



CLAUS MICHELSEN

Keine Katerstimmung nach dem Jahreswechsel

Claus Michelsen, Leiter der
Abteilung Konjunkturpolitik am DIW Berlin
Der Kommentar gibt die Meinung des Autors wieder.

Ein neues Auto, eben noch eine Eckcouch oder kurz vor dem Jahreswechsel noch einmal den Klempner das Bad auf Vordermann bringen lassen: Die Idee der kurzzeitig abgesenkten Mehrwertsteuer war es, mit Steuerrabatten für Kauflaune bei den privaten Haushalten zu sorgen. Diese hatten in Corona-Zeiten allzu viel Geld auf die hohe Kante gelegt, anstatt es auszugeben und damit die wirtschaftliche Erholung anzuschieben. Von knapp elf Prozent im Frühjahr 2020 hat sich die Sparquote auf mehr als 20 Prozent im Sommer des vergangenen Jahres in etwa verdoppelt. Geschlossene Autohäuser, ausgefallene Reisen in die Sonne, aber auch ein großes Maß an Verunsicherung über die wirtschaftlichen Perspektiven haben dazu geführt. Denn wer schafft sich bei Angst um den eigenen Arbeitsplatz ein neues Auto an, wenn unklar ist, ob das Geld nicht an anderer Stelle dringender benötigt wird?

Um Anreize für zusätzlichen Konsum zu schaffen, hat die Bundesregierung daher für ein halbes Jahr auf drei Prozentpunkte der Mehrwertsteuer verzichtet, die vor allem dort spürbar ins Gewicht fällt, wo die Preise für Waren und Dienstleistungen hoch sind. Die Wirksamkeit dieses Experiments ist umstritten. Befragungen zeigen, dass nur ein geringer Anteil der Haushalte die Gelegenheit zum Schnäppchen vor dem Jahreswechsel genutzt haben dürfte. Danach haben die vorgezogenen Käufe ein Gesamtvolumen von geschätzten 6,4 Milliarden Euro – gemessen an den Steuermindereinnahmen von 20 Milliarden Euro scheint dies auf den ersten Blick ein schlechtes Geschäft zu sein.

Bei genauerem Hinsehen fällt die Bilanz aber weniger düster aus. Denn von der Gesamtsumme kommt längst nicht alles direkt bei den VerbraucherInnen an. Etwa vier Milliarden Euro spart allein der Staat mit seiner Steuersenkung bei den eigenen Einkäufen. Weitere drei Milliarden gehen in die Bauwirtschaft und in das Finanzwesen. Für die Haushalte bliebe eine Entlastung von etwa 13 Milliarden Euro übrig, aber auch nur dann, wenn diese über die Preise vollständig weitergegeben würde. Erhebungen zeigen, dass dies je nach Sektor unterschiedlich gehalten wurde: Im Einzelhandel, bei langlebigen Konsumgü-

tern oder bei Automobilen waren deutliche Preisrückgänge zu beobachten – in der Gastronomie hingegen schienen sich viele Wirte den Druck neuer Speisekarten zu sparen und sich so selbst – wie sonst auch häufig üblich – einen Schluck aus der Pulle zu genehmigen. Wer will dies der krisengeschüttelten Branche verdenken?

Rund die Hälfte bis zwei Drittel der Steuersenkung – etwa 6,5 bis 8,5 Milliarden Euro – dürften also am Ende als Konsumimpuls für die privaten Haushalte zu Buche schlagen. Wenn dies dann zu zusätzlichen Ausgaben von 6,4 Milliarden Euro für größere Anschaffungen geführt und die Steuersenkung darüber hinaus für viele GeringverdienerInnen den Lebensunterhalt günstigt hat, dann ist die Bilanz nicht ganz so schlecht, wie von vielen derzeit geurteilt wird. Denn auch die kleinen Entlastungen schaffen Raum für Mehrkonsum, der dann in der Summe die Nachfrage spürbar anschiebt.

Nun folgt nach dem Konsumrausch aber keineswegs der Kater. Zum Jahreswechsel steigt die Mehrwertsteuer zwar wie angekündigt wieder auf ihre Regelsätze – gleichzeitig fällt aber 30 Jahre nach der Wiedervereinigung für die meisten SteuerzahlerInnen der Solidaritätszuschlag weg, das Kindergeld wird erhöht und Familien werden steuerlich entlastet. Allein diese Maßnahmen haben einen Gegenwert von rund 13 Milliarden Euro und kompensieren damit die Anhebung der Mehrwertsteuer. Hinzu kommt, dass viele Haushalte während der Krise erhebliche Ersparnisse aufgebaut haben, die – wenn sich die Aussichten wieder aufhellen – auch in höheren Ausgaben münden dürften. Wenn endlich wieder Reisen möglich sind, Theater, Kinos und Bars öffnen können, dann haben die Haushalte auch dank der steuerlichen Entlastungen ausreichend Kaufkraft, um für eine Erholung in den krisengebeutelten Branchen zu sorgen. Voraussetzung ist allerdings, dass die Pandemie bald eingedämmt werden kann. Nur dann sind derlei Vergnügungen überhaupt erst wieder unbeschwert möglich.

Dieser Kommentar ist in einer kürzeren Version am 7. Januar 2021 in der Fuldaer Zeitung erschienen.

IMPRESSUM



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.

Mohrenstraße 58, 10117 Berlin

www.diw.de

Telefon: +49 30 897 89–0 Fax: –200

88. Jahrgang 13. Januar 2021

Herausgeberinnen und Herausgeber

Prof. Dr. Tomaso Duso; Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.; Prof. Dr. Peter Haan;
Prof. Dr. Claudia Kemfert; Prof. Dr. Alexander S. Kritikos; Prof. Dr. Alexander
Kriwoluzky; Prof. Dr. Stefan Liebig; Prof. Dr. Lukas Menkhoff; Dr. Claus
Michelsen; Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.; Prof. Dr. Carsten Schröder;
Prof. Dr. C. Katharina Spieß; Dr. Katharina Wrohlich

Chefredaktion

Dr. Gritje Hartmann

Lektorat

Dr. Stefan Bach

Redaktion

Marten Brehmer; Rebecca Buhner; Claudia Cohnen-Beck;
Dr. Anna Hammerschmid; Petra Jasper; Sebastian Kollmann; Sandra Tubik

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice, Postfach 74, 77649 Offenburg

leserservice@diw.de

Telefon: +49 1806 14 00 50 25 (20 Cent pro Anruf)

Gestaltung

Roman Wilhelm, DIW Berlin

Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

ISSN 0012-1304; ISSN 1860-8787 (online)

Nachdruck und sonstige Verbreitung – auch auszugsweise – nur mit
Quellenangabe und unter Zusendung eines Belegexemplars an den
Kundenservice des DIW Berlin zulässig (kundenservice@diw.de).

Abonnieren Sie auch unseren DIW- und/oder Wochenbericht-Newsletter
unter www.diw.de/newsletter