

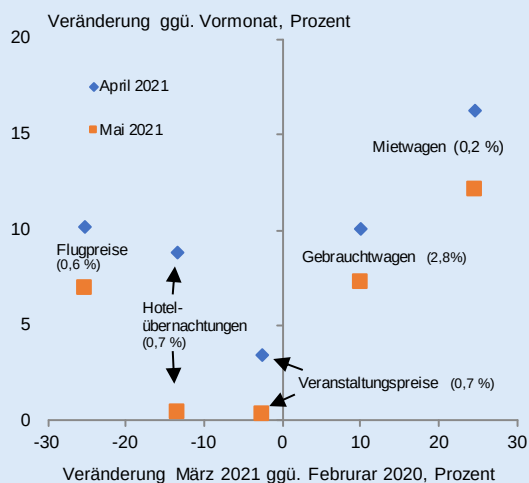
Zur Entwicklung der Inflation in den Vereinigten Staaten

Philipp Hauber

Die Inflation in den Vereinigten Staaten hat deutlich an Fahrt aufgenommen. Im Mai lagen die Verbraucherpreise um 5 Prozent höher als noch vor einem Jahr. Die Entwicklung der einzelnen Komponenten des Verbraucherindex seit Beginn der Pandemie ist allerdings sehr unterschiedlich (Abbildung 1).

Die Verbraucherpreise sanken zunächst auf breiter, besonders deutlich war der Rückgang der Energiepreise. Eine Ausnahme stellen Preise für in den eigenen vier Wänden („food at home“) dar, die sich angesichts geschlossener Restaurants im März und April des vergangenen Jahres verteuerten. haben sich die Preise in dieser Kategorie wieder etwas zurückgebildet, liegen jedoch noch deutlich über dem Trend, der vor der Pandemie zu beobachten war. sanken die Preise für den Verzehr von Nahrungsmitteln außer Haus („food away from home“) im Zuge der Pandemie kaum und liegen aktuell etwas über ihrem Vorkrisentrend. Anders verhält es sich bei den Preisen für Dienstleistungen und Verbrauchsgüter. Letztere sind im Aggregat noch etwas niedriger als vor der Pandemie. Bei den Dienstleistungen kam es auf dem Höhepunkt der Pandemie nur zu geringen Preisnachlässen, dennoch liegt der Index noch unter dem Trend, der vor der Pandemie zu beobachten war. Am aktuellen Rand nimmt der Preisauftrieb in dieser Kategorie allerdings etwas an Fahrt auf.

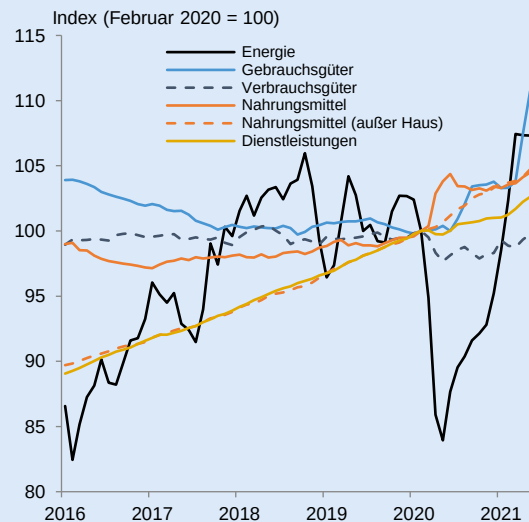
Abbildung 2:
Inflationsraten ausgewählter Waren und Dienstleistungen im April und Mai 2021



Monatsdaten, saisonbereinigt. In Klammern: durchschnittliches Gewicht im Warenkorb im April und Mai 2021.

Quelle: Bureau of Labor Statistics, Berechnungen des IfW Kiel

Abbildung 1:
Komponenten des Verbraucherpreisindex



Monatsdaten. Saisonbereinigt.

Quelle: Bureau of Labor Statistics, Berechnungen des IfW Kiel

Nach anfänglichen Preissenkungen verteuerten sich Gebrauchsgüter in der Mitte des vergangenen Jahres deutlich, angesichts einer erhöhten Nachfrage nach diesen Gütern. Denn zum einen waren Konsumalternativen stark eingeschränkt, zum anderen dürften das Arbeiten und Leben im Lockdown den Bedarf an Elektronikprodukten oder Möbeln erhöht haben. Im April und Mai des laufenden Jahres stiegen die Preise in diesem Bereich besonders kräftig und liegen nun insgesamt bereits 10 Prozent über dem Vorkrisenniveau.

Die im Vorjahresgleich sehr hohe Inflationsrate im Frühjahr ist zum einen auf Basiseffekte wie im Fall der Energiepreise zurückzuführen, wo die Erholung bereits im vergangenen Jahr eingesetzt hatte. Zum anderen steigen die Preise am aktuellen Rand kräftig: im April und Mai nahmen die Verbraucherpreise insgesamt um 1,4 Prozent zu – der höchste Zweimonatsanstieg seit dem Sommer des Jahres 2008. Zu einem beträchtlichen Teil ist diese Entwicklung auf einzelne Waren und Dienstleistungen zurückzuführen, deren Anteil am Verbraucherpreisindex für sich genommen gering ist. Allerdings wurden hier außergewöhnlich hohe, teils zweistellige Preisanstiege im Vormonatsvergleich gemessen (Abbildung 2). So nahmen die Preise für Mietwagen und die für Gebrauchtwagen im April um knapp 18 bzw. 10 Prozent zu. Auch im Mai war der Preisauftrieb in diesen Segmenten mit Raten von 14 bzw. 7 Prozent noch sehr hoch. Damit verstärkte sich der Trend der Vormonate, denn bereits im März des laufenden Jahres kosteten diese Güter 25 bzw. 10

Prozent mehr als noch vor der Pandemie. Vor dem Hintergrund gelockerter Infektionsschutzmaßnahmen und einer wieder steigenden Mobilität bevorzugten viele Verbraucher möglicherweise trotz sinkender Infektionszahlen die individuelle Mobilität gegenüber öffentlichen Transportmitteln. Der Anstieg der Mietwagenpreise könnte zudem mit dem Wiederaufleben des heimischen Tourismus zusammenhängen. In dieses Bild passt, dass sich im April und (in deutlich abgeschwächtem Maße auch im Mai) auch andere mit diesem Wirtschaftszweig verbundene Güter verteuerten, deren Preise in der Pandemie stark gesunken waren und sich bislang noch nicht erholt hatten. Hierzu zählen bspw. Flüge, Hotelübernachtungen oder Sportveranstaltungen. Insgesamt machen die genannten Waren und Dienstleistungen etwa 9 Prozent des Warenkorb US-amerikanischer Verbraucher aus, sie erklären jedoch etwas mehr als die Hälfte des Anstiegs der Verbraucherpreise insgesamt im April und Mai.