

■ DIE AUSWIRKUNGEN DES EU-BEITRITTS AUF DIE VERBRAUCHERPREISE

Österreichs Beitritt zur Europäischen Union hat den Wettbewerb auf allen Produktions- und Handelsstufen verschärft. Soweit die preisdämpfenden Wirkungen auf Kostensenkungen beruhen, dürften sie auf der Ebene der Konsumentenpreise erst mit einiger Verzögerung eintreten. Eine wichtige Ausnahme bilden die Nahrungsmittelpreise, die zur Jahreswende 1994/95 zügig zurückgingen. Verbilligungseffekte aufgrund der EU-Mitgliedschaft können für Industriewaren erst im 2. Halbjahr 1995 beobachtet werden. Die Entwicklung der Dienstleistungspreise scheint dagegen noch kaum von der Integration berührt zu sein.

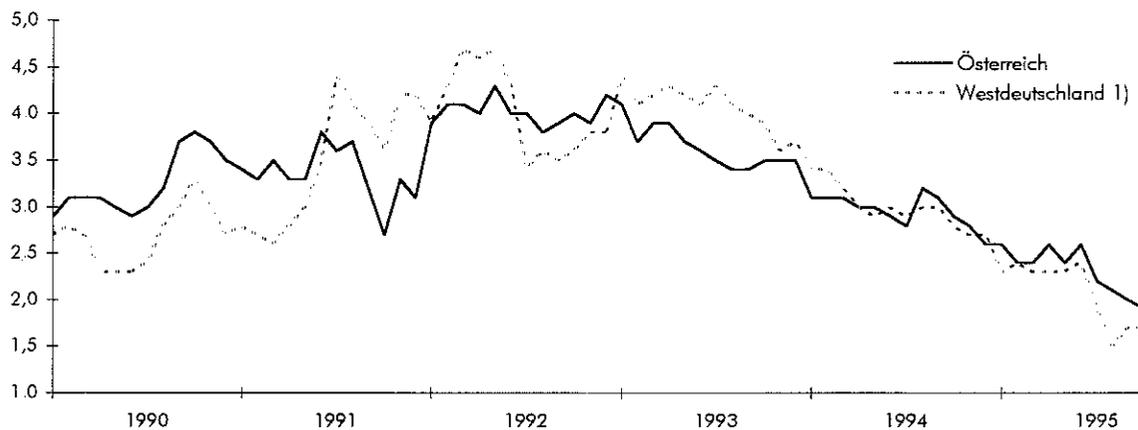
Österreich ist mit dem EU-Beitritt Teil eines Wirtschaftsraumes geworden, in dem die Wirtschaftspolitik darauf setzt, durch den Abbau von Handelsschranken den Wettbewerb zwischen den Produzenten einzelner Länder zu intensivieren. Ziel dieser Anstrengungen sind eine Erhöhung der Wohlfahrt und eine Verminderung des Preisauftriebs. Die preisdämpfenden Wirkungen, die von der Verstärkung des Wettbewerbs erwartet werden können, fließen aus mehreren Quellen (EG-Kommission, 1988): aus der Abschaffung der Grenzkontrollen, der Liberalisierung des öffentlichen Auftragswesens und der Finanzdienstleistungen sowie aus einer Erhöhung des Angebotes (Skaleneffekte und Effekte, die sich allgemein aus einer Verstärkung des Wettbewerbs ergeben). Die Effizienz- und Preiseffekte einer Intensivierung des Wettbewerbs betreffen also die gesamte Volkswirtschaft, d. h. grundsätzlich alle Fertigungs- und Handelsstufen; die Integrationswirkungen beziehen sich nicht nur auf die Endverbraucherpreise.

Die zu erwartenden preisdämpfenden Effekte der Vollendung des europäischen Binnenmarktes oder eines Eintrittes in den Integrationsraum wirken folglich in der Hauptsache erst mittelfristig oder sogar erst langfristig. In der Beurteilung der zeitlichen Abfolge der Wettbewerbseffekte muß man für Österreich darüber hinaus berücksichtigen, daß bereits mit dem EWR-Abkommen ein großer Teil dieser Änderungen eingetreten ist. Freilich sollten sich die Wettbewerbseffekte mit dem EU-Beitritt verstärken.

Zwei neue Einflüsse treten jedoch mit dem Beitritt zur EU hinzu: Österreich übernimmt die Gemeinsame Agrarpolitik der EU – die Preiseffekte dieses Schritt-

Der Autor dankt Michael Wüger für wertvolle Anregungen und Hinweise. Aufbereitung und Analyse der Daten erfolgten mit Unterstützung von Annamaria Rammel.

Abbildung 1: Inflationsraten in Österreich und Westdeutschland



1) Verbraucherpreisindex für Deutschland ab Juli 1995 Basis 1991 = 100

tes werden bereits sichtbar. Der zweite Effekt, der ebenfalls in einigen Bereichen kurzfristig eintreten sollte, ergibt sich aus der Angleichung der österreichischen Zölle an die EU-Außenzölle (Breuss – Kratena – Schebeck, 1994). Mit dem Beitritt zur EU hat Österreich auf Importe aus Drittstaaten das Außenhandelsregime der Gemeinschaft anzuwenden. Dies bedeutet insbesondere die Übernahme des Gemeinsamen Zolltarifs. Das Zollniveau war in Österreich merklich höher als in der EU (Stankovsky, 1994).

DER VERLAUF DER VERBRAUCHERPREISE IM JAHR 1995

Die Teuerungsrate laut Verbraucherpreisindex blieb zu Jahresbeginn 1995 gegenüber Dezember 1994 unverändert, obwohl der Vorjahresvergleich nicht mehr durch Tarif- und Steuererhöhungen belastet war und der starke Rückgang der Produzentenpreise in der Landwirtschaft eine Beruhigung des Preisauftriebs erwarten ließ. Diese Erwartungen wurden vorerst enttäuscht. Erst im Februar und März setzte eine Preisberuhigung ein, und die Inflationsrate sank auf 2,4%. Damit reihte sich Österreich wieder in den Kreis der Länder mit einer niedrigen Inflationsrate ein. Trotz der Anhebung der Mineralölsteuer im Mai hielt, nach einer Unterbrechung im Juni, die Abwärtsbewegung an. Der Preisauftrieb ermäßigt sich auf 2,2% im Juli, sogar auf 2,1% im August und September. Neben der Verbilligung von Saisonwaren drückten vor allem starke Preisnachlässe für Oberbekleidung und Schuhe die Teuerungsrate. Im Oktober und November sank die Inflationsrate unter die Marke von 2%.

NAHRUNGSMITTEL

Die Integration Österreichs in den großen europäischen Wirtschaftsraum hatte unterschiedliche Auswirkungen

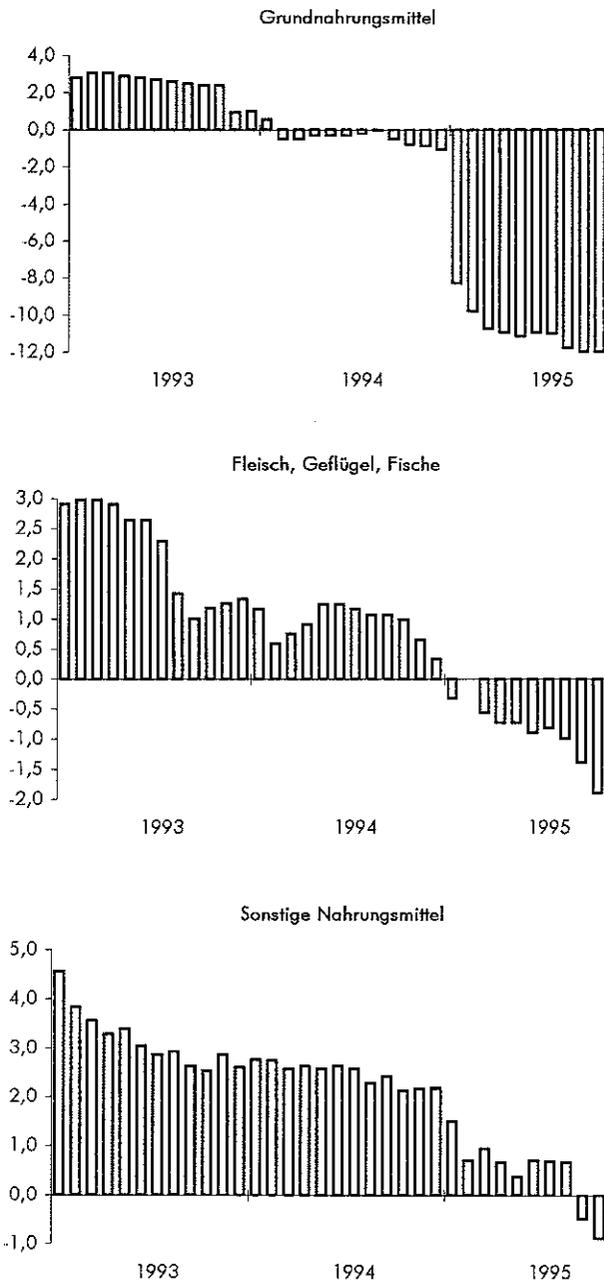
auf die Konsumentenpreise. Am stärksten waren die Nahrungsmittelpreise betroffen. Vor dem EU-Beitritt war der Agrarschutz in Österreich höher, die landwirtschaftlichen Erzeugerpreise und die Verbraucherpreise für Nahrungsmittel und Getränke lagen erheblich über dem EU-Niveau. Landwirtschaft und Nahrungsmittelindustrie waren primär auf die Bedürfnisse des geschützten, aber relativ kleinen Inlandsmarktes ausgerichtet.

Der EU-Beitritt bedeutete die Übernahme der Gemeinsamen Agrarpolitik sowie die Öffnung der Agrar- und Nahrungsmittelmärkte für Mitbewerber aus der EU. Die erheblichen Unterschiede zwischen Österreich und der EU ließen gravierende Änderungen sowohl für Landwirtschaft und Nahrungsmittelindustrie als auch für die Verbraucher erwarten. Die Übernahme der 1992 reformierten Agrarpolitik der Gemeinschaft im Jahre 1995 sollte die Erzeugerpreise landwirtschaftlicher Produkte in Österreich um durchschnittlich rund 23% drücken. Ein besonders starker Preiseinbruch wurde für Getreide prognostiziert. Auch für Speisekartoffeln, Schweine, Geflügel und Milch wurden etwas überdurchschnittliche Einbußen erwartet.

Diese Prognosen sind im allgemeinen eingetroffen: Die landwirtschaftlichen Erzeugerpreise sind im Gefolge des EU-Beitritts erheblich gesunken. Getreide wurde gegenüber Ende 1994 um etwa die Hälfte, Schlachtrinder um rund 10%, Schweine um rund 20%, Milch um etwa ein Drittel billiger. Nur der Milchpreis sank deutlich tiefer als erwartet. Die Preise begannen zumeist schon im Herbst 1994 abzubrockeln (Schneider, 1995).

Die Verbraucher profitieren von der Senkung der Erzeugerpreise für traditionell im Inland erzeugte landwirtschaftliche Produkte. Die Verbilligung von Lebensmitteln blieb allerdings unter den Erwartungen. Die Preise von Grundnahrungsmitteln (hauptsächlich Milch und Milchprodukte, Mehl und Mehlprodukte) lagen im I. Quartal um fast 10% unter dem Vorjahresniveau. Seither gehen

Abbildung 2: Entwicklung der Nahrungsmittelpreise
Veränderung gegen das Vorjahr in %



sie weiter leicht zurück, die Vorjahresveränderung betrug in den letzten Monaten rund -12%. Die Preise von Fleisch, Geflügel und Fischen gaben dagegen seit Jahresanfang 1995 nur leicht nach und lagen im II. und III. Quartal um knapp 1% unter dem Vorjahresniveau. Die Saisonwarenpreise trugen im 1. Halbjahr kräftig zur Inflation bei, dämpften allerdings seither den Preisauftrieb.

ANDERE VERBRAUCHERPREISE

Die Gruppe *Errichtung, Miete und Instandhaltung von Wohnungen* faßt unterschiedliche Entwicklungen zusammen; insgesamt zeichnet sich nur eine geringfügige Mäßigung des Preisauftriebs ab. Der Auftrieb der Woh-

Übersicht 1: Inflationsraten in Österreich
nach Untergruppen

	1994		1995		
	I Quartal	II Quartal	III Quartal	November	
	in %				
Nahrungsmittel	1,4	-0,1	-1,4	-2,4	-3,1
Grundnahrungsmittel	-0,4	-9,7	-11,0	-11,6	-10,6
Fleisch, Geflügel, fische	0,9	-0,3	-0,8	-1,1	-1,7
Saisonwaren	0,9	16,5	5,5	-3,8	-5,2
Sonstige	2,5	1,0	0,6	0,4	-0,9
Tabakwaren	2,9	3,4	3,4	3,4	3,4
Mieten	6,4	7,4	7,1	7,6	8,3
Dienstleistungen im Bereich der Wohnung	4,0	5,7	5,6	5,4	5,4
Sachgüter im Bereich der Wohnung	4,0	6,0	3,9	2,4	2,4
Dienstleistungen					
Preisregelt	5,2	3,5	3,3	3,4	3,8
Nicht preisregelt	3,3	2,7	3,6	3,9	3,5
Ohne Reisen und Unterkunft	4,4	3,8	3,8	3,7	3,5
Reisen und Unterkunft	0,5	-0,2	2,9	4,4	3,5
Industrielle und gewerbliche Waren	2,5	2,2	2,0	0,7	0,1
Industrielle Verbrauchsgüter	2,0	1,3	1,9	1,7	1,6
Gebrauchsgüter					
Langlebig	2,3	1,8	1,1	0,5	-0,2
Kurzlebig	2,9	3,0	2,8	0,3	-0,2
Energie	1,4	0,5	3,9	4,7	6,4
Index der Verbraucherpreise	3,0	2,5	2,5	2,1	1,9
Ohne Saisonwaren	3,0	2,3	2,5	2,2	2,1
Ohne Energie	3,1	2,6	2,4	1,9	1,6

nungsmieten beschleunigte sich von 6,4% 1994 auf über 7% in den ersten drei Quartalen 1995. Auch die Preise von Dienstleistungen im Bereich der Wohnung ziehen nach einer Stabilitätsphase im Jahr 1994 wieder kräftig an; Hauptursache hierfür ist der neuerliche Anstieg der Gebühren und Tarife auf Gemeindeebene. Die Preise von Sachgütern im Bereich der Wohnung (Baumaterial) weisen seit Anfang 1994 einen steigenden Trend auf, der erst in den letzten Monaten gebrochen wurde.

Wie der Wohnungsaufwand sind die *Dienstleistungspreise* relativ unabhängig von außenwirtschaftlichen Faktoren. Sowohl preisregelte als auch nicht preisregelte Dienstleistungen verteuerten sich etwa im Ausmaß der Lohnsteigerungsraten

In der Gruppe der *industriellen und gewerblichen Waren* ermäßigte sich der Preisauftrieb im Laufe des Jahres 1994 von 2,8% auf 2,3%. Diese Tendenz hielt in den ersten Monaten des Jahres an; deutlich änderte sich der Verlauf erst in den Sommermonaten, als große Preisnachlässe für Oberbekleidung und Schuhe verzeichnet wurden. Von Juni bis Juli wurde Oberbekleidung um 3,4% billiger, Schuhe um 2,5%; die Preise von Damenoberbekleidung gaben im August nochmals um 0,8% nach. Diese Verbilligungen drückten die Inflationsrate laut VPI um rund 0,3 Prozentpunkte. Sie wurden hauptsächlich im Rahmen von Sommerschlußverkäufen für die Konsumenten wirksam; freilich dürfte sich darin auch der verstärkte Wettbewerbsdruck aus der EU niederschlagen. Der Preisauftrieb langlebiger Gebrauchsgüter hat sich seit Jahresbeginn ebenfalls deutlich verlangsamt, dagegen ist die Teuerungstendenz industrieller Verbrauchsgüter nahezu ungebrochen.

Übersicht 2: Vergleich der Inflationsraten zwischen Österreich und Westdeutschland

	1994		I Quartal 1995		II Quartal 1995		III. Quartal 1995	
	Österreich	Westdeutschland	Österreich	Westdeutschland	Österreich	Westdeutschland	Österreich	Westdeutschland
	In %							
Nahrungsmittel (ohne Saisonwaren)	1,4	1,0	-1,4	1,1	-2,0	1,3	-2,3	.
Saisonwaren	0,9	7,7	16,5	15,0	5,5	8,5	-3,8	2,6
Tabakwaren	2,9	1,3	3,4	1,4	3,4	1,4	3,4	
Mieten ¹⁾	5,2	4,6	6,6	4,2	6,0	4,1	5,9	4,0
Dienstleistungen	3,8	4,3	2,9	3,1	3,5	3,3	3,8	3,0
Industrielle und gewerbliche Waren	2,5	1,1	2,2	0,9	2,0	1,0	0,7	
Industrielle Verbrauchsgüter	2,0	1,3	1,3	0,9	1,9	0,9	1,7	
Gebrauchsgüter	2,6	1,0	2,4	0,9	2,0	1,0	0,4	1,0
Langlebig	2,3	0,7	1,8	0,6	1,1	0,9	0,5	0,9
Kurzlebig	2,9	1,3	3,0	1,1	2,8	1,1	0,3	1,2
Energie	1,4	3,3	0,5	-0,2	3,9	-0,2	4,7	-1,3
Index der Verbraucherpreise	3,0	3,0	2,5	2,3	2,5	2,3	2,1	1,7
Ohne Saisonwaren	3,0	3,0	2,3	2,1	2,5	2,2	2,2	1,7
Ohne Energie	3,1	3,0	2,6	2,5	2,4	2,6	1,9	2,0

Westdeutschland: Verbraucherpreisindex ab Juli 1995 Basis 1991 = 100 - ¹⁾ Österreich: Mieten, Dienstleistungen und Sachgüter im Bereich der Wohnung

Zeigten die Preise von *Energie* seit Anfang 1994 nur schwache Bewegungen, so schnellten sie im Mai mit der Anhebung der Mineralölsteuer in die Höhe; seitdem beträgt die Vorjahresveränderung fast + 5%.

EIN VERGLEICH DER PREISENTWICKLUNG MIT WESTDEUTSCHLAND

Etwas weitergehende Aufschlüsse über die Auswirkungen der EU-Mitgliedschaft Österreichs auf die Preise können von einem Vergleich der Preisentwicklung in Österreich mit jener in Westdeutschland erwartet werden. In der Vergangenheit verlief sie in beiden Ländern weitgehend parallel; dies betrifft besonders Industriewaren. Die Effekte des EU-Beitritts sollten sich also in niedrigeren Preissteigerungen in Österreich ausdrücken.

1994 wiesen sowohl Westdeutschland als auch Österreich eine Inflationsrate von 3,0% auf. Während sie sich in der BRD im I. Quartal auf 2,3% erniedrigte, ging sie in Österreich lediglich auf 2,5% zurück. Diese Relation hielt bis in das II. Quartal an.

Die größten Effekte des EU-Beitritts sind auf dem Nahrungsmittelsektor zu erwarten. Sie wurden in diesem Sektor auch tatsächlich am deutlichsten sichtbar. Ein Teil dieser Effekte trat bereits Ende 1994 ein. Darüber hinaus drückte die Änderung der Marktordnung Anfang 1994 die Inflationsrate der Nahrungsmittel im Jahresverlauf. Dennoch war 1994 der Preisauftrieb der Nahrungsmittel (ohne Saisonwaren) in der BRD mit 1,0% etwas niedriger als in Österreich (1,4%). Dieser Unterschied verkehrte sich im I. Quartal 1995 ins Gegenteil: In Österreich verbilligten sich Nahrungsmittel um 1,4%, in der BRD verteuerten sie sich um 1,1%. Der Abstand der Inflationsraten erhöhte sich von 2,5 Prozentpunkten im I. Quartal auf 3,3 Prozentpunkte im II. Quartal und in den Monaten seither.

Die österreichischen Saisonwarenpreise zeigten 1995, nach großen Divergenzen im Jahr 1994, wieder dieselben Tendenzen wie in Deutschland. Die Steigerungsraten betragen im I. Quartal 16,5% in Österreich, 15% in der BRD, im II. Quartal 5,5% und 8,5%; der Abstand vergrößerte sich im III. Quartal auf 6,7 Prozentpunkte.

Die Preise von Tabakwaren und Mieten werden im wesentlichen durch heimische Faktoren bestimmt und können in diesem Vergleich unberücksichtigt bleiben.

Die Preise von Dienstleistungen sollten dagegen zumindest mittelfristig von der Intensivierung des Wettbewerbs im Rahmen der EU betroffen sein. Hier sind vorerst noch keine Unterschiede in der Preisentwicklung zu beobachten: Sowohl im I. Quartal als auch im II. Quartal verteuerten sich Dienstleistungen in Österreich im selben Ausmaß wie in der BRD (um rund 3,2% im I. Halbjahr). Im III. Quartal lag die Teuerungsrate in Österreich wieder deutlich über jener in der BRD.

Viele industriell erzeugte Waren sind in Österreich teurer als in Westdeutschland. Dennoch überstieg in diesem Bereich im 1. Halbjahr die Inflationsrate in Österreich jene in der BRD. Erst im 2. Halbjahr kehrte sich der bisherige Trend um.

Der Bereich der industriellen und gewerblichen Waren weist ein großes Potential für Preisrückgänge auf¹⁾. Diese Gruppe ist im VPI mit einem Gewicht von rund 30% vertreten. Im Jahr 1994 betrug der Unterschied zwischen den Inflationsraten fast 1½ Prozentpunkte *zuungunsten* Österreichs. Dieses Differential verringerte sich

¹⁾ Eine Reihe von Waren ist in Österreich teurer als in der BRD (siehe dazu den Abschnitt über die Preiserhebung der Arbeiterkammer 1994/95, weiter unten)

Übersicht 3: Inflationsunterschiede zwischen Österreich und Westdeutschland 1995

	Gewichte In %	1995			
		I. Quartal	II. Quartal	III. Quartal	Oktober
Nahrungsmittel (ohne Saisonwaren)	15,2	-2,5	-3,3	-2,9	-3,9
Saisonwaren	1,4	±0,0	-3,5	-6,7	-1,0
Industrielle und gewerbliche Waren	30,5	±0,0	±0,0	-0,3	-0,6
Gewichtetes Inflationsdifferential		-0,38	-0,55	-0,63	-0,79

im I. Quartal 1995 nur geringfügig auf 1,3 Prozentpunkte und weiter auf 1,0 Prozentpunkte im II. Quartal. Damit war der Preisauftrieb in der Gruppe der industriellen und gewerblichen Waren im 1. Halbjahr weiterhin stärker als in der BRD²⁾. Erst im III. Quartal verlangsamte sich der Anstieg merklich und sank unter die Rate in Westdeutschland (+1,0%, Österreich dagegen +0,7%).

Für eine grobe Schätzung der EU-Effekte aus dem Vergleich mit der BRD bietet sich folgende einfache Rechnung an: Für jene Bereiche, die vom EU-Beitritt potentiell betroffen sind – Nahrungsmittel (ohne Saisonwaren), Saisonwaren, Dienstleistungen, industrielle und gewerbliche Waren – wird unterstellt, daß ohne EU-Beitritt die Preisentwicklung in Österreich parallel zu jener in der BRD verlaufen wäre; weiters werden nur Abweichungen von diesem Standard nach unten – nicht nach oben – als Beitrag der EU-Integration zur Inflationsdämpfung bezeichnet.

Wenn man den Preisverlauf in Westdeutschland als Maßstab heranzieht, läßt sich der preisdämpfende Effekt des Beitritts zur EU im 1. Halbjahr 1995 auf fast 1/2 Prozentpunkt, im 2. Halbjahr auf fast 3/4 Prozentpunkte schätzen. Der überwiegende Teil ist der Verbilligung der Nahrungsmittel zuzuschreiben.

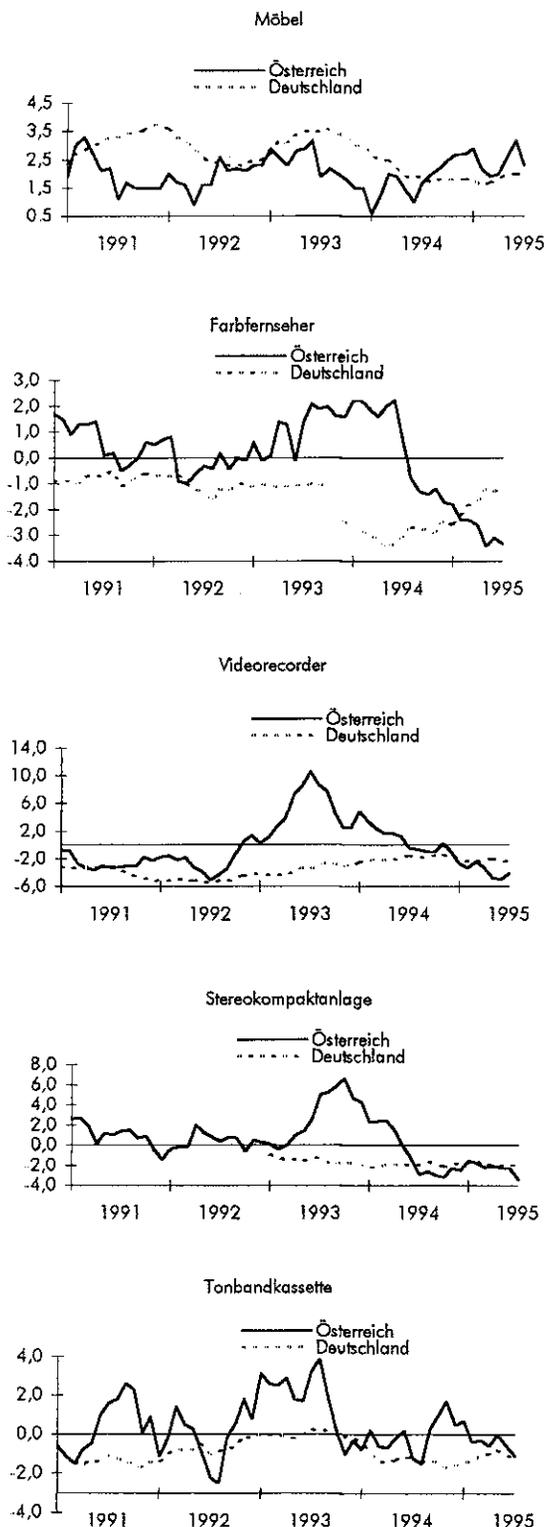
Die Unterschiede in der Inflationsrate zwischen Österreich und der BRD sowie die entsprechenden Gewichte zeigt Übersicht 3³⁾. Laut dieser Rechnung trägt in erster Linie die Verbilligung der Nahrungsmittel zum „EU-Effekt“ bei. Der Beitrag der anderen Gruppen ist gering-

²⁾ Dies gilt selbst dann, wenn 1/2 Prozentpunkt den preiserhöhenden Effekten der Verpackungsverordnung zugeschrieben wird.

³⁾ Die Gewichte ergeben sich aus einer Hochrechnung der entsprechenden Gewichte aus dem VPI 86 anhand der relativen Preisentwicklung (siehe dazu Pollan, 1982). Diese Rechnung berücksichtigt nicht die Möglichkeit, daß die Verbraucher mehr von jenen Produkten konsumieren, die sich weniger stark verteuern (Substitutionseffekt); sie berücksichtigt auch nicht, daß sich mit steigendem Einkommen (aber unveränderten relativen Preisen) die Verbrauchsanteile verschieben können.

Abbildung 3: Preisvergleich zwischen Österreich und Deutschland

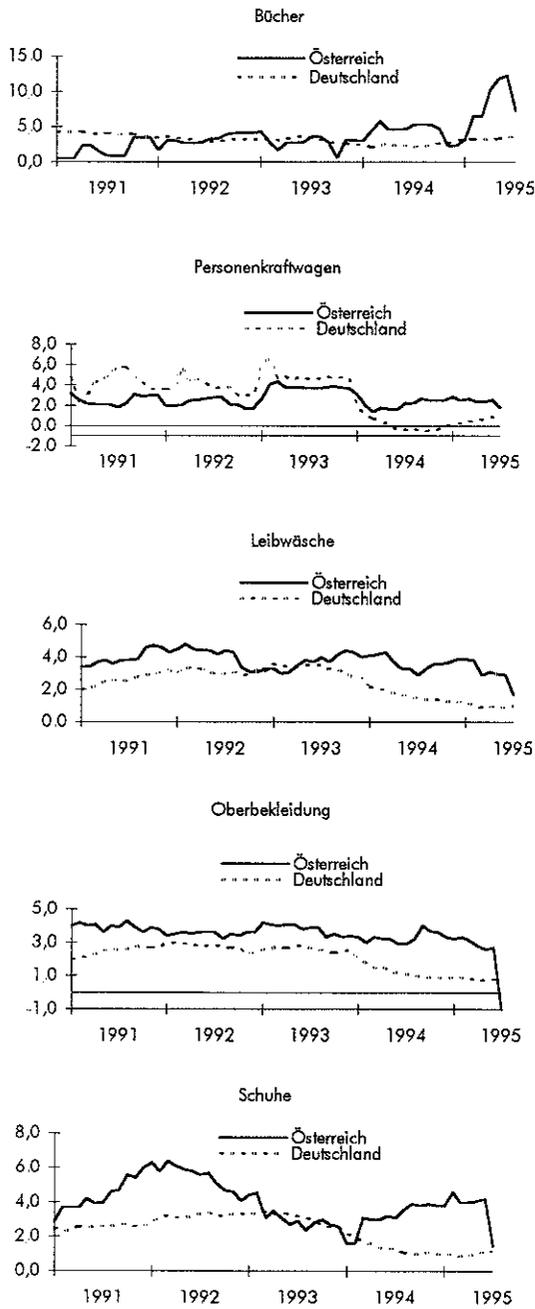
Veränderung gegen das Vorjahr in %



fügig oder gleich Null, da der Preisauftrieb in Österreich in fast allen Bereichen trotz Mitgliedschaft in der EU stärker ausfiel als in der BRD. Allerdings erhöhte sich im Laufe des Jahres der Beitrag der industriellen und gewerblichen Waren; diese Entwicklung dürfte sich 1996 fortsetzen.

Abbildung 4: Preisvergleich zwischen Österreich und Deutschland

Veränderung gegen das Vorjahr in %

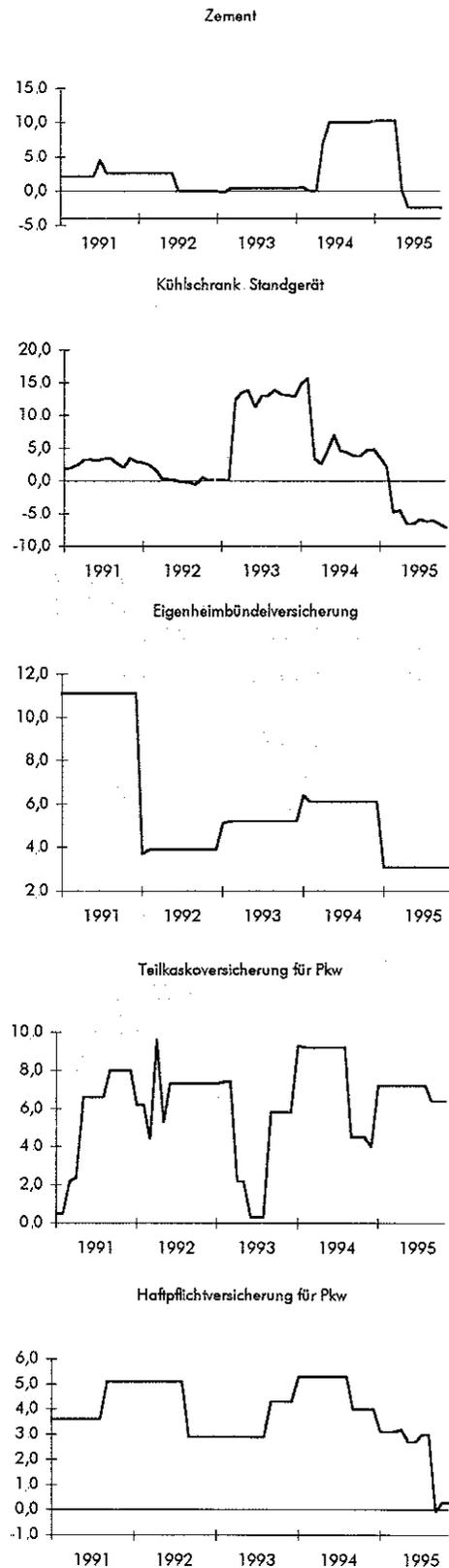


PREISENTWICKLUNG EINIGER AUSGEWÄHLTER WAREN IN ÖSTERREICH UND IN DER BRD

Die Abbildungen 3 und 4 vergleichen die Preisentwicklung einiger wichtiger Waren, für die im deutschen Verbraucherpreisindex Repräsentanten gefunden werden konnten⁴⁾. In nur wenigen Fällen ist – immer im Verhältnis

⁴⁾ Der Vergleich mit der BRD endet mit Juli 1995. Im Herbst 1995 wurde in der BRD ein neuer Index eingeführt, dessen Einzelergebnisse bisher nicht veröffentlicht sind

Abbildung 5: Inflationsraten einiger Waren und Dienstleistungen in Österreich (in %)



zur Entwicklung in Westdeutschland – nach dem EU-Beitritt (oder kurz zuvor als Vorwegnahme) eine Abschwächung des Preisauftriebs festzustellen. Der Preisverfall für Oberbekleidung, Leibwäsche und Schuhe wurde schon erwähnt

Der Rückgang der Preise von Farbfernsehern und Videorecordern kann noch am ehesten in Zusammenhang mit dem EU-Beitritt gebracht werden. Allerdings folgt die Verbilligung auf einen Zeitraum von 1 bis 2 Jahren, in dem die Preise kräftig stiegen (in Relation zur BRD).

Einige Positionen weisen im Jahr 1993 einen starken Anstieg auf, der mit der Erhöhung der Mehrwertsteuer in der BRD in Verbindung stehen könnte: Personenkraftwagen (mit einer besonders deutlich ausgeprägten Parallelbewegung), Videorecorder, Stereokompaktanlagen und Tonbandkassetten

Auch in der Preisentwicklung von einigen Waren und Dienstleistungen, für die im deutschen VPI keine Entsprechung gefunden werden konnte, ergeben sich angesichts der in Österreich erratischen und für manche Positionen sprunghaften Preisveränderungen keine eindeutigen Aussagen (Abbildung 5).

DIE PREISERHEBUNG DER KAMMER FÜR ARBEITER UND ANGESTELLTE FÜR WIEN

Die Arbeiterkammer Wien führte im November und Dezember 1994 bzw. im April und Mai 1995 einen großangelegten Preisvergleich zwischen Berlin und Wien durch³⁾. Die Auswahl der Erhebungszeitpunkte – vor und nach dem Eintritt Österreichs in die Europäische Union – erlaubt es, die Auswirkungen des EU-Beitritts auf die Konsumentenpreise in Österreich zu analysieren.

Nach einer Preiserhebung der Arbeiterkammer zu zwei verschiedenen Zeitpunkten in Wien und Berlin sind in einigen Bereichen Konsumgüter in Wien erheblich teurer als in Berlin. Allerdings bilden jene Waren, die in Wien billiger angeboten werden als in Berlin, durchaus keine Ausnahme. Die Streuung der Preisunterschiede ist selbst für enggefaßte Produktgruppen sehr hoch.

Die Erwartung, daß sich mit der Integration Österreichs in einen größeren Wirtschaftsraum die Preise allmählich an den „EU-Standard“ angleichen, legt die Überprüfung folgender Hypothese nahe: Die Geschwindigkeit,

³⁾ In Wien nahmen 375, in Berlin 163 Betriebe an der Erhebung teil. Erhoben wurden die Preise von 1.019 Produkten, davon wurden 754 in die Endauswertung einbezogen. In Berlin führte das Institut für angewandte Verbraucherforschung die Erhebungen durch. In mehreren Vorerhebungen in Wien wurden die Produkte der verschiedenen Marktsegmente nach ihrer Marktgängigkeit erhoben, gewichtet und mit dem deutschen Partner abgestimmt. Damit wurde eine Deckung der zum Endvergleich herangezogenen Produkte von insgesamt 74% erreicht.

Übersicht 4: Preisvergleich Wien–Berlin für Drogeriewaren

	V1	P1	P2	V2
Weichspüler, Vollwaschmittel	+11,1	+0,6	-1,8	+13,5
Haushaltsreiniger, Schuhpflege	+0,2	-0,2	-3,4	+3,4
Maschinengeschirrspülmittel	+2,1	-11,2	+2,7	-11,8
Toilettenseifen	+17,1	-2,3	+0,6	+14,2
Zahnreinigungsmittel	+11,0	-0,9	-0,9	+11,0
Haarschampoo, Haarspray	-6,7	-0,4	-1,4	-5,7
Hautcreme, Rasierwasser	-8,4	+2,0	-0,5	-5,9
Tampons, Binden	-4,1	-1,2	-3,7	-1,6
Babyhygiene, Pflege	+2,9	-2,0	-0,1	+0,9
Tierfutter	+15,4	-3,9	+0,5	+11,0

P1: Veränderungsrate der Preise in Wien von Herbst 1994 bis Frühjahr 1995. P2: Veränderungsrate der Preise in Berlin von Herbst 1994 bis Frühjahr 1995. V1: relativer Abstand der Preise in Wien von jenen in Berlin im Herbst 1994 (ein positiver Wert für P1 bedeutet, daß die Preise in Wien höher sind als in Berlin). V2: relativer Abstand der Preise in Wien von jenen in Berlin im Frühjahr 1995.

Der relative Abstand und die Veränderungsrate wurden als logarithmische Differenzen berechnet. Diese können mit 100 multipliziert näherungsweise als Abstand bzw. als Veränderungsrate in % interpretiert werden.

mit der sich die Preise in Wien an jene in Berlin, dem Referenzort, anpassen, ist proportional zum relativen Preisunterschied im Ausgangszeitpunkt.

Während dieser Anpassungsphase ergeben sich jedoch Änderungen der Kosten- und Nachfragesituation; darüber sind aber keine Angaben verfügbar. In einem einheitlichen Markt sollten Kosten- und Nachfrageverschiebungen in allen Ländern in gleicher Weise Preisänderungen bewirken. Sie werden daher für Wien unter der Annahme, daß Preisveränderungen in Berlin die Effekte von Kosten- und Nachfrageverschiebungen gut widerspiegeln, durch die Veränderungsrate der Preise in Berlin angenähert.

DROGERIEWAREN UND GEBRAUCHSKOSMETIK

Die Analyse der Bewegung der Preise von „Drogeriewaren“ (Drogeriewaren und Gebrauchskosmetik) wird hier detailliert erläutert, für die anderen Industrieprodukte werden jeweils die Hauptergebnisse zusammengefaßt.

Die Preise von Drogeriewaren gingen in Wien im Durchschnitt um 1,4% zurück; der größte Rückgang machte 26,8%, der größte Anstieg 13,1% aus⁴⁾. Die Verbilligung war in Berlin mit 0,3% deutlich geringer (mit einem Minimum von -20,0% und einem Maximum von +33,7%). Im Durchschnitt der untersuchten Positionen lagen die Preise im Herbst 1994 in Wien um 3,3% über jenen in Berlin, wobei auch hier die Streuung sehr hoch war.

Für einen ersten Überblick wurde die Gesamtheit der Drogeriewaren in 10 Untergruppen gegliedert. Bereits dadurch werden sehr große Unterschiede in der Preisentwicklung deutlich. Dennoch ist eine negative Bezie-

⁴⁾ Aus der Betrachtung wurden zwei Positionen ausgeschieden, die möglicherweise Ausreißer sind. Sie wiesen in Berlin sehr starke Preisveränderungen auf.

Regressionsanalyse der Preisentwicklung in Wien und Berlin

In die Regressionsanalyse gehen alle Variablen als Differenz der Logarithmen der absoluten Preise ein. Logarithmische Differenzen können näherungsweise als Abstand bzw. Veränderungsrate in Prozent interpretiert werden – im folgenden werden sie daher der Einfachheit halber als Prozentveränderung bezeichnet.

Alle Preise sind um die Mehrwertsteuer bereinigt (Berlin 15%, Wien 20%). Für Lebensmittel gilt in Österreich ein Satz von 10%, in der BRD von 7%.

Folgende Bezeichnungen wurden verwendet:

- PW94* ... Preise in Wien im November und Dezember 1994,
- PW95* ... Preise in Wien im April und Mai 1995,
- PB94* ... Preise in Berlin im November und Dezember 1994,
- PB95* ... Preise in Berlin im April und Mai 1995,
- $P1 = \ln \frac{PW95}{PW94}$... Veränderungsrate der Preise in Wien vom Herbst 1994 bis zum Frühjahr 1995,
- $P2 = \ln \frac{PB95}{PB94}$... Veränderungsrate der Preise in Berlin vom Herbst 1994 bis zum Frühjahr 1995,
- $V1 = \ln \frac{PW94}{PB94}$... relativer Abstand der Preise in Wien von jenen in Berlin im Herbst 1994 (ein positiver Wert für *V1* bedeutet, daß die Preise in Wien höher sind als in Berlin),
- $V2 = \ln \frac{PW95}{PB95}$... relativer Abstand der Preise in Wien von jenen in Berlin im Frühjahr 1995.

Regressionsgleichungen von folgender Form wurden geschätzt:

$$P1 = a + b P2 + c V1$$

a ist eine Konstante, der in diesem Ansatz nur wenig Bedeutung zukommt (sie gibt autonome, d. h. von *P2* und *V1* unabhängige Einflüsse wieder). Der Koeffizient *b* mißt den Grad der Parallelität in der Bewegung der Preise in Wien und Berlin über die Periode fast eines halben Jahres. Wenn *b* = 1, entwickeln sich die Preise, gemessen an den Veränderungsrate, in Wien parallel zu jenen in Berlin. Wenn *b* = 0, gibt es keinen Zusammenhang. Der Koeffizient *c* gibt an, wie schnell die relativen Preisunterschiede zwischen Wien und Berlin abgebaut werden. Ist *c* = 1, so wird der gesamte Preisunterschied zwischen den zwei Zeitpunkten abgebaut. Die Angleichung der Preise vollzieht sich also in rund einem halben Jahr. Gilt jedoch *c* = 0, so gibt es keine Angleichung der Preise zwischen beiden Städten.

Für Drogeriewaren und industrielle Waren werden jeweils zwei Regressionsgleichungen gerechnet: Beide enthalten die Preisveränderung in Wien vom Herbst 1994 bis zum Frühjahr 1995 als abhängige Variable. Die Bestimmungsfaktoren der ersten Gleichung sind eine Konstante, die Preisveränderung in Berlin sowie der relative Abstand zwischen den Preisen in Wien und Berlin im Herbst 1994. Die zweite Gleichung enthält zusätzlich zwei Dummyvariable (*CC*, *VPOS*), die eigene Koeffizienten (Konstante und Anstieg) zulassen, falls die Preise in Wien 1994 unter jenen in Berlin liegen.

hung zwischen der Höhe des relativen Abstands im Herbst 1994 und der Entwicklung der Preise in Österreich zu erkennen. Allerdings ist diese Beziehung nur schwach ausgeprägt (Abbildung 6).

Die Bildung von Gruppendurchschnitten erlaubt zwar einen ersten Eindruck, verdeckt aber die erheblichen Unterschiede in der Preisbewegung in den einzelnen Gruppen. Hier bietet sich die Methode der Regressionsanalyse an

In dieser Stichprobe standen nach einer Bereinigung um mögliche Ausreißer, die die Gesamtergebnisse verzerren könnten, 100 Beobachtungen zur Verfügung

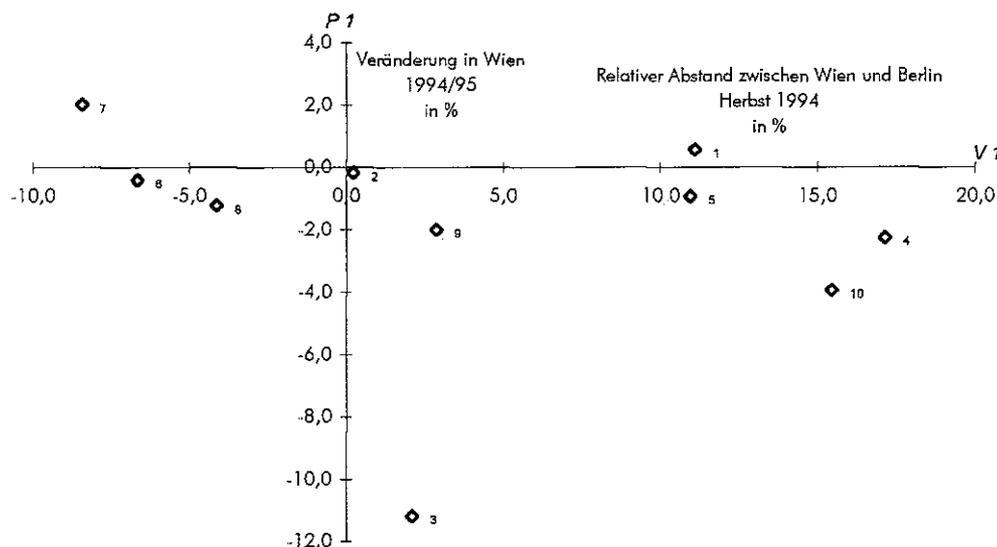
Gleichung 1

Abhängige Variable	<i>P1</i>	
Zahl der Beobachtungen	100	
Mittelwert der abhängigen Variablen	-0,014927	
Standardabweichung der abhängigen Variablen	0,062394	
<i>R</i> ² bereinigt	0,147570	
	Koeffizient	<i>t</i> -Statistik
Konstante	-0,011521	-1,92695
<i>P2</i>	-0,035121	-0,277931
<i>V1</i>	-0,148936	-4,16622

Die Ergebnisse der Regressionsanalyse weisen darauf hin, daß die erklärenden Variablen nur einen kleinen

Abbildung 6: Drogeriewaren

Preisabstand zwischen Wien und Berlin und Preisverlauf in Wien



Teil der Streuung in der Veränderungsrate der Preise in Wien erklären: Viele Faktoren beeinflussen die Preisentwicklung in Wien, die nicht von den beiden erklärenden Variablen aufgefangen werden. Dennoch besteht eine statistisch gesicherte Beziehung zwischen der abhängigen Variablen und den erklärenden Variablen. Die Höhe der relativen Abweichungen der Preise zwischen Wien und Berlin übt einen signifikanten Einfluß auf die Preisentwicklung aus: Je höher der Abstand im Ausgangszeitpunkt, desto stärker die Angleichung an die Preise in Berlin. Im Durchschnitt verringerte sich der relative Abstand innerhalb eines halben Jahr um 15%.

Dagegen scheint die Preisentwicklung in Berlin keinerlei Einfluß auf die Preisentwicklung in Wien zu haben – der Koeffizient ist nicht signifikant von Null verschieden.

58% der in Wien und Berlin im Herbst 1994 erhobenen Preise von Drogeriewaren waren in Wien höher, 42% niedriger. Die positiven Preisunterschiede betragen im Durchschnitt 14,0%, die negativen 13,2%.

Die Preisunterschiede zwischen Wien und Berlin verringerten sich vom Herbst 1994 bis zum Frühjahr 1995 deutlich. Je höher die relativen Preisunterschiede im Herbst 1994, desto stärker paßten sich die Preise in Wien an jene in Berlin an. Diese Tendenz zur Angleichung war im Bereich der Lebensmittel besonders ausgeprägt.

Zur Überprüfung der Vermutung, daß jene Preise, die in Österreich höher sind als in der BRD, systematisch an jene in der BRD angeglichen werden, jene dagegen, die in Österreich niedriger sind, eher erratischen Einflüssen folgen, wurde die Stichprobe aufgeteilt: in einen

Teil, für den VI gleich oder größer als Null ist (die Preise sind in Wien höher oder gleich hoch wie in Berlin) und einen anderen, für den VI kleiner als Null ist (die Preise in Wien unterschreiten jene in Berlin).

Schon aus der Betrachtung der Mittelwerte ergeben sich Hinweise auf eine Angleichung der Preise zwischen den beiden Städten, und zwar in Abhängigkeit von der Höhe der relativen Preisunterschiede im November und Dezember 1994. Für die Warengruppe, deren Preise in Wien höher sind als in Berlin (+ 14,4%), sanken die Preise in Wien im Durchschnitt um 2,8%, in Berlin steigen sie um 0,4%. Unterschreiten die Preise in Wien anfangs das Niveau von Berlin (-12,7%), so erhöhen sie sich in Wien um 0,2% und sinken in Berlin um 2,5%.

Genauere Aufschlüsse über die Beziehung zwischen dem relativen Abstand im Herbst und der Veränderungsrate ergeben sich aus einer Schätzgleichung, die unterschiedliche Koeffizienten (sowohl für die Konstante als auch für den Anstieg) für positive und negative Ausprägungen von VI zuläßt⁷⁾.

Die obengenannte Vermutung bestätigt sich nur zum Teil: Zwar ist der Koeffizient von VI, der die Geschwindigkeit der Anpassung an die Preise in Berlin angibt, etwas kleiner für den Fall, daß die Preise in Wien unter jenen in Berlin liegen (-0,180 gegenüber -0,276), dennoch läßt die statistische Analyse deutlich erkennen, daß sich die Preise in Wien und Berlin annähern. Sowohl Abweichungen nach oben als auch nach unten

⁷⁾ Für positive Ausprägungen von VI wird eine Dummyvariable sowohl für die Konstante als auch für den Anstieg eingeführt. Aus dieser Form ergibt sich daher, daß für VI ≥ 0 der Wert des Anstiegs gleich ist der Summe der Koeffizienten von VI und VPOS (-0,180 - 0,096 = -0,276). Für VI < 0 gilt der Koeffizient von VI (Entsprechendes gilt für die Konstante).

Übersicht 5: Preisvergleich Wien-Berlin für industrielle Waren nach Untergruppen

	V1	P1	P2	V2
Kamera	+ 8,9	- 8,0	-6,7	+ 7,6
Geschirrspüler	+ 9,0	- 4,1	-1,6	+ 6,5
Mikrowellenherde	+ 3,0	- 3,4	-1,5	+ 1,1
Kaffeefiltermaschinen	+ 8,8	- 1,6	-0,5	+ 7,7
Waschmaschinen	- 1,4	+ 0,8	-4,1	+ 3,5
Staubsauger	+20,0	- 8,2	-1,3	+13,1
Armaturen	- 2,4	- 0,3	+0,2	- 2,9
Spiegelschränke	+ 7,7	+ 6,9	+2,5	+12,1
Heimwerkermaschinen	+10,3	- 7,6	-3,4	+ 6,1
Gehobene Schreibgeräte	+ 5,1	+ 2,2	-4,1	+11,4
Tennisschläger	-10,4	- 1,7	+3,7	-15,8
Tennisschuhe	+ 4,6	- 5,0	+0,5	- 0,9
Tennisbälle	- 8,0	- 1,3	+7,1	-16,4
Wanderschuhe	- 1,0	-10,5	+2,1	-13,6
Gesellschaftsspiele	+13,6	- 1,1	+0,5	+12,0
Lernspiele, Puppenspiele	+13,4	- 3,0	+1,8	+ 8,6
Bausätze	+ 3,4	- 4,1	-1,1	+ 0,4
Elektronikspiele	+17,9	-11,9	-2,5	+ 8,5
Markenjeans	- 5,0	- 1,7	-3,2	- 3,5

P1 ... Veränderungsrate der Preise in Wien von Herbst 1994 bis Frühjahr 1995, P2 ... Veränderungsrate der Preise in Berlin von Herbst 1994 bis Frühjahr 1995, V1 ... relativer Abstand der Preise in Wien von jenen in Berlin im Herbst 1994, V2 ... relativer Abstand der Preise in Wien von jenen in Berlin im Frühjahr 1995.

werden allmählich korrigiert. Falls die Waren in Wien teurer sind als in Berlin, wird innerhalb der Frist von knapp einem halben Jahr mehr als ein Viertel der Preisunterschiede beseitigt. Um umgekehrten Fall dauert die Anpassung etwas länger.

Gleichung 2

Abhängige Variable	P1	
Zahl der Beobachtungen	100	
Mittelwert der abhängigen Variablen	-0,014927	
Standardabweichung der abhängigen Variablen	0,062394	
R ² bereinigt	0,164708	
	Koeffizient	t-Statistik
Konstante	-0,023218	-1,58414
P2	-0,072769	-0,569188
V1	-0,180365	-2,03808
VPOS	-0,095680	-0,809174
CC	0,035494	1,77408

CC ... Dummyvariable: CC = 1, wenn V1 ≥ 0, sonst 0, VPOS ... Dummyvariable: VPOS = V1, wenn V1 ≥ 0, sonst 0

INDUSTRIELLE WAREN

Für industrielle Waren ergibt sich insgesamt eine negative Beziehung zwischen dem relativen Abstand zu Jahresende in Wien und Berlin und der Veränderungsrate der Preise in Wien: Je stärker die Preise in Wien von jenen in Berlin abweichen, desto geringer ist die Veränderungsrate in Wien. Von diesem Muster weichen Spiegelschränke, gehobene Schreibgeräte sowie Wander- und Trekkingschuhe sehr deutlich ab.

Die Ergebnisse der Regressionsanalyse: Die Regressionsgleichungen für 8 Gruppen (Kameras, Elektrogeräte, Armaturen und Spiegelschränke, Heimwerkermaschi-

nen, gehobene Schreibgeräte, Sportartikel, Marken-spielwaren und Markenjeans) zeigen recht unterschiedliche Ergebnisse, die Streuung innerhalb der einzelnen Gruppen ist mitunter recht groß. So bieten etwa die Variablen „Preisentwicklung in Berlin“ und „relativer Abstand“ für die Preise von Sportartikeln und von Marken-spielwaren keinerlei Erklärungswert

LEBENSMITTEL

Die Stichprobe der Lebensmittelpreise umfaßt 338 Positionen. Die Lebensmittelpreise gingen in Wien vom Dezember 1994 bis zum April und Mai 1995 im Durchschnitt um 3,6% zurück, sie erhöhten sich dagegen in Berlin um 0,5%. Der durchschnittliche relative Abstand zwischen Wien und Berlin betrug im Dezember 1994 10,4%

Die Regressionsgleichung ergibt eine bedeutend bessere Erklärung der Preisveränderungen vom Herbst 1994 bis zum Frühjahr 1995 als für die meisten Industriewaren

In Wien verbilligten sich jene Lebensmittel am stärksten, deren Preise im Herbst jene in Berlin am weitesten über-troffen hatten (Übersicht 7, Abbildung 8).

Gleichung 3

Abhängige Variable	P1	
Zahl der Beobachtungen	338	
Mittelwert der abhängigen Variablen	-0,035745	
Standardabweichung der abhängigen Variablen	0,14143	
R ² bereinigt	0,497233	
	Koeffizient	t-Statistik
Konstante	-0,237271E-02	- 0,401766
P2	0,503289	11,4494
V1	-0,345247	-15,6942

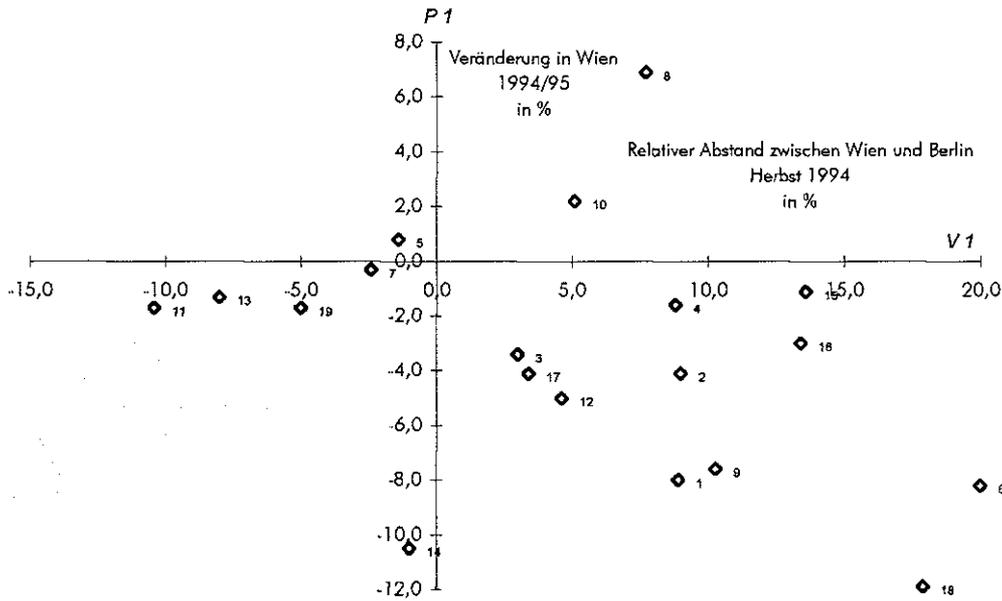
Die Ergebnisse weisen auf ein großes Maß von Paral-lelität in der Preisbewegung von Nahrungsmitteln zwi-schen Berlin und Wien hin. Der Koeffizient von P2 be-trägt 0,5, die Preisentwicklung in Berlin (gemessen in re-lativen Veränderungsdaten) spiegelt sich in der Preisent-wicklung der Nahrungsmittel in Wien. Wenn man die Preisbewegung in Berlin als Näherungsvariable für An-gebots- und Nachfrageverschiebungen interpretiert, le-gen die Ergebnisse den Schluß nahe, daß die Inflations-rate in Berlin und Wien weitgehend von denselben An-gebots- und Nachfragefaktoren bestimmt wird.

Die Rate, mit der der Preisunterschied zwischen Berlin und Wien abgebaut wird, ist ebenfalls bedeutend hö-her als für Drogeriewaren: Der Koeffizient von 0,35 be-deutet, daß innerhalb von vier bis fünf Monaten mehr als ein Drittel der Preisunterschiede abgebaut wurde.

Von besonderem Interesse ist die Entwicklung der Preise jener Waren, deren Produzentenpreise mit Österreichs EU-Beitritt Anfang 1995 an das EU-Niveau angeglichen

Abbildung 7: Industrielle Waren

Preisabstand zwischen Wien und Berlin und Preisverlauf in Wien



wurden Diese Anpassung betraf vor allem Milch und Milchprodukte, Mehl und Mehlprodukte sowie Fleisch und Wurstwaren. Auch die Märkte für Gemüse und Obst wurden in die Liberalisierung einbezogen

Getrennte Regressionsgleichungen für diese Waren ergaben, daß die Inflationsraten in recht unterschiedlicher Weise von den erklärenden Variablen abhängen. In der Gruppe Speisefett, Milch und Milchprodukte wurden zwischen Dezember 1994 und April bzw. Mai 1995 fast 50% der Preisunterschiede zwischen Berlin und Wien beseitigt. Darüber hinaus war die Preisentwicklung dieser Gruppe in Wien von einer großen Parallelität zu jener in Berlin gekennzeichnet.

Etwas weniger paßten sich die Preise von Brot an Die autonome Preisveränderung, d. h. jene Veränderung, die nicht auf die erklärenden Variablen zurückgeht, war jedoch mit -1,5% etwas stärker negativ

Für die Gruppe Fleisch, Wurstwaren und frischer Fisch zeigt sich kaum eine Beziehung zwischen der Preisver-

Übersicht 6: Regressionsgleichungen für industrielle Waren

	Konstante	P2	V1	CC	VPOS	R ² bereinigt	Zahl der Beobachtungen
Kameras	-0,2	0,65	-0,16			0,28	41
	(-1,1)	(3,4)	(-1,8)				
	-0,01	0,67	-0,10	-0,01	-0,06	0,20	41
	(-0,2)	(3,2)	(-0,3)	(-0,2)	(-0,14)		
Elektrogeräte	0,00	0,55	-0,30			0,18	53
	(0,3)	(1,8)	(-3,0)				
	-0,06	0,50	-0,95	-0,09	0,55	0,19	53
	(-1,4)	(1,7)	(2,0)	(1,7)	(1,1)		
Armaturen, Spiegelschränke	0,01	-0,01	-0,09			0,00	19
	(1,0)	(-0,03)	(-0,9)				
	-0,01	-0,30	-0,21	0,16	-1,13	0,41	19
	(-0,5)	(-1,3)	(-1,1)	(3,4)	(-3,0)		
Heimwerkermaschinen	-0,06	-0,34	-0,30			0,38	27
	(-3,8)	(-2,2)	(-3,7)				
	-0,08	-0,26	-0,21	0,08	-0,39	0,54	27
	(-1,1)	(-1,9)	(-0,3)	(1,0)	(-0,6)		
Gehobene Schreibgeräte	0,01	-0,15	-0,20			0,06	25
	(0,3)	(-1,0)	(1,8)				
	-0,35	0,56	-1,13	0,30	1,6	0,43	25
	(-1,3)	(1,4)	(-1,4)	(1,1)	(2,1)		
Sportartikel	-0,06	0,56	0,09			0,02	25
	(-2,1)	(1,6)	(0,4)				
	-0,05	0,68	0,18	0,02	-0,50	0,06	25
	(-0,7)	(1,5)	(0,5)	(0,2)	(-0,6)		
Markenspielwaren	-0,01	0,47	-0,33			0,05	73
	(-0,5)	(1,8)	(-2,1)				
	-0,04	0,44	-0,41	0,04	0,02	0,03	73
	(-0,6)	(1,6)	(-0,2)	(0,5)	(0,1)		
Markenjeans	-0,01	0,41	-0,06			0,49	12
	(-0,7)	(3,4)	(-0,6)				

P2: Veränderungsrate der Preise in Berlin von Herbst 1994 bis Frühjahr 1995, V1: relativer Abstand der Preise in Wien von jenen in Berlin im Herbst 1994, CC: Dummyvariable, kursive Zahlen in Klammern: t-Statistik

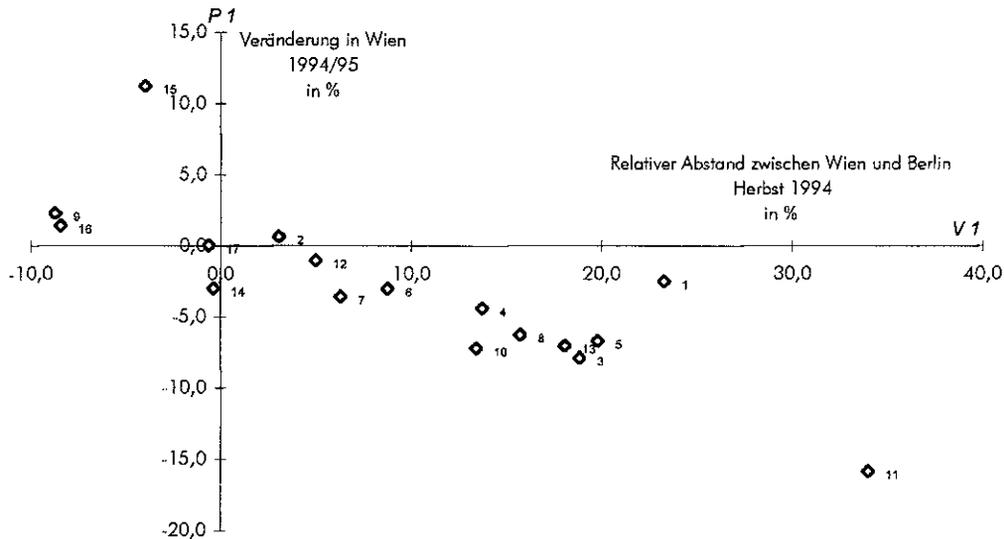
Übersicht 7: Preisvergleich Wien-Berlin für Lebensmittel

	V1	P1	P2	V2
Alkoholische Getränke	+23,3	-2,5	-0,9	+21,7
Alkoholfreie Getränke	+3,1	+0,7	+0,7	+3,0
Schokolade, Zucker-, Backwaren	+18,8	-7,9	-2,2	+13,2
Dauerwaren, Mehl	+13,7	-4,4	+0,2	+9,1
Babynahrung	+19,8	-6,7	+0,1	+13,1
Dauerwaren, Suppen	+8,8	-3,0	±0,0	+5,8
Speisewürzen, Suppen, Salate	+6,3	-3,6	+1,3	+1,5
Marmelade, Konserven	+15,7	-6,3	-2,1	+11,5
Instantgetränke, Kaffee, Tee	-8,7	+2,3	-0,6	-5,8
Speisefett, Butter	+13,4	-7,2	±0,0	+6,2
Milch, Milchprodukte	+34,0	-15,8	+1,5	+16,7
Tiefkühlwaren	+5,0	-1,0	+1,3	+2,6
Brot	+18,1	-7,0	+2,0	+9,1
Fleisch, Wurst, frischer Fisch	-0,4	-3,0	-5,6	+2,3
Gemüse, Salat	-4,0	+11,3	+10,9	-3,7
Obst	-8,4	+1,4	-1,0	-6,0
Reformprodukte, Süßstoffe	-0,7	+0,1	+2,5	-3,1

P1: Veränderungsrate der Preise in Wien von Herbst 1994 bis Frühjahr 1995, P2: Veränderungsrate der Preise in Berlin von Herbst 1994 bis Frühjahr 1995, V1: relativer Abstand der Preise in Wien von jenen in Berlin im Herbst 1994, V2: relativer Abstand der Preise in Wien von jenen in Berlin im Frühjahr 1995.

Abbildung 8: Lebensmittel

Preisabstand zwischen Wien und Berlin und Preisverlauf in Wien



änderung und den erklärenden Variablen Der autonome Rückgang der Preise betrug 4,1%.

Eine gute Erklärung ergibt sich hingegen für die Gruppe Obst und Gemüse. Hier ist die Parallelität zwischen der Preisbewegung in Berlin und Wien besonders ausgeprägt Dies stimmt mit Beobachtungen aus früheren Jahren gut überein Die Bewegung der Obst- und Gemüsepreise wird sehr stark von Angebotsschwankungen bestimmt, die nicht auf ein Land allein beschränkt sind.

DIE PREISE INDUSTRIELLER UND GEWERBLICHER WAREN IM VPI UND LAUT ERHEBUNG DER ARBEITERKAMMER

Laut Verbraucherpreisindex betrug die Inflationsrate der Gruppe der industriellen und gewerblichen Waren im II. Quartal 1995 2,0% und war damit erheblich höher als in Westdeutschland (1,5%) Dieser relativ kräftige Preisauftrieb steht im Gegensatz zu jenem Bild, das sich aus der Preiserhebung der Arbeiterkammer ergibt: Zwar stiegen die Preise von einzelnen Produkten oder Pro-

duktgruppen zwischen Herbst 1994 und Frühjahr 1995, doch insgesamt ergeben sich aus der Auswertung der Preiserhebung Hinweise auf eine fallende Preistendenz und somit auf eine Anpassung der Preise in Wien an jene in Berlin.

Ein Teil dieser Diskrepanz läßt sich damit erklären, daß unterschiedliche Zeitpunkte verglichen werden. Die Inflationsrate laut VPI ist eine Jahresveränderungsrate, jene laut Erhebung der Arbeiterkammer bezieht sich auf einen Zeitraum von knapp einem halben Jahr (November/Dezember 1994 bis April/Mai 1995). Schränkt man die Preisentwicklung laut VPI auf einen entsprechenden Zeitraum ein (IV Quartal 1994 und II. Quartal 1995) und rechnet die Veränderungsrate auf eine Jahresrate hoch, so ergeben sich merklich geringere Veränderungsraten: Industrielle und gewerbliche Waren verteuerten sich insgesamt mit einer Jahresrate von 1,3% (im Vorjahresvergleich +2,0%), die Preise industrieller Verbrauchsgüter erhöhten sich um 2,6% (+1,9%), jene von langlebigen Gebrauchsgütern um 0,5% (+1,1%) und von kurzlebigen Gebrauchsgütern um 1,4% (+2,8%) Somit hat sich auch laut VPI der Preisauftrieb seit Jahresbeginn deutlich abgeschwächt, er liegt aber noch immer über Null

Ein weiterer wichtiger Punkt, der die Vergleichbarkeit der Preisentwicklung laut VPI mit jener laut Erhebung der Arbeiterkammer erschwert, sind große Unterschiede in den Warenkörben sowie in der regionalen Erfassung: Die Erhebung der Arbeiterkammer deckt – wenn auch in großer Genauigkeit – nur ein gewisses Segment der im VPI erfaßten Waren ab. Aus der großen Zahl der in beiden Statistiken erhobenen Preise sind nur 16 Positionen vergleichbar, hauptsächlich Elektrogeräte, Kameras und Drogeriewaren Die kleine Warenauswahl, deren Preise in beiden Erhebungen erfaßt werden, macht allerdings

Übersicht 8: Regressionsgleichungen für Lebensmittel

	Konstante	P2	V1	R ² bereinigt	Zahl der Beobach- tungen
Speisefett Milch Milchprodukte	-0,00 <i>t</i> -0,21	0,45 <i>t</i> 2,81	-0,47 <i>t</i> -7,71	0,58	45
Brot und Brot verpackt	-0,01 <i>t</i> -0,31	-0,02 <i>t</i> -0,01	-0,30 <i>t</i> -0,91	0,43	10
Fleisch, Wurstwaren, frischer Fisch	-0,04 <i>t</i> -1,81	-0,18 <i>t</i> -0,91	-0,24 <i>t</i> -1,81	0,09	23
Obst und Gemüse	0,02 <i>t</i> 0,61	0,67 <i>t</i> 6,51	-0,29 <i>t</i> -2,51	0,54	37

P2 = Veränderungsrate der Preise in Berlin von Herbst 1994 bis Frühjahr 1995 V1 = relativer Abstand der Preise in Wien von jenen in Berlin im Herbst 1994 kursive Zahlen in Klammern t-Statistik

weitere deutliche Unterschiede sichtbar. Diese Waren verbilligten sich im Durchschnitt laut Erhebung der Arbeiterkammer um 2,7%, laut VPI um nur 0,3%

Auch die Unterschiede in der regionalen Erfassung sind groß. Während der VPI die Preisentwicklung für ganz Österreich abbildet – wobei auf Wien ein Gewicht von 29,5% entfällt –, gibt die Erhebung der Arbeiterkammer nur die Preise in Wien wieder. Die erheblichen Unterschiede in der Preisbewegung beider Statistiken – mehr als 2 Prozentpunkte – legen die Vermutung nahe, daß sich die Preise in der Großstadt Wien etwas anders entwickeln als in den kleineren Landeshauptstädten und Bezirksstädten, die das ÖSTAT in die Preiserhebung einbezieht. Auch die Auswahl der Geschäfte für die Erhebung der Arbeiterkammer mag von jener für den Verbraucherpreisindex abweichen. Letztlich mögen die Erfordernisse eines Städtevergleichs, die Preise von Produkten derselben Qualität in beiden Städten zu erfassen, bedeuten, daß vermehrt Waren in die Erhebung aufgenommen wurden, die nicht nur in bestimmten Regionen angeboten, sondern auch europaweit vertrieben werden; falls die Preise dieser Produkte letwa als Folge eines verschärften Wettbewerbs innerhalb der EU eher dazu tendierten nachzugeben, könnte sich im zeitlichen Verlauf eine gewisse Verzerrung nach unten einstellen.

ANDERE PREISVERGLEICHE

In den ersten Monaten nach dem Beitritt Österreichs zur EU wurde eine Reihe von Preisvergleichen publiziert. Auch die Kammer für Arbeiter und Angestellte für Wien wies in einer Serie „Preissünder der Woche“ auf hohe Preisunterschiede für verschiedene Waren hin.

Ein wichtiger Markt, auf dem Preisunterschiede schon seit langem große Aufmerksamkeit erregen, ist der Markt für Pkw. Im Juni 1995 veröffentlichte die EU-Kommission eine Studie über die Preisunterschiede von Neuwagen zwischen den EU-Mitgliedstaaten. Erstmals wurde auch Österreich in diese Untersuchung einbezogen. Gegenüber früheren Erhebungen haben sich die Preisunterschiede für die 75 untersuchten Modelle deutlich erhöht. Der Anteil der Neuwagen mit einem Preisunterschied von über 20% liegt bei über 50% (1994 18%). Die Kommission erklärt diese Divergenz u. a. mit dem Eintritt Österreichs, dessen Automarkt schon seit langem zu den teuersten zähle: 33 der 75 Modelle sind in Österreich am teuersten⁸⁾.

⁸⁾ Die EU-Kommission führt zwei weitere Gründe an: 1. Die Abwertung der italienischen Lira ließ die Preise in Italien sinken, da die meisten auf diesem Markt vertretenen ausländischen Hersteller ihre Lira-Preise aufrechterhielten, um ihren Marktanteil zu wahren. 2. Hersteller in Mitgliedstaaten, in denen bereits hohe Preise vorherrschten, hoben ihre Preise weiter an (Deutschland, Frankreich, Belgien und Luxemburg).

Auch für den Markt für Autoteile kann eine Segmentierungsstrategie der Autohersteller vermutet werden. Die Kfz-Ersatzteile der meisten Marken sind laut einer Aufstellung von Autodatex in Österreich erheblich teurer als in der BRD⁹⁾.

ABSCHLIESSENDE BEMERKUNGEN

Die theoretische und empirische Forschung im Bereich des Außenhandels konzentriert sich zunehmend auf Marktformen, in denen die Unternehmen als Preissetzer agieren und zwischen verschiedenen Märkten diskriminieren können. Dieses Phänomen ist in der Literatur auch als „Pricing to Market“ bekannt. Erhebliche Preisunterschiede zwischen nationalen Märkten für dasselbe Produkt weisen darauf hin, daß diese Strategie eine wichtige Rolle spielt. In einem engeren Sinn bezieht sich Pricing to Market auf die Beobachtung, daß Exporteure ihren Mark-up den Wechselkursänderungen je nach dem Zielland in unterschiedlicher Weise anpassen. Die Praxis der Preisdiskriminierung nach Käufern aus verschiedenen Ländern ist in einer Vielzahl von empirischen Studien dokumentiert (Knettlér, 1993).

Auf einer Reihe von Produktmärkten können die Unternehmen als Preissetzer agieren und zwischen verschiedenen Märkten diskriminieren. Die Praxis der Preisdiskriminierung nach Käufern aus verschiedenen Ländern ist als „Pricing to Market“ bekannt und in einer Vielzahl von empirischen Studien dokumentiert.

Preisdiskriminierung nach nationalen Märkten kann verschiedene Ursachen haben. Auf Märkten mit unvollkommenem Wettbewerb werden Unternehmen in Abhängigkeit von den Charakteristika der Nachfrage verschiedener Marktsegmente unterschiedliche Preise für dasselbe Produkt verlangen. Aber auch aus der unterschiedlichen Interaktion der Anbieter (Preisführerschaft, Preisgefolgschaft) auf oligopolistischen Märkten können sich Preisunterschiede ergeben (Kirman – Schueller, 1990). Ebenso drücken sich unterschiedlich starke Einfuhrbeschränkungen in Preisdifferenzialen aus.

Auch die Steuergesetzgebung kann Preisdifferenziale zwischen nationalen Märkten bewirken. Auf segmentierten Märkten ergeben unterschiedliche Steuersätze unterproportionale Unterschiede der Bruttopreise: Die Nettopreise (ohne Umsatzsteuer) sind in Ländern mit hohen Steuersätzen niedriger. Ein Teil des Unterschieds im Steuersatz wird also vom Verkäufer getragen und er-

⁹⁾ „Autoersatzteile sind in Österreich viel teurer als in Deutschland“ (Die Presse, 7. August 1995).

gibt eine Diskriminierung der Konsumenten in Ländern mit niedrigem Steuersatz (Gaul, 1993). Ein bekanntes Beispiel ist der Automarkt in Dänemark: Mit einer Umsatzsteuer von 100% sind die Netto-Autopreise in Dänemark die niedrigsten in der EU¹⁰⁾

In den theoretischen Studien wird meist unterstellt, daß die Unternehmer die Form der Nachfragefunktion kennen, wenn sie über ihre Preisstrategie entscheiden. In der Praxis wird dies in der Regel nicht der Fall sein, auch wenn sich Unternehmen vielfach bemühen, sich ein gutes Bild über den Markt zu verschaffen, auf dem sie agieren. Abweichungen der tatsächlichen von der in den Strategieüberlegungen angenommenen Nachfragefunktion werden möglicherweise nie bekannt; dies trifft besonders auf Märkte mit vielen Produktinnovationen zu. Nur auf wenigen Märkten sind die Signale so eindeutig, daß sie eine rasche Revision einer Fehleinschätzung zulassen. Worauf es also in der Beurteilung der unternehmerischen Preispolitik in erster Linie ankommt, ist die Einschätzung des Marktes durch die Marktteilnehmer. Wird etwa die Nachfrage auf einem nationalen Markt als sehr unelastisch eingeschätzt, so kommt die Segmentierungsstrategie voll zum Tragen. Die Preise werden höher als auf Märkten angesetzt, auf denen die Nachfrage sehr elastisch auf den Preis reagiert. Wenn diese Sicht auch von anderen Anbietern geteilt wird, werden auch diese eine Segmentierungsstrategie verfolgen und die Preise höher als in anderen Ländern ansetzen. Dies verstärkt die Tendenz zu mehr oder minder einheitlichen Preisen auf hohem Niveau. Ähnliches gilt für die Einschätzung der Wettbewerbssituation und der Höhe der Einfuhrhindernisse.

Auf vielen Märkten besteht ein großer Verhandlungsspielraum, der von verhandlungsstarken Konsumenten und dem Handel genutzt werden kann. Eine Studie aus den USA über Preisverhandlungen im Zuge eines Autokaufes zeigt sehr eindrucksvoll, welche Rolle die Einschätzung der Verhandlungsstärke des Geschäftspartners spielen kann (Ayres – Siegelman, 1995): Autohändler nannten potentiellen Käufern, deren Verhandlungsposition als schwach eingeschätzt wurde, erheblich höhere Verkaufspreise als anderen Gruppen, auch wenn beiden Gruppen in bezug auf den Autokauf tatsächlich keine Unterschiede aufwiesen. Die Händler scheinen aus beobachtbaren Merkmalen von Personengruppen auf nicht beobachtbare Merkmale, in diesem Fall die Verhandlungsstärke potentieller Autokäufer, zu schlie-

¹⁰⁾ Dieses theoretische Ergebnis bezüglich der Steuerinzidenz ist eine Verallgemeinerung eines in der Mikroökonomie bekannten Satzes: Die Überwälzung der Umsatzsteuer hängt sowohl von der Form der Nachfragefunktion als auch der Kostenfunktion ab. Je elastischer die Nachfrage, desto geringer ist das Ausmaß der Steuerüberwälzung auf den Konsumenten; je unelastischer die Angebotskurve, desto stärker ist die Absorption durch den Produzenten.

ßen. Eine einmal erworbene „Reputation“ ist nur schwer abzulegen.

Österreich scheint in vielen Marktsegmenten den Ruf als Hochpreisland zu haben. Eine Reihe von Preisvergleichen spricht dafür, daß dieser Ruf nicht unverdient ist (siehe die Erhebung der Arbeiterkammer vom Herbst 1994 und vom Frühjahr 1995). Dies dürfte auf seiten der Anbieter mit der Vorstellung einhergehen, daß Österreich ein Markt ist, auf dem sich Segmentierungsstrategien leicht realisieren lassen, nicht zuletzt weil die Österreicher als Konsumenten mit geringem Preisbewußtsein eingeschätzt werden. Der einzelne Konsument kann sich gegen diesen Ruf nicht wirksam zur Wehr setzen. Dazu bedarf es einer Strategie, die von einer Stelle konzentriert wird, die sich der allgemeinen Konsumenteninteressen annimmt. Oder aber es treten Ereignisse ein, die viele Konsumenten zur selben Zeit veranlassen, ihr Verhalten in derselben Richtung zu ändern – Änderungen, die sich in ihrer Auswirkung gegenseitig verstärken.

Österreich scheint in vielen Marktsegmenten den Ruf als Hochpreisland zu haben, in dem Segmentierungsstrategien erfolgreich eingesetzt werden können.

Mit Ende des Jahres 1994 scheint sich ein solcher Umschwung angebahnt haben. Die während der Debatte über den EU-Beitritt genährten Erwartungen über einen raschen Preisverfall ließen die heimischen Käufer kritischer werden. Die Preisunterschiede zum benachbarten Ausland, die den Konsumenten zu Jahresende 1994 und seither vorgeführt wurden, machten die Käufer preisbewußter. Eine Vielzahl von Preisvergleichen, ob von den Medien oder von Interessenvertretungen wie der Arbeiterkammer, wiesen darauf hin, daß die Preise in Österreich in vielen Bereichen über jenen in der BRD oder in Italien lagen. Bereits diese Informationskampagne dürfte dazu beigetragen haben, daß eine Reihe von Waren billiger wurde. Diese Vermutung wird gestützt durch Ergebnisse einer Unternehmensbefragung, wonach sich der Verhandlungsdruck von Abnehmern verstärkt, wenn sie Kenntnis von unterschiedlichen Preisen in anderen Ländern haben (Gaul – Lutz, 1993). Unternehmer schreiben diesem Gesichtspunkt von Preisreduktionen die wichtigste Rolle zu.

Der Handel selbst – als jener Sektor, der die Haushalte direkt beliefert – reagierte auf diese Erwartungen und verstärkte sie, indem er „EU-Preise“ bewarb und in manchen Segmenten drastische Preisreduktionen ankündigte. Dies war auf dem Nahrungsmittelsektor besonders deutlich.

Die bisherigen positiven Erfahrungen mit den Auswirkungen von Preisvergleichen legen es nahe, die Konsumenten auch in Zukunft mit Informationen zu versorgen, die

ihnen Preisvergleiche ermöglichen und sie veranlassen, stärker auf Preisunterschiede zu reagieren und auf billigere Anbieter im Inland oder im Ausland ausweichen. Diese Reaktion der Endverbraucher dürfte in weiterer Folge den Handel darin bestärken, mit Hinweis auf das gestiegene Preisbewußtsein der Konsumenten den Druck an die in- und ausländischen Lieferanten weiterzugeben und in Preisverhandlungen größere Konzessionen zu verlangen¹¹⁾

Produktdifferenzierung wird häufig als Instrument der Preisdifferenzierung eingesetzt, mit dem Ziel, Preisvergleiche zu erschweren. Die Differenzierung kann sich auf Produkte desselben Herstellers in verschiedenen Ländern oder auf Produkte von Konkurrenten beziehen. Organisationen, die sich um den Konsumentenschutz bemühen, wie etwa die Arbeiterkammern und der Verein für Konsumenteninformation, nehmen seit langem die Aufgabe wahr, die Konsumenten bei der Kaufentscheidung zu beraten¹²⁾. Eine Verstärkung dieser Informationstätigkeit würde dazu beitragen, die Nachfrage der Verbraucher zu preisgünstigen Angeboten zu lenken.

Die Bereitstellung von mehr Information hat also eine bedeutende Rolle zu erfüllen. Sie muß aber nicht das alleinige Mittel zur Förderung der Preisangleichung sein. Aus Befragungen ergibt sich, daß Unternehmer Parallelimporte in der Form von „professionellem Auslandseinkauf gewerblicher Abnehmer“ als wichtigen Grund für Preisharmonisierung erkennen (Gaul – Lutz, 1993). Seit einiger Zeit sind auch in Österreich Preisagenturen tätig; solche Agenturen – die vom Verein für Konsumenteninformation wohlwollend beurteilt wurden – könnten dazu beitragen, das Preisniveau zu senken. Dazu bedürfte es allerdings etwas größerer Publizität. Dies könnte etwa dadurch erreicht werden, daß die öffentliche Hand Preisagenturen im Rahmen von öffentlichen Aufträgen mit der Ausforschung von preisgünstigen Angeboten betraut.

Auch Parallelimporte durch die Konsumenten selbst üben einen gewissen Druck auf die Preise aus. Importe von Autos etwa wurden allerdings bisher durch bürokratische Hemmnisse bei der Anmeldung und durch eine steuerliche Benachteiligung bei der Berechnung der Normverbrauchsabgabe erheblich behindert¹³⁾. Eine Senkung der Pkw-Preise um nur 10% würde die Inflation um fast ½ Prozentpunkt dämpfen.

Die Förderung eines preisbewußten Kaufverhaltens der Konsumenten ist eine vordringliche Aufgabe. Wo aber

die Konsumenten Monopolisten oder Unternehmen gegenüberstehen, die ihre marktbeherrschende Stellung mißbrauchen oder mit anderen Unternehmen verbotene wettbewerbsbeschränkende Vereinbarungen eingehen, kann eine Stärkung des Preisbewußtseins nur wenig ausrichten. Hier bedarf es des Einsatzes von Instrumenten der Wettbewerbspolitik.

Inhaltlich bereits mit dem EWR-Abkommen, vollständig dann mit dem EU-Beitritt übernahm Österreich das Wettbewerbsrecht der EU. Dennoch verbleibt dem österreichischen Gesetzgeber und der Verwaltung im innerstaatlichen Bereich ein erheblicher Spielraum in bezug auf Wettbewerbsfälle, die vom EU-Recht nicht erfaßt werden. Ein strenger Vollzug des österreichischen Kartellgesetzes sowie eine möglichst weitgehende Mitwirkung am Vollzug des EU-Kartellrechtes könnten dazu beitragen, jene Preissenkungen, welche sich aus Liberalisierungsmaßnahmen aufgrund anderer EWR- und EU-Vorschriften ergeben, zu sichern sowie allgemein der Versuchung entgegenzuwirken, abgeschaffte staatliche Marktzugangsbeschränkungen durch Absprachen zwischen Unternehmen zu ersetzen. Eine Angleichung des österreichischen Kartellgesetzes an den Standard, der in anderen europäischen Ländern herrscht, ist eine weitere Möglichkeit: Während das Wettbewerbsrecht der EU vom Verbotsprinzip ausgeht, gilt in Österreich im wesentlichen das Mißbrauchsprinzip: In der EU sind demnach wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweisen oder Vereinbarungen grundsätzlich verboten, wenn ihnen nicht Vorteile für die Gesamtwirtschaft, den technischen Fortschritt, die Verbraucher usw. gegenüberstehen; in Österreich sind solche Vereinbarungen grundsätzlich erlaubt, sofern ihnen nicht die volkswirtschaftliche Rechtfertigung fehlt. Mißbräuchen soll durch behördliche Aufsicht entgegengetreten werden.

In der Neufassung des Kartellgesetzes vom 1. November 1993 hat jeder betroffene Unternehmer (Konkurrent, Abnehmer, Lieferant) die Möglichkeit, beim österreichischen Kartellgericht einen Antrag auf Feststellung, ob ein bestimmter Sachverhalt dem Kartellgesetz unterliegt, und gegebenenfalls auf Untersagung dieses Kartells zu stellen. Diese Änderung bedeutet eine erhebliche Verbesserung im Vergleich zur bisherigen Gesetzeslage; davon wurde bisher in einer Reihe von Fällen Gebrauch gemacht¹⁴⁾. Trotz dieser Verbesserung leidet das Kartellverfahren daran, daß es weitgehend vom Antragsprinzip beherrscht wird. Ein Unternehmen wird einen Antrag nur dann stellen, wenn der erwartete Nut-

¹¹⁾ Diese Überlegungen betreffen nicht nur die Käufe von Endverbrauchern, sondern gleichermaßen die Zukäufe von Unternehmen.

¹²⁾ Auch die Autofahrerklubs sind, wenn auch auf wenige Gebiete beschränkt, auf diesem Gebiet tätig.

¹³⁾ Die Arbeiterkammer hat diesbezüglich bei der EU-Kommission eine Beschwerde wegen ungerechtfertigter Diskriminierung von Konsumenten, die ein Auto aus dem EU-Raum nach Österreich einführen, durch die Finanzbehörden eingebracht.

¹⁴⁾ Laut Angaben der Kammer für Arbeiter und Angestellten für Wien wurden 6 Untersagungsanträge von Unternehmen wegen Mißbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung, 6 Feststellungsanträge im Zusammenhang mit Fusionskontrolle und vertikalen Vertriebsverbindungen sowie 2 Anträge wegen Druckausübung zur Teilnahme an einem Kartell gestellt. Daneben gab es mehr als 50 Anträge der Amtsparteien.

zen die in der Regel doch erheblichen Kosten – materieller oder immaterieller Art – deutlich übersteigt. Die für andere Unternehmen sowie die Konsumenten entstehenden Vorteile mögen dennoch die Kosten eines solchen Verfahrens überschreiten; dies ist die Problematik des Kollektivgutes¹⁵⁾. Selbst wenn der Nutzen für die Allgemeinheit hoch ist, veranlaßt das individuelle Kosten-Nutzen-Kalkül den einzelnen, von einer bestimmten Handlung abzusehen, da er nur einen Bruchteil des allgemeinen Nutzens lukrieren kann. Um das Allgemeininteresse besser zu berücksichtigen, könnte eine Anlaufstelle für betroffene Unternehmen und Konsumenten im Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten, die Informationen und Beschwerden sammelt und als Vermittlungsstelle Unternehmen mit ähnlichen Interessen zusammenführt, bereits teilweise Abhilfe schaffen. Ein weiterer Schritt wäre die Einführung des amtswegigen Untersuchungsgrundsatzes, der bereits in den Kartellverfahren anderer Staaten gilt. Mit der Einleitung eines Verfahrens von Amts wegen sollte eine unabhängige Behörde betraut werden, deren Aufgabe es wäre, die Einhaltung der Wettbewerbsgesetze zu überwachen.

¹⁵⁾ Als Kollektivgüter (öffentliche Güter) werden in der ökonomischen Literatur Güter bezeichnet, die durch die Prinzipien der Nichtausschließbarkeit und der Nichtrivalität im Verbrauch gekennzeichnet sind

LITERATURHINWEISE

- Ayres, I., Siegelman, P., „Race and Gender Discrimination in Bargaining for a New Car“, *American Economic Review*, 1995, 85(3), S. 304-321.
- Binder, P., Gierl, H., „Internationale Preisgestaltung von Serviceleistungen“, *Der Markt*, 1993, 32(124), S. 12-21.
- Breuss, F., Kratena, K., Schebeck, F., „Effekte eines EU-Beitritts für die Gesamtwirtschaft und für die einzelnen Sektoren“, *WIFO-Monatsberichte*, Sonderheft, Mai 1994, S. 518-533
- EG-Kommission, *The Economics of 1992. Cecchini-Bericht*, *The European Economy*, 1988, 135f.
- Gaul, W., Lutz, U., „Panneuropäische Tendenzen in der Preispolitik: Eine empirische Studie“, *Der Markt*, 1993, 32(127), S. 189-204
- Gual, J., „An Econometric Analysis of Price Differentials in the EEC Automobile Market“, *Applied Economics*, 1993, 25, S. 599-607
- Kirman, A., Schueller, N., „Price Leadership and Discrimination in the European Car Market“, *The Journal of Industrial Economics*, 1990, 39, S. 60-91
- Knettlner, M., „International Comparisons of Pricing-to-Market Behavior“, *American Economic Review*, 1993, 83, S. 473-486
- Pollan, W., „Zur Messung der Inflation durch den Verbraucherpreisindex“, *WIFO-Monatsberichte*, 1982, 55(2), S. 119-122
- Schneider, M., „Bilanz der ersten Erfahrungen mit der Gemeinsamen Agrarpolitik“, *Monatsberichte*, 1995, 68(5), S. 333-338
- Stankovsky, J., „EU-Beitritt Österreichs, Zollunion und Gemeinsame Handelspolitik“, *WIFO Working Papers*, 1994, 168f.
- Verein für Konsumenteninformation, „Wer gibt's billiger?“, *Konsument*, 1995, 19(1) S. 4-7

The Effects of Austria's Accession to the EU on Consumer Prices – Summary

Austria's accession to the EU has intensified competitive pressure at all levels of production and distribution. Where price reductions are based on cost reductions considerable lags must be expected. One important exception are foods prices. At the beginning of 1995 Austria adopted the EU's Common Agricultural Policy. As a result, agricultural producer prices dropped sharply; by the end of 1995, more than half of these reductions have been passed on to consumer prices.

In other segments, the integration effects on prices were more drawn out. Even though prices of many manufactured goods are higher in Austria than in West Germany, inflation in this area hardly slowed down during the first half of 1995 and exceeded the inflation rate in West Germany. It was only towards the end of the year that price increases fell below comparable figures for Germany. No clear signs of a deceleration have emerged yet for service prices.

If the development of prices in West Germany is used as a standard against which to measure the effects of membership in the EU, the price effect can be estimated at almost $\frac{1}{2}$ percentage point in the first half of 1995 and at $\frac{3}{4}$ percentage point in the second half of 1995. Much of this effect is due to lower food prices.

The analysis of the movement of consumer prices according to the CPI can be complemented by the analysis of a survey of consumer prices conducted by the Chamber of Labor in the fall of 1994, before Austria's entry into the EU, and the spring of 1995 in Vienna and Berlin. In many market segments prices are higher in Vienna than in Berlin, but the averages mask a great deal of variation in price differentials. Prices in Vienna tended to adjust to prices in Berlin in a systematic way: the higher the initial price differential, the larger the adjustment. This price equalization feature was most pronounced for food prices.

At the level of consumer prices, Austria seems to have the reputation of being a high-price country where market segmentation strategies can be successfully employed. The expectations of sharp price reductions in the wake of EU membership as well as a great number of price comparisons with other countries seem to have boosted the competitive spirit and may have made Austrian consumers more price-conscious. This change is likely to have contributed to the eventual slowdown in inflation. Well informed consumers are essential to the functioning of the market, but where the markets are distorted by oligopolistic structures competition policies are called for. Austria needs to strengthen competition by adopting legislation that has been standard in many EU countries.