zu messen.

Neben diesen methodisch-konzeptionellen Überlegungen bleibt natürlich unbestritten, dass die seit einiger Zeit massiv ansteigenden Krankenkassenprämien die Budgets der privaten Haushalte zusätzlich belasten. Diesem Umstand ist jedoch nicht durch eine Veränderung des für die Messung der Preisentwicklung konzipierten Landesindex, sondern in der wirtschaftspolitischen Praxis Rechnung zu tragen, z.B. im Rahmen von Lohnverhandlungen oder Rentenanpassungen. Damit den Indexanwendern die dazu erforderlichen Informationen zur Verfügung gestellt werden können, wird parallel zum Landesindex ein «Krankenversicherungsprämien-Index» aufgebaut, der die Prämienentwicklung und ihren Einfluss auf die verfügbaren Einkommen aufzeigen wird.

3.2.2 Gewichtung

Basis für die Gewichtung des Index-Warenkorbs bildet die Einkommens- und Verbrauchserhebung 1998 (EVE 98). Bei 9300 aus dem Telefonverzeichnis zufällig ausgewählten privaten Haushalten sind die Ausgaben detailliert erhoben und zu einer durchschnittlichen Ausgabenstruktur hochgerechnet worden. Ausgehend von dieser Ausgabenstruktur wurden die einzelnen Warenkorbbpositionen gewichtet, wobei sich diese Gewichtung ausschliesslich auf die effektiven Konsumausgaben abstützt. Für Bereiche, für die aus der EVE nicht ausreichend detaillierte Informationen abgeleitet werden konnten, wurden zusätzlich Branchen- und Marktforschungsdaten beigezogen. Der Übergang von der EVE 98 zur Gewichtung des LIK 2000 ist im Anhang 4 dargestellt.

Warenkorb LIK 2000 Hauptgruppen mit Gewichten

	Gewicht in %
Total	100,000
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	11,513
Alkoholische Getränke und Tabak	1,979
Bekleidung und Schuhe	5,071
Wohnen und Energie	26,529
Hausrat und laufende Haushaltsführung	5,114
Gesundheitspflege	13,351
Verkehr	9,377
Nachrichtenübermittlung	1,801
Freizeit und Kultur	10,317
Erziehung und Unterricht	0,488
Restaurants und Hotels	9,534
Sonstige Waren und Dienstleistungen	4,926

(Vgl. auch Grafiken 1 und 2)

Der neue Landesindex ist als Kettenindex mit jährlicher Neugewichtung konzipiert. Das bedeutet, dass der Warenkorb in kürzeren Abständen als bisher den veränderten Konsumgewohnheiten angepasst wird und damit eine bessere Abbildung der realen Verhältnisse erlaubt. Die Gewichtungsgrundlage bildet die ab dem Jahr 2000 jährlich bei rund 4000 Haushalten durchgeführte Einkommens- und Verbrauchserhebung. Die erstmalige Neugewichtung des Warenkorbs ist für den Dezember 2001 vorgesehen.

3.3 Massgebende Preise

Für den Landesindex werden die vom Konsumenten «über den Ladentisch» bezahlten Transaktionspreise erhoben. Dabei sind die effektiven Barzahlungspreise, ohne Kreditkosten oder Zinsen, massgebend. Indirekte

Steuern, Zölle und allfällige Lenkungsabgaben gelten als Bestandteil der zu erhebenden Preise und werden nicht abgezogen. Genauso wenig dürfen die Subventionen dazugezählt werden.

In einzelnen Fällen werden auch Katalog- und Listenpreise für die Indexberechnung verwendet, da sie in der Regel mit weniger Aufwand erhältlich sind. Die Verwendung solcher Preise widerspricht an sich dem Konzept der Transaktionspreise und ist nur dann zulässig, wenn sie die Preisentwicklung realistisch wiedergeben.

Die preisstatistische Behandlung von Tarifen, z.B. für öffentliche Verkehrsmittel, ärztliche Leistungen, Spitäler, Telekommunikation, Post, Strom oder Gas, ist besonders dann mit methodischen Problemen verbunden, wenn sich die Tarifstrukturen im Zeitablauf ändern. Sie sind dann nicht mehr direkt vergleichbar, und die Ermittlung einer gleichzeitig erfolgten Preisveränderung für den Konsumenten ist kaum möglich. Aus diesem Grund werden von der Tarifstruktur möglichst unabhängige repräsentative Leistungsbündel definiert und an Stelle der jeweiligen Tarife werden die Preise dieser Leistungsbündel in den Index integriert. Diese Leistungsbündel entsprechen fiktiven, für die Bevölkerung möglichst typischen Verbrauchsmustern (z.B. bezüglich der Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel, der Telekommunikation oder des Energiekonsums).

Entsprechend der Zielsetzung, dass der Index ein möglichst getreues Abbild der Wirklichkeit darstellen soll, sind dem Konsumenten gewährte Vergünstigungen grundsätzlich zu berücksichtigen. In die Indexberechnung einzubeziehen sind allerdings nur jene Preisnachlässe, welche auf ein bestimmtes Gut oder eine spezifische Dienstleistung bezogen sind, allen Konsumenten uneingeschränkt gewährt werden und an keine Bedingungen geknüpft sind. Neben Rabatten und Aktionen werden im neuen Landesindex auch Ausverkaufspreise berücksichtigt, sofern sie von einer gewissen Bedeutung sind und sich auf qualitativ vergleichbare Produkte beziehen.

3.4 Preiserhebungssystem

Die Preise gehören zu den grundlegenden Elementen, die für die Gesamtqualität des LIK massgebend sind, bilden sie doch die Datenbasis für die Berechnung der Teuerung. Aus diesem Grund wurde die Strukturierung und Organisation der Preiserhebungen im Rahmen der Revision des LIK 2000 einer gründlichen Überprüfung unterzogen.

Im Hinblick auf die Gestaltung des Preiserhebungssystems waren folgende Fragen zu beantworten: In welchen Regionen und in welchen Verkaufsstellen sollen die

Preise erhoben werden? Welche Produkte sollen ausgewählt werden? Wie häufig und in welchem Zeitraum sind die Preise zu erheben? Wer führt die Preiserhebungen durch? Wie lässt sich die Qualität der erhobenen Daten gewährleisten?

Die Zahl der Erhebungsregionen wurde von 24 auf 16 reduziert. Um eine angemessene geografische Verteilung zu garantieren und den regionalen Besonderheiten Rechnung zu tragen, wählte das BFS 2 bis 3 grössere städtische Zentren (inkl. Agglomeration) innerhalb jeder der 7 Grossregionen der Schweiz aus, welche die neue Grundlage für die statistische Regionalisierung bilden. Die 16 ausgewählten Zentren sind bedeutende Wirtschaftsräume für die privaten Einkäufe. Ihre Gewichtung ist in Anhang 6 dargestellt.

Die Verkaufsstellen werden gezielt ausgewählt. Im Index sind die wichtigsten landesweit vertretenen Verkaufsstellen und solche von regionaler Bedeutung einbezogen. Die regionalen Verkaufsstellen werden unter Berücksichtigung der verschiedenen Branchen, Absatzkanäle⁶ und ihrer Repräsentativität für die entsprechende Region ausgewählt. Was ist eine repräsentative Verkaufsstelle? Darunter ist ein Geschäft zu verstehen, welches das örtliche Konsumverhalten gut repräsentiert und über das gewünschte Sortiment verfügt. Bei der Auswahl der Verkaufsstellen spielen die regionalen Erhebungsbeauftragten eine wichtige Rolle: Dank ihrer Kenntnisse der örtlichen Verhältnisse sind sie in der Lage, das BFS zu unterstützen und Angaben über Veränderungen des Marktes zu machen. Insgesamt fliessen die Preise von rund 3000 Verkaufsstellen in die Berechnung des LIK ein.

Ausgehend vom Warenkorb wählen die PreiserheberInnen in Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen der Verkaufsstellen aus dem in den Geschäften angebotenen Sortiment eine gewisse Anzahl Artikel aus. Bei den ausgewählten Artikeln muss es sich um gängige Produkte handeln, die über einen längeren Zeitraum hinweg einen signifikanten Absatz finden. Jedes Jahr werden so insgesamt rund 500'000 Preise erhoben.

Die Preiserhebungen für die ausgewählten Produkte finden an den ersten sechs Werktagen des Erhebungsmonats statt. Heizöl- und Benzinpreise werden an einem einzigen monatlich festgelegten Stichtag erhoben. Für Güter, deren Preise kurzfristigen Schwankungen unterworfen sind (Nahrungsmittel, Heizöl, Benzin), werden monatliche und für die übrigen Güter des Warenkorbes viertel- oder halbjährliche Preiserhebungen durchgeführt. Ein nach Produktgruppen detaillierter Erhebungsplan ist in Anhang 5 aufgeführt.

Preise zu erheben ist eine Aufgabe, die Flexibilität, Genauigkeit, Diplomatie und Erfahrung erfordert. Um in den 16 Regionen ein einheitliches Vorgehen und qualita-

⁶ z.B. Migros, Coop, Discounter, Verbrauchermärkte, Warenhäuser, Fachhandel.

tiv gute Daten zu gewährleisten, muss die Erhebungsarbeit von speziell dafür ausgebildetem Personal koordiniert, beaufsichtigt und durchgeführt werden. Deshalb hat das BFS einen Teil der Preiserhebungen einem privaten Marktforschungsunternehmen – dem Institut IHA•GfM – anvertraut. Dieses Institut verfügt in den Regionen über professionelle, auf Marktforschung spezialisierte Befragterinnen und Befrager. IHA•GfM wird im Auftrag des BFS die Preise in den Geschäften erheben, Plausibilitätstests durchführen, die Arbeit der Erheber bzw. Erheberinnen koordinieren und die erhobenen Daten kontrollieren. Damit verfügt das BFS erstmals über ein landesweit einheitliches Preiserhebungssystem. Die Erhebungsbeauftragten der regionalen statistischen Ämter von Basel, Genf und Zürich, welche ihren eigenen Konsumentenpreisindex berechnen, wurden in dieses neue System integriert.

Es werden jedoch nicht alle Preise von IHA•GfM erhoben. Das BFS wird weiterhin einen Teil der Preiserhebungen selbst durchführen, insbesondere in Bereichen, in denen die Preise auf nationaler oder kantonaler Ebene festgesetzt werden (z.B. pharmazeutische Produkte, Telekommunikation, Energie, öffentlicher Verkehr usw.). Das BFS erhebt zudem die Preise bei den landesweit präsenten Grossverteilern (elektronisch, direkt in den Geschäften oder auf dem Korrespondenzweg).

Qualitätssicherung ist ein Thema, das immer mehr an Bedeutung gewinnt. Die erhobenen Daten werden deshalb nicht nur computergestützt plausibilisiert, sondern auch vor Ort kontrolliert. Dadurch wird es möglich, die Leistungen der Erhebungsbeauftragten einzuschätzen und die Qualität der Preiserhebungen durch entsprechende Ausbildungsmassnahmen laufend zu verbessern.

3.5 Berechnungsmethode

Der Übergang von den einzelnen Preisbeobachtungen zum Totalindex erfolgt über drei Aggregationsstufen, für die verschiedene Berechnungsmethoden zur Anwendung kommen:

Die Basisaggregation besteht darin, die Preisänderungen innerhalb einer Indexposition, eines Absatzkanals und einer Region zusammenzufassen. Dabei wird das geometrische Mittel angewendet, das die bisherige Methode der Elementarindizes ersetzt. Das geometrische Mittel bietet einige Vorteile: Es ist weniger empfindlich gegenüber saisonalen Schwankungen, eignet sich für die Aggregation von heterogenen Indexpositionen⁷ und erfüllt die methodischen Anforderungen eines Kettenindexes. Zudem berücksichtigt das geometrische Mittel auf bestimmte Weise die Gütersubstitution innerhalb einer Position bei veränderten relativen Preisen.

Beim zweiten Aggregationsschritt wird ein Index pro Indexposition gebildet. Dabei werden die in der Basisaggregation berechneten Indizes nach Regionen und Absatzkanälen gewichtet (arithmetisches Mittel).

In der dritten Aggregationsstufe wird der schweizerische Gesamtindex ermittelt. Die im zweiten Aggregationschritt errechneten Indizes pro Indexposition werden gemäss dem Warenkorb gewichtet (siehe Anhang 1). Dabei wurde bisher der Warenkorb über mehrere Jahre hinweg unverändert gelassen (direkter Laspeyres-Index). Dies bildete jedoch einen Hauptansatzpunkt der Kritik. Um deshalb eine bessere Annäherung des LIK an die wirtschaftliche Realität zu erreichen, beschloss das BFS, den LIK 2000 als Laspeyres-Kettenindex zu berechnen. Ein Laspeyres-Kettenindex besteht aus einer Reihe von direkten Laspeyres-Indizes, deren Warenkorb jährlich aktualisiert und neu gewichtet wird, und die miteinander verkettet werden. Die Hauptvorteile eines Laspeyres-Kettenindexes sind zweifellos die wirklichkeitsgetreuere Zusammensetzung des Warenkorbs und die aktuellere Gewichtung der darin enthaltenen Waren und Dienstleistungen.

Ein Berechnungsbeispiel für die drei Aggregationsstufen findet sich in Anhang 7.

Die Messung der reinen Preisentwicklung bedingt, dass die betrachteten Güter und Dienstleistungen im Zeitablauf unverändert bleiben. Dies ist in Wirklichkeit nicht der Fall: Güter und Dienstleistungen werden weiter entwickelt, verändert und dem Markt angepasst. Computer sind ein gutes Beispiel dafür. Wenn sich deshalb ein Produkt verändert, nicht mehr repräsentativ ist oder vom Markt verschwindet, stehen vier Substitutionsmethoden zur Verfügung, welche unterschiedliche Auswirkungen auf den Index haben:

- Ein direkter Ersatz wird vorgenommen, wenn das alte und das neue Produkt identische oder sehr ähnliche Qualitätsmerkmale aufweisen. Das neue Produkt tritt an die Stelle des alten. Ein allfälliger Preisunterschied wird als reiner Preisunterschied betrachtet und ist somit vollständig indexwirksam.
- Die Verkettungsmethode wird für Produkte verwendet, die sich zwar verändert haben, deren Grundfunktion jedoch dieselbe bleibt. Der Einsatz dieser Methode bedingt, dass sich das alte und das neue Produkt gleichzeitig auf dem Markt befinden. Der zwischen den beiden Produkten bestehende Preisunterschied wird in eine Preis- und eine Qualitätskomponente aufgeteilt und somit nur teilweise Indexwirksam.
- In gewissen Bereichen kann der Qualitätsunterschied direkt auf Grund der Produktkomponenten gemessen und beziffert werden. Die einmal bezifferte Qualitäts-

⁷ Indexpositionen sind heterogen, wenn sich die in ihnen enthaltenen Produkte bezüglich Verwendungszweck, Funktion und Preisniveau unterscheiden.

komponente wird anschliessend von der Preiskomponente abgezogen, damit nur die reine Preisbewegung indexwirksam wird.

- Das wegfallende und das neue Produkt weisen derart erhebliche Unterschiede auf, dass ein Vergleich kaum mehr möglich ist. Die alte Preisreihe wird abgebrochen und durch eine neue ersetzt. Dieser Vorgang hat keine Auswirkung auf das Indexergebnis.

Ein Beispiel in Anhang 8 illustriert diese vier Substitutionsmethoden zur Behandlung des Sortimentswechsels und der Qualitätsänderungen.

Keine dieser Methoden ist perfekt. Die Behandlung von Qualitätsänderungen ist nach wie vor ein Dauerthema in der Preisstatistik, um so mehr als die Qualitätsbeurteilung häufig stark subjektiv geprägt ist.

Die neue Basis des Indexes bildet der Mai 2000 (Index = 100). Ab Dezember 2001 wird die Basis des Indexes jedes Jahr im Monat Dezember wieder auf 100 gesetzt. Um längere Indexreihen zu bilden und die Preisentwicklung über mehrere Jahre hinweg verfolgen zu können, werden diese jährlichen Indexreihen rechnerisch aneinandergekettet.

3.6 Der Mietpreisindex

Die Wohnungsmieten bilden den grössten Ausgabenposten im Haushaltbudget. Das Gewicht im Index-Warenkorb beträgt rund 20 Prozent. Das Ziel des Mietpreisindex ist die Ermittlung der gesamtschweizerischen Mietpreisentwicklung.

Die Mietpreiserhebung basiert auf einer Zufallsstichprobe auf der Basis des Telefonregisters der Swisscom. Die Stichprobe umfasst rund 5000 Wohnungen. Die Erhebung wird vierteljährlich bei den Vermietern durchgeführt. Ebenfalls vierteljährlich wird jeweils ein Achtel der Stichprobe erneuert. Der dabei angewandte Erneuerungs-Ansatz (Bernoulli) sorgt für die adäquate Berücksichtigung der neuerstellten Wohnungen in der gesamten Stichprobe.

Die erfassten Wohnungen sind nach Grösse (1–5 Zimmer) und Alter (4 Altersgruppen) strukturiert:

Grösse Alter	1- Zimmer	2- Zimmer	3- Zimmer	4- Zimmer	5- Zimmer
0–5 Jahre		↓		↑	
6–10 Jahre		Alterung		↑	
11–20 Jahre		↓	Renovationen		
>20 Jahre		↓		↓	

Pro Wohnungstyp (z.B. 6–10 Jahre alte 3-Zimmerwohnung) wird der durchschnittliche Mietpreis und anschliessend seine Veränderung gegenüber dem Basiszeitpunkt berechnet. Die resultierenden Indizes werden unter Anwendung des gewichteten arithmetischen Mittels zum Total-Mietpreisindex aggregiert. Die verwendeten Gewichtungsquoten entsprechen den Anteilen der einzelnen Wohnungstypen am gesamten Wohnungsbestand.

Wie bei allen anderen Bereichen des LIK müssen auch beim Mietpreisindex bei der Ermittlung der Preisentwicklung Qualitätsänderungen berücksichtigt werden. Das heisst, es ist eine im Zeitablauf konstante Qualität zu unterstellen. Die Qualität von Wohnungen ist aber einer ständigen Veränderung unterworfen. Einerseits nimmt sie in Folge fortschreitender Alterung ab, andererseits wird sie durch Renovationen, Um- und Neubauten verbessert. Beim Mietpreisindex wird diesen unterschiedlichen Qualitätsänderungen Rechnung getragen, indem die Zuteilung zu den vier Altersgruppen vierteljährlich neu erfolgt. Mit zunehmendem Alter verschieben sich die Wohnungen sukzessive in höhere Altersgruppen. Bei erheblichen Renovationen mit Wertvermehrung wird eine Wohnung «wirtschaftlich verjüngt» und nach einem, nach Art und Umfang der Renovation abgestuften Punktesystem einer tieferen Altersgruppe zugeordnet. Dieses Prozedere erlaubt, innerhalb eines Wohnungstyps qualitativ vergleichbare Wohnungen zusammenzufassen und damit qualitätsbedingte Mietpreisveränderungen weitgehend auszuklammern.⁸

4 Auswertungen und Diffusion

Der Landesindex ist in erster Linie auf den Nachweis von Preisveränderungen in Form von Preisindizes ausgerichtet. Für die 222 Indexpositionen des Warenkorbs und alle darüberliegenden Aggregate (Warengruppen, Hauptgruppen, Total) sowie für diverse Zusatzgliederungen werden solche Ergebnisse ausgewiesen. Neben den monatlichen Indizes stehen auch verschiedene analytische Kennziffern wie z.B. Veränderungsraten, Jahres- und Quartalswerte, gleitende Mittel oder kumulierte Indizes zur Verfügung. Bei Bedarf können in der Form von ad-hoc-Auswertungen auch Indizes und Kennziffern auf dem Niveau der Erhebungspositionen aufbereitet werden, sofern sie statistisch aussagekräftig sind.

Um langfristige Vergleiche zu ermöglichen, werden für den Totalindex alle auf früheren Basismonaten beruhenden Indexreihen rechnerisch weitergeführt und laufend publiziert.

Als Nebenprodukt ermittelt das BFS im Rahmen der Indexberechnung zudem Durchschnittspreise. Neben den Angaben zur Preisentwicklung sind also auch gewisse Informationen über das Preisniveau verfügbar.

⁸ Vgl. auch BFS, Die Revision des Landesindex der Konsumentenpreise, Konzept für einen neuen Landesindex, Bern 1993.

Die Indexergebnisse stehen den Benutzern in der Regel am Ende des Monats zur Verfügung. Neben der monatlichen Pressemitteilung bieten auch der automatische Telefonauskunftsdienst und der Fax auf Abruf sowie Internet und Statweb rasche Informationsmöglichkeiten. Detailliertere Ergebnisse werden in Form eines Monatshefts publiziert, sind auf Wunsch aber auch in elektronischer Form verfügbar. Für spezielle Informationsbedürfnisse können beim Bundesamt für Statistik auch ad-hoc-Auswertungen in Auftrag gegeben werden (vgl. Anhang 9).

5 Rechtliche Grundlagen und Datenschutz

Die rechtliche Grundlage für den Landesindex der Konsumentenpreise ist das Bundesstatistikgesetz (BStatG) vom 9. Oktober 1992 sowie die Verordnung über die Durchführung von statistischen Erhebungen des Bundes vom 30. Juni 1993.

Die im Rahmen des LIK erhobenen Daten werden ausschliesslich für statistische Zwecke verwendet. Bei den Erhebungen handelt es sich nicht um eine Preiskontrolle. Das BFS sowie die bei den Erhebungen mitwirkenden privaten Institutionen und deren Mitarbeitende sind an die restriktiven Datenschutzbestimmungen des Bundes gebunden. Die Erhebungsstellen sind nicht befugt, die Adressen oder andere ihnen bekannte betriebsspezifische Informationen der Berichtersteller weiterzugeben, auch nicht an andere Amtsstellen der öffentlichen Verwaltung.

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Verzeichnis der Grafiken und Anhänge:

Grafik 1: Grobstruktur Warenkorb 2000

Grafik 2: Vergleich des bisherigen mit dem neuen Warenkorb

Anhang 1: Warenkorb mit Gewichtung

Anhang 2: Sondergliederungen mit Gewichtung

Anhang 3: Beispiel für die hierarchische Struktur des Warenkorbs

Anhang 4: Von der Verbrauchserhebung zum Warenkorb

Anhang 5: Erhebungsplan

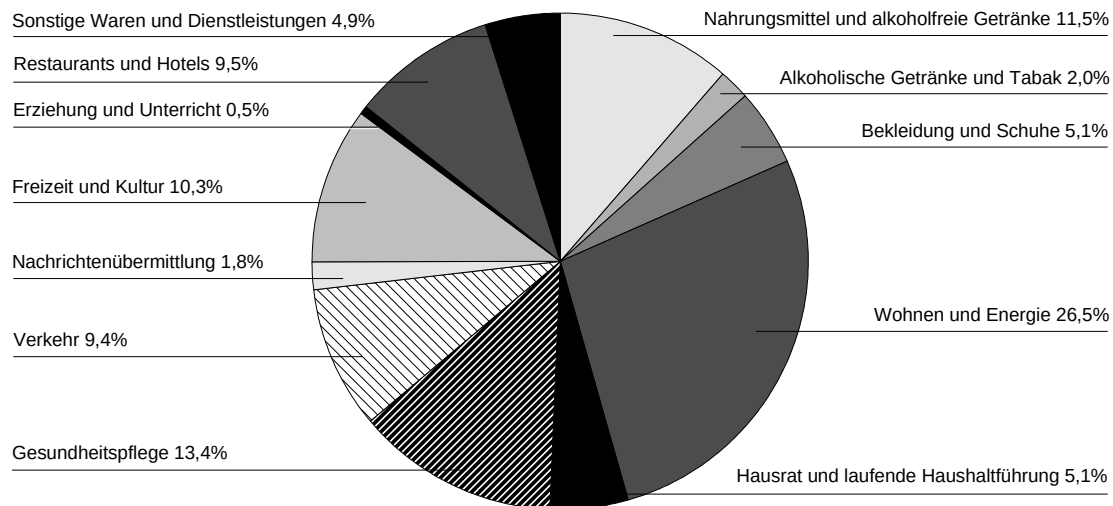
Anhang 6: Erhebungsregionen

Anhang 7: Berechnungsbeispiel

Anhang 8: Die Berücksichtigung von Sortimentswechsel und Qualitätsänderungen

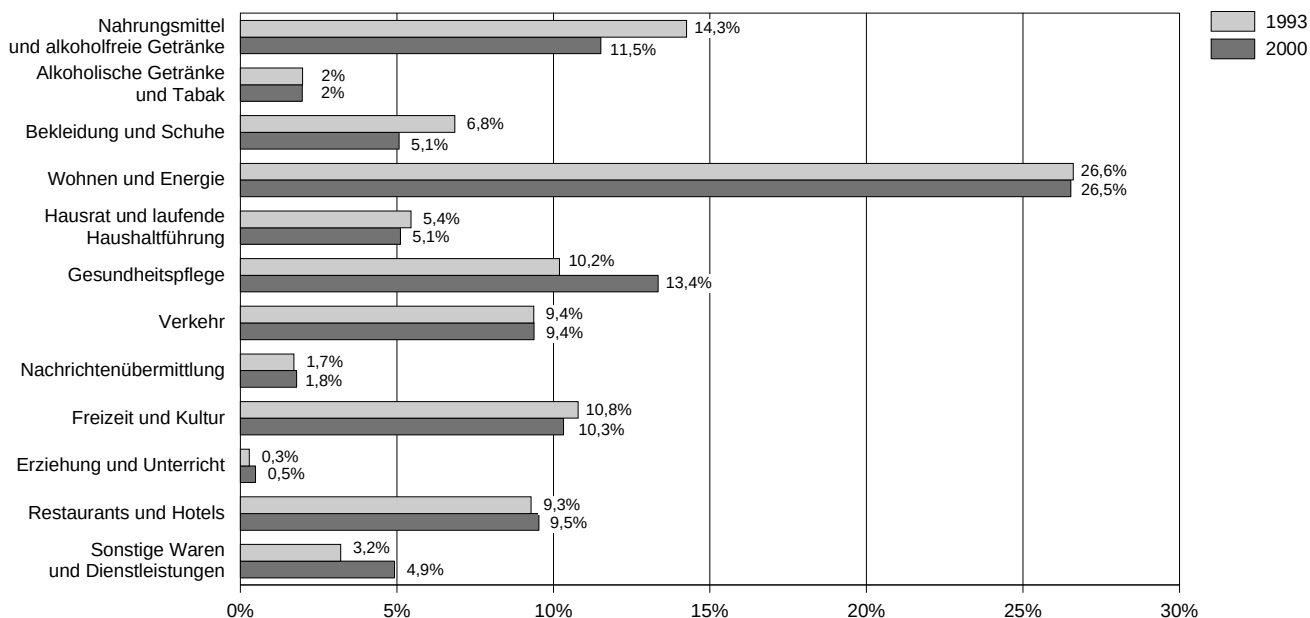
Anhang 9: Veröffentlichung der Ergebnisse

Grafik 1: Grobstruktur Warenkorb 2000



© Bundesamt für Statistik

Grafik 2: Vergleich des bisherigen mit dem neuen Warenkorb



© Bundesamt für Statistik

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Anhang 1: Warenkorb mit Gewichtung

Positionsbezeichnung	Gewicht in %	Positionsbezeichnung	Gewicht in %
Total	100,000	Butter	0,171
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	11,513	Margarine, Speisefette und -öle	0,140
Nahrungsmittel	10,543	Früchte, Gemüse und Kartoffeln	1,893
Brot, Mehl und Nährmittel	1,856	Früchte	0,774
Reis	0,043	Frische Früchte	0,625
Mehl	0,068	Agurmen	0,122
Brot, Konditorei- und Dauerbackwaren	1,399	Steinobst	0,079
Brot	0,610	Kernobst	0,158
Kleinbrot und -gebäck	0,355	Bananen	0,090
Feingebäck und Konditoreiwaren	0,317	Andere Früchte	0,176
Dauerbackwaren	0,117	Konservierte Früchte	0,149
Teigwaren	0,157	Gemüse und Kartoffeln	1,119
Andere Getreideprodukte	0,189	Frisches Gemüse und Kartoffeln	0,850
Fleisch, Fleischwaren	2,637	Fruchtgemüse	0,192
Fleisch, frisch oder tiefgekühlt	1,555	Wurzelgemüse	0,140
Rindfleisch	0,389	Salatgemüse	0,224
Kalbfleisch	0,185	Kohl Gemüse	0,059
Schweinefleisch	0,376	Zwiebeln	0,051
Schafffleisch	0,085	Andere Gemüse	0,086
Geflügel	0,308	Kartoffeln	0,098
Anderes Fleisch	0,212	Konserviertes Gemüse	0,145
Fleisch-, Wurstwaren und Fleischkonserven	1,082	Kartoffelhaltige Produkte	0,124
Wurstwaren	0,588	Zucker, Konfitüren, Honig, Schokolade, Süßwaren	0,759
Fleischwaren	0,473	Konfitüren und Bienenhonig	0,098
Zubereitetes Fleisch	0,021	Schokolade	0,355
Fisch und Fischwaren	0,328	Süßwaren	0,126
Fische, frisch	0,170	Speiseeis	0,140
Fische, tiefgekühlt	0,078	Zucker	0,040
Fischkonserven und geräucherter Fisch	0,080	Sonstige Nahrungsmittel	0,776
Milch, Käse, Eier	1,983	Suppen, Gewürze, Saucen	0,464
Milch	0,421	Küchenfertige Nahrungsmittel	0,312
Volmilch	0,271	Alkoholfreie Getränke	0,970
Andere Milch	0,150	Kaffee, Tee, Kakao	0,341
Käse	0,846	Bohnenkaffee	0,165
Hartkäse	0,217	Löslicher Kaffee	0,064
Halbhartkäse	0,338	Tee	0,074
Frisch-, Weich und Schmelzkäse	0,291	Nährgetränke	0,038
Andere Milcherzeugnisse	0,399	Mineralwasser, Süßgetränke und Säfte	0,629
Rahm	0,160	Natürliche Mineralwasser	0,192
Eier	0,157	Süßgetränke	0,287
Speisefette und Öle	0,311	Frucht- und Gemüsesäfte	0,150

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Anhang 1: Warenkorb mit Gewichtung (Fortsetzung)

Positionsbezeichnung	Gewicht in %	Positionsbezeichnung	Gewicht in %
Alkoholische Getränke und Tabak	1,979	Babybekleidung	0,097
Alkoholische Getränke	1,117	Strumpfwaren und Unterwäsche	0,085
Spirituosen	0,191	Sportbekleidung	0,053
Branntweine	0,141	Bekleidungszubehör und -stoffe	0,282
Likör und Apéro-Getränke	0,050	Kleiderstoffe	0,052
Wein	0,773	Mercerie und Strickwolle	0,115
Rotwein	0,483	Anderes Bekleidungszubehör	0,115
Rotwein, inländisch	0,118	Reinigung und Reparatur von Bekleidung	0,145
Rotwein, ausländisch	0,365	Kleideränderungen	0,029
Weisswein	0,203	Trockenreinigung und Waschen	0,116
Weisswein, inländisch	0,165	Schuhe einschliesslich Reparatur	0,924
Weisswein, ausländisch	0,038	Schuhe	0,891
Schaumwein	0,087	Damenschuhe	0,451
Bier	0,153	Herrenschuhe	0,281
Tabakwaren	0,862	Kinderschuhe	0,159
Zigaretten	0,806	Reparatur von Schuhen	0,033
Andere Tabakwaren	0,056		
		Wohnen und Energie	26,529
Bekleidung und Schuhe	5,071	Miete	20,792
Bekleidung	4,147	Wohnungsmiete	20,143
Bekleidungsartikel	3,720	Garagen- und Parkplatzmiete	0,649
Herrenbekleidung	1,130	Laufender Unterhalt der Wohnung	0,822
Mäntel, Jacken und Vestons	0,241	Material für Instandhaltung und Reparatur der Wohnung	0,156
Anzüge	0,083	Dienstleistungen für die Instandhaltung und Reparatur der Wohnung	0,666
Hosen	0,238	Gebühren	0,812
Oberhemden	0,168	Energie	4,103
Strickwaren	0,186	Gas	0,516
Unterwäsche	0,132	Gas, Verbrauchstyp I	0,052
Sportbekleidung	0,082	Gas, Verbrauchstyp II	0,172
Damenbekleidung	2,130	Gas, Verbrauchstyp III	0,106
Mäntel	0,099	Gas, Verbrauchstyp IV	0,094
Kostüme, Hosenanzüge, Kleider	0,265	Gas, Verbrauchstyp V	0,092
Jupes	0,110	Elektrizität	2,147
Hosen	0,308	Elektrizität, Verbrauchstyp I	0,107
Jacken	0,324	Elektrizität, Verbrauchstyp II	0,086
Blusen und Hemdblusen	0,170	Elektrizität, Verbrauchstyp III	0,859
Strickwaren	0,397	Elektrizität, Verbrauchstyp IV	0,322
Unterwäsche	0,343	Elektrizität, Verbrauchstyp V	0,301
Sportbekleidung	0,114	Elektrizität, Verbrauchstyp VI	0,408
Kinderbekleidung	0,460	Elektrizität, Verbrauchstyp VII	0,064
Mäntel und Jacken	0,053	Heizöl	1,281
Hosen und Jupe	0,080	Fernwärme	0,074
Strickwaren	0,092	Holz	0,085

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Anhang 1: Warenkorb mit Gewichtung (Fortsetzung)

Positionsbezeichnung	Gewicht in %	Positionsbezeichnung	Gewicht in %
Hausrat und laufende Haushaltführung	5,114	Occasions-Automobile	0,950
Einrichtungsgegenstände und Bodenbeläge	2,171	Motorräder	0,133
Möbel und Einrichtungszubehör	1,965	Fahrräder	0,153
Wohnen	0,440	Betrieb und Unterhalt von Personenwagen	4,386
Schlafen	0,574	Ersatzteile und Zubehör	0,367
Küche und Garten	0,227	Ersatzteile	0,272
Einrichtungszubehör	0,724	Pneus und Zubehör	0,073
Bodenbeläge und Teppiche	0,206	Servicematerial	0,022
Heimtextilien, Haushaltwäsche und Zubehör	0,324	Treibstoff	2,940
Bettzeug und Haushaltwäsche	0,219	Service und Reparaturen	0,647
Vorhänge und Zubehör	0,105	Sonstige Dienstleistungen für Individualverkehr	0,432
Haushaltgeräte	0,568	Transportdienstleistungen	1,939
Grosse elektrische und nichtelektrische Haushaltgeräte	0,235	Öffentliche Transportdienstleistungen auf Schiene und Strasse	1,490
Kleine elektrische Haushaltgeräte	0,333	Eisenbahn	1,094
Glaswaren, Geschirr und andere Gebrauchsgüter für den Haushalt	0,483	Öffentlicher Regionalverkehr	0,396
Küchen- und Kochgeräte	0,189	Luftverkehr	0,355
Geschirr und Besteck	0,183	Taxi	0,094
Andere Gebrauchsgüter für die Haushaltführung	0,111		
Werkzeuge, Kleinmaterial und anderes Zubehör für Haus und Garten	0,345	Nachrichtenübermittlung	1,801
Motorenbetriebene Do-it-yourself- und Gartenwerkzeuge	0,068	Postdienste	0,156
Handwerkzeuge, Kleinmaterial und Zubehör für Haus und Garten	0,277	Telefonapparate und -geräte	0,142
Handwerkzeuge Do-it-yourself- und Garten	0,089	Telekommunikation	1,503
Kleinmaterial und Zubehör für Haus und Garten	0,188		
Waren und Dienstleistungen für die laufende Haushaltführung	1,223	Freizeit und Kultur	10,317
Waren für die laufende Haushaltführung	0,853	Geräte für Radio, TV, Fotografie und Datenverarbeitung	1,477
Wasch- und Reinigungsmittel	0,389	Fernseh- und Audiogeräte	0,413
Putzmaterial	0,188	Fernseh- und Videogeräte	0,185
Sonstiges Verbrauchsmaterial	0,276	Audiogeräte	0,228
Dienstleistungen für Wohnungsreinigung	0,370	Foto-, Kino- und optische Geräte	0,094
		Personalcomputer, Büromaschinen und Zubehör	0,547
Gesundheitspflege	13,351	PC Hardware	0,400
Medizinische Erzeugnisse	2,160	Software für Computer	0,135
Medikamente	1,848	Büromaschinen und Zubehör	0,012
Medizinische Apparate und Geräte	0,312	Aufzeichnungsmidien	0,370
Ambulante Dienstleistungen	4,904	Reparatur und Installationen	0,053
Ärztliche Leistungen	2,897	Musikinstrumente	0,087
Zahnärztliche Leistungen	1,457	Sonstige Freizeitartikel und -geräte, Gartenartikel und Heimtiere	2,209
Andere Gesundheitsleistungen	0,550	Spiel- und Hobbywaren	0,474
Spitalleistungen	6,287	Sportgeräte und Ausrüstungen für Camping und Erholung im Freien	0,509
		Wintersportartikel	0,343
Verkehr	9,377	Sommer- und Ganzjahressportartikel	0,166
Automobile, Motor- und Fahrräder	7,438	Pflanzen	0,698
Kauf von Automobilen, Motor- und Fahrrädern	3,052	Heimtiere und Heimtierartikel	0,400
Neue Automobile	1,816	Dienstleistungen Tierarzt für Heimtiere	0,128

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Anhang 1: Warenkorb mit Gewichtung (Schluss)

Positionsbezeichnung	Gewicht in %	Positionsbezeichnung	Gewicht in %
Freizeit- und Kulturdienstleistungen	3,193	Mineralwasser und Süssgetränke	0,836
Sport- und Freizeitaktivitäten	0,881	Andere alkoholfreie Getränke	0,061
Sportveranstaltungen	0,044	Kleine Mahlzeiten zum Mitnehmen	0,491
Sport- und Freizeitaktivitäten	0,557	Personalrestaurants, Kantinen	0,785
Bergbahnen und Skilifte	0,280	Mahlzeiten in Personalrestaurants	0,527
Kultur- und andere Dienstleistungen	2,312	Getränke in Personalrestaurants	0,258
Kino	0,348	Beherbergung	1,012
Theater und Konzerte	0,177	Hotellerie	0,754
Radio- und Fernsehkonzessionen	0,967	Parahotellerie	0,258
Sonstige Dienstleistungen	0,188		
Hobby-Kurse	0,632	Sonstige Waren und Dienstleistungen	4,926
Zeitungen, Bücher und Schreibwaren	2,009	Körperpflege	2,235
Bücher und Broschüren	0,470	Coiffeurleistungen	0,874
Zeitungen und Zeitschriften	0,915	Waren für die Körperpflege	1,361
Einzelnummern	0,265	Toilettenartikel	1,278
Abonnemente	0,650	Seifen und Badezusätze	0,158
Sonstige Druckprodukte	0,157	Haarpflegemittel	0,226
Schreib- und Zeichenmaterial	0,467	Zahnpflegemittel	0,138
Pauschalreisen	1,342	Haut- und Schönheitspflegemittel	0,346
		Papierwaren für die Körperpflege	0,371
Erziehung und Unterricht	0,488	Sanitätsmaterial	0,039
Schulen	0,276	Nichtelektrische Geräte für die Körperpflege	0,033
Weiterbildungskurse	0,212	Elektrische Geräte für die Körperpflege	0,050
		Persönliche Gebrauchsgegenstände	0,832
Restaurants und Hotels	9,534	Uhren	0,513
Gaststätten	8,522	Sonstige persönliche Gebrauchsgegenstände	0,319
Restaurants, Cafés und ähnliche	7,246	Soziale Einrichtungen	0,165
Mahlzeiten in Restaurants und Cafés	4,185	Versicherungen	1,418
Getränke in Gaststätten und Cafés	3,061	Hausratversicherung	0,354
Alkoholische Getränke	1,512	Private Krankenversicherung	0,476
Wein	0,747	Motorfahrzeugversicherung	0,588
Bier	0,635	Finanzielle Dienstleistungen	0,100
Spirituosen und andere alkoholische Getränke	0,130	Sonstige Dienstleistungen	0,176
Alkoholfreie Getränke	1,549		
Kaffee und Tee	0,652		

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Anhang 2: Sondergliederungen mit Gewichtung

Positionsbezeichnung	Gewicht in %	Positionsbezeichnung	Gewicht in %
Art der Güter		Weitere Sondergliederungen	
Waren	43,843	Gesundheitspflege	13,351
Nichtdauerhafte Waren	27,307	Index ohne Gesundheitspflege	86,649
Semidauerhafte Waren	8,813		
Dauerhafte Waren	7,723	Saisonprodukte	3,282
Dienstleistungen	56,157	Index ohne Saisonprodukte	96,718
Private Dienstleistungen	47,263		
Öffentliche Dienstleistungen	8,894	Wohnungs- und Garagenmiete	20,143
		Index ohne Miete	79,857
Herkunft der Güter			
Inland	74,338	Erdölprodukte	4,221
Ausland	25,662	Index ohne Erdölprodukte	95,779
Kerninflation			
Kerninflation 1 ¹⁾	77,658	Tabakwaren	0,862
Kerninflation 2 ²⁾	62,975	Index ohne Tabakwaren	99,138
<i>Nahrung, Getränke und Tabak ohne Saisonprodukte</i>	12,017	Alkoholische Getränke	2,629
<i>Saisonprodukte</i>	3,282	Index ohne alkoholische Getränke	97,371
<i>Energie</i>	7,043		
<i>Produkte mit administrierten Preisen</i>	14,683		

¹⁾ Kerninflation 1 = Total ohne Nahrung, Getränke, Tabak, Saisonprodukte, Energie und Treibstoff

²⁾ Kerninflation 2 = Kerninflation 1 ohne Produkte mit administrierten Preisen

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Anhang 3: Beispiel für die hierarchische Struktur des Warenkorbs

Positions-Typ	Total	Hauptgruppe (HG)	Warengruppe (WG)	Warengruppe (WG)	Warengruppe (WG)	Indexposition (IP)	Zwischenaggregat (ZA)	Erhebungsposition (EP)	Gewicht in %
Total	Total								100,000
HG		Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke							11,513
WG			Nahrungsmittel						10,543
WG				Brot, Mehl und Nährmittel					1,856
IP					Reis				0,043
EP						Reis			
IP					Mehl				0,068
EP						Weissmehl			
EP						Andere Mehle			
WG						Brot, Konditorei- und Dauerbackwaren			1,399
IP						Brot			0,610
ZA						Normalbrot			
EP						Ruchbrot, 500 gr			
EP						Halbweissbrot, 500 gr			
ZA						Spezialbrot			
EP						Biobrot			
EP						Vollkornbrot			
EP						Zopf			
EP						Regional übliches Brot			
IP						Kleinbrot und -gebäck			0,355
EP						Weggli			
EP						Gipfeli			
EP						Mütschli, Bürli			
EP						Anderes Kleingebäck			
EP						Frischback-Kleingebäck im Beutel			

Hauptgruppe = Erste Unterteilung des privaten Konsums in 12 Hauptgruppen.

Warengruppe = Zusammenfassung von Indexpositionen bzw. Warengruppen zu nächsthöheren Aggregaten (Warengruppen können auf verschiedenen hierarchischen Niveaus liegen).

Indexposition = Tiefste gewichtete Position und damit Bestandteil des nach Laspeyres über eine bestimmte Zeitdauer unveränderten Waren- und Gewichtungsschemas. Sie ist ebenfalls die tiefste Gliederungsposition, für die Indexreihen laufend veröffentlicht werden.

Zwischenaggregat = Zusammenfassung von Erhebungspositionen zu ungewichteten Aggregaten.

Erhebungsposition = Unterstes Niveau des Warenkorbes. Legt fest, für welche Waren und Dienstleistungen effektiv Preise zu erheben sind. Diese Positionen können den Veränderungen im Konsumverhalten oder bezüglich des Angebots laufend angepasst werden.

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Anhang 4: Von der Verbrauchserhebung zum Warenkorb

Hauptgruppen	Konsumausgaben gemäss EVE 98		Umbuchung Ausgaben in Fr. + / -	Für LIK relevante Konsumausgaben 1998		Gewichtung LIK 2000
	in Fr.	in %		in Fr.	in %	
Nahrungsmittel, Getränke	601,70	8,13		601,70	11,62	11,513
Alkohol. Getränke u. Tabak	100,76	1,36		100,76	1,95	1,979
Bekleidung und Schuhe	264,37	3,57		264,37	5,10	5,071
Wohnen und Energie	1354,66	18,30	- 4.97 ¹	1349,69	26,06	26,529
Hausrat und Haushaltsführung	265,27	3,58		265,27	5,12	5,114
Gesundheitspflege	232,38	3,14	+ 465.78 ²	698,15	13,48	13,351
Verkehr	476,44	6,44	- 8.90 ³	467,54	9,03	9,377
Nachrichtenübermittlung	128,70	1,74		128,70	2,48	1,801
Freizeit und Kultur	536,40	7,25		536,40	10,36	10,317
Erziehung und Unterricht	25,14	0,34		25,14	0,49	0,488
Restaurants und Hotels	486,74	6,58		486,74	9,40	9,534
Sonstige Waren und Dienstl.	181,40	2,45	+ 73.27 ⁴	254,67	4,92	4,926
Total Konsumausgaben	4653,97	62,88		5179.15 ⁵	100,00	100,000

Total Transferausgaben	2747,44	37,12
Gesamtausgaben pro Haushalt	7401,41	100,00

Preisbereinigung ⁶

¹ Rückerstattung Mietnebenkosten

² Kranken- und Unfallversicherungsprämien abzüglich Rückerstattungen

³ Erlös aus dem Verkauf von Gebrauchtwagen

⁴ Dienstleistungsanteil der Privatversicherungsprämien

⁵ Entspricht 69.98 % der Gesamtausgaben pro Haushalt

⁶ Abschliessend muss noch der Preisentwicklung zwischen dem Zeitpunkt der Einkommens- und Verbrauchserhebung und der Einführung des neuen Indexes Rechnung getragen werden. Die Ausgabenquoten werden anhand der Preisveränderungsraten zwischen dem Jahresmittel 1998 und April 2000 bereinigt (Multiplikation der Ausgabenquoten mit den entsprechenden Veränderungsfaktoren; Umrechnung auf 100 Prozent).

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Anhang 5: Erhebungsplan

Warengruppe	Periodizität	Erhebungsmonate											
		J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
1. Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Dauerbackwaren	Vierteljährlich			X			X			X			X
Konserven	Vierteljährlich			X			X			X			X
Tiefgekühlte Produkte	Vierteljährlich			X			X			X			X
Süsswaren	Vierteljährlich			X			X			X			X
Sonstige Nahrungsmittel	Vierteljährlich			X			X			X			X
Löslicher Kaffee und Nährgetränke	Vierteljährlich			X			X			X			X
Mineralwasser, Süssgetränke und Säfte	Vierteljährlich			X			X			X			X
2. Alkoholische Getränke und Tabak	Vierteljährlich			X			X			X			X
3. Bekleidung und Schuhe	Vierteljährlich		X			X			X			X	
4. Wohnen und Energie	Vierteljährlich		X			X			X			X	
Heizöl	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Gebühren für Kehrrecht, Wasser, Abwasser	Aperiodisch*												
Gas, Elektrizität, Fernwärme	Aperiodisch*												
5. Hausrat und laufende Haushaltsführung	Vierteljährlich			X			X			X			X
6. Gesundheitspflege	Vierteljährlich	X			X			X			X		
Ärztliche Leistungen	Aperiodisch*												
Andere Gesundheitsleistungen	Aperiodisch*												
Spitalleistungen	Aperiodisch*												
7. Verkehr	Vierteljährlich	X			X			X			X		
Treibstoff	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Eisenbahn (SBB)	Aperiodisch*												
Öffentlicher Regionalverkehr	Aperiodisch*												
8. Nachrichtenübermittlung	Vierteljährlich			X			X			X			X
Postdienste	Aperiodisch*												
Telekommunikation	Aperiodisch*												
9. Freizeit und Kultur	Vierteljährlich			X			X			X			X
Sportveranstaltungen : Fussball	Jährlich						X						
Sportveranstaltungen : Eishockey	Jährlich									X			
Sport und Freizeitaktivitäten : Schwimmbäder	Halbjährlich						X			X			
Sport und Freizeitaktivitäten : Kunsteisbahn	Jährlich									X			
Radio- und Fernsehkonzessionen	Aperiodisch*												
10. Erziehung und Unterricht	Halbjährlich			X						X			
11. Restaurants und Hotels	Vierteljährlich	X			X			X			X		
Zelt- und Wohnwagenplätze	Jährlich				X								
Jugendherbergen	Halbjährlich	X						X					
12. Sonstige Waren und Dienstleistungen	Vierteljährlich		X			X			X			X	

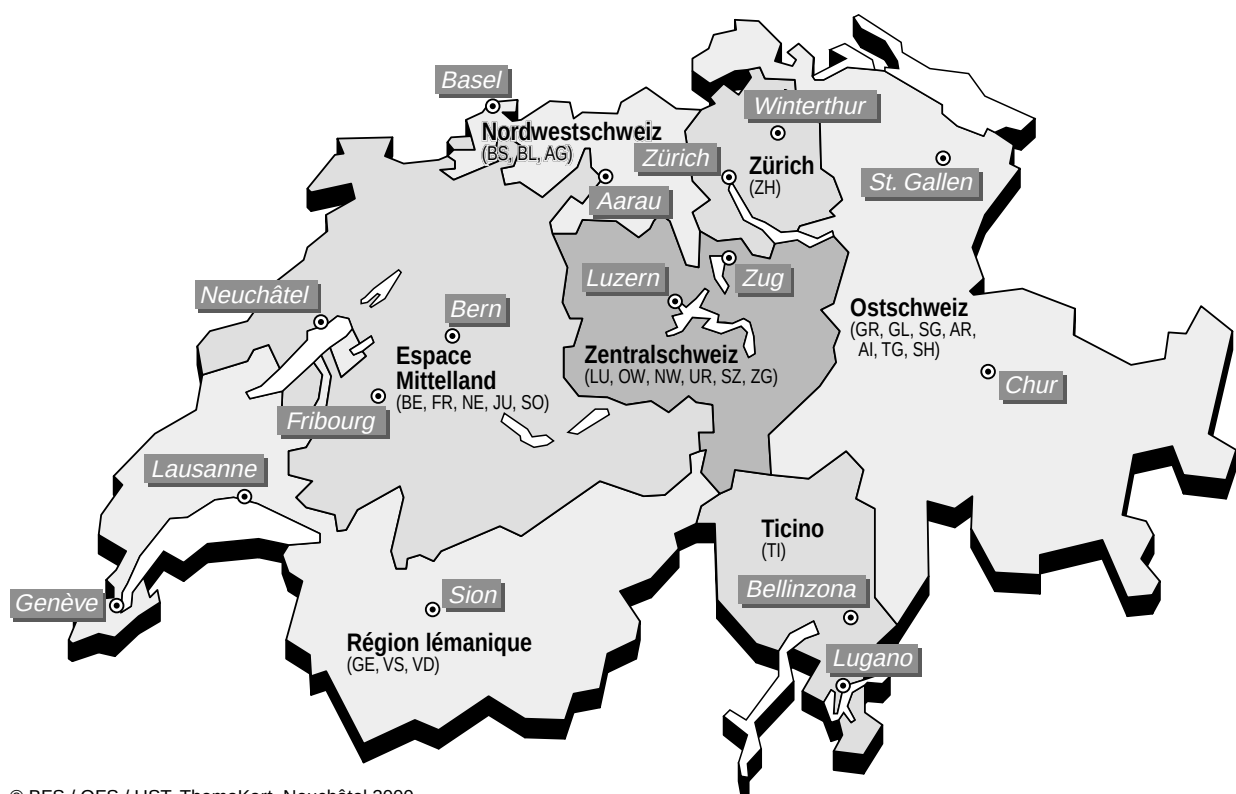
* Aperiodisch: Preisveränderungen werden indexwirksam zum Zeitpunkt ihrer Inkrafttretung (insb. bei Tarifen und Gebühren).

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Anhang 6: Erhebungsregionen

Grossregionen	Erhebungsregionen	Gewichtung in %
Genferseeregion	Genf Sion Lausanne	6,02 4,15 9,24
Espace Mittelland	Freiburg Neuenburg Bern	3,01 3,04 15,35
Nordwestschweiz	Basel Aarau	6,43 7,72
Zürich	Winterthur Zürich	4,04 14,31
Ostschweiz	Chur St.Gallen	2,44 11,18
Zentralschweiz	Luzern Zug *	5,38 3,37
Tessin	Lugano Bellinzona *	2,44 1,88

* neue Erhebungsregionen



© BFS / OFS / UST, ThemaKart, Neuchâtel 2000

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Anhang 7: Berechnungsbeispiel

Im folgenden Beispiel wird die LIK-Berechnungsmethode stark vereinfacht dargestellt. Die Darstellung beschränkt sich auf die Preismeldungen für ein Kilogramm Zitronen und ein Kilogramm Orangen (fiktive Zahlen).

Artikel	Basispreis Mai 2000	Preis Juni 2000	Preis Juli 2000
Zitronen, 1 kg	3.20	3.50	3.60
Orangen, 1 kg	2.50	2.-	2.50

Basisaggregation

- 1) Berechnung der Preisveränderung der beiden Artikel im Vergleich zur Basisperiode Mai 2000 = 100:

Artikel	Index Mai 2000	Index Juni 2000	Index Juli 2000
Zitronen, 1 kg	100	$\frac{3.50}{3.20} \times 100 = 109.4$	$\frac{3.60}{3.20} \times 100 = 112.5$
Orangen, 1 kg	100	$\frac{2}{2.50} \times 100 = 80$	$\frac{2.50}{2.50} \times 100 = 100$

Der Preisindex für Zitronen beläuft sich im Juni 2000 auf 109,4. Das heisst, dass der Preis für ein Kilogramm Zitronen von Mai bis Juni 2000 um 9,4% gestiegen ist. Demgegenüber ist der Preis für ein Kilogramm Orangen von Mai bis Juni 2000 um 20% gesunken.

- 2) Zitronen und Orangen bilden die Indexexposition „Agrumen“. Die Preisentwicklung der Indexexpositionen wird anhand des geometrischen Mittels berechnet:

$$\text{Index Juni 2000 „Agrumen“} = \sqrt{109.4 \times 80} = 93.6$$

$$\text{Index Juli 2000 „Agrumen“} = \sqrt{112.5 \times 100} = 106.1$$

Während die Preise der Indexexposition „Agrumen“ zwischen Mai und Juni 2000 durchschnittlich um 6,4% sanken, stiegen sie von Mai bis Juli 2000 um 6,1%.

Schlussaggregation:

Die Indexexposition „Agrumen“ wird im Warenkorb der Produktgruppe „Frische Früchte“ zugeteilt. Alle Indexexpositionen dieser Produktgruppe haben ein Gewicht:

Produktgruppe Indexpositionen	Gewicht in %	Index Mai 2000	Index Juni 2000	Index Juli 2000
Frische Früchte	0.625	100	102.1	104.6
Agrumen	0.122	100	93.6	106.1
Steinobst	0.079	100	105.0	102.5
Kernobst	0.158	100	101.6	102.0
Bananen	0.090	100	110.3	112.5
Andere Früchte	0.176	100	102.8	102.8

Der Preisindex der Produktgruppe „Frische Früchte“ ist das gewichtete arithmetische Mittel der Indizes pro Indexexposition:

$$\text{Index „Frische Früchte“ Juni 2000} = \frac{(93.6 \times 0.122) + (105.0 \times 0.079) + (101.6 \times 0.158) + (110.3 \times 0.090) + (102.8 \times 0.176)}{0.122 + 0.079 + 0.158 + 0.090 + 0.176} = 102.1$$

$$\text{Index „Frische Früchte“ Juli 2000} = \frac{(106.1 \times 0.122) + (102.5 \times 0.079) + (102.0 \times 0.158) + (112.5 \times 0.090) + (102.8 \times 0.176)}{0.122 + 0.079 + 0.158 + 0.090 + 0.176} = 104.6$$

Die Preise der Produktgruppe „Frische Früchte“ stiegen zwischen Mai und Juni 2000 durchschnittlich um 2,1% und von Mai bis Juli um 4, 6%.

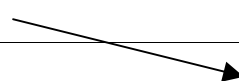
Die Berechnung wird bis zum Totalindex gleichermassen fortgesetzt.

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Anhang 8: Die Berücksichtigung von Sortimentswechsel und Qualitätsänderung

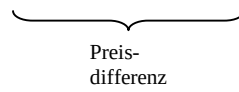
Beispiel: Für das Produkt A wird seit Mai 2000 monatlich ein Preis erhoben. Im Juli 2000 verschwindet das Produkt A aus dem Sortiment. Es stehen folgende Ersatztechniken zur Verfügung:

Technik 1: direkter Ersatz

Artikel	Mai 2000 (Basis 100)	Juni 2000	Juli 2000
Preis von A	2.- 	2.50 	---
Preis von B	---	---	2.80
Preisindex von A	100	125	140

Diese Technik kommt zur Anwendung, wenn das Produkt B (Ersatzprodukt) mit dem Produkt A praktisch identisch ist. Das Produkt A wird in diesem Fall direkt durch das Produkt B ersetzt. Die Preisreihe wird weitergeführt. Die Preiserhöhung von Juni bis Juli 2000 um 30 Rappen wird als Teuerung betrachtet.

Technik 2: Verkettung

Artikel	Mai 2000 (Basis 100)	Juni 2000	Juli 2000
Preis von A	2.- 	2.50 	---
Preis von B	---	2.70 	2.80
Preisindex von A	100	125	135

Das Produkt B hat dieselbe Funktion wie das Produkt A, besitzt aber zusätzliche Merkmale, die seinen Wert steigern respektive mindern. Der Artikel B ist bereits im Juni 2000 zu einem Preis von Fr. 2.70 auf dem Markt verfügbar. Da die beiden Artikel nebeneinander auf dem Markt bestehen, entspricht die Preisdifferenz im Juni einem Qualitätsunterschied. Die Preiserhöhung von Juni bis Juli 2000 um 30 Rappen wird zweigeteilt: 20 Rappen werden als Qualitätsverbesserung und 10 Rappen als Preiserhöhung betrachtet.

Technik 3: explizite Qualitätsanpassung

Artikel	Mai 2000 (Basis 100)	Juni 2000	Juli 2000
Preis von A	2.-	2.50	---
Preis von B	---	---	2.80
Preisindex von A	100	125	127.50

Qualitätsunterschied 25 Rp.
Preisdifferenz 5 Rp.

Der Artikel B besitzt zusätzliche Merkmale, die einen höheren Preis rechtfertigen. Der Wert der zusätzlichen Merkmale wird auf 25 Rappen geschätzt. Die Preiserhöhung von Juni bis Juli 2000 um 30 Rappen wird zweigeteilt: 25 Rappen werden als Qualitätsverbesserung und 5 Rappen als Preiserhöhung betrachtet.

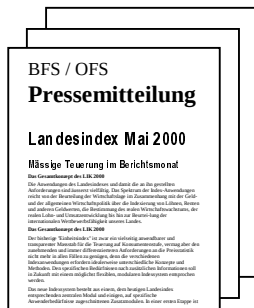
Technik 4: kein Ersatz

Artikel	Mai 2000 (Basis100)	Juni 2000	Juli 2000
Preis von A	2.-	2.50	---
Preis von B	---	---	2.80
Preisindex von A	100	125	---
Preisindex von B	---	---	125

Produkt A und Produkt B sind so verschieden, dass sie nicht miteinander verglichen werden können. Die Preisreihe des Produktes A verschwindet im Juli 2000 vom Markt, und gleichzeitig beginnt die neue Preisreihe des Produkts B zu laufen. Da die Preisdifferenz auf den Qualitätsunterschied zurückgeführt wird, hat diese keinen Einfluss auf den Index. Im Juli 2000 wird dem Produkt B ein Startindex zugeteilt: Dieser Index entspricht in der Regel dem Index des nächsthöheren Aggregates (im vorliegenden Beispiel wird ein Aggregat von 125 angenommen).

Der neue Landesindex der Konsumentenpreise Mai 2000 = 100

Anhang 9: Veröffentlichung der Ergebnisse



Pressemitteilung

Hauptergebnisse und Kommentare zur Teuerungs-entwicklung.

Erscheint monatlich, jeweils am Ende des Berichtsmonats.

Wird gratis abgegeben.

Bestellungen: Tel. 032 713 60 60, Fax 032 713 60 61



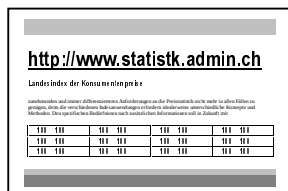
Heft mit Detailergebnissen

Indizes, Veränderungsrate, statistische Kennziffern, Durchschnittspreise.

Erscheint monatlich, ca. am 20. des Folgemonats.

Einzelnummer Fr. 8.-, Jahresabonnement Fr. 44.-.

Bestellungen: Tel. 032 713 60 60, Fax 032 713 60 61

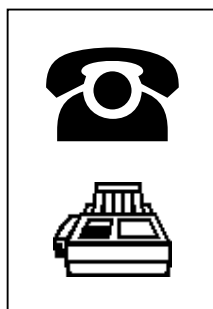


Internet → <http://www.statistik.admin.ch>

Pressemitteilung, Hauptergebnisse, Informationen zu den Berechnungsgrundlagen.

Statweb → <http://www.statweb.admin.ch>

Über das Internet kann auch auf die statistische Datenbank der Schweiz Statweb zugegriffen werden. Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.statweb.admin.ch>.



Automatischer Auskunftsdienst

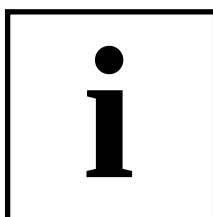
Die aktuellen Indexergebnisse rund um die Uhr. Telefonische Abfrage der Hauptergebnisse; Fax-Abfrage von Tabellen und Pressemitteilung.

Tel. 0900 55 66 55

(Gebührenpflichtig: Grundtaxe Fr. 0.50 / pro Minute Fr. 0.50)

Fax 0900 55 91 00

(Gebührenpflichtig: Grundtaxe Fr. 1.00 / pro Minute Fr. 1.00)



Auskunft und weitere Informationen

Auskünfte und Informationen zum Landesindex; Spezialauswertungen.

Gilbert Vez Tel. 032 713 69 00 / gilbert.vez@bfs.admin.ch

Reto Weber Tel. 032 713 64 45 / reto.weber@bfs.admin.ch