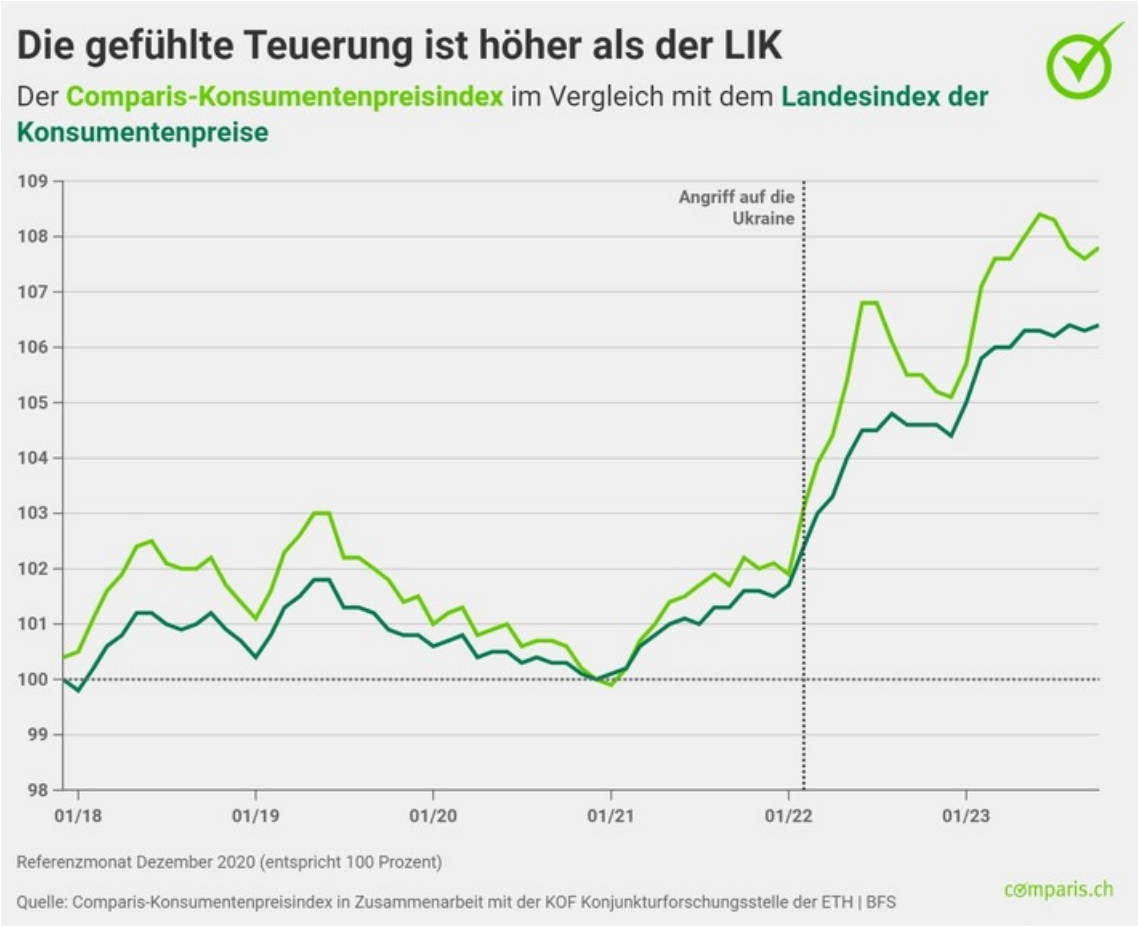
16.11.2023 – 00:30 Uhr

Medienmitteilung: Wassermangel, Dürre und Hitze: Preise für Olivenöl ziehen deutlich an



Medienmitteilung

Comparis-Konsumentenpreisindex Oktober 2023

Wassermangel, Dürre und Hitze: Preise für Olivenöl ziehen deutlich an

Laut dem Comparis-Konsumentenpreisindex* haben sich im Oktober 2023 die Preise für Alltagsgüter in der Schweiz im Vergleich zum Vorjahresmonat um 2,2 Prozent erhöht. Gegenüber September 2023 sind die Preise um 0,2 Prozent gestiegen. Neben Spielkonsolen und elektronischen Spielen (plus 5 Prozent) haben die Preise für Olivenöl mit plus 3,6 Prozent gegenüber dem Vormonat deutlich zugelegt. «Wassermangel, Dürre und Hitze haben im spanischen Andalusien schon das zweite Jahr in Folge zu grossen Produktionsausfällen geführt. Das deutlich reduzierte Angebot schlägt sich in starken Preisaufschlägen beim Olivenöl nieder», sagt Comparis-Finanzexperte Dirk Renkert.

Zürich, 16. November 2023 – Der Comparis-Konsumentenpreisindex in Zusammenarbeit mit der KOF Konjunkturforschungsstelle der ETH misst die gefühlte Inflation der Konsumentinnen und Konsumenten. Dazu wird ausschliesslich die Preisentwicklung von regelmässig konsumierten Gütern wie zum Beispiel Lebensmitteln, Medikamenten oder Kleidung betrachtet. Die Teuerungsrate wird damit um Mieten oder andere dauerhafte Güter bereinigt.

Laut dem Comparis-Konsumentenpreisindex sind im Oktober 2023 die Preise für Alltagsgüter in der Schweiz im Vergleich zum Vorjahresmonat um 2,2 Prozent gestiegen. Der Landesindex der Konsumentenpreise (LIK) des Bundesamtes für Statistik (BFS) stieg um 1,7 Prozent.

Inflation gegenüber Vormonat gestiegen

Gegenüber September 2023 sind die Preise im Schweizer Comparis-Warenkorb gestiegen, nämlich um 0,2

Prozent (LIK: plus 0,1 Prozent). Im Monat zuvor waren die Kosten für Alltagsgüter bereits um 0,2 Prozent gesunken (LIK: minus 0,1 Prozent).

«Die moderate Erhöhung beim LIK dürfte vermutlich den einen oder die andere überrascht haben, da die ersten Mieterhöhungen von Bestandsmieterinnen und -mietern bereits ab Anfang Oktober in Kraft traten. Jedoch werden die Erhöhungen gemäss Methodologie vom BFS nicht monatlich, sondern nur alle 3 Monate im offiziellen Inflationsindex berücksichtigt. Somit dürften die Auswirkungen der Erhöhungen erst für den November sichtbar werden», meint Renkert.

Stärkster Preisanstieg gegenüber Vormonat

Im vergangenen Monat haben sich verschiedene weitere Produkte verteuert. Am stärksten sind die Preise für Sonstige Druckprodukte gestiegen, um 12,5 Prozent (September: minus 1,8 Prozent).

Konsumierende müssen auch mehr Geld für Herrenschuhe bezahlen – die Preise sind im Oktober um 5,3 Prozent gestiegen (September: plus 0,8 Prozent).

Weiter unter den Top 5 der am stärksten verteuerten Güter sind Rotwein (plus 3,5 Prozent), Bekleidungszubehör (plus 3,3 Prozent) sowie Kinderschuhe (plus 3,1 Prozent).

Die Preise für Margarine, Speisefette und -öle stiegen im Oktober gegenüber September um 0,8 Prozent. Darunter fällt auch der Preis für Olivenöl, der sich um 3,6 Prozent verteuerte. «Die bedeutenden Produzentenländer Spanien, Italien und Griechenland mussten in diesem Jahr aufgrund widriger Wetterverhältnisse schlechte Olivenernten hinnehmen. In Andalusien, als grösstes Olivenanbaugebiet in Spanien, führten extremer Wassermangel, Dürre und Hitze schon das zweite Jahr in Folge zu massiven Ernteausfällen. Das reduzierte Angebot schlug sich in stark steigenden Preisen nieder. Gegenüber dem Vorjahresmonat erhöhten sich die Preise für Olivenöl gar um satte 24 Prozent», erklärt Renkert.

Stärkste Preisrückgänge im Vergleich zum Vormonat

Im Oktober sind einige Produkte günstiger geworden. So bezahlten Konsumierende etwa für Zucker 3,2 Prozent weniger als noch im September. Auch Material für Wohnungsreparaturen wurde günstiger, nämlich um 2,9 Prozent.

Weiter sanken die Preise für Natürliche Mineralwasser (minus 2,7 Prozent), Hotellerie (minus 2,3 Prozent) sowie Tee (Detailhandel) (minus 2,2 Prozent).

Schweiz liegt bei Teuerung im europäischen Vergleich weit hinten

Der Blick über die Landesgrenze hinaus zeigt: Im Vergleich zum Vorjahresmonat war die Teuerung in der Schweiz tiefer als in der Eurozone. Gemäss Eurostat, dem statistischen Amt der Europäischen Union, sind die Preise in diesem Zeitraum in den Euroländern um 2,9 Prozent gestiegen. Im Oktober lag die Inflationsrate bei 0,1 Prozent.

Höchste Teuerung bei Paaren ab 65 Jahren ohne Kinder

Die höchste Teuerung erlebten in den letzten 12 Monaten Paare ab 65 Jahren ohne Kinder. Sie fühlen aktuell eine Teuerungsrate von 2,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Auch im Oktober wurde für sie das Leben verglichen mit dem Vormonat noch einmal teurer, um 0,1 Prozent.

Rein rechnerisch spüren nach Haushaltstyp Paare unter 65 Jahren ohne Kinder prozentual am wenigsten von der Teuerung. Mit einem Indexstand von 107,4 hat die gefühlte Teuerung bei ihnen in den letzten 12 Monaten 2,2 Prozent betragen.

Haushalte in der höchsten Einkommensklasse spüren die Inflation am meisten

Betrachtet man das Einkommen, hat sich das Leben im Vergleich zum Vorjahr für die höchste Einkommensklasse am stärksten verteuert. Der Konsumentenpreisindex ist für diese Klasse um 2,3 Prozent gestiegen. Im Oktober lag die Teuerung bei plus 0,2 Prozent.

Am schwächsten von der Teuerung betroffen war die mittlere bis hohe Einkommensklasse. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Preise für sie um 2,1 Prozent gestiegen. Im vergangenen Monat wurde der Konsum für die mittlere bis hohe Einkommensklasse um 0,2 Prozent teurer.

Kein Teuerungsunterschied bei den Sprachregionen

Unterteilt nach Sprachregionen gibt es nahezu keine Unterschiede: Die deutsche, die rätoromanische, die

italienische und die französische Schweiz verzeichneten alle eine Teuerung von plus 2,2 Prozent. Im Oktober stieg das Preisniveau je um 0,2 Prozent.

***Comparis-Konsumentenpreisindex**

Der Landesindex der Konsumentenpreise (LIK) misst Preisveränderungen anhand eines repräsentativen Warenkorbs von rund 1'050 Waren und Dienstleistungen. Eine anhaltende Abnahme des Geldwertes bzw. eine Erhöhung des durchschnittlichen Preisniveaus bezeichnet dabei die Inflation. Der LIK umfasst 12 Hauptkategorien, darunter auch langfristige Investitionen und Wohnungsmieten. Grosse Ausgabenposten, wie etwa die Prämien für die Sozialversicherungen oder die direkten Steuern, sind demgegenüber nicht erfasst. Der LIK widerspiegelt somit nicht die tatsächlich gefühlte Teuerung der Konsumentinnen und Konsumenten.

Der Comparis-Konsumentenpreisindex in Zusammenarbeit mit der KOF Konjunkturforschungsstelle der ETH bildet die gefühlte Inflation ab, indem er die LIK-Daten um Mieten und dauerhafte Güter wie Personenwagen und Möbel bereinigt. Zudem werden explizit einzelne Haushaltsgruppen, Einkommensklassen und Sprachregionen berücksichtigt. Weiter wird ein geglätteter 20-Jahre-Preisvergleich berechnet sowie eigene Berechnungen für vereinzelte Produktgruppen (*) angestellt. Sofern Zahlen ausserhalb der Abschnitte zu Haushaltsgruppen, Einkommensklassen und Sprachregionen nicht mit einem Sternchen versehen sind, stammen die Angaben unverändert aus dem LIK, der vom Bundesamt für Statistik (BFS) berechnet wird.

Die Datengrundlage für den Comparis-Konsumentenpreisindex besteht aus dem Landesindex der Konsumentenpreise (LIK) sowie der Haushaltsbudgeterhebung (HABE). Die Gewichtungen für die neuen Preisindizes werden aus der HABE konstruiert. Danach werden verkettete Laspeyres-Indizes mit den Preisreihen des LIK berechnet. Die Indexbasis ist Dezember 2017 (entspricht 100 Prozent).

Weitere Informationen:

Dirk Renkert
Finanz-Experte
Telefon: 044 360 53 91
E-Mail: media@comparis.ch
comparis.ch/hypoplus

Über comparis.ch

Mit über 80 Millionen Besuchen im Jahr zählt comparis.ch zu den meistgenutzten Schweizer Websites. Das Unternehmen vergleicht Tarife und Leistungen von Krankenkassen, Versicherungen, Banken sowie Telecom-Anbietern und bietet das grösste Schweizer Online-Angebot für Autos und Immobilien. Dank umfassender Vergleiche und Bewertungen bringt das Unternehmen Transparenz in den Markt. Dadurch stärkt comparis.ch die Entscheidungskompetenz von Konsumentinnen und Konsumenten. Das Unternehmen wurde 1996 vom Ökonomen Richard Eisler gegründet.

Medieninhalte

Produktgruppe	Entwicklung in den letzten 12 Monaten	Veränderung zu Vorjahresmonat	Veränderung zu Vormonat	Veränderung zu vor 20 Jahren*
Elektrizität		25.5%	0%	49.9%
Zucker		14.7%	-3.2%	3.1%
Margarine, Speisefette und -öle		11.9%	0.8%	25.7%
Luftverkehr		10.4%	2.2%	42.8%
Finanzielle Dienstleistungen		8.1%	0%	59.6%
Parahotellerie		8.1%	0.2%	13.4%
Süssgetränke		7.1%	2.1%	-6.2%
Süsswaren		6.1%	0.3%	7.7%
Pauschalreisen		6%	0%	22.8%
Heimtierartikel		5.6%	-0.6%	-1%

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100003671/100913450 abgerufen werden.