

# Inflation: Zwei Prozent sind zu viel

Düsseldorf, 20. Februar 2015

Professor Bert Rürup

In der kommenden Woche wird das Statistische Bundesamt die Inflationsrate für den Februar präsentieren. Gut möglich, dass die Preise sogar noch rascher als im Januar gesunken sind. Schließlich beträgt der Anteil rohölbasierter Produkte im Warenkorb des Verbraucherpreisindex mehr als zwölf Prozent und gegenüber dem Vorjahresmonat hat sich der Ölpreis mehr als halbiert. Im gesamten Euroraum ist wegen der schwachen Konjunktur der Preisrückgang sogar noch etwas stärker als in Deutschland.

Nun besteht das wichtigste Ziel der EZB darin, die Inflationsrate verstanden als den jährlichen Anstieg des Verbraucherpreisniveaus bei knapp unter zwei Prozent zu verankern. Dieses Ziel wird derzeit deutlich verfehlt. Doch selbst wenn dieser Trend noch einige Monate anhält: Sorgen vor einer Deflation im Sinne einer pathologischen Entwicklung sind unbegründet.

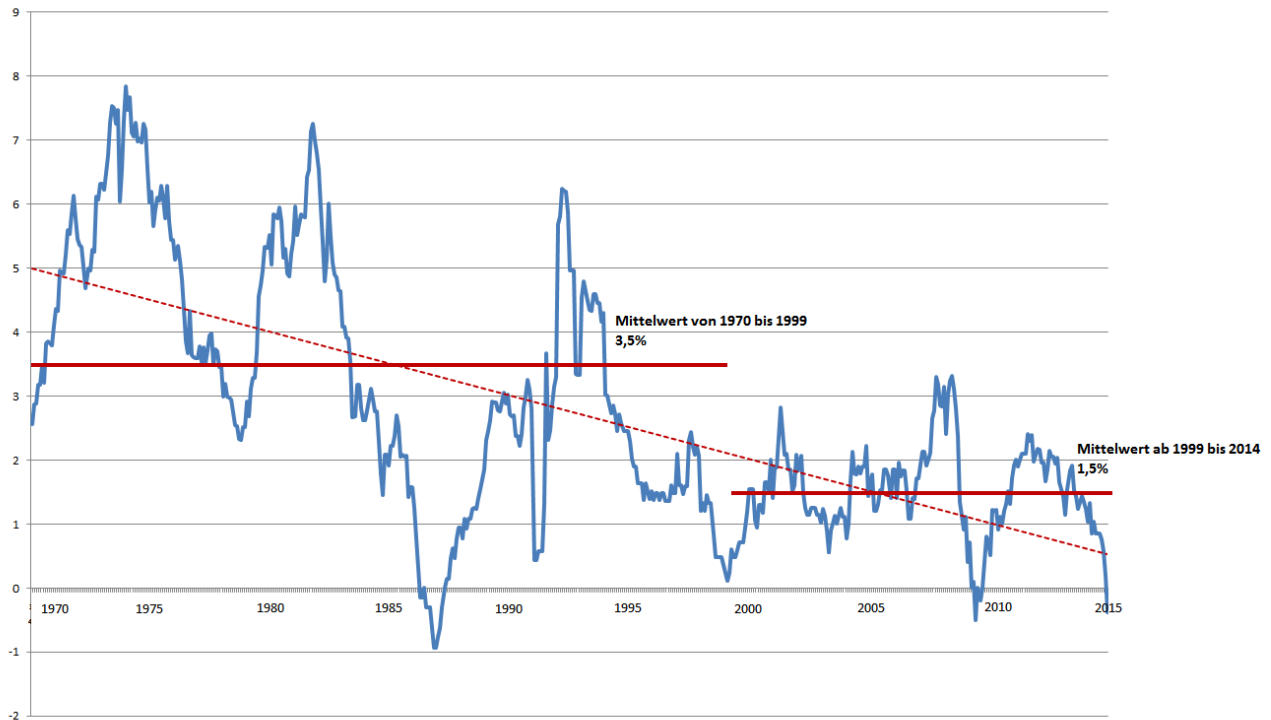
Als Argument dafür, dass die Preisstabilität als eine Inflation von knapp zwei Prozent definiert, wird angeführt, dass der Verbraucherpreisindex die tatsächliche Geldentwertung überzeichnet. Gründe dafür seien, dass stetige Qualitätsverbesserungen bei zahlreichen Gütern (z.B. Computer, Elektronikprodukte, Automobile) nicht ausreichend berücksichtigt würden. Außerdem bleibe außen vor, dass ständig neue Produkte eingeführt würden, die im Warenkorb nicht enthalten seien. Und vor allem argumentiert die EZB, dass man bei einer merklich unter zwei Prozent liegenden Teuerungsrate zu schnell an die Grenze einer deflatorischen Entwicklung geraten würde. Eine fundierte theoretische Begründung, warum gerade bei knapp zwei Prozent Inflation das Ziel der Preisstabilität erreicht sein soll, ist all dies allerdings nicht.

Es ist richtig, dass eine Deflation eines der hässlichsten ökonomischen Probleme darstellt. Falsch ist es jedoch, jede Unterschreitung des Inflationsziels als Deflationssignal zu interpretieren. Denn Deflation im Sinne einer gravierenden Fehlentwicklung liegt nur dann vor, wenn die Preise als Folge einer ausgeprägten Kaufzurückhaltung der Konsumenten zurückgehen. Nur dann, wenn dies über eine längere Zeit der Fall ist, besteht die Gefahr, dass die Konsumenten Käufe verschieben, weil sie mit weiter sinkenden Preisen rechnen. Erst in diesem Fall droht eine gefährliche Abwärtsspirale, die eine echte realwirtschaftliche Gefahr darstellen würde.

Nichts davon ist aber zurzeit der Fall. Erstens sind für den Rückgang des Verbraucherpreisniveaus vor allem die drastisch gesunkenen Rohölpreise verantwortlich. Zweitens zieht in den meisten Euro-Ländern die Konjunktur wieder an. Und drittens wissen wir aus jüngsten Untersuchungen, dass angebotsseitige Preissenkungen, auch wenn sie dauerhaft sind, keineswegs in der Erwartung eines weiteren Rückgangs zu einer sich verfestigenden Kaufzurückhaltung führen. Mit Ausnahme in der Weltwirtschaftskrise der 1930er Jahre wurde so ein Kaufverhalten nicht mehr beobachtet, selbst nicht in den vergangenen 25 Jahren in Japan.

## Inflationsrate in Deutschland

Veränderung der Verbraucherpreise im Vergleich zum Vorjahresmonat



Quelle: Statistisches Bundesamt

Ende des 19. Jahrhunderts gab es dagegen in Deutschland zwei Dekaden, in denen die Verbraucherpreise sanken, die Volkswirtschaft und die Reallöhne aber stetig stiegen. Das Geheimnis dieser „guten alten Zeit“ war ein mit einem kräftigen Produktivitätswachstum gepaarter Modernisierungsschub. Beides ließ damals im Zusammenspiel mit der Goldwährung das Preisniveau sinken, während die Produktion und die realen Gewinne und Löhne stiegen.

Heute gibt es Anzeichen, dass die Industrieländer gerade in eine ähnliche Entwicklungsphase treten: Eine Phase, die durch eine sehr flache Preisentwicklung, moderate Wachstumsraten, aber dennoch spürbare Realeinkommenserhöhungen charakterisiert ist. Kennzeichen dieser neuen Phase ist die Digitalisierung vieler Produktions- und Distributionsprozesse; sie sorgt für Produktivitätsschübe und eine Flut von neuen und preiswerten Produkt- und Dienstleistungsinnovationen. Dadurch geraten die Preise vieler herkömmlicher Güter ebenfalls unter Druck, und der Anstieg des Preisniveaus wird deutlich gedämpft.

Die Digitalisierung begann mit den inzwischen in allen Bereichen der Gesellschaft eingesetzten Computern und setzte sich fort mit Smartphones, der Internetwirtschaft und dem Cloud Computing. Ihren vorläufigen Höhepunkt erreicht sie mit dem „Internet der Dinge“. Die Bezeichnung steht für die Vernetzung der realen mit der virtuellen Welt. Die Produkte werden intelligent und steuern sich selbst: Heizungen, die nicht nur selbständig auf Temperaturschwankungen reagieren, sondern auch bei zu erwartendem Bedarf eigenständig Heizöl beim billigsten Anbieter ordern,

Waschmaschinen, die anspringen, wenn Strom besonders günstig ist, Autos, die immer autonomer und sicherer fahren und mit Navigationssystemen, Verkehrszeichen oder Tankstellen kommunizieren, Kühlschränke, die auf die Verfallsdaten von Lebensmitteln hinweisen und selbstständig preisgünstig nachbestellen.

Die Ketten- und Breitenwirkung dieser Schlüsseltechnologie des 21. Jahrhunderts übertrifft die technologischen Schübe der Vergangenheit und ist allenfalls mit der Einführung der Grundlagentechnologien Dampfmaschine und Elektrizität zu vergleichen. Denn es gibt nur sehr wenige Branchen und Lebensbereiche, die von der Digitalisierung nicht fundamental berührt werden. Dies wird zu einem weiter anhaltenden Druck auf die Preise der meisten Güter und Dienstleistungen führen.

Die digitalisierten, aus dem Netz abrufbaren neuen Leistungen sind deutlich billiger als ihre analogen Vorgänger oder Pendants: Die heruntergeladene Musikdatei kostet sehr viel weniger als eine CD, das E-Paper ist preisgünstiger als die Printausgabe einer Zeitung, und ein Versicherungsabschluss oder eine Rechtsberatung aus dem Netz ist billiger als die Inanspruchnahme eines Versicherungsvertreters oder eines Anwalts. Der Ökonom Jeremy Rifkin spricht von sinkenden Markteintrittsbarrieren der Anbieter digitaler Produkte und einer Produktion, bei der die Grenzkosten gegen Null gehen.

Zudem unterlaufen die neuen App-basierten Geschäftsmodelle die Preise traditioneller Anbieter. Nicht selten setzen sich dabei die Promotoren dieser neuen Angebote über geltende Bestimmungen und Standards hinweg – wie dies beispielsweise die Vermittlungsplattform Uber auf dem Taxi-Markt versucht. Meistens werden aber bestehende Effizienzpotenziale legal ausgeschöpft. So vermittelt Auxmoney Privatkredite und macht damit den Banken ihr Kerngeschäft streitig oder BlaBlaCar bietet europaweit Mitfahrmöglichkeiten an und konkurriert mit Bahn und Bus. Darüber hinaus führt die immer intensivere Nutzung kostenloser Vergleichsportale wie check24, HRS oder ab-in-den-urlaub zu einer noch nie dagewesenen preisdämpfenden Transparenz bei nahezu allen gehandelten Waren und Dienstleistungen.

Geringe Preissteigerungen oder gar sinkende Preise müssen daher keine pathologische Erscheinung sein. Sie sind eher das Ergebnis einer gestiegenen Konsumentensouveränität aufgrund einer steigenden Transparenz und findigen Unternehmen, die die neuen technologischen Möglichkeiten für sich zu nutzen wissen.

Trifft diese These zu, so droht die ultralockere Geldpolitik das Gegenteil ihres Ziels zu erreichen. Sie führt vor allem zu markant steigenden Vermögenspreisen und den sattsam bekannten Risiken von durch Finanzkrisen ausgelösten Rezessionen anstatt durch realwirtschaftliche Impulse die Teuerungsrate dauerhaft in die Nähe des selbstgesteckten Inflationsziels zu treiben.

Es ist somit an der Zeit, das derzeitige Inflationsziel zu hinterfragen, nicht aber um es weiter anzuheben, sondern um dieses Ziel merklich unter zwei Prozent zu senken.