

VERORDNUNG (EG) Nr. 1334/2007 DER KOMMISSION**vom 14. November 2007****zur Änderung der Verordnung (EG) Nr. 1749/96 über anfängliche Maßnahmen zur Umsetzung der Verordnung (EG) Nr. 2494/95 des Rates über harmonisierte Verbraucherpreisindizes****(Text von Bedeutung für den EWR)**

DIE KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN —

gestützt auf den Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft,

gestützt auf die Verordnung (EG) Nr. 2494/95 des Rates vom 23. Oktober 1995 über harmonisierte Verbraucherpreisindizes⁽¹⁾, insbesondere auf Artikel 4 Absatz 3 und Artikel 5 Absatz 3,nach Stellungnahme der Europäischen Zentralbank⁽²⁾ gemäß Artikel 5 Absatz 3 der Verordnung (EG) Nr. 2494/95,

in Erwägung nachstehender Gründe:

- (1) Bei den Harmonisierten Verbraucherpreisindizes (HVPI) handelt es sich um harmonisierte Angaben zur Inflation, die von der Kommission und der Europäischen Zentralbank benötigt werden, um ihre Aufgaben gemäß Artikel 121 des EG-Vertrags wahrnehmen zu können. Die HVPI wurden für den internationalen Vergleich des Anstiegs der Verbraucherpreise geschaffen. Sie sind wichtige Indikatoren für die Währungspolitik.
- (2) Der HVPI bildet einen recht vollständigen konzeptionellen Rahmen. Bei der Harmonisierung der Methodiken wurden seit der Verabschiedung der anfänglichen Umsetzungsmaßnahmen ganz erhebliche Fortschritte erzielt, dennoch besteht weiterhin Raum für Nichtvergleichbarkeit, was Stichprobenbildung, Ersetzung, Qualitätsanpassung und Aggregationsverfahren betrifft.
- (3) Im bestehenden HVPI-Rahmen wird der HVPI als ein Index vom Typ Laspeyres definiert, der die sich verändernde Kaufkraft für den Erwerb von Waren und Dienstleistungen zum Zweck der direkten Befriedigung der Verbraucherbedürfnisse abbildet. Diese Definition entspricht dem derzeitigen Verständnis der Verbraucherpreisinflation in der Europäischen Union und insbesondere in der Eurozone.
- (4) Der HVPI bezieht sich auf die Preise aller Produkte, die von den Verbrauchern erworben werden, wenn diese bestimmte Verbrauchsmuster beibehalten wollen, d. h. von Produkten, die durch elementare Ausgabenkategorien (Gewichte) definiert sind. Diese Kategorien bestehen aus ausdrücklich festgelegten Konsumsegmenten, die nach Konsumzwecken unterschieden werden können. Die Gesamtmenge der Produktangebote in der statistischen Grundgesamtheit lässt sich vollständig in Konsumsegmente unterteilen. Ein Konsumsegment ist im Zeitablauf relativ gleichbleibend, obwohl sich die in einem Konsumsegment enthaltenen Produktangebote ändern, wenn sich die Märkte verändern.
- (5) Der Begriff der Konsumsegmente nach Konsumzweck ist daher entscheidend für die Stichprobenbildung und die Bedeutung von Qualitätsänderung und Qualitätsanpassung. Unklar bei diesem Konzept ist allerdings, auf welcher Aggregationsebene es definiert und angewandt werden soll.
- (6) Die Palette der verfügbaren Produktangebote verändert sich im Laufe der Zeit, wenn Produkte von Einzelhändlern und Herstellern geändert oder ersetzt werden. Im HVPI sind alle aktuell erhältlichen Produktangebote innerhalb der im Bezugszeitraum ausgewählten Konsumsegmente nach Konsumzweck darzustellen, um ihre Auswirkungen auf die Inflation messen zu können. Dies gilt insbesondere für neue Modelle oder Abänderungen bereits vorhandener Produkte.
- (7) Qualitätsänderung bezieht sich somit auf das Ausmaß, in dem die zur Verfügung stehenden Produkte geeignet sind, den Zweck des Konsumsegments, zu dem sie gehören, zu erfüllen. Eine Qualitätsänderung sollte anhand der Spezifikation konkreter Produkte innerhalb eines Konsumsegments bewertet werden.
- (8) Um diese Probleme anzugehen, sind einige Klarstellungen und Änderungen der Verordnung (EG) Nr. 1749/96 der Kommission vom 9. September 1996 über anfängliche Maßnahmen zur Umsetzung der Verordnung (EG) Nr. 2494/95 des Rates über harmonisierte Verbraucherpreisindizes⁽³⁾ notwendig, damit die Vergleichbarkeit der HVPI gewährleistet wird und ihre Zuverlässigkeit und Sachdienlichkeit gemäß Artikel 5 der Verordnung (EG) Nr. 2494/95 erhalten bleibt.

⁽¹⁾ ABl. L 257 vom 27.10.1995, S. 1. Verordnung geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1882/2003 des Europäischen Parlaments und des Rates (AbL. L 284 vom 31.10.2003, S. 1).

⁽²⁾ Stellungnahme vom 5. Oktober 2007 (AbL. C 248 vom 23.10.2007, S. 1).

⁽³⁾ ABl. L 229 vom 10.9.1996, S. 3. Verordnung zuletzt geändert durch die Verordnung (EG) Nr. 1708/2005 (AbL. L 274 vom 20.10.2005, S. 9).

- (9) Es ist daher notwendig, die Zwecke und die Definition des HVPI weiter zu spezifizieren, klarzustellen, wo diese die angewandten Verfahren der Stichprobenbildung, Ersetzung und Qualitätsanpassung bestimmen, und die notwendige Repräsentativität des HVPI sowie die Form des Index festzulegen sowie weitere Mindeststandards für Stichprobenbildung, Ersetzung, Qualitätsanpassung und Aggregationsverfahren zu erarbeiten.
- (10) Insbesondere ist es notwendig, ein eindeutiges statistisches Ziel für die Zwecke der Stichprobenbildung, der Ersetzung und der Qualitätsanpassung zu setzen und sicherzustellen, dass der HVPI zielgenau misst und dass Unsicherheit und Fehler im Hinblick auf Verzerrungen und Varianz hinreichend gering bleiben. Gegebenenfalls ist zwischen Unverzerrtheit und Präzision abzuwägen.
- (11) Um die Zielgrundgesamtheit des HVPI genauer festzulegen und das Problem der „Unveränderlichkeit“ des HVPI-Warenkorbs zu lösen, bietet das Konzept der „Konsumsegmente nach Konsumzweck“ insofern eine praktikable Lösung, als mit ihm die notwendige Unveränderlichkeit in den Index vom Typ Laspeyres eingebracht werden kann und es ein aussagefähiges Konzept in einer Welt sich verändernder Märkte darstellt.
- (12) Es muss sichergestellt werden, dass die Konsumsegmente im Bezugszeitraum so ausgewählt werden, dass sie die gesamte Aufteilung der Grundgesamtheit der Transaktionen repräsentieren, und dass bei Ersetzungen die Repräsentation aktueller Produktangebote innerhalb der bereits im HVPI vertretenen Konsumsegmente aufrechterhalten bleibt. Die Repräsentation der Konsumausgaben der privaten Haushalte nach Konsumzwecken sollte die dynamische Beschaffenheit der sich verändernden Märkte widerspiegeln.
- (13) Es muss gewährleistet werden, dass Einschätzungen der Mitgliedstaaten darüber, ob eine Qualitätsänderung vorliegt, auf Belegen über Unterschiede bei preisbestimmenden Merkmalen beruhen, die für die jeweiligen Konsumzwecke relevant sind. Zu diesem Zweck sollten von der Kommission (Eurostat) spezielle Standards zur Qualitätsanpassung auf der Basis von Einzelfällen entwickelt werden.
- (14) Darüber hinaus ist es notwendig, die Definition der Elementaraggregate zu erweitern und die Aggregations- und Ersetzungsverfahren innerhalb der Elementaraggregate weiter zu harmonisieren.
- (15) Das Kostenwirksamkeitsverhältnis wurde gemäß Artikel 13 der Verordnung (EG) Nr. 2494/95 berücksichtigt.
- (16) Die Verordnung (EG) Nr. 1749/96 soll daher entsprechend geändert werden.

- (17) Die in dieser Verordnung vorgesehenen Maßnahmen stimmen mit der Stellungnahme des durch den Beschluss 89/382/EWG, Euratom des Rates⁽¹⁾ eingesetzten Ausschusses für das Statistische Programm überein —

HAT FOLGENDE VERORDNUNG ERLASSEN:

Artikel 1

Die Verordnung (EG) Nr. 1749/96 wird wie folgt geändert:

1. Artikel 2 erhält folgende Fassung:

„Artikel 2

Definitionen

Im Sinne dieser Verordnung gelten folgende Definitionen:

1. Die ‚Konsumausgaben der privaten Haushalte‘, wie sie in Anhang Ib spezifiziert werden, sind der Teil der Konsumausgaben, der von den privaten Haushalten ungeachtet ihrer Nationalität oder ihres Wohnsitzlandes, durch monetäre Transaktionen, im Wirtschaftsgebiet des Mitgliedstaates, für Waren und Dienstleistungen, die der unmittelbaren Befriedigung individueller Bedürfnisse oder Wünsche dienen, und in einem der beiden oder in beiden miteinander verglichenen Zeiträumen getätigt wird.
2. Ein ‚Produktangebot‘ ist eine bestimmte Ware oder Dienstleistung, die zu einem angegebenen Preis, in einer bestimmten Verkaufsstelle oder von einem bestimmten Anbieter unter bestimmten Lieferbedingungen zum Kauf angeboten wird, und definiert damit eine Einheit, die zu einem bestimmten Zeitpunkt einmalig ist.
3. Der ‚Erfassungsbereich‘ des HVPI, also die statistische ‚Zielgrundgesamtheit‘, die der HVPI repräsentieren soll, ist die Menge aller Transaktionen, die im Rahmen der in Absatz 1 genannten Konsumausgaben der privaten Haushalte durchgeführt werden.
4. Ein ‚Konsumsegment nach Konsumzweck‘ oder ‚Konsumsegment‘ bezeichnet eine Menge von Transaktionen, welche sich auf Produktangebote beziehen, die aufgrund gemeinsamer Eigenschaften einen gemeinsamen Zweck erfüllen sollen in dem Sinne, dass sie
 - zur hauptsächlichen Verwendung in ähnlichen Situationen vermarktet werden,
 - weitgehend durch eine gemeinsame Spezifikation beschrieben werden können und
 - von den Verbrauchern als gleichwertig betrachtet werden können.

⁽¹⁾ ABl. L 181 vom 28.6.1989, S. 47.

5. ‚Neuerlich signifikant gewordene Waren und Dienstleistungen‘ sind die Waren und Dienstleistungen, deren Preisänderungen nicht ausdrücklich im HVPI eines Mitgliedstaats ausgewiesen werden und deren geschätzter Anteil an den Verbrauchsausgaben inzwischen mindestens ein Tausendstel der vom HVPI abgedeckten Ausgaben beträgt.
 6. ‚Stichprobenbildung‘ bezieht sich auf jedes Verfahren bei der Erstellung des HVPI, bei dem eine Teilmenge der Grundgesamtheit der Produktangebote ausgewählt wird, um die Preisänderung der im HVPI erfassten Konsumsegmente zu schätzen.
 7. Als ‚Zielstichprobe‘ werden die Produktangebote innerhalb der Konsumsegmente bezeichnet, deren Preise der betreffende Mitgliedstaat zu beobachten beabsichtigt, damit die HVPI-Zielgrundgesamtheit zuverlässig und vergleichbar repräsentiert wird.
 8. Die ‚Gewichte‘, die bei den HVPI-Aggregationen verwendet werden, sind die geeigneten Schätzwerte der relativen Ausgaben für Unterteilungen der Zielgrundgesamtheit gemäß der Verordnung (EG) Nr. 2454/97 der Kommission (*).
 9. Ein ‚beobachteter Preis‘ ist ein von den Mitgliedstaaten bestätigter Preis.
 10. Ein ‚Ersatzproduktangebot‘ ist ein Produktangebot mit einem beobachteten Preis, das ein Produktangebot in der Zielstichprobe ersetzt.
 11. Ein ‚Ersatzpreis‘ ist der beobachtete Preis für ein Ersatzproduktangebot.
 12. Ein ‚geschätzter Preis‘ ist ein Preis, der anstelle eines beobachteten Preises benutzt wird und auf einem angemessenen Schätzverfahren beruht. Früher beobachtete Preise gelten nicht als geschätzte Preise, sofern nicht bewiesen werden kann, dass sie angemessene Schätzungen darstellen.
 13. Eine ‚elementare Produktgruppe‘ ist eine Menge von Produktangeboten, die für eine Stichprobe gezogen werden, um ein oder mehrere Konsumsegmente im HVPI darzustellen.
 14. Ein ‚Elementaraggregat‘ ist eine geschichtete (zum Beispiel nach Regionen, Städten oder Arten von Verkaufsstellen) elementare Produktgruppe und bezieht sich somit auf die Ebene, auf der die beobachteten Preise in den HVPI eingehen. Wenn die elementaren Produktgruppen nicht geschichtet sind, haben die Begriffe ‚elementare Produktgruppe‘ und ‚Elementaraggregat‘ dieselbe Bedeutung.
 15. Ein ‚Index eines Elementaraggregats‘ ist ein Preisindex für ein Elementaraggregat.
 16. Eine ‚Qualitätsänderung‘ bedeutet, dass nach Einschätzung eines Mitgliedstaates eine Ersetzung zu einer signifikanten Veränderung des Ausmaßes geführt hat, in dem das Ersatzproduktangebot den Konsumzweck des entsprechenden Konsumsegments, zu welchem es gehört, erfüllt.
 17. ‚Qualitätsanpassung‘ ist ein Verfahren, nach dem eine beobachtete Qualitätsänderung durch Hebung oder Senkung des ermittelten aktuellen Preises oder des Referenzpreises um einen Faktor oder einen Betrag, der dem Wert dieser Qualitätsänderung entspricht, berücksichtigt wird.
- (*) ABl. L 340 vom 11.12.1997, S. 24.“
2. Folgender Artikel 2a wird eingefügt:
- „Artikel 2a
- Grundsätze**
- (1) Der HVPI ist eine auf Stichproben basierende Statistik, die die durchschnittliche Änderung von Preisen in der Zielgrundgesamtheit zwischen dem Kalendermonat des jeweils geltenden Index und dem Zeitraum, mit dem er verglichen wird, darstellt.
- (2) Die Gesamtmenge der Transaktionen in der statistischen Zielgrundgesamtheit lässt sich vollständig unterteilen in Teilmengen, die den zu diesen Transaktionen gehörenden Produktangeboten entsprechen. Sie werden nach den vierstelligen Kategorien und Unterkategorien in Anhang Ia klassifiziert, die von der internationalen Klassifikation COICOP abgeleitet sind und als COICOP/HVPI (Klassifikation der Verwendungszwecke des Individualverbrauchs, angepasst an die Bedürfnisse der Harmonisierten Verbraucherpreisindizes) bezeichnet werden.
- (3) Der HVPI wird anhand einer Formel berechnet, die der Laspeyres-Formel entspricht.
- (4) Konsumsegmente bilden die unveränderlichen Elemente in dem Indexkorb, der durch den HVPI beobachtet werden soll.
- (5) Die in den HVPI einbezogenen Preise sind Anschaffungspreise, also die Preise, die von den Haushalten gezahlt werden, um individuelle Waren und Dienstleistungen durch monetäre Transaktionen zu erwerben.

(6) Wenn für Waren und Dienstleistungen, die den Verbrauchern zunächst unentgeltlich zur Verfügung gestellt wurden, später ein tatsächlicher Preis verrechnet wird, ist diese Änderung vom Nullpreis in einen tatsächlichen Preis und umgekehrt im HVPI zu erfassen.

(7) Der HVPI muss ein Maß für reine Preisänderungen ohne Berücksichtigung von Änderungen der Qualität liefern. Er muss:

- a) die Preisänderung widerspiegeln, die den geänderten Ausgaben bei einer Beibehaltung der Konsumgewohnheiten der Haushalte und der Zusammensetzung der Verbraucherpopulation im Basis- oder Referenzzeitraum entspricht, und
- b) erstellt werden, indem geeignete Anpassungen zur Berücksichtigung von beobachteten Qualitätsänderungen vorgenommen werden. Qualitätsanpassungen dienen der Zuverlässigkeit und insbesondere der Repräsentativität des HVPI als Maß für reine Preisänderungen.

(8) Die Einschätzung von Qualitätsänderungen soll auf angemessenen Belegen über den Unterschied zwischen der Spezifikation eines Ersatzproduktangebots und des Produktangebots, dessen Stelle in der Stichprobe es eingenommen hat, basieren. Es muss sich um einen Unterschied in den signifikanten preisbestimmenden Merkmalen des Produktangebots handeln, wie etwa Marke, Material oder Fabrikat, die für den betreffenden Konsumzweck relevant sind.

Eine Qualitätsänderung ist nicht gegeben, wenn eine umfassende jährliche oder weniger häufige Revision der HVPI-Stichprobe vorgenommen wird. Ihre Einbeziehung erfolgt durch Herstellung der entsprechenden Verkettungen. Revisionen der HVPI-Stichprobe ändern nichts daran, dass Ersatzproduktangebote zwischen zwei Revisionen unverzüglich aufgenommen werden müssen.

(9) Die Repräsentation einer elementaren Produktgruppe oder eines Elementaraggregats wird durch das ihr zugeordnete Ausgabengewicht definiert. Andere Gewichtungen können in den Elementaraggregaten verwendet werden, unter der Bedingung, dass die Repräsentativität des Index gewährleistet ist.

(10) Die ‚Zuverlässigkeit‘ wird anhand der ‚Präzision‘, welche sich auf das Ausmaß der Stichprobenfehler bezieht, und der ‚Repräsentativität‘, welche sich auf die Unverzerrtheit bezieht, bewertet.“

3. Im zweiten Absatz von Artikel 4 wird die Angabe „Artikel 2 Buchstabe b“ durch die Angabe „Artikel 2 Punkt 5“ ersetzt.

4. Artikel 5 erhält folgende Fassung:

„Artikel 5

Mindeststandards für Ersetzungen und Qualitätsanpassungen

(1) Die Qualitätsanpassungsmethoden werden wie folgt eingestuft:

- a) A-Methoden: Methoden, von denen die zuverlässigsten Ergebnisse im Hinblick auf Präzision und Unverzerrtheit zu erwarten sind,
- b) B-Methoden: Methoden, die unter Umständen weniger präzise oder weniger repräsentative Ergebnisse liefern als A-Methoden, die aber dennoch ebenfalls als annehmbar gelten; B-Methoden sind zu verwenden, wenn keine A-Methoden angewandt werden, und
- c) C-Methoden: alle übrigen Methoden, die somit nicht zu verwenden sind.

(2) Die Kommission (Eurostat) entwickelt und veröffentlicht im Einvernehmen mit dem ASP Standards für die Einstufung der Qualitätsanpassungsmethoden, wobei nach einem Einzelfall-Konzept vorgegangen wird und die Kostenwirksamkeit sowie der Kontext, in dem sie angewandt werden, angemessen berücksichtigt werden.

Die Einstufung der Qualitätsanpassungsmethoden schließt den Erlass von Durchführungsmaßnahmen zu diesem Thema gemäß Artikel 5 Absatz 3 der Verordnung (EG) Nr. 2494/95 nicht aus.

(3) A- und B-Methoden gelten als geeignete Methoden der Qualitätsanpassung. HVPIs, bei denen geeignete Qualitätsanpassungen vorgenommen wurden, gelten als vergleichbar. Unter ansonsten gleichen Bedingungen sollten A-Methoden gegenüber B-Methoden vorgezogen werden.

(4) Wenn keine angemessenen einzelstaatlichen Schätzungen vorliegen, sollen die Mitgliedstaaten vorhandene Schätzungen verwenden, welche auf Informationen basieren, die von der Kommission (Eurostat) bereitgestellt werden, sofern solche vorhanden und sachdienlich sind.

(5) Auf keinen Fall ist eine Qualitätsänderung als Gesamtpreisdifferenz zwischen den beiden Produktangeboten zu schätzen, wenn dies nicht als angemessene Schätzung gerechtfertigt werden kann.

- (6) Stehen keine angemessenen Schätzungen zur Verfügung, werden die Preisänderungen als Differenz zwischen dem Ersatzpreis und dem Preis des ersetzten Produktangebots geschätzt.
- (7) Ersatzproduktangebote:
- a) sind entweder ‚im Wesentlichen gleichwertig‘, wenn keine Qualitätsänderung zwischen dem Ersatzproduktangebot und dem Produktangebot, dessen Stelle in der Stichprobe es eingenommen hat, zu beobachten ist, oder ‚gleichwertig aufgrund von Qualitätsanpassung‘, wenn eine Qualitätsanpassung notwendig ist, um einer beobachteten Qualitätsänderung zwischen dem Ersatzproduktangebot und dem Produktangebot, dessen Stelle in der Stichprobe es eingenommen hat, Rechnung zu tragen;
- b) werden aus den gleichen Konsumsegmenten ausgewählt wie die ersetzten Produktangebote, um die Repräsentativität der Konsumsegmente zu wahren;
- c) sind nicht nach der Ähnlichkeit des Preises auszuwählen. Dies gilt insbesondere dann, wenn Waren oder Dienstleistungen zu reduzierten Preisen angeboten wurden und ersetzt werden müssen.“

Artikel 2

Inkrafttreten

Diese Verordnung tritt am zwanzigsten Tag nach ihrer Veröffentlichung im *Amtsblatt der Europäischen Union* in Kraft.

Diese Verordnung ist in allen ihren Teilen verbindlich und gilt unmittelbar in jedem Mitgliedsstaat.

Brüssel, den 14. November 2007

Für die Kommission
Joaquín ALMUNIA
Mitglied der Kommission
