



## BFS Aktuell

---

5 Preise

Neuchâtel, Februar 2011

# Der Landesindex der Konsumentenpreise: Dezember 2010 = 100

Methodenübersicht und Gewichtung 2011

---

**Auskunft:**

Corinne Becker Vermeulen, BFS, Sektion Preise, Tel.: 032 713 67 50

E-Mail: [Corinne.Becker@bfs.admin.ch](mailto:Corinne.Becker@bfs.admin.ch)

Hans Markus Herren, BFS, Sektion Preise, Tel.: 032 713 68 72

E-Mail: [Hans-Markus.Herren@bfs.admin.ch](mailto:Hans-Markus.Herren@bfs.admin.ch)

Bestellnummer: 387-1100

# Inhaltsverzeichnis

<b>Der Landesindex der Konsumentenpreise 2010</b>		
<b>1</b>	<b>Die Revision 2010</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Der Landesindex der Konsumentenpreise in Kürze</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Die methodischen Grundlagen des Landesindex</b>	<b>4</b>
<b>3.1</b>	<b>Geltungsbereich und Periodizität</b>	<b>4</b>
<b>3.2</b>	<b>Der Warenkorb</b>	<b>5</b>
<b>3.3</b>	<b>Die Gewichtung</b>	<b>6</b>
<b>3.4</b>	<b>Die massgebenden Preise</b>	<b>6</b>
<b>3.5</b>	<b>Das Preiserhebungssystem</b>	<b>6</b>
<b>3.6</b>	<b>Die Berechnungsmethoden</b>	<b>8</b>
<b>3.7</b>	<b>Qualitätsanpassungen</b>	<b>8</b>
<b>3.8</b>	<b>Der Mietpreisindex</b>	<b>9</b>
<b>4</b>	<b>Auswertungen und Diffusion</b>	<b>10</b>
<b>5</b>	<b>Rechtliche Grundlagen und Datenschutz</b>	<b>10</b>

<b>Grafiken und Anhänge</b>		
<b>Grafik 1:</b>	<b>Grobstruktur und Gewichtung 2011</b>	<b>11</b>
<b>Grafik 2:</b>	<b>Vergleich zwischen dem bisherigen und dem neu gewichteten Warenkorb</b>	<b>11</b>
<b>Anhang 1:</b>	<b>Warenkorb mit Gewichtung 2011</b>	<b>12</b>
<b>Anhang 2:</b>	<b>Sondergliederungen</b>	<b>16</b>
<b>Anhang 3:</b>	<b>Beispiel für die hierarchische Struktur des Warenkorbs</b>	<b>17</b>
<b>Anhang 4:</b>	<b>Erhebungsplan</b>	<b>18</b>
<b>Anhang 5:</b>	<b>Erhebungsregionen</b>	<b>19</b>
<b>Anhang 6:</b>	<b>Berechnungsbeispiel</b>	<b>20</b>
<b>Anhang 7:</b>	<b>Die Berücksichtigung von Sortimentswechsel und Qualitätsänderung</b>	<b>22</b>
<b>Anhang 8:</b>	<b>Publikationstermine</b>	<b>24</b>

# Landesindex der Konsumentenpreise: Basis Dezember 2010 = 100

## 1 Die Revision 2010

Der Landesindex der Konsumentenpreise (LIK) ist zum neunten Mal seit der Einführung im Jahre 1922 revidiert worden. Ab Januar 2011 wird der LIK auf den überarbeiteten Grundlagen erstellt und mit dem neuen Basismonat (Dezember 2010 = 100) neu gestartet.

Indexrevisionen bieten die Gelegenheit, die Indexgrundlagen durch den Einbezug aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse und technischer Errungenschaften zu modernisieren. Indexrevisionen erlauben es auch, die veränderten Verbrauchsgewohnheiten und Marktstrukturen im Index zu berücksichtigen. Dadurch soll sichergestellt werden, dass die Indexresultate die wirtschaftliche Realität möglichst getreu wiedergeben. Schliesslich erlauben es Indexrevisionen, die Erhebungsprozesse zu optimieren und die Belastung der Befragten nach Möglichkeit zu reduzieren.

Für die Revision des LIK 2010 wurden die folgenden Ziele und Schwerpunkte festgelegt:

- Revision des Mietpreisindex: Erweiterung der Stichprobe, geschichtete Stichprobenziehung, Qualitätsbereinigung.
- Verbesserte Qualitätsbereinigung bei Bekleidung, technischen Produkten wie PCs.
- Optimierung der Erhebungstechniken (Verbesserung der Preismessung und der entsprechenden Qualitätssicherung).
- Aktualisierung einzelner Teilindizes, insbesondere im Bereich der Bekleidung, Pauschalreisen, Flugtarife und der Privatversicherungen.
- Aktualisierung der Erhebungsperiodizität: monatliche Erhebung für Bekleidung, Bücher und Möbel.
- Revision des Warenkorb.
- Aktualisierung der Gewichtungsschemen (Warenkorb, Absatzkanäle, Erhebungsregionen).
- Preisaktualisierung der Warenkorbgewichtung: Die Gewichtung erfolgt auf Grund von Daten zum Kon-

sumverhalten des vorletzten Jahres, mit Preisaktualisierung der Gewichte bis in den Dezember des Vorjahres (bisher bis Oktober des Vorjahres).

Die Erhebungen für den LIK erfolgen mit einer Informatikplattform, die sowohl die eigentliche Preiserfassung wie auch die Indexberechnung erlaubt. Im Rahmen der Revision wurden einzelne Module erneuert und den Anwenderbedürfnissen angepasst.

## 2 Der Landesindex der Konsumentenpreise in Kürze

Der Landesindex der Konsumentenpreise ist ein wichtiger Wirtschaftsindikator, der die Preisentwicklung der von den privaten Haushalten konsumierten Waren und Dienstleistungen misst. Damit ist er ein Indikator für die Veränderung der Kaufkraft der Konsumentinnen und Konsumenten. Er wird von Wirtschaft, Politik sowie der breiteren Öffentlichkeit für unterschiedliche Zwecke eingesetzt: Das Spektrum der Indexanwendungen reicht von seiner Benutzung als Grundlage für Geld- und Wirtschaftspolitik über die Indexierung von Löhnen, Renten, Mieten und anderen Geldwerten bis zur Bestimmung des realen Wirtschaftswachstums. Der Index dient ebenso der Berechnung der realen Lohn- und Umsatzentwicklung und der Beurteilung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit der Schweiz. Als «Universalindex» vermag der LIK nicht alle Informationsbedürfnisse gleichermaßen zu befriedigen. Aus diesem Grund wurde im Rahmen der Revision 2000 ein modulares Indexsystem eingerichtet, welches spezifische Informationen zu häufig geäußerten Fragen erbringen soll:

- Vergleich der Teuerung in der Schweiz mit derjenigen in den europäischen Nachbarländern: Der Harmonisierte Verbraucherpreisindex (HVPI) wird für die Schweiz seit 2008 berechnet. Die Publikation erfolgt durch Eurostat, das Statistikamt der Europäischen Union.

- Krankenversicherungsprämien und Teuerung: Da die Prämien nicht direkt in den LIK integriert werden können (siehe Kasten), wird seit dem Jahr 2000 ein Krankenversicherungsprämien-Index publiziert. Anhand dieses Indikators lässt sich die Prämienentwicklung über mehrere Jahre hinweg verfolgen und kann der Einfluss der Prämienentwicklung auf das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte berechnet werden.
- Wirkt sich die Teuerung unterschiedlich auf verschiedene Bevölkerungsgruppen aus? Von 2000 bis 2003 wurden Indizes für ausgewählte sozio-ökonomische Bevölkerungsgruppen, wie Altersrentnerinnen und rentner, Alleinerziehende mit Kindern, Paare mit Kindern, Erwerbspersonen sowie Selbständigerwerbende berechnet. Diese Indikatoren zeigten auf, in welchem Masse die entsprechenden Gruppen von der Teuerung gruppenspezifisch betroffen waren. Bis auf weiteres werden diese Indizes nicht mehr publiziert.

Aus konzeptuellen Gründen wäre es interessant, nicht nur Preisindizes, sondern auch Lebenshaltungskostenindizes zu berechnen (s. Kasten). Aus methodologischen und finanziellen Gründen wird davon bis auf weiteres abgesehen.

#### Preisindex oder Lebenshaltungskostenindex?

Welches sind die wesentlichen Unterschiede zwischen diesen beiden Konzepten?

**Basiskonzept und Methode:** 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 hingegen die Veränderung der *minimalen Kosten* eines Güterbündels, das den Konsumentinnen und Konsumenten im Zeitablauf einen *konstanten Nutzen stiftet*. Dieses Güterbündel kann sich im Laufe der Zeit in Abhängigkeit zu den entsprechenden Güterpreisen verändern.

**Warenkorb:** Der Warenkorb eines umfassenden Lebenshaltungskostenindex ist im Allgemeinen weiter zu fassen als der eines Konsumentenpreisindex. Denn neben den Konsumausgaben haben auch noch andere für das Haushaltbudget relevante Ausgaben (direkte Steuern, Sozialversicherungsbeiträge usw.) einen Einfluss auf die Lebenshaltungskosten.

**Preismesskonzept:** Ein Konsumentenpreisindex stützt sich für die Messung der Konsumgüterausgaben im Allgemeinen auf das *Kaufkonzept*. Dabei entspricht der zu berücksichtigende Preis dem aktuellen Kaufpreis eines Gutes. Der Lebenshaltungskosten-Ansatz setzt hingegen 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 Nutzen keine universell messbare Grösse darstellt. Man kann sich dem Konzept aber mit zweckmässigen Daten, Erhebungstechniken und Berechnungsmethoden zu mindest annähern. Die Frage, ob ein Preisindex oder ein Lebenshaltungskostenindex der bessere Teuerungsmassstab sei, ist nicht losgelöst von der Frage der Indexanwendung zu beantworten. Insgesamt 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 zu verwenden sei.

### 3 Die methodischen Grundlagen des Landesindexes

Der LIK mit der neuen Basis Dezember 2010 ist wie sein Vorgänger als **Preisindex** und nicht als Lebenshaltungskostenindex konzipiert. Für seine Berechnung werden denn auch entsprechende Konzepte und Methoden angewandt: Die Verbrauchsstruktur bleibt während mindestens eines Jahres konstant, und der Warenkorb umfasst lediglich Waren und Dienstleistungen des privaten Konsums.

Der Landesindex ist Teil des preisstatistischen Systems der Schweiz. Den Gesamtrahmen dieses Systems bildet die Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung. Um die internationale Vergleichbarkeit zu verbessern, wurden die Konzepte, Methoden, Nomenklaturen und Definitionen des LIK 2010 mit entsprechenden internationalen Vorgaben und Richtlinien weitgehend harmonisiert.

#### 3.1 Geltungsbereich und Periodizität

Für den LIK sind die **Konsumausgaben** gemäss der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung und der internationalen Praxis massgebend. Nicht berücksichtigt werden somit die so genannten Transferausgaben wie beispielsweise direkte Steuern oder Sozialversicherungsbeiträge sowie Ausgaben mit Spar- oder Investitionscharakter.

Der LIK stützt sich auf die Konsumausgaben der **ständig in der Schweiz wohnhaften privaten Haushalte**; ausgeschlossen sind somit die Ausgaben der Kurzaufenthalter sowie der Touristen.

Massgebend für den LIK sind die **im Schweizer Wirtschaftsgebiet bezahlten Verkaufspreise**.

Der LIK wird monatlich berechnet, die meisten Preise werden auch monatlich erhoben (vgl. Ziff. 3.5 und Anhang 4).

### 3.2 Der Warenkorb

Mit seiner breiten Palette an Waren und Dienstleistungen widerspiegelt der Warenkorb des LIK (vgl. Anhang 1) die Konsumausgaben der privaten Haushalte so realitätsgetreu wie möglich. Er ist nach der im In- und Ausland für zahlreiche Statistiken eingesetzten Produkte-Nomenklatur COICOP<sup>1</sup> strukturiert und erlaubt damit die Bildung national und international vergleichbarer Aggregate. Gemäss der COICOP ist der Warenkorb folgendermassen gegliedert

- **12 Hauptgruppen**, (siehe Grafik 1), die sich ihrerseits unterteilen in
- **85 Warengruppen**,
- **215 Indexpositionen** (= unterste gewichtete und publizierte Positionen des Warenkorbes) sowie
- **1008 Erhebungspositionen**; hierbei handelt es sich um untergeordnete, ungewichtete Positionen, die angeben, für welche Waren und Dienstleistungen effektiv Preise zu erheben sind (siehe Anhang 3).

Wie im bisherigen Landesindex wird die COICOP auch im LIK 2010 durch verschiedene Zusatzklassifikationen ergänzt. So werden die Güter beispielsweise nach Art (Unterscheidung zwischen Waren, Dienstleistungen, Saisonprodukten) oder Herkunft (im Inland produzierte oder importierte Produkte) unterschieden. Diese Indizes dienen in erster Linie der Analyse und Interpretation der Ergebnisse und liefern den Anwenderinnen und Anwendern des Indexes zusätzliche Informationen.

Der Warenkorb wurde im Rahmen der Revision angepasst, um die aktuellen Konsumstrukturen zu berücksichtigen. Betroffen sind neben drei Indexpositionen vor allem Erhebungspositionen.

- Neu werden Resultate für die Indexposition Service für Fahrräder publiziert.
- Bei der Damenbekleidung verschwindet die frühere Indexposition Kostüme, Hosenanzüge und Kleider. Ebenfalls nicht mehr separat ausgewiesen wird die Preisentwicklung für den Internetzugang, welcher künftig als Bestandteil der Festnetz-Kommunikation erfasst wird.
- Bildung neuer Erhebungspositionen, unter anderem: Pizzateig, Rumpsteak, Crème Fraîche, Pflaumen, Avocados, Sauerkraut, Antipasti, kurze Sommerhosen,

Trekkingjacken und -hosen, Ökoheizöl, Elektrofahrräder, Gebühr für Blaue Zone, Bündelprodukte Festnetz-Internet, Spiegellose Systemkameras, Festivals, Fernsehabonnemente, Kosmetikleistungen, Haushaltshilfe (Spitex).

- Streichung nicht mehr repräsentativer Erhebungspositionen wie Schafsvoressen, Zunge, Fleischkonserven, Damenkostüme, Spannteppiche, Dampfreiniger, Spezialräder, Auto-HiFi-Geräte, analoge Kameras, PC-Komponenten, Negativ- und Diafilme, Tonbandkassetten, separate Skibindungen

Der Warenkorb deckt das Konsumgütersortiment nicht vollständig ab. Die Preise gewisser Waren und Dienstleistungen werden nicht erhoben, weil sie entweder im Haushaltsbudget der Konsumentinnen und Konsumenten eine zu geringe Bedeutung haben (Anteil von weniger als 0,1%), oder weil deren Erhebung mit einem unverhältnismässigen Aufwand verbunden wäre. Nicht erhoben werden beispielsweise die Preise von Fahrstunden, die Mieten von Geräten und Autos, die Preise für die Reparatur von Möbeln und Haushaltgegenständen sowie die Preise von Wohnwagen, Flugzeugen und Booten, Schmuck, Bestattungsdiensten und selbstgenutztem Wohneigentum. Diese Ausgaben werden hingegen implizit in der Warenkorbgewichtung berücksichtigt, indem sie entweder verwandten oder übergeordneten Aggregatspositionen zugeschlagen werden. Die Ausgaben für selbstgenutztes Wohneigentum beispielsweise sind im Gewicht der Wohnungsmieten berücksichtigt.

#### Warum ist die Prämienentwicklung der obligatorischen Krankenversicherung nicht im Landesindex?

Die Prämien für die obligatorische Krankenversicherung sind Transferzahlungen an die Versicherer, die im Schadensfall grösstenteils wieder an die Haushalte zurückfliessen. Die Prämien sind obligatorisch und dienen nicht dem Endverbrauch. Der LIK erfasst im Warenkorb die prämiendifinanzierten Gesundheitsdienstleistungen (Arzt-, Zahnarzt-, Spitalleistungen, Medikamente usw.), nicht aber die eigentlichen Prämien.

Hinzu kommt, dass die Entwicklung der Krankenversicherungsprämien nicht nur von den Preisen im Gesundheitswesen abhängig ist, 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 zu höheren Krankenversicherungsprämien. Dieser Mengeneffekt steht im Widerspruch zur erklärten Zielsetzung des Landesindex, die «reine Preisentwicklung» zu messen.

<sup>1</sup> COICOP = Classification of Individual Consumption by Purpose.

Abgesehen von diesen methodisch-konzeptionellen Überlegungen bleibt natürlich unbestritten, dass die ansteigenden Krankenkassenprämien die Budgets der privaten Haushalte zusätzlich belasten. Diesem Umstand ist jedoch nicht durch eine Veränderung des für die Messung der Preisentwicklung konzipierten Landesindexes, sondern in der wirtschaftspolitischen Praxis Rechnung zu tragen, z.B. im Rahmen von Lohnverhandlungen oder Rentenanpassungen. Die Indexanwenderinnen und -anwender finden die dazu erforderlichen Informationen in den Resultaten des Krankenversicherungsprämien-Indexes (KVPI), der die Prämienentwicklung und ihren Einfluss auf die verfügbaren Einkommen aufzeigt.

### 3.3 Die Gewichtung

Grundlage für die Warenkorbgewichtung ist die jährlich durchgeführte Haushaltsbudgeterhebung (HABE). Bei 3300 per Zufallsverfahren aus dem Register der privaten Telefonanschlüsse gezogenen privaten Haushalten werden die Konsumausgaben detailliert erhoben und zu einer durchschnittlichen Ausgabenstruktur hochgerechnet. Für die Bereiche, für die aus der HABE nicht ausreichend detaillierte Informationen abgeleitet werden können, werden zusätzlich Branchen- und Marktforschungsdaten beigezogen.

Um dem Wandel der Konsumgewohnheiten der privaten Haushalte Rechnung zu tragen, wird der Warenkorb seit Dezember 2001 jährlich neu gewichtet.

Die neuen Gewichte des Warenkorbs 2011 basieren auf den Ergebnissen der HABE 2009. Sie sind im nachstehenden Kasten zusammengefasst; eine detaillierte Auflistung findet sich im Anhang 1.

Warenkorb 2011 Hauptgruppen mit Gewichten	Gewicht in %
Total	100,000
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	10,636
Alkoholische Getränke und Tabak	1,795
Bekleidung und Schuhe	4,199
Wohnen und Energie	26,289
Hausrat und laufende Haushaltsführung	4,723
Gesundheitspflege	14,150
Verkehr	10,834
Nachrichtenübermittlung	2,875
Freizeit und Kultur	9,861
Erziehung und Unterricht	0,672
Restaurants und Hotels	8,703
Sonstige Waren und Dienstleistungen (Vgl. auch Grafiken 1 und 2)	5,263

### 3.4 Die massgebenden Preise

Für den Landesindex werden die von den Konsumentinnen und Konsumenten effektiv bezahlten Preise inklusive indirekte Steuern (insbesondere MWST), Zölle, Lenkungsabgaben und Subventionen erhoben.

Preisreduktionen (Aktionen, Rabatte, Ausverkauf) werden mit gewissen Auflagen berücksichtigt. Dabei müssen die Preisreduktionen:

- sich auf eine bestimmte, bereits erhobene Ware oder Dienstleistung beziehen, deren Qualität in jeder Beziehung mit jener des vorangehenden Erhebungszeitpunkts vergleichbar ist.
- ohne Einschränkung allen privaten Haushalten gewährt werden.
- frei von Sonderkonditionen sein.

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 Laufe der Zeit ändern. Die Tarife sind dann nicht mehr direkt miteinander vergleichbar, was die Ermittlung einer allfälligen Preisveränderung auf herkömmliche Weise verunmöglicht. Aus diesem Grunde werden in solchen Fällen so genannte Leistungsbündel gebildet, welche fiktiven, möglichst typischen Verbrauchsmustern entsprechen (z.B. im Bereich des öffentlichen Verkehrs, der Telekommunikation oder der Energie). Diese sind unabhängig von der eigentlichen Tarifstruktur und werden deshalb durch strukturelle Änderungen im Tarif nicht beeinflusst. Die Preise dieser Leistungsbündel werden stellvertretend für die Tarife in den Index integriert.

### 3.5 Das Preiserhebungssystem

Die Preismeldungen bilden die Datenbasis für die Berechnung des LIK. Von ihrer Qualität hängt die Endqualität des Indexes ab. Vor diesem Hintergrund erscheint die optimale Definition und Organisation des Preiserhebungssystems im Hinblick auf folgende Fragen zentral: 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? Mit welchen Methoden? Wie lässt sich die Qualität der erhobenen Daten gewährleisten?

Die Preiserhebungen erfolgen wie bisher in 11 **Erhebungsregionen**, die das Konsumverhalten in der Schweiz gut repräsentieren. Dazu gehören die grossen urbanen Zentren des Landes sowie sechs mittelgrosse Agglomerationen. Jede dieser Regionen wird mit den regionalen Konsumausgaben entsprechend den Resultaten der Haushaltsbudgeterhebung gewichtet. Die Erhebungsregionen und ihre Gewichte sind im Anhang 5 dargestellt.

Für jede Region wird gezielt eine vordefinierte Anzahl **Verkaufsstellen** ausgewählt. Die Auswahl umfasst neben den wichtigsten landesweit vertretenen Verkaufsstellen auch solche von regionaler Bedeutung. Die regionalen Verkaufsstellen werden nach Branche, Absatzkanal<sup>2</sup> und ihrer regionalen Repräsentativität ausgewählt. Ein Geschäft soll das lokale Konsumverhalten gut repräsentieren und über das gewünschte Sortiment verfügen. Bei der Auswahl der Verkaufsstellen spielen die regionalen Preiserheberinnen und Preiserheber 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 2700 Verkaufsstellen in die Berechnung des LIK ein.

Aus dem in den Geschäften angebotenen Sortiment wählen die Preiserheberinnen und Preiserheber in Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen der Verkaufsstellen eine bestimmte Anzahl **Artikel** aus. Dabei muss es sich um gängige und umsatzstarke Produkte handeln, welche im LIK-Warenkorb enthalten sind und über einen längeren Zeitraum verfügbar bleiben. Deren Preise gilt es in der Folge über einen längeren Zeitraum hinweg zu beobachten. Jedes Jahr werden insgesamt rund 500'000 Preise erhoben.

Für die meisten Güter im Warenkorb erfolgt die Erhebung in monatlichem **Rhythmus**. Im Rahmen der Revision 2010 wird namentlich im Bereich der Bekleidung und Schuhe, der Bücher und der Möbel auf eine monatliche Preiserhebung umgestellt. Für Bekleidung und Schuhe wird ab 2011 die saisonale Verfügbarkeiten auf Niveau Erhebungsposition definiert und beim Erhebungsrhythmus entsprechend berücksichtigt. Für bestimmte preisstabilere Güter des Warenkorbes und für einige Dienstleistungen erfolgen die Preiserhebungen aperiodisch, viertel- oder halbjährlich. Ein nach Produktgruppen detaillierter Erhebungsplan ist in Anhang 4 aufgeführt. Die Preiserhebungen für die ausgewählten Produkte finden jeweils in den ersten zwei Wochen des betreffenden Monats statt. Die Preise von Heizöl und Benzin werden weiterhin an zwei festgelegten Stichtagen Anfang und Mitte des Monats erhoben. Diese Erweiterung der **Erhebungsperiode** verbessert die Präzision der Indexergebnisse. Die Preise von bestimmten Grossverteilern werden mit Scannerdaten während der ersten zwei Wochen des Monats erhoben.

Die Tätigkeit der Preiserhebung erfordert von den Preiserheberinnen und –erhebern eine grosse Einsatzbereitschaft, zeitliche Flexibilität, eine sorgfältige Arbeitsweise, Arbeitserfahrung und auch eine Prise Diplomatie. Die Übertragung der regionalen Preiserhebungen an die GfK Switzerland AG garantiert ein qualitativ hochstehendes Preiserhebungssystem mit guter Datenqualität. Die Zusammenarbeit mit dieser Firma wurde nach erneuter Ausschreibung bis 2015 verlängert. Die rund 40 regionalen **Preiserheberinnen und -erheber** kümmern sich um die Erhebung von rund zwei Drittel der Preise in den 11 Erhebungsregionen. Das verbleibende Drittel wird vom **BFS** erhoben. Hierbei handelt es sich um Bereiche, deren Preise überregional festgesetzt oder zentral erhoben werden. Dazu gehören beispielsweise die Preise für pharmazeutische Produkte, ärztliche Leistungen, Spitalleistungen, Telekommunikation, Energieversorgung oder öffentlichen Verkehr. Ebenfalls dem BFS obliegt die Erhebung der Preise mit Hilfe von Scannerdaten bei bestimmten landesweit präsenten Grossverteilern.

Den **Preiserhebungstechniken** galt 2010 besonderes Augenmerk. Heute werden die Preise entweder mit einem Fragebogen direkt vor Ort, per E-Mail, Post, Fax oder online auf dem Internet erhoben. Für die Erhebung vor Ort wird derzeit eine gerätegestützte Erhebung evaluiert, die eine Plausibilisierung direkt vor dem Regal ermöglichen soll. Die Testphase und die eigentliche Einführung erfolgt erst im Lauf des Jahres 2011.

Seit zwei Jahren erfolgt ein Teil der Erhebungen bei Grossverteilern mit Hilfe von Scannerdaten. Es handelt sich dabei um die Kassendaten, welche in den Geschäften beim Einlesen der Strichcodes anfallen. Diese Daten enthalten zentrale Informationen für die Erstellung des Landesindexes und tragen zu einer deutlichen Steigerung der Indexqualität bei. Neben dem Preis sind ebenfalls die jeweiligen Produktumsätze vorliegend, was es erlaubt:

- die meistverkauften Artikel nach objektiven Kriterien zu bestimmen
- den von den Konsumentinnen und Konsumenten für einen bestimmten Artikel im laufenden Monat effektiv bezahlten (Durchschnitts-)Preis zu berechnen (und zwar inklusive Rabatte, Aktionen usw.).

Zudem lässt sich mit dieser Methode der Erhebungsaufwand der Verkaufsstellen verringern. Die Schwierigkeiten mit dieser Erhebungsmethode (fehlender visueller Kontakt mit den Produkten, Artikelzuordnung zwischen der Nomenklatur des LIK-Warenkorbes und derjenigen der Datenlieferanten) konnten in der Praxis

<sup>2</sup> z.B. Migros, Coop, Discounter, Verbrauchermärkte, Warenhäuser, Fachhandel.

zufriedenstellend gelöst werden. In den folgenden zwei Jahren werden noch weitere Grossverteiler in die Erhebung mit Scannerdaten integriert.

Die **Qualitätssicherung** ist ein Schlüsselement in der Produktion des LIK. Die erhobenen Preise werden nicht nur computergestützt plausibilisiert, sondern auch vor Ort durch das mandatierte Unternehmen und durch das BFS kontrolliert. Dadurch lässt sich die Qualität der von den Preiserheberinnen und -erhebenden erhobenen Daten beurteilen und die Qualität der Indexresultate sicherstellen.

### 3.6 Die Berechnungsmethoden

Seit dem Jahr 2000 sind zwei Berechnungsmethoden im Einsatz: Das geometrische Mittel für die Basisaggregation und der Lowe-Kettenindex<sup>3</sup> für die höhere Aggregation.

- Formel von Jevons: Das ungewichtete geometrische Mittel dient der Berechnung der Preisveränderungen auf dem Niveau der Artikelpreise (innerhalb einer Indexposition, eines Absatzkanals und einer Region). Es hat gegenüber dem arithmetischen Mittel viele Vorteile: Es reagiert weniger empfindlich auf saisonale Schwankungen, erlaubt die Verwendung im Zusammenhang mit Kettenindizes und die Aggregation heterogener Indexpositionen<sup>4</sup>. Zudem berücksichtigt es Gütersubstitutionen infolge von Preisveränderungen.
- Formel von Lowe: Für die höhere Aggregation kommt das arithmetische Mittel zur Anwendung. Dabei werden die Indizes pro Indexposition entsprechend ihrem Warenkorbanteil gewichtet und unter Verwendung des arithmetischen Mittels zum Totalindex aggregiert. Ein Lowe-Kettenindex besteht aus einer Reihe verketteter, direkter Lowe-Indizes. Die jährliche Aktualisierung und Neugewichtung des Warenkorbes verbessert die Repräsentativität der Ergebnisse und ermöglicht laufende Anpassungen an das Konsumverhalten der privaten Haushalte. Im Rahmen der Revision wurden verschiedene andere Aggregationsformeln getestet und analysiert. Die Resultate des Kettenindexes vom Typ Laspeyres (Formel von Lowe) lagen dabei sehr nahe bei denjenigen der superioren Indexzahlen nach Törnqvist und Fisher.

Ein Berechnungsbeispiel findet sich in Anhang 6.

<sup>3</sup> Beim Lowe-Index handelt es sich um einen weiterentwickelten Kettenindex vom Typ Laspeyres.

<sup>4</sup> Indexpositionen sind heterogen, wenn sich die in ihnen enthaltenen Produkte bezüglich Verwendungszweck, Funktion und Preisniveau unterscheiden.

### 3.7 Qualitätsbereinigungen

Die Messung der reinen Preisentwicklung bedingt, dass die betrachteten Waren und Dienstleistungen im Laufe der Zeit unverändert bleiben. Dies ist in Wirklichkeit nicht immer der Fall: Waren und Dienstleistungen werden häufig weiterentwickelt und dem Markt angepasst. Deutlich wird die (preisstatistische) Problematik am Beispiel der Entwicklung der Computer in den letzten Jahren. Wenn Produkte sich verändern, nicht mehr repräsentativ sind oder vom Markt verschwinden, stehen unterschiedliche Substitutionsmethoden zur Verfügung:

- Ein direkter Ersatz wird vorgenommen, wenn das alte und das neue Produkt identische oder sehr ähnliche Qualitätsmerkmale aufweisen. Das neue Produkt tritt dabei an die Stelle des alten und ein allfälliger Preisunterschied fliesst vollumfänglich in die Berechnungen ein.
- Die Verkettungsmethode wird für Produkte verwendet, die sich zwar verändert haben, deren Grundfunktion jedoch dieselbe geblieben ist. Der Einsatz dieser Methode bedingt, dass das alte und das neue Produkt in mindestens einer Periode gleichzeitig auf dem Markt angeboten werden. Der zwischen den beiden Produkten bestehende Preisunterschied wird in eine Preis- und eine Qualitätskomponente aufgeteilt. Nur die Preiskomponente wird in den Berechnungen berücksichtigt.
- In gewissen Bereichen kann der Qualitätsunterschied anhand der einzelnen Produktbestandteile geschätzt, bepreist und direkt von der Preiskomponente abgezogen werden. Dadurch entfaltet die Preiserhöhung infolge der qualitativen Veränderung des Produktes keine Indexwirkung. Diese Methode eignet sich beispielsweise gut im Bereich der Neuwagen, wo technische Neuerungen häufig zuerst optional angeboten werden, bevor sie zur Standardausstattung werden.
- Bei Bekleidungsartikeln und gewissen technologischen Produkten kommt ab 2011 eine neue Methode zum Einsatz, die es erlaubt, bei der Substitution nicht vergleichbarer Produkte die Preisentwicklung des nächsthöheren Aggregates zu imputieren. Der Entscheid über die Vergleichbarkeit der beiden Artikel erfolgt zentral im BFS auf Grund von gewissen zusätzlich erhobenen Qualitätsmerkmalen. Das Vorgehen soll eine uniformere Behandlung der Ersatzsituationen in diesen schwierigen Bereichen sicherstellen.

- Bei bestimmten Ersatzsituationen in den Bereichen Wohnungsmiete und PC-Hardware kommen neu auch hedonische Methoden zur Qualitätsbereinigung zum Einsatz. Dabei sollen die Qualitätsunterschiede mit Hilfe einer hedonischen Funktion bewertet und aus der Indexentwicklung entfernt werden.
- Wenn das wegfallende und das neue Produkt erhebliche Unterschiede aufweisen, sodass ein Vergleich kaum mehr möglich ist, wird die alte Preisreihe abgebrochen und durch eine neue ersetzt. Dieser Vorgang hat keine direkte Auswirkung auf das Indexergebnis.

Die Qualitätsänderungen sind und bleiben eines der heikelsten Themen in der Preisstatistik.

Die Beispiele in Anhang 7 illustrieren die Praktiken zur Behandlung von Sortimentswechsel und Qualitätsänderungen im Rahmen der Teuerungsberechnung.

### 3.8 Der Mietpreisindex

Der Mietpreisindex ist ein Teilindex des LIK und dient der Ermittlung der gesamtschweizerischen Mietpreisentwicklung. Die Wohnungsmieten sind der grösste Konsumausgabenposten der privaten Haushalte, was sich im LIK-Warenkorb mit seinem Gewicht von rund 19 Prozent widerspiegelt.

Er wird auf der Basis einer Stichprobe von rund 10'000 Wohnungen berechnet, die nach dem Zufallsprinzip aus dem Stichprobenregister für Haushaltbefragungen gezogen werden. Die Haushalte haben die Aufgabe, einen kurzen Fragebogen auszufüllen, in dem sie primär ihren Wohnstatus (Hauptwohnsitz, Mieter, Eigentümer) und allenfalls die Vermieteradresse angeben.

Die eigentliche Preiserhebung erfolgt bei den Vermieterinnen und Vermietern. Diese nehmen anschliessend während maximal sieben weiteren Quartalen an der Erhebung teil. Dann wird die Wohnung durch eine neue ersetzt. Jedes Quartal wird so rund ein Achtel des Samples erneuert. Dieses Vorgehen erlaubt es, die Entwicklungen auf dem Wohnungsmarkt zu erfassen und vor allem auch Neuwohnungen mit einzubeziehen.

Die erfassten Wohnungen werden nach Grösse (1–6 Zimmer) und Alter (4 Altersgruppen) nachgeschichtet. Die entsprechenden Zellen sind die eigentlichen Beobachtungsbereiche, deren Preis über die Zeit verfolgt wird.

Grösse Alter	1 Zimmer	2 Zimmer	3 Zimmer	4 Zimmer	5 Zimmer	6 Zimmer
0–5 Jahre						
6–10 Jahre						
11–20 Jahre						
>20 Jahre						

Pro Wohnungstyp (z.B. 6–10 Jahre alte 3-Zimmer-Wohnung) wird zunächst für die im Sample verbliebenen Wohnungen das geometrische Mittel der Mieten berechnet und mit dem Mittel im Vorquartal verglichen. Bei den neu gezogenen Wohnungen erfolgt der Vergleich mit dem Mittel der Mieten der Wohnungen, die im Vorquartal das letzte Mal teilgenommen haben (Wohnungsersatz). Die Anzahl Beobachtungen liefert das Gewicht, mit dem die beiden Teilindizes zum (unverketteten) Zellenindex aggregiert werden. Diese Zellenindizes werden schliesslich mit Hilfe des gewichteten arithmetischen Mittels zum Total-Mietpreisindex aggregiert. Grundlage für die Gewichtung der Zellen sind die Mietausgaben der privaten Haushalte.

Der Mietpreisindex hat im Zuge der Revision 2010 einige grundlegende Änderungen erfahren:

- Die Grösse der Stichprobe wurde von rund 5000 Beobachtungen auf rund 10'000 Beobachtungen verdoppelt.
- Die Stichprobenziehung erfolgt neu geschichtet nach Altersklasse, um mehr neu erstellte Mietwohnungen in die Stichprobe integrieren zu können.
- Ziehungswahrscheinlichkeit und Antwortverhalten in den Grossregionen werden neu im Rahmen eines individuellen Gewichts berücksichtigt.
- Neugewichtung der Zellen auf der Basis von aktuell verfügbarer Information. Eine weitere Neugewichtung wird erfolgen, sobald neue Strukturdaten zum Mietwohnungsbestand vorliegen.
- Bereinigung der Qualitätsunterschiede zwischen den hinausrotierten und den neu gezogenen Wohnungen mit Hilfe eines hedonischen Modells.
- Die Anpassungen an der Informatikplattform betreffen insbesondere die Stichprobenziehung und die Berechnung des Indexes.

Neben den methodischen Änderungen wurden auch logistische Verbesserungen vorgenommen. Dazu gehört die Überarbeitung der Fragebogen, wo neu auch nach dem Eigentübertypus gefragt wird. Eine wichtige Verbesserung des Antwortverhaltens hat die zusätzliche schriftliche Mahnung der Haushalte gebracht. Auf die telefonische Mahnung kann trotzdem nicht verzichtet werden, liefert sie doch nach wie vor etwa ein Drittel der auswertbaren Mieten.

#### 4 Auswertungen und Diffusion

Die Hauptresultate des LIK stellen in Form von Preisindizes die Entwicklung der Konsumentenpreise in der Schweiz dar. Indexreihen werden für die 215 Indexpositionen des Warenkorbs und alle darüber liegenden Aggregate (Warengruppen, Hauptgruppen, Total) sowie für diverse Zusatzgliederungen ausgewiesen. Neben den monatlichen Indizes stehen auch verschiedene analytische Kennziffern wie Veränderungsraten, Jahres- und Quartalswerte zur Verfügung.

Im Rahmen der Revision wurde die Definition für die Kerninflation überarbeitet: Ausgeschlossen werden künftig nur noch saisonale oder ausgeprägt volatile Güter. Dies betrifft insbesondere den Nahrungsmittelbereich sowie die Erdölprodukte und andere Energieträger.

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

Die wichtigsten Ergebnisse stehen zu Beginn des folgenden Monats zur Verfügung. Sie werden in Form einer monatlich erscheinenden Medienmitteilung und auf dem Internet publiziert (vgl. Anhang 8).

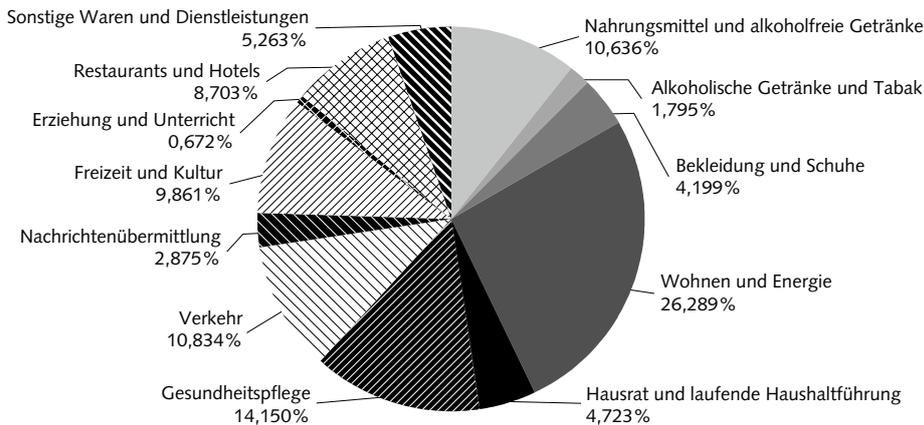
#### 5 Rechtliche Grundlagen und Datenschutz

Die rechtliche Grundlage des Landesindex der Konsumentenpreise sind 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 betriebspezifische Informationen der Berichtersteller weiterzugeben, auch nicht an andere Amtsstellen der öffentlichen Verwaltung.

Grobstruktur und Gewichtung 2011

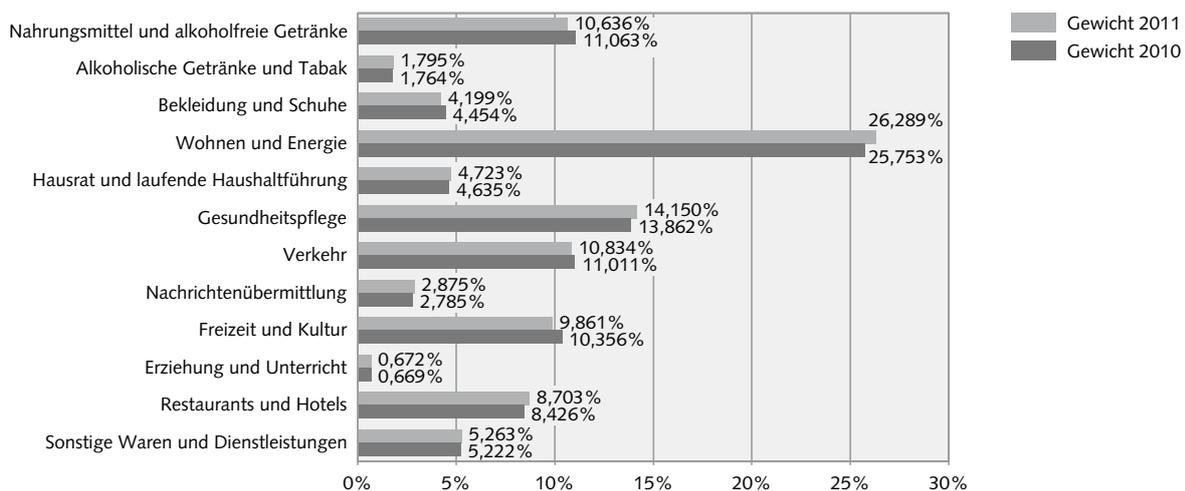
G 1



© Bundesamt für Statistik (BFS)

Vergleich zwischen dem bisherigen und dem neu gewichteten Warenkorb

G 2



© Bundesamt für Statistik (BFS)

Landesindex der Konsumentenpreise, Dezember 2010 = 100

**Anhang 1: Warenkorb mit Gewichtung 2011**

Positionsbezeichnung	Gewicht in %	Positionsbezeichnung	Gewicht in %
<b>Total</b>	<b>100,000</b>	Andere Früchte	0,215
<b>Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke</b>	<b>10,636</b>	Konservierte Früchte	0,177
Nahrungsmittel	9,650	Gemüse, Kartoffeln und Pilze	1,106
Brot, Mehl und Nahrungsmittel	1,649	Frisches Gemüse, Kartoffeln und Pilze	0,859
Reis	0,041	Fruchtgemüse	0,206
Mehl	0,064	Wurzelgemüse	0,160
Brot, Konditorei- und Dauerbackwaren	1,212	Salatgemüse	0,242
Brot	0,497	Kohlgemüse	0,053
Kleinbrot und -gebäck	0,158	Zwiebeln	0,054
Feingebäck und Konditoreiwaren	0,307	Andere Gemüse und Pilze	0,057
Dauerbackwaren	0,250	Kartoffeln	0,087
Teigwaren	0,151	Konservierte Gemüse und Pilze	0,129
Andere Getreideprodukte	0,181	Kartoffelhaltige Produkte	0,118
Fleisch, Fleischwaren	2,450	Zucker, Konfitüren, Honig, Schokolade, Süßwaren	0,695
Fleisch, frisch oder tiefgekühlt	1,483	Konfitüren und Bienenhonig	0,110
Rindfleisch	0,389	Schokolade	0,326
Kalbfleisch	0,182	Süßwaren	0,107
Schweinefleisch	0,293	Speiseeis	0,114
Schafffleisch	0,083	Zucker	0,038
Geflügel	0,340	Sonstige Nahrungsmittel	0,694
Anderes Fleisch	0,196	Trockensuppen, Gewürze, Saucen	0,486
Fleisch- und Wurstwaren	0,967	Küchenfertige Nahrungsmittel	0,208
Wurstwaren	0,526	Alkoholfreie Getränke	0,986
Fleischwaren und zubereitetes Fleisch	0,441	Kaffee, Tee, Kakao und Nährgetränke	0,409
Fisch und Fischwaren	0,323	Kaffee	0,323
Fische, frisch	0,172	Tee	0,056
Fische, tiefgekühlt	0,074	Kakao und Nährgetränke	0,030
Fischkonserven und geräucherter Fisch	0,077	Mineralwasser, Süssgetränke und Säfte	0,577
Milch, Käse, Eier	1,662	Natürliche Mineralwasser (Detailhandel)	0,141
Milch	0,272	Süssgetränke (Detailhandel)	0,255
Vollmilch	0,139	Frucht- und Gemüsesäfte (Detailhandel)	0,181
Andere Milch	0,133	<b>Alkoholische Getränke und Tabak</b>	<b>1,795</b>
Käse	0,785	Alkoholische Getränke	1,088
Halbhart- und Hartkäse	0,494	Spirituosen	0,138
Frisch-, Weich- und Schmelzkäse	0,291	Brände (Detailhandel)	0,085
Andere Milcherzeugnisse	0,325	Likör und Apéro-Getränke (Detailhandel)	0,053
Rahm	0,127	Wein	0,804
Eier	0,153	Rotwein	0,562
Speisefette und -öle	0,259	Rotwein, inländisch (Detailhandel)	0,178
Butter	0,130	Rotwein, ausländisch (Detailhandel)	0,384
Margarine, Speisefette und -öle	0,129	Weisswein	0,189
Früchte, Gemüse, Kartoffeln und Pilze	1,918	Weisswein, inländisch (Detailhandel)	0,132
Früchte	0,812	Weisswein, ausländisch (Detailhandel)	0,057
Frische Früchte	0,635	Schaumwein (Detailhandel)	0,053
Zitrusfrüchte	0,102	Bier (Detailhandel)	0,146
Steinobst	0,098	Tabakwaren	0,707
Kernobst	0,148	Zigaretten	0,661
Bananen	0,072	Andere Tabakwaren	0,046

Landesindex der Konsumentenpreise, Dezember 2010 = 100

**Anhang 1: Warenkorb mit Gewichtung 2011 (Fortsetzung)**

Positionsbezeichnung	Gewicht in %	Positionsbezeichnung	Gewicht in %
<b>Bekleidung und Schuhe</b>	<b>4,199</b>	Dienstleistungen für Instandhaltung	
Bekleidung	3,421	und Reparatur der Wohnung	1,303
Bekleidungsartikel	3,134	Gebühren	0,393
Herrenbekleidung	0,884	Energie	4,852
Mäntel, Jacken und Vestons	0,173	Elektrizität	2,258
Anzüge	0,119	Elektrizität, Verbrauchstyp I	0,328
Hosen	0,197	Elektrizität, Verbrauchstyp II	0,350
Oberhemden	0,125	Elektrizität, Verbrauchstyp III	0,325
Strickwaren	0,170	Elektrizität, Verbrauchstyp IV	0,209
Unterwäsche	0,100	Elektrizität, Verbrauchstyp V	0,614
Damenbekleidung	1,650	Elektrizität, Verbrauchstyp VI	0,216
Mäntel	0,083	Elektrizität, Verbrauchstyp VII	0,216
Jupes und Kleider	0,184	Gas	0,646
Hosen	0,306	Gas, Verbrauchstyp II	0,188
Jacken	0,307	Gas, Verbrauchstyp III	0,140
Blusen und Hemdblusen	0,119	Gas, Verbrauchstyp IV	0,214
Strickwaren	0,398	Gas, Verbrauchstyp V	0,104
Unterwäsche	0,253	Heizöl	1,693
Kinderbekleidung	0,333	Holz	0,154
Mäntel und Jacken	0,033	Fernwärme	0,101
Hosen und Jupe	0,063	<b>Hausrat und laufende Haushaltsführung</b>	<b>4,723</b>
Strickwaren	0,085	Einrichtungsgegenstände und Bodenbeläge	1,924
Babybekleidung	0,093	Möbel und Einrichtungszubehör	1,812
Strumpfwaren und Unterwäsche	0,059	Wohnzimmermöbel	0,683
Sportbekleidung	0,267	Schlafzimmermöbel	0,460
Wintersportbekleidung	0,111	Küchen- und Gartenmöbel	0,362
Sommer-/ Ganzjahrsportbekleidung	0,156	Einrichtungszubehör	0,307
Bekleidungszubehör und -stoffe	0,200	Bodenbeläge und Teppiche	0,112
Kleiderstoffe	0,023	Heimtextilien, Haushaltswäsche und Zubehör	0,307
Mercerie und Strickwolle	0,036	Bettzeug und Haushaltswäsche	0,214
Anderes Bekleidungszubehör	0,141	Vorhänge und Zubehör	0,093
Reinigung und Reparatur von Bekleidung	0,087	Haushaltsgeräte	0,718
Kleideränderungen	0,025	Grosse elektrische Haushaltsgeräte	0,448
Textilreinigung	0,062	Kleine elektrische Haushaltsgeräte	0,270
Schuhe einschliesslich Reparatur	0,778	Glaswaren, Geschirr und andere Gebrauchsgüter	
Schuhe	0,760	für die Haushaltsführung	0,347
Damenschuhe	0,414	Küchen- und Kochgeräte	0,149
Herrenschuhe	0,252	Geschirr und Besteck	0,120
Kinderschuhe	0,094	Anderer Gebrauchsgüter für die Haushaltsführung	0,078
Reparatur von Schuhen	0,018	Werkzeuge, Kleinmaterial und anderes Zubehör	
<b>Wohnen und Energie</b>	<b>26,289</b>	für Haus und Garten	0,556
Miete	19,605	Motorenbetriebene Werkzeuge für Haus	
Wohnungsmiete	18,912	und Garten	0,106
Garagen- und Parkplatzmiete	0,693	Handwerkzeuge, Kleinmaterial und Zubehör	
Laufender Unterhalt der Wohnung	1,439	für Haus und Garten	0,450
Material für Instandhaltung und Reparatur		Handwerkzeuge für Haus und Garten	0,083
der Wohnung	0,136	Kleinmaterial und Zubehör für Haus und Garten	0,367

Landesindex der Konsumentenpreise, Dezember 2010 = 100

**Anhang 1: Warenkorb mit Gewichtung 2011 (Fortsetzung)**

Positionsbezeichnung	Gewicht in %	Positionsbezeichnung	Gewicht in %
Waren und Dienstleistungen für die laufende Haushaltsführung	0,871	Mobilnetz-Kommunikation	1,536
Waren für die laufende Haushaltsführung	0,574	<b>Freizeit und Kultur</b>	<b>9,861</b>
Wasch- und Reinigungsmittel	0,346	Geräte für Radio, TV, Fotografie und Datenverarbeitung	1,415
Putzmaterial	0,017	Fernseh- und Audio-Videogeräte	0,475
Sonstiges Verbrauchsmaterial	0,211	Fernsehgeräte	0,322
Dienstleistungen für Wohnungsreinigung	0,297	Audio-Video-Geräte	0,153
<b>Gesundheitspflege</b>	<b>14,150</b>	Foto-, Kino- und optische Geräte	0,135
Medizinische Erzeugnisse	2,723	Personalcomputer und Zubehör	0,519
Medikamente	2,218	PC Hardware	0,476
Sanitätsmaterial	0,047	Software für Computer	0,043
Medizinische Apparate und Geräte	0,458	Speichermedien und Inhalte	0,245
Ambulante Dienstleistungen	5,913	Reparatur und Installationen	0,041
Ärztliche Leistungen	3,392	Musikinstrumente	0,087
Zahnärztliche Leistungen	1,514	Sonstige Freizeitartikel und -geräte, Gartenartikel und Heimtiere	1,989
Andere Gesundheitsleistungen	1,007	Spiel- und Hobbywaren	0,443
Spitalleistungen	5,514	Sportgeräte und Campingausrüstung	0,401
<b>Verkehr</b>	<b>10,834</b>	Wintersportartikel	0,203
Automobile, Motor- und Fahrräder	8,540	Sommer- und Ganzjahressportartikel, Campingartikel	0,198
Kauf von Automobilen, Motor- und Fahrrädern	4,065	Pflanzen	0,525
Neue Automobile	2,760	Heimtiere und Heimtierartikel	0,340
Occasions-Automobile	0,915	Tierärztliche Leistungen	0,280
Motorräder	0,149	Freizeit- und Kulturdienstleistungen	2,801
Fahrräder	0,241	Sport- und Freizeitaktivitäten	0,741
Betrieb und Unterhalt von Automobilen, Motor- und Fahrrädern	4,475	Sportveranstaltungen	0,056
Ersatzteile und Zubehör	0,303	Sport- und Freizeitaktivitäten	0,481
Ersatzteile	0,075	Bergbahnen und Skilifte	0,204
Pneus und Zubehör	0,228	Kultur- und andere Dienstleistungen	2,060
Treibstoff	2,392	Kino	0,116
Benzin	1,911	Theater und Konzerte	0,371
Diesel	0,481	Radio- und Fernsehempfangsgebühren, Fernsehabonnemente	0,898
Service- und Reparaturarbeiten für Motorfahrzeuge	1,254	Fotolabor	0,082
Service für Fahrräder	0,046	Freizeitkurse	0,593
Sonstige Dienstleistungen für Individualverkehr	0,480	Zeitungen, Bücher und Schreibwaren	1,161
Transportdienstleistungen	2,294	Bücher und Broschüren	0,356
Öffentliche Transportdienstleistungen auf Schiene und Strasse	1,739	Zeitungen und Zeitschriften	0,576
Öffentlicher Verkehr: direkter Verkehr	1,160	Einzelnummern	0,124
Öffentlicher Verkehr: Verkehrsverbunde	0,579	Abonnemente	0,452
Luftverkehr	0,495	Sonstige Druckprodukte	0,084
Taxi	0,060	Schreib- und Zeichenmaterial	0,145
<b>Nachrichtenübermittlung</b>	<b>2,875</b>	Pauschalreisen	2,408
Postdienste	0,096	<b>Erziehung und Unterricht</b>	<b>0,672</b>
Telekomgeräte	0,108	Grundlegende Schul- und Berufsbildung	0,256
Telekommunikation	2,671	Höhere Berufsbildung und Hochschulen	0,229
Festnetz-Kommunikation	1,135	Weiterbildungskurse	0,187

Landesindex der Konsumentenpreise, Dezember 2010 = 100

**Anhang 1: Warenkorb mit Gewichtung 2011 (Schluss)**

Positionsbezeichnung	Gewicht in %	Positionsbezeichnung	Gewicht in %
<b>Restaurants und Hotels</b>	<b>8,703</b>	<b>Sonstige Waren und Dienstleistungen</b>	<b>5,263</b>
Gaststätten	7,378	Körperpflege	2,041
Restaurants und Cafés	5,436	Coiffeur- und Kosmetikleistungen	0,890
Mahlzeiten in Restaurants und Cafés	3,249	Waren für die Körperpflege	1,151
Getränke in Gaststätten und Cafés	2,187	Toilettenartikel	1,026
Alkoholische Getränke	1,069	Seifen und Badezusätze	0,077
Wein	0,644	Haarpflegemittel	0,110
Bier	0,308	Zahnpflegemittel	0,061
Spirituosen und andere alkoholische Getränke	0,117	Haut- und Schönheitspflegemittel	0,570
Alkoholfreie Getränke	1,118	Papierwaren für die Körperpflege	0,208
Kaffee und Tee	0,548	Geräte für die Körperpflege	0,125
Mineralwasser und Süssgetränke	0,514	Persönliche Gebrauchsgegenstände	0,666
Andere alkoholfreie Getränke	0,056	Uhren	0,446
Mahlzeiten zum Mitnehmen	1,279	Reiseartikel und Accessoires	0,220
Personalrestaurants, Kantinen	0,663	Soziale Einrichtungen	0,400
Mahlzeiten in Personalrestaurants	0,530	Versicherungen	1,580
Getränke in Personalrestaurants	0,133	Hausratversicherung (inkl. Privathaftpflicht)	0,295
Beherbergung	1,325	Private Krankenversicherung	0,664
Hotellerie	0,987	Motorfahrzeugversicherung	0,621
Parahotellerie	0,338	Finanzielle Dienstleistungen	0,302
		Sonstige Dienstleistungen	0,274

Landesindex der Konsumentenpreise, Dezember 2010 = 100

**Anhang 2: Sondergliederungen**

Positionsbezeichnung	Gewicht in %	Positionsbezeichnung	Gewicht in %
	2011		2011
<b>Art der Güter</b>		<b>Weitere Sondergliederungen</b>	
Waren	41,678	Gesundheitspflege	14,150
Nichtdauerhafte Waren	25,346	Index ohne Gesundheitspflege	85,850
Semidauerhafte Waren	7,478		
Dauerhafte Waren	8,854	Saisonprodukte	3,006
Dienstleistungen	58,322	Index ohne Saisonprodukte	96,994
Private Dienstleistungen	49,202		
Öffentliche Dienstleistungen	9,120	Wohnungsmiete	18,912
		Index ohne Wohnungsmiete	81,088
<b>Herkunft der Güter</b>			
Inland	73,419	Erdölprodukte	4,085
Ausland	26,581	Index ohne Erdölprodukte	95,915
<b>Kerninflation</b>		Tabakwaren	0,707
Kerninflation 1 <sup>1</sup>	88,095	Index ohne Tabakwaren	99,293
Kerninflation 2 <sup>2</sup>	69,352		
<i>Frische und saisonale Produkte</i>	4,661	Alkoholische Getränke	2,157
<i>Energie und Treibstoffe</i>	7,244	Index ohne alkoholische Getränke	97,843
		Bekleidung und Schuhe	4,199
		Index ohne Bekleidung und Schuhe	95,801
		Administrierte Preise	21,748
		Index ohne administrierte Preise	78,252

<sup>1</sup> Kerninflation 1 = Total ohne frische und saisonale Produkte, Energie und Treibstoff<sup>2</sup> Kerninflation 2 = Kerninflation 1 ohne Produkte mit administrierten Preisen

Landesindex der Konsumentenpreise, Dezember 2010 = 100

**Anhang 3: Beispiel für die hierarchische Struktur des Warenkorbs**

Positions-Typ	Total	Hauptgruppe (HG)	Warengruppe (WG)	Warengruppe (WG)	Indexposition (IP)	Zwischenaggregat (ZA)	Erhebungsposition (EP)	Gewicht in %
<b>Total</b>	Total							100,000
<b>HG</b>		Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke						10,636
<b>WG</b>			Nahrungsmittel					9,650
<b>WG</b>				Brot, Mehl und Nahrungsmittel				1,649
<b>IP</b>					Reis			0,041
<b>EP</b>						Reis		
<b>IP</b>					Mehl			0,064
<b>EP</b>						Weissmehl		
<b>EP</b>						Andere Mehle und Griesse		
[...]								
<b>WG</b>					Anderer Getreideprodukte			0,181
<b>ZA</b>						Teig		
<b>EP</b>							Kuchenteig	
<b>EP</b>							Blätterteig	
<b>EP</b>							Pizzateig	

- 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.

Landesindex der Konsumentenpreise, Dezember 2010 = 100

**Anhang 4: Erhebungsplan**

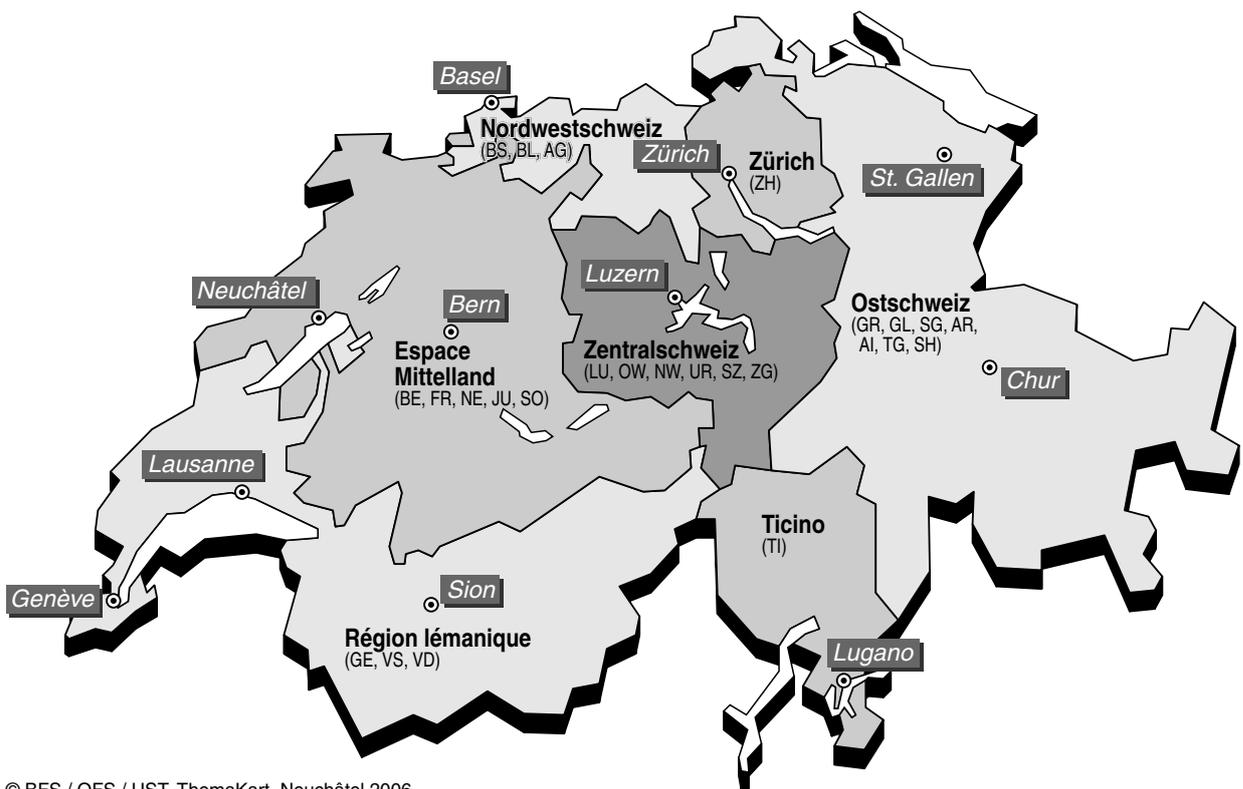
Warengruppe	Periodizität	Erhebungsmonate											
		J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
<b>1. Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke</b>	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Früchte: Mandarinen, Steinobst, andere Früchte	Saisonal												
Gemüse: Chicorée, Spargeln	Saisonal												
<b>2. Alkoholische Getränke und Tabak</b>	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Tabakwaren	Vierteljährlich			X			X		X				X
<b>3. Bekleidung und Schuhe</b>	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sommerkollektion (je nach Position)	Saisonal			X	X	X	X	X	X				
Winterkollektion (je nach Position)	Saisonal	X	X								X	X	X
Reinigung und Reparatur	Vierteljährlich		X			X		X				X	
<b>4. Wohnen und Energie</b>	Vierteljährlich		X			X		X				X	
Gebühren für Kehricht, Wasser, Abwasser	Aperiodisch*												
Heizöl	2x pro Monat	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Gas, Elektrizität, Fernwärme	Aperiodisch*												
Holz	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>5. Hausrat und laufende Haushaltsführung</b>	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Dienstleistungen für Wohnungsreinigung	Vierteljährlich			X			X		X				X
<b>6. Gesundheitspflege</b>	Aperiodisch*												
Medikamente	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Medizinische Apparate und Geräte	Vierteljährlich	X			X			X			X		
Zahnärztliche Leistungen, Pflegeleistungen Spitex	Vierteljährlich	X			X			X			X		
<b>7. Verkehr</b>	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Treibstoff	2x pro Monat	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Service- und Reparaturarbeiten, Parkgebühren	Vierteljährlich	X			X			X			X		
Öffentlicher Verkehr	Aperiodisch*												
Taxi	Vierteljährlich	X			X			X			X		
<b>8. Nachrichtenübermittlung</b>	Aperiodisch*												
Telekomgeräte	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>9. Freizeit und Kultur</b>	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Musikinstrumente	Vierteljährlich			X			X		X				X
Wintersportartikel	Saisonal	X	X							X	X	X	X
Tierärztliche Leistungen	Vierteljährlich			X			X		X				X
Sportveranstaltungen: Fussball	Jährlich								X				
Sportveranstaltungen: Eishockey	Halbjährlich			X						X			
Sport und Freizeitaktivitäten: Schwimmbäder	Jährlich						X						
Theater und Konzerte	Jährlich									X			
Bergbahnen und Skilifte	Halbjährlich						X						X
Radio- und Fernsehempfangsgebühren	Aperiodisch*												
<b>10. Erziehung und Unterricht</b>	Halbjährlich									X			X
Weiterbildungskurse	Halbjährlich			X						X			
<b>11. Restaurants und Hotels</b>	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Kantinen, Parahotellerie	Vierteljährlich	X			X			X			X		
<b>12. Sonstige Waren und Dienstleistungen</b>	Monatlich	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Coiffeur- und Kosmetikleistungen, Kinderkrippen	Vierteljährlich		X			X			X				X
Versicherungen	Aperiodisch*												
Finanzielle und sonstige Dienstleistungen	Vierteljährlich		X			X			X				X

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

Landesindex der Konsumentenpreise, Dezember 2010 = 100

**Anhang 5: Erhebungsregionen**

Grossregionen	Erhebungsregionen	Gewichtung in %
Genferseeregion	Genf	5,6
	Sion	3,5
	Lausanne	10,0
Espace Mittelland	Neuenburg	5,8
	Bern	14,8
Nordwestschweiz	Basel	14,4
Zürich	Zürich	20,5
Ostschweiz	Chur	2,1
	St.Gallen	10,3
Zentralschweiz	Luzern	9,0
Tessin	Lugano	4,0



© BFS / OFS / UST, ThemaKart, Neuchâtel 2006

Landesindex der Konsumentenpreise, Dezember 2010 = 100

### Anhang 6: 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 Dez. 2010	Preis Jan. 2011	Preis Feb. 2011
Zitronen, 1 kg	3.20	3.50	3.60
Orangen, 1 kg	2.50	2.00	2.50

### Basisaggregation

1) Berechnung der Preisveränderung der beiden Artikel im Vergleich zur Basisperiode Dez. 2010 = 100:

Artikel	Index Dez. 2010	Index Jan. 2011	Index Feb. 2011
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	$\frac{2.00}{2.50} \times 100 = 80$	$\frac{2.50}{2.50} \times 100 = 100$

Der Preisindex für Zitronen beläuft sich im Januar 2011 auf 109,4. Das heisst, dass der Preis für ein Kilogramm Zitronen von Dezember 2010 bis Januar 2011 um 9,4% gestiegen ist. Demgegenüber ist der Preis für ein Kilogramm Orangen von Dezember 2005 und Januar 2006 um 20% gesunken.

2) Zitronen und Orangen bilden die Indexexposition «Zitrusfrüchte». Die Preisentwicklung der Indexexpositionen wird anhand des geometrischen Mittels berechnet:

$$\text{Index Januar 2011 «Zitrusfrüchte»} = \sqrt{109.4 \times 80} = 93.6$$

$$\text{Index Februar 2011 «Zitrusfrüchte»} = \sqrt{112.5 \times 100} = 106.1$$

Während die Preise der Indexexposition «Zitrusfrüchte» zwischen Dezember 2010 und Januar 2011 durchschnittlich um 6,4% sanken, stiegen sie zwischen Dezember 2010 und Februar 2011 um 6,1%.

### Zwischenaggregation:

Der Index für die Indexexposition «Zitrusfrüchte» wird anschliessend entsprechend der Bedeutung der Erhebungsregion (siehe Anhang 5), in welcher sich die Verkaufsstelle befindet, und des Absatzkanals, dem die Verkaufsstelle des erfassten Artikels zugeordnet ist, gewichtet.

**Schlussaggregation:**

Die Indexposition «Zitrusfrüchte» wird im Warenkorb der Produktgruppe «Frische Früchte» zugeteilt. Alle Indexpositionen dieser Produktgruppe haben ein Gewicht:

Produktgruppe Indexpositionen	Gewicht in %	Index Dez. 2010	Index Jan. 2011	Index Feb. 2011
<b>Frische Früchte</b>	<b>0.635</b>	<b>100</b>	<b>102.2</b>	<b>104.2</b>
Zitrusfrüchte	0.102	100	93.6	106.1
Steinobst	0.098	100	105.0	102.5
Kernobst	0.148	100	101.6	102.0
Bananen	0.072	100	110.3	112.5
Andere Früchte	0.215	100	102.8	102.8

Der Preisindex der Produktgruppe «Frische Früchte» ist das gewichtete arithmetische Mittel der Indizes pro Indexposition:

$$\begin{array}{l} \text{Index} \\ \text{Frische Früchte} \\ \text{im Januar 2011} \end{array} = \frac{(93.6 \times 0.102) + (105 \times 0.098) + (101.6 \times 0.148) + (110.3 \times 0.072) + (102.8 \times 0.215)}{0.102 + 0.098 + 0.148 + 0.072 + 0.215} = 102.2$$

$$\begin{array}{l} \text{Index} \\ \text{Frische Früchte} \\ \text{im Februar 2011} \end{array} = \frac{(106.1 \times 0.102) + (102.5 \times 0.098) + (102.0 \times 0.148) + (112.5 \times 0.072) + (102.8 \times 0.215)}{0.102 + 0.098 + 0.148 + 0.072 + 0.215} = 104.2$$

Die Preise der Produktgruppe «Frische Früchte» stiegen zwischen Dezember 2010 und Januar 2011 durchschnittlich um 2,1% und zwischen Januar und Februar 2011 um weitere knapp 2,0%.

Die Berechnung wird bis zum Totalindex gleichermassen fortgesetzt.

Landesindex der Konsumentenpreise, Dezember 2010 = 100

### Anhang 7: Die Berücksichtigung von Sortimentswechsel und Qualitätsänderung

Beispiel: Für das Produkt A wird seit Dezember 2010 monatlich ein Preis erhoben. Im Februar 2011 verschwindet das Produkt A aus dem Sortiment. Es stehen folgende Ersatztechniken zur Verfügung:

#### Technik 1: direkter Ersatz

Artikel	Dez. 2010 (Basis 100)	Januar 2011	Februar 2011
Preis von A	2.- →	2.50	---
Preis von B	---	---	2.80
<b>Preisindex</b>	<b>100</b>	<b>125</b>	<b>140</b>

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 Januar bis Februar 2011 um 30 Rappen wird als Teuerung betrachtet.

#### Technik 2: Verkettung

Artikel	Dez. 2010 (Basis 100)	Januar 2011	Februar 2011
Preis von A	2.- →	2.50	---
Preis von B	---	2.70	2.80
<b>Preisindex</b>	<b>100</b>	<b>125</b>	<b>129.63</b>

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 Januar 2011 zu einem Preis von Fr. 2.70 auf dem Markt verfügbar. Da die beiden Artikel nebeneinander auf dem Markt bestehen, entspricht die Preisdifferenz im Januar einem Qualitätsunterschied. Die Preiserhöhung von Januar bis Februar 2011 um 30 Rappen wird zweigeteilt: 20 Rappen werden als Qualitätsverbesserung und 10 Rappen als Preiserhöhung betrachtet. Diese Methode kann eingesetzt werden, wenn der Vorperiodenpreis des neuen Artikels bekannt ist, besonders bei Scannerdaten.

#### Technik 3: explizite Qualitätsbereinigung mit Optionspreismethode

Artikel	Dez. 2010 (Basis 100)	Januar 2011	Februar 2011
Preis von A	2.-	2.50	---
Preis von B	---	---	2.80
<b>Preisindex</b>	<b>100</b>	<b>125</b>	<b>127.27</b>

Der Artikel B besitzt zusätzliche Merkmale (Optionen), die einen höheren Preis rechtfertigen, und deren Preis bekannt ist. Der Wert der zusätzlichen Merkmale beträgt im Beispiel 25 Rappen. Hätte der Artikel A diese Merkmale im Januar 2011 auch gehabt, hätte er Fr. 2.75 gekostet. Die Preiserhöhung von Januar bis Februar 2011 um 30 Rappen wird zweigeteilt: 25 Rappen werden als Qualitätsverbesserung und 5 Rappen als Preiserhöhung betrachtet.

**Technik 4: implizite Qualitätsbereinigung mit Imputation**

Artikel	Dez. 2010 (Basis 100)	Januar 2011	Februar 2011
Index der Warengruppe	100	100 $\xrightarrow{\text{Index steigt um 5,66\%}}$	105.66
Preis von A	2.–	2.50	---
Preis von B	---	---	2.80
<b>Preisindex</b>	<b>100</b>	<b>125</b> $\xrightarrow{\text{Preisindex steigt um 5,66\%}}$	<b>132.08</b>

Der Artikel B besitzt zwar den gleichen Verwendungszweck wie Artikel A, ist aber qualitativ nicht genau gleichwertig. Die Qualitätsdifferenz lässt sich nicht zuverlässig messen. Deshalb geht man beim Artikelersatz davon aus, dass sich der neue Artikel zwischen Januar und Februar preislich gleich entwickelt hat wie die anderen Artikel der gleichen Warengruppe, nämlich um 5,66%. Damit geht man davon aus, dass der Artikel B im Januar 2011 Fr. 2.65 gekostet hätte. Die Preissteigerung wird also implizit zerlegt in eine Qualitätsänderung von 15 Rappen und eine indexwirksame Steigerung von weiteren 15 Rappen. Diese Methode wird ab 2011 für den Artikelersatz bei der Bekleidung und bei gewissen technologischen Produkten eingesetzt.

**Technik 5: explizite Qualitätsbereinigung mit hedonischer Funktion**

Artikel	Dez. 2010 (Basis 100)	Januar 2011	Februar 2011
Preis von A	2.–	2.50	---
Preis von B	---	2.90 $\downarrow$ Schätzung: Qualitätssteigerung um 16%	2.80
<b>Preisindex</b>	<b>100</b>	<b>125</b> $\xrightarrow{\text{Preisindex sinkt um 3,45\%}}$	<b>120.69</b>

Der Artikel B besitzt nicht die gleichen Eigenschaften wie den Artikel A, die Qualitätsunterschiede sind aber messbar. Eine hedonische Funktion erlaubt es, den Preis von A und von B in Abhängigkeit dieser Charakteristika zu schätzen. Sie erlaubt es insbesondere, den Preis von Artikel A im Januar zu schätzen, hätte er die gleichen Eigenschaften gehabt wie der Artikel B im Februar 2011. Im Beispiel oben schätzt man so einen Preis des Artikels B im Januar auf Fr. 2.90, was einer Qualitätssteigerung um 16% entspricht im Vergleich zu Artikel A mit seinen tiefer bewerteten Eigenschaften. Der Preis des Artikels B wird für Januar 2011 also höher geschätzt, als er dann im Februar gemessen wird. Es resultiert eine Indexsenkung von 3,45%. Diese Methode wird ab 2011 bei PC-Hardware und bei den Mieten eingesetzt.

**Technik 6: kein Ersatz**

Artikel	Dez. 2010 (Basis 100)	Januar 2011	Februar 2011
Preis von A	2.–	2.50	---
Preis von B	---	---	2.80
<b>Preisindex von A</b>	<b>100</b>	<b>125</b>	---
<b>Preisindex von B</b>	---	---	<b>125</b>

Produkt A und Produkt B sind so verschieden, dass sie nicht miteinander verglichen werden können. Die Preisreihe des Produktes A verschwindet im Februar 2011 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 Februar 2011 wird dem Produkt B ein Startindex zugeteilt: Dieser Index entspricht in der Regel dem Index des nächst höheren Aggregates (im vorliegenden Beispiel wird ein Aggregat von 125 angenommen).

Landesindex der Konsumentenpreise, Dezember 2010 = 100

### Anhang 8: Publikationstermine

Die Pressemitteilung zum Landesindex erscheint im Jahr 2011 an folgenden Terminen jeweils um 09.15 Uhr:

Landesindex vom	Publikationstermin
Januar	10.02.2011
Februar	09.03.2011
März	06.04.2011
April	10.05.2011
Mai	07.06.2011
Juni	07.07.2011
Juli	05.08.2011
August	06.09.2011
September	06.10.2011
Oktober	07.11.2011
November	06.12.2011
Dezember	06.01.2012

Die Resultate des Landesindex werden monatlich in Form einer **Medienmitteilung** und auf dem Internet publiziert.

Die wichtigsten Resultate können Sie ebenfalls von unserem automatischen Telefonservice abrufen:

**Tel: 0900 55 66 55 (0.50 Fr. + 0.50 Fr./Min., Festnetzтарif)**

Im Internet finden Sie unter dem Thema PREISE neben vielen Ergebnissen auch weiterführende Informationen zum Thema LIK: **[www.lik.bfs.admin.ch](http://www.lik.bfs.admin.ch)**

Für Fragen in Zusammenhang mit dem LIK können Sie uns per E-Mail kontaktieren: **[LIK@bfs.admin.ch](mailto:LIK@bfs.admin.ch)**