

MACHBARKEITSSTUDIE ZUR AUSWEITUNG DER ZENTRALEN PREISERHEBUNG IM BEREICH „BEKLEIDUNG UND SCHUHE“

**Konferenz “Messung der Preise”
am 16./17. Juni 2016 in Eltville**



Vorbemerkung

- **Die Durchführung der Preiserhebung in der Verbraucherpreisstatistik ist grundsätzlich Aufgabe der Statistischen Landesämter.**
- **Wesentliche Gründe und Ziele für eine zentrale Preiserhebung**
 - **Effizienz:** - Einheitliches Sortiment und einheitliche Preise
 - Zugriffe auf Datenbanken
 - Geringe Belastung der Unternehmen
 - **Qualitätssicherung der Preiserhebung:** Schwierige Produktbereiche erfordern die Preiserhebung von „Produktspezialisten“.
- **Zentrale Preiserhebung wird von einem Amt (Statistisches Landesamt oder Bundesamt) durchgeführt.**

Voraussetzung für die Einführung zentraler Erhebung

1. Überprüfung und Nachweis notwendiger Vorbedingungen

- Einheitliche Preisgestaltung
- Regionale Preisunterschiede, aber zentral gut ermittelbar
- Bereitstellung erforderlicher Ressourcen
- Ausgewählte Berichtsstelle (BST) bietet Komplettsortiment aller repräsentierten BST
- Bereitschaft der BST Zusatzaufwand zu tragen bzw. dem Amt den Zugriff auf Informationen zu gewähren

Voraussetzung für die Einführung zentraler Erhebung

2. Sicherstellung der erforderlichen Qualität

- Repräsentative Abbildung der Grundgesamtheit in sachlicher (Güter und Konsumsegmente) und zeitlicher Hinsicht (Berichtsperiode)
- Hinreichend große Anzahl an Preisreihen für alle Güter und Konsumsegmente
 - ➔ Abbildung Sortimentsvielfalt
- Qualifizierte Preiserheber vor Ort erforderlich (Fachwissen)
- Ergebnisse unterliegen sorgfältigen Plausibilitätskontrollen
- Termingerechte Bereitstellung der Ergebnisse

Voraussetzung für die Einführung zentraler Erhebung

3. Bestimmung der Stichprobe

- Erhebung aller Waren und Dienstleistungen des Erhebungskatalogs mit Verbrauchsbedeutung (soweit im Sortiment vorhanden)
- Repräsentative Abbildung des Sortiments in Bezug auf Gütervarianten, Hersteller, Qualitätsschichten, Käufer-Zielgruppen, Gebindegrößen
- Beachtung der zeitliche Repräsentativität (HVPI-VO zum zeitlichen Rahmen der Preiserhebung muss eingehalten werden)

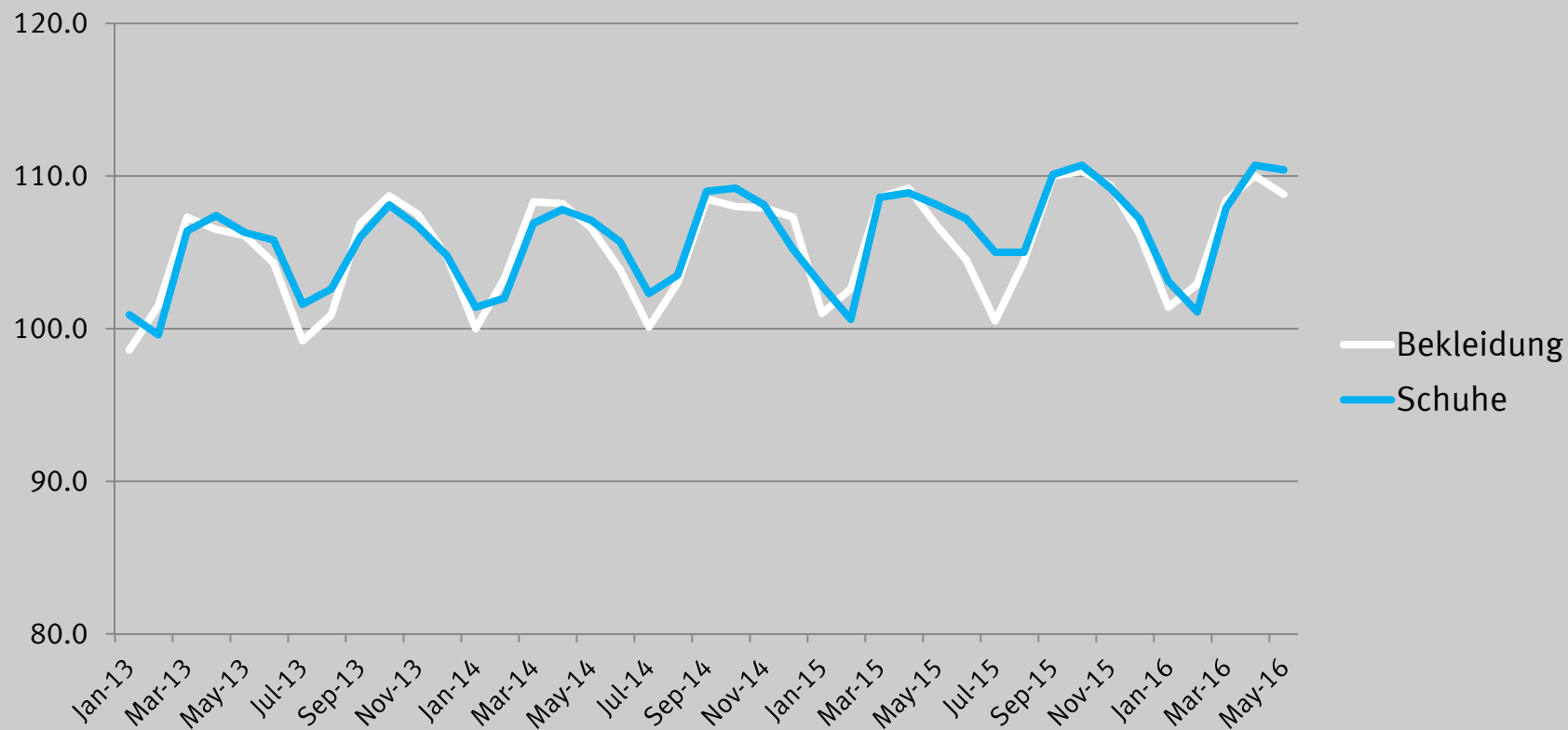
Zentrale Preiserhebung im Bereich „Bekleidung und Schuhe“

Besonderheiten

- **Effizienzsteigerung möglich**
 - (Kataloge), Versandhandel und Internethandel
 - Viele Handelsketten regional übergreifend
 - Teilweise jedoch mit unterschiedlichen Konzepten für die einzelnen Filialen
- **Qualitätssicherung der Preiserhebung**
 - Volatiles Sortiment durch Saison und Mode: vielfach unterjähriger Erzeugniswechsel
 - Volatile Preise, insbesondere Einstiegs- und Ausverkaufspreise durch Saison und Mode

Preisentwicklung im Bereich „Bekleidung und Schuhe“

Volatile Preisentwicklung im Bereich “Bekleidung und Schuhe”



Zentrale Preiserhebung bei Handelsketten im Bereich „Bekleidung und Schuhe“

Handelsketten mit einheitlicher (Sortiment-) und Preisgestaltung und hoher Marktbedeutung

- **Erste Phase:**
 - Start: in 2004 bis 2006 und Erweiterung: 2013
 - Wesentliche Gründe für die Durchführung: Geringe Belastung der Unternehmen in einzelnen Regionen/Filialen
- **Zweite Phase:**
 - Start in 2015 und Erweiterung in 2016/17
 - Wesentliche Gründe: Zunehmende Bedeutung der Handelsketten sowie Effizienz und Qualität

Kriterienkatalog

Kann-Kriterium	Muss-Kriterium
Sortimentsschwerpunkt liegt im Bereich „Bekleidung und Schuhe“ (Nebensortiment möglich)	Deutschlandweit einheitliche Preisgestaltung
Durchführung dezentraler Preiserhebung bei Handelskette bereits in vielen Ländern bzw. Erweiterung geplant	Filialen sind flächendeckend in annähernd jeder Erhebungsregion (gemäß Regionsmodell) vorhanden
Erhebung vieler Preise bzw. Ausweitung der Stichprobe geplant	Vereinbarkeit mit der EU-VO Nr. 701/2006
Hohe Marktbedeutung der Handelskette	
Große Anzahl an Filialen	
Gleiches oder überwiegend übereinstimmendes Sortiment in Filialen	

Untersuchte Handelsketten

- **12 Handelsketten mit Schwerpunkt „Bekleidung und Schuhe“**
 - Vorgehen: Datensammlung und Prüfung der Kriterien
 - Ergebnis: 3 Handelsketten für den Geschäftstypen 04 (Discounter/ Fachmarkt) kamen in die nähere Auswahl
 - Zusätzliche Untersuchung zur Eignung einer Online-Erhebung
 - Voraussetzung von identischen stationären und online verfügbaren Preisen (und Sortimenten)
 - Besonderheit u.a. Gefahr der verzerrten Preisentwicklung (lange Verfügbarkeit im Onlinehandel -> zu späte Ersetzung)

Umsetzungsschritte

Aufbau der zentralen Erhebung

Festlegung des Personals

Auswahl einer geeigneten Filiale

Kontaktaufnahme mit der Filialleitung

Festlegung des Stichprobenumfangs

Recherche über verfügbare Marken und Preisschienen

Sichtung des Sortiments vor Ort/Testerhebung

Festlegung der Frühjahr- /Sommerstichprobe (inkl. ganzjährig)

Festlegung der Herbst- /Winterstichprobe

Überprüfung der Stichprobe (bei Online-Erhebung auch vor Ort)

Umsetzungsschritte

Implementierung der zentralen Erhebung in Verbraucherpreisstatistik

Technische Umsetzung

Übernahme der zentralen Erhebung in den relevanten Regionen durch die Statistischen Landesämter

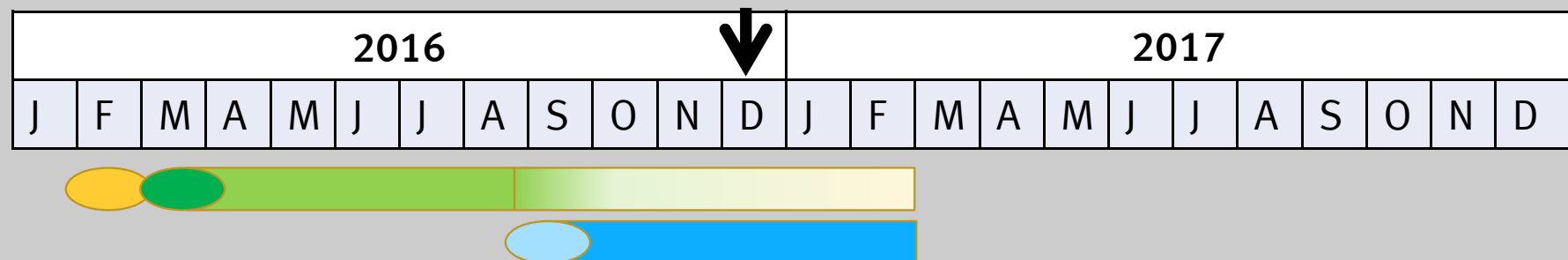
- Auswahl der Filialen pro Region
- Auswahl der Positionen (Sortiment)





Löschen der dezentralen Berichtsstelle/Preisreihen für die zentral erhobene Handelskette

Implementierung der zentralen erhobenen Daten in die monatliche Preiserhebung

Terminübersicht

Aktuelle Implementierung einer zentralen Preiserhebung



-  Begleitung einer bestehenden zentralen Preiserhebung sowie Testerhebung
-  Implementierung und Überarbeitung der Frühjahr- /Sommerstichprobe (inkl. ganzjährig)
-  Implementierung und Überarbeitung der Herbst- /Winterstichprobe
-  Mögliche Implementierung in der monatlichen Preiserhebung

Ausblick

Ausweitung der zentrale Erhebung fortsetzen

- Im Bereich „Bekleidung und Schuhe“ sowie Ausweitung auf andere Güterbereiche und/oder Gütergruppen
- Besonderheit von zentraler Online-Erhebung berücksichtigen
 - Plausibilitätsprüfung/Regeln für die Ersetzungspraxis festlegen u.a. Überprüfung auf Verfügbarkeit online erhobener Produkte vor Ort

Anregungen und Fragen sind erwünscht

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

ute.egner@destatis.de
Telefon: 0611 / 75 41 55

