

POLICY BRIEF

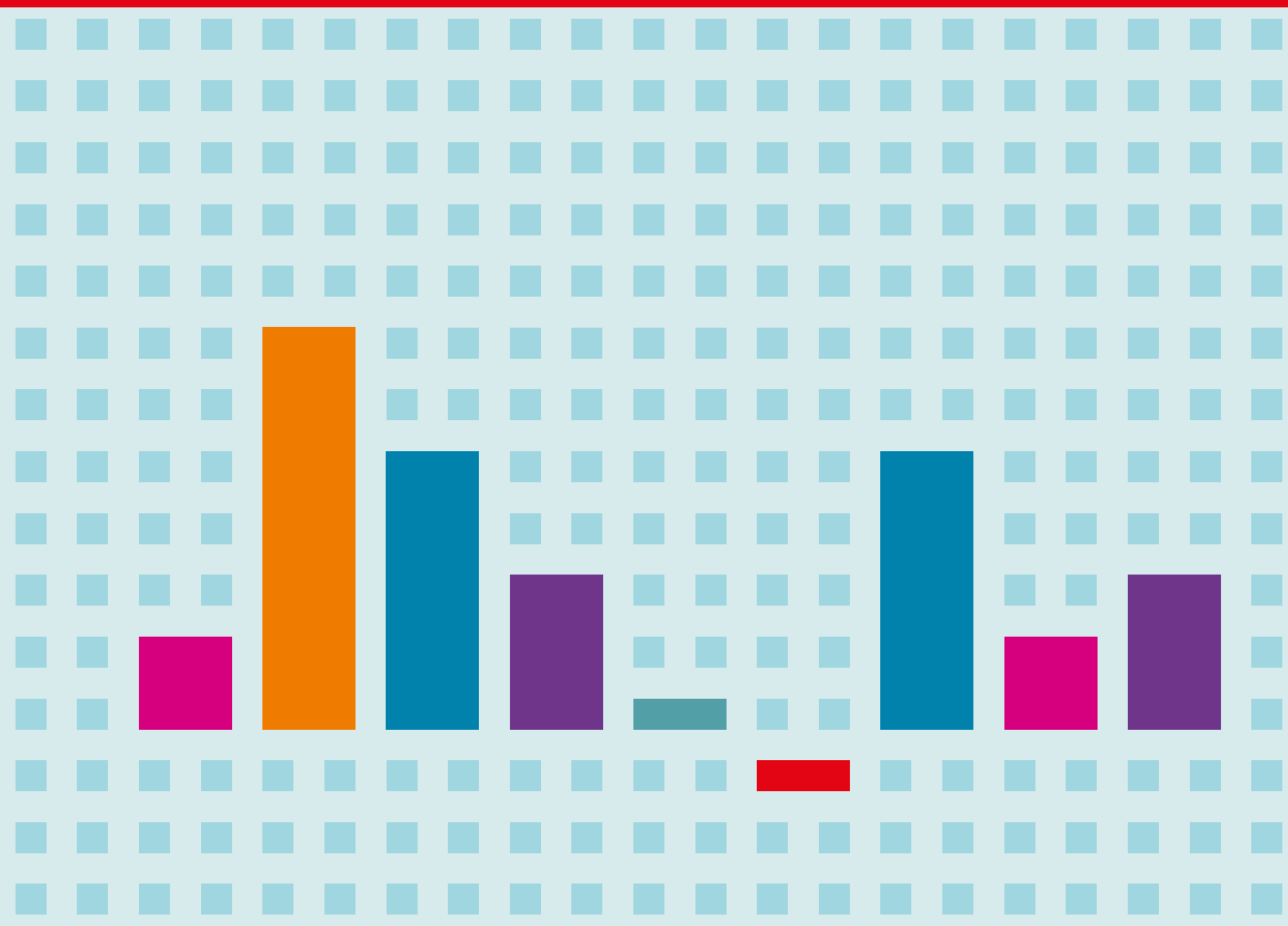
Das IMK ist ein Institut
der Hans-Böckler-Stiftung

IMK Policy Brief Nr. 97 · August 2020

WIE EFFEKTIV SIND MEHRWERTSTEUER- SENKUNG UND KINDERBONUS IM KONJUNKTURPAKET?

Erste Erkenntnisse aus der HBS-Erwerbstätigenbefragung

Jan Behringer, Sebastian Dullien



WIE EFFEKTIV SIND MEHRWERTSTEUERSENKUNG UND KINDERBONUS IM KONJUNKTURPAKET?

Erste Erkenntnisse aus der HBS-Erwerbstätigenbefragung

Jan Behringer und Sebastian Dullien

1 Einleitung

Angesichts des dramatischen Einbruchs der Wirtschaftsleistung im Frühjahr 2020 im Zuge der Covid-19-Krise hat der Bundestag im Juni 2020 ein massives Konjunkturpaket mit einem Volumen von mehr als 130 Mrd. Euro verabschiedet. Eine zentrale Säule des Konjunkturpakets waren dabei Maßnahmen, die den inländischen Konsum ankurbeln sollten. Von etwas mehr als 40 Mrd. Euro, die nach IMK-Berechnungen im Konjunktur- und Zukunftspaket noch 2020 finanzwirksam werden sollen, fließen dabei alleine 20 Mrd. Euro in eine vorübergehende Absenkung der Mehrwertsteuer im zweiten Halbjahr 2020. Ein weiteres, kleineres Element ist ein sogenannter Kinderbonus in Höhe von 300 Euro pro Kind, der an Eltern ausgezahlt wird. Das Gesamtvolumen dieser Maßnahme beträgt 4,3 Mrd. Euro.

Während es unter Ökonomen Einigkeit darüber gab, dass ein großes Konjunkturpaket notwendig war, ging die Bewertung der Einzelmaßnahmen deutlich auseinander. Dullien und Gechert (2020) etwa äußerten sich skeptisch über die Wirksamkeit der vorübergehenden Mehrwertsteuersenkung, während andere diese gerade als wichtiges Element einer Konjunkturstützung bewerteten (Hüther 2020). Ein zentraler Streitpunkt dabei war einerseits, in welchem Umfang die Unternehmen die Steuersenkung an die Verbraucher weitergeben würden und inwiefern die Privathaushalte tatsächlich mit Mehrausgaben oder dem Vorziehen späterer Ausgaben auf vorübergehende Preissenkungen reagieren würden.

Aufgrund des nachlaufenden Charakters volkswirtschaftlicher Daten (Details zum Bruttoinlandsprodukt werden üblicherweise erst sechs Wochen nach Ende eines abgelaufenen Quartals gemeldet) und der in der Corona-Krise ohnehin existierenden enormen Schwankungen wird eine vollständige Evaluation der Maßnahmen voraussichtlich nicht vor der Jahresmitte 2021 möglich sein. Dies ist für Entscheidungsträger problematisch, weil möglicherweise weit früher weitere Maßnahmen zur Konjunkturstützung notwendig werden könnten, wenn sich bisherige Stützungsversuche als unzureichend erweisen sollten.

Dieser Policy Brief verwendet deshalb aktuelle Umfragedaten, um erste Indizien zur Wirksamkeit der Maßnahmen zu präsentieren. Umfragedaten sind von ihrer Natur her zwar weniger verlässlich als volkswirtschaftliche Daten, da neben unvermeidlichen Messungenauigkeiten noch die Möglichkeit besteht, dass sich die Befragten anders verhalten, als sie es in Umfragen angeben. In einer Situation großer Unsicherheit sind allerdings solche Umfragedaten oft wichtige Zusatzinformationen gegenüber rein theoretischen Erwägungen.

2 Erwerbstätigenbefragung während der Corona-Krise

Die Analyse basiert auf einer im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung durchgeführten Erwerbstätigenbefragung.¹ Die Befragung wurde als Computergestützte Online-Befragung (Computer Assisted Web Interview, CAWI) durchgeführt. Dafür wurden im Zeitraum vom 18. bis 29. Juni 2020 insgesamt 6309 Erwerbspersonen ab 16 Jahren befragt. Die Stichprobe basiert auf einer Quotenstichprobe im Rahmen eines Online-Access-Panels. Dabei wurde die strukturelle Zusammensetzung der Befragten anhand von festgelegten Quoten nach den Merkmalen Geschlecht, Alter, Bildung und Bundesland abgebildet. Die Quotenvorgaben basieren auf Sollzahlen aus der amtlichen Statistik. Das bedeutet, dass eine Stichprobe erhoben wurde, die die Erwerbsbevölkerung entsprechend dieser Merkmale adäquat abbildet. Dabei handelt es sich zwar nicht um eine Zufallsstichprobe. Der Ansatz hat jedoch den Vorteil, dass bestimmte Bevölkerungsgruppen aufgrund der Quotierung anteilmäßig besser abgebildet werden können.

3 Senkung der Mehrwertsteuer

Ein zentrales Element des Konjunkturpakets der Bundesregierung ist die vorübergehende Senkung der Mehrwertsteuer. Für den Zeitraum vom 1. Juli bis zum 31. Dezember 2020 beträgt der reguläre Mehrwertsteuersatz statt 19 nur noch 16 Prozent. Der ermäßigte Satz, der für viele Lebensmittel und Waren des täglichen Bedarfs gilt, wird von sieben auf fünf Prozent reduziert. Mit dieser Maßnahme will die Bundesregierung den Konsum der privaten Haushalte ankurbeln und der Konjunktur einen Schub verleihen.

Aus theoretischer Sicht sind verschiedene Effekte einer vorübergehenden Senkung der Mehrwertsteuer denkbar:

1. Die Unternehmen senken mit der niedrigeren Mehrwertsteuer temporär die Bruttopreise (also die Endverbraucherpreise). Das führt zu einem positiven **Realeinkommenseffekt** der privaten Haushalte. Die Konsumenten kaufen dann womöglich mehr.
2. Die angekündigte Wiedererhöhung der Mehrwertsteuer zum Januar 2021 wird die Konsumenten anregen, im 3. und 4. Quartal 2020 mehr zu kaufen, um die folgende Anhebung der Preise zu umgehen. Dies würde den gewünschten positiven **Vorzieheffekt** bewirken.
3. Die angekündigte Senkung der Mehrwertsteuer veranlasst Verbraucher, geplante Anschaffungen aus dem Juni 2020 (als die Senkung schon bekannt war) in das 3. und 4. Quartal zu schieben. Dies würde den Konsum im 2. Quartal 2020 schwächen und dafür in den folgenden beiden Quartalen steigern. Dieser **Verschiebungseffekt** wäre unerwünscht, aber nicht dramatisch.
4. Die Unternehmen senken ihre Preise nicht, sondern steigern temporär ihre Gewinnmarge. Durch diesen Effekt werden sie entlastet und Unternehmenspleiten und/oder Arbeitsplatzverluste vermieden.²

Den inländischen Konsum im zweiten Halbjahr 2020 kurbeln dabei nur der Realeinkommenseffekt, der Vorzieh- und der Verschiebungseffekt direkt an. Betrachtet man die Wirkung auf den Konsum für das Gesamtjahr 2020, so sind sogar lediglich der Realeinkommens- und der Vorzieheffekt relevant, weil der Verschiebungseffekt die Konsumausgaben nur zwischen den

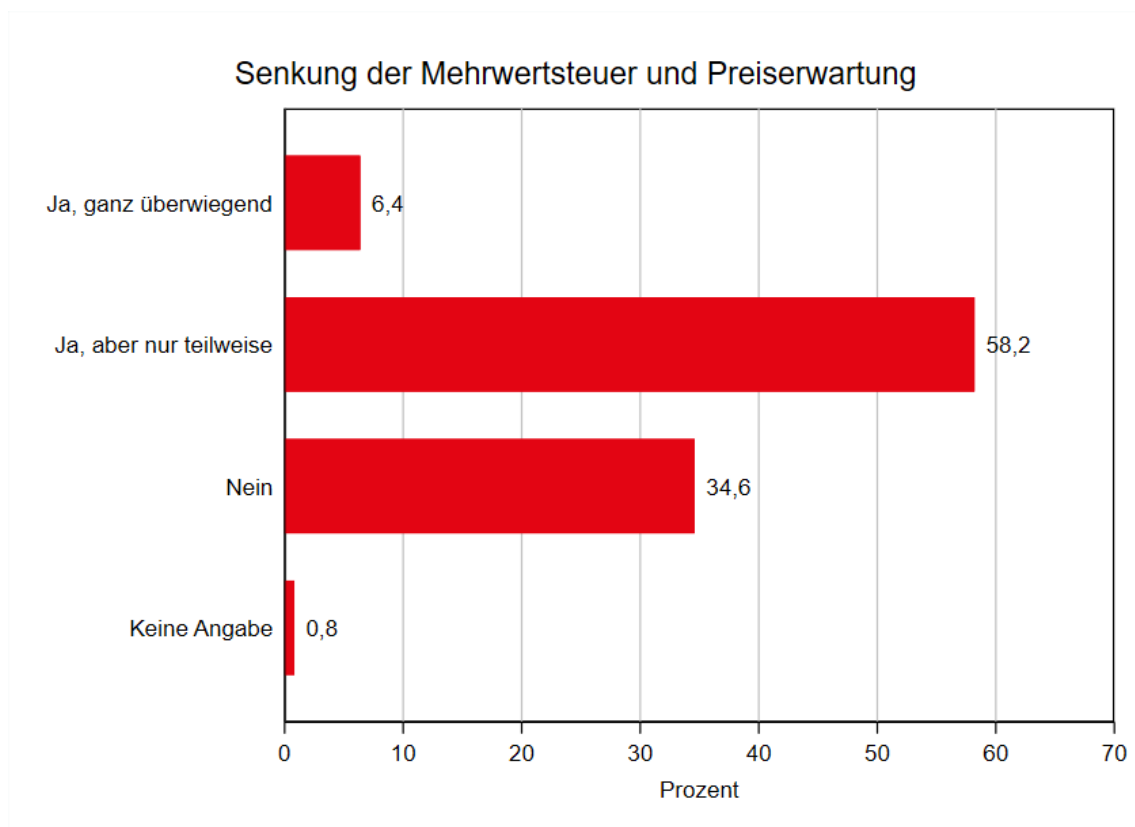
¹ Es handelt sich dabei um die zweite Welle einer Panel-Umfrage, für die bereits im April 2020 rund 7700 Erwerbspersonen befragt wurden.

² Für eine Diskussion der Literatur zur Weitergabe der Mehrwertsteuersenkung durch Unternehmen siehe Dullien und Gechert (2020).

Quartalen innerhalb des Jahres 2020 verschiebt. Im Folgenden konzentrieren wir uns deshalb auf den Realeinkommens- und den Vorzieheffekt.

Für die Konsumwirkung der Mehrwertsteuersenkung ist maßgeblich, in welchem Umfang sie von den Unternehmen in Form niedrigerer Preise vorübergehend an die Konsumenten weitergegeben wird, bzw. dass die Konsumenten an eine solche Preissenkung bzw. die später folgende Wiederanhebung der Preise glauben.³ In unserer Umfrage wurden deshalb die Erwerbspersonen zunächst gefragt, inwieweit sie erwarten, dass die Unternehmen die Steuersenkung tatsächlich in Form niedrigerer Preise weitergeben werden (siehe Abbildung 1). Hier gaben rund ein Drittel (34,6 Prozent) der Befragten an, dass sie nicht davon ausgehen, dass die Unternehmen die Steuersenkung in niedrigeren Preisen weitergeben werden. Die überwältigende Mehrheit (58,2 Prozent) der Befragten erwarten, dass die Steuersenkung „teilweise“ an die Konsumenten weitergegeben wird. Nur 6,4 Prozent gehen von einer „überwiegenden“ Weitergabe der Steuersenkung aus.

Abbildung 1: Konsumverhalten infolge der Mehrwertsteuersenkung



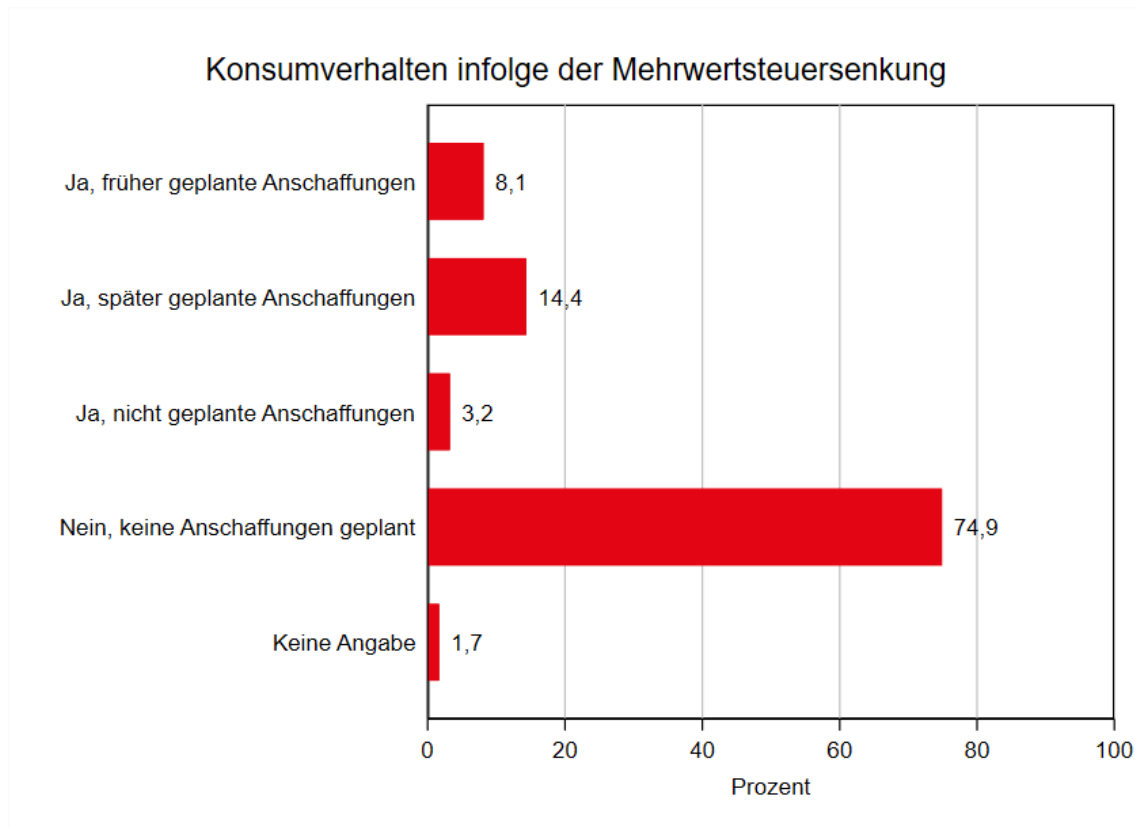
Quelle: Erwerbstätigenbefragung im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung; Berechnungen des IMK; gewichtete Werte.

Die Erwerbspersonen wurden außerdem gefragt, ob sie aufgrund der angekündigten Mehrwertsteuersenkung in der zweiten Jahreshälfte Anschaffungen planen, die sie sonst früher,

³ Im neukeynesianischen Standardmodell mit langfristig optimierenden Haushalten ergibt sich ein starker Effekt der temporären Steuersenkung über die intertemporale Substitution, d.h. über die Erwartung der Haushalte, dass die Preise mit dem Auslaufen der Steuersenkung wieder steigen. Demnach würden die Haushalte ihren Konsum infolge der niedrigeren Preise vorübergehend stark erhöhen. Empirisch ist dieses Modellergebnis aber umstritten. Siehe Dullien und Gechert (2020).

später oder gar nicht gekauft hätten. Damit lässt sich der Anteil der Haushalte abschätzen, deren Konsumverhalten mit einem positiven konjunkturellen Impuls für das Jahr 2020 verbunden wäre und welche Bedeutung dabei dem Vorzieh- und dem Realeinkommenseffekt zukommt.

Abbildung 2: Konsumverhalten infolge der Mehrwertsteuersenkung



Hinweis: Bei den Antworten „Ja, früher/später/nicht geplante Anschaffungen“ waren Mehrfachnennungen möglich.

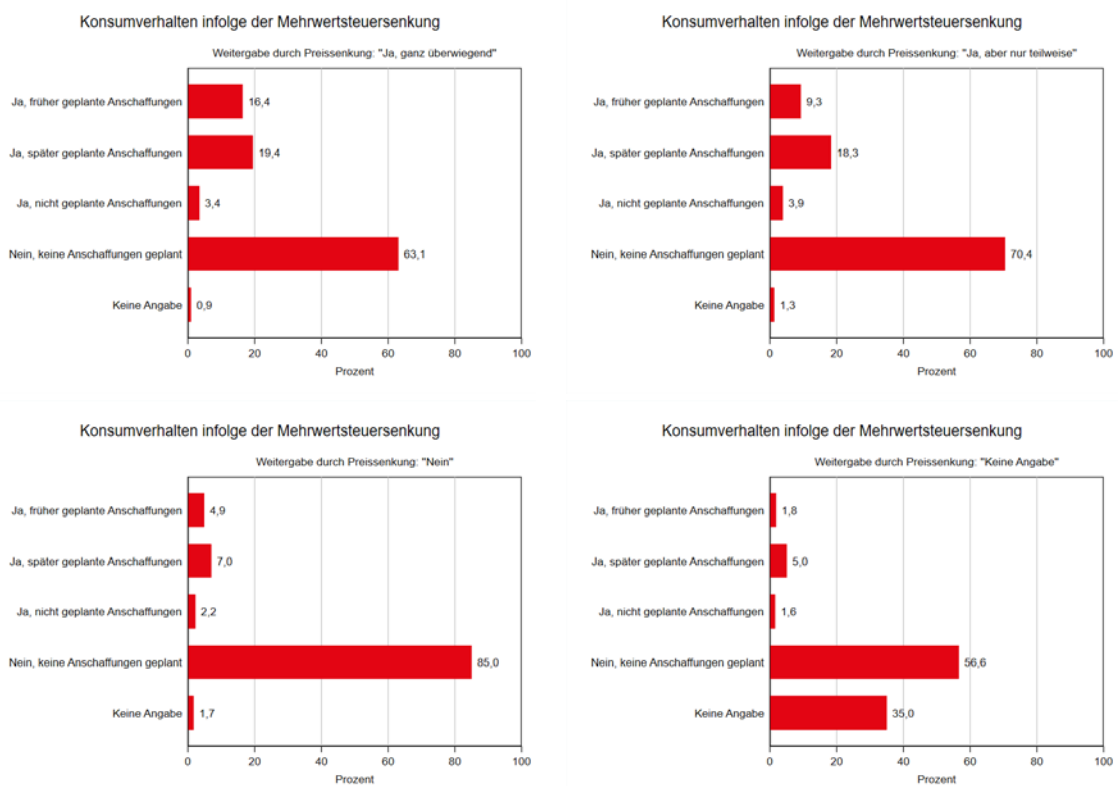
Quelle: Erwerbstätigenbefragung im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung; Berechnungen des IMK; gewichtete Werte.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass von der vorübergehenden Senkung der Mehrwertsteuer eher ein schwacher Vorzieheffekt zu erwarten ist (siehe Abbildung 2). Lediglich 14,4 Prozent der Befragten gaben an, dass sie aufgrund der Mehrwertsteuersenkung in der zweiten Jahreshälfte Anschaffungen planen, die sie sonst zu einem späteren Zeitpunkt gekauft hätten. Der Realeinkommenseffekt hat ebenfalls eine geringe Bedeutung. Nur 3,2 Prozent der Befragten wollen in der zweiten Jahreshälfte Anschaffungen tätigen, die bisher nicht geplant waren. Insgesamt wäre das geplante Konsumverhalten demnach bei 16,6 Prozent der Befragten mit einem positiven Impuls 2020 für die deutsche Konjunktur verbunden.⁴ Immerhin 8,1 Prozent gaben an, dass sie Anschaffungen von früher (also aus dem zweiten Quartal) ins zweite Halbjahr schieben würden. Demgegenüber stehen allerdings rund drei Viertel der Befragten, die infolge der Mehrwertsteuersenkung derzeit keine entsprechenden Anschaffungen geplant haben.

⁴ Dieser Wert fällt aufgrund von Mehrfachnennungen geringer aus als die Summe der Anteile der Befragten, die in der zweiten Jahreshälfte Anschaffungen tätigen wollen, die ursprünglich später oder gar nicht geplant waren.

Da es leider keine Informationen über die Höhe zusätzlicher und verschobener Ausgaben gibt, lässt sich aus diesen Zahlen keine Aussage über die tatsächliche Größe des konjunkturellen Effekts der Steuersenkung machen. Stimmen die Aussagen der Befragten mit ihrem tatsächlichen Verhalten überein, würde dies aber auf einen deutlich kleineren Effekt hindeuten, als von den Befürwortern der Maßnahme erhofft, da in vielen Modellrechnungen davon ausgegangen wird, dass ein überwiegender Anteil der Haushalte ihr Verhalten angesichts der Mehrwertsteuersenkung ändert. Denkbar wäre außerdem, dass einige Haushalte sich abweichend von ihren Umfrageaussagen verhalten, wenn sie im Laufe des zweiten Halbjahres feststellen sollten, dass die Unternehmen doch in größerem Umfang als erwartet die Mehrwertsteuersenkung weitergeben.

Abbildung 3: Konsumverhalten und Erwartung der Preisüberwälzung



Hinweis: Bei den Antworten „Ja, früher/später/nicht geplante Anschaffungen“ waren Mehrfachnennungen möglich.

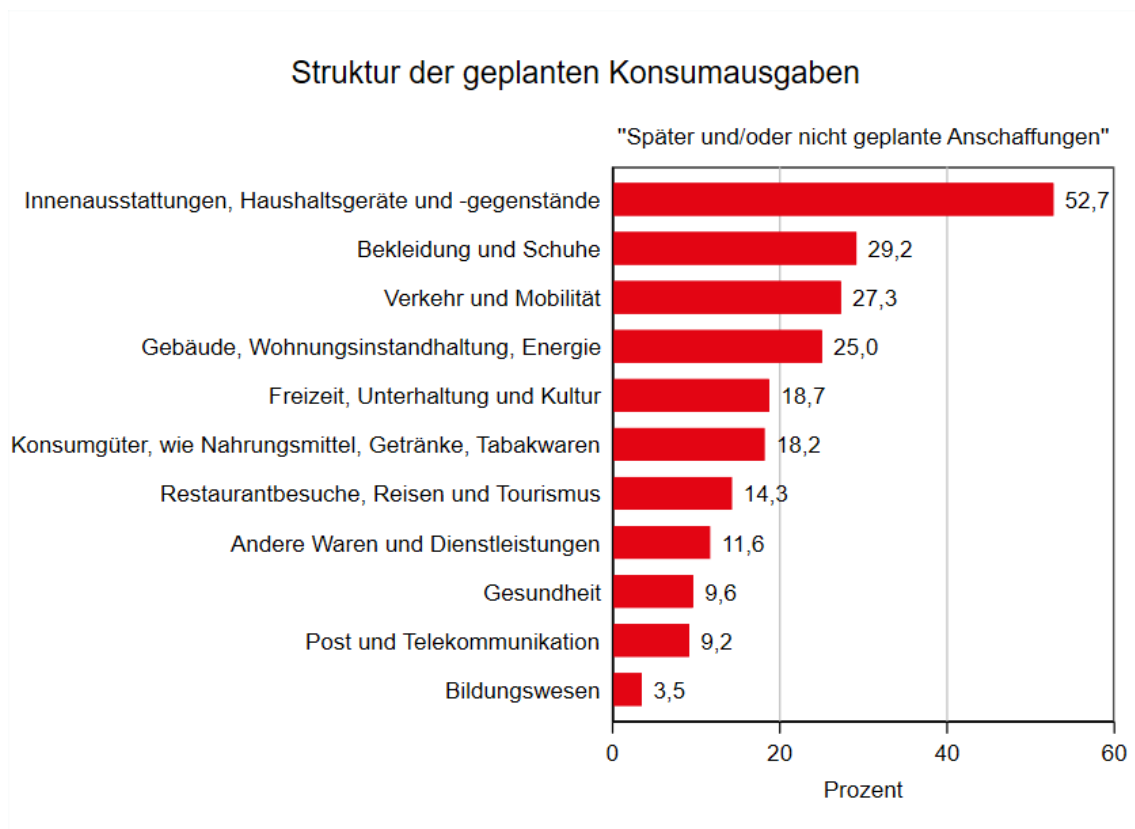
Quelle: Erwerbstätigenbefragung im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung; Berechnungen des IMK; gewichtete Werte.

Dabei liefert die Analyse der Befragungsdaten Hinweise, dass die Erwartungen der Konsumenten hinsichtlich der Preisüberwälzung eine bedeutende Rolle für deren Konsumverhalten spielen. Aus Abbildung 3 geht etwa hervor, dass der Vorzieh- und der Realeinkommenseffekt stärker ausgeprägt sind, wenn die Befragten eine Weitergabe der Mehrwertsteuersenkung erwarten.⁵ Unter jenen Befragten, die davon ausgehen, dass die niedrigere Mehrwertsteuer „ganz überwiegend“ durch Preissenkungen an die Konsumenten weitergegeben wird, geben

⁵ Auf die Frage, ob die niedrigere Mehrwertsteuersenkung durch Preissenkungen an die Verbraucher weitergegeben wird, antworteten 6,4 Prozent der Befragten „Ja, ganz überwiegend“, 58,2 Prozent der Befragten antworteten mit „Ja, aber nur teilweise“, 34,6 Prozent antworteten mit „Nein“ und 0,8 Prozent der Befragten machten keine Angabe.

19,4 (3,4) Prozent an, dass sie in der zweiten Jahreshälfte Anschaffungen planen, die sie sonst zu einem späteren Zeitpunkt (nicht) gekauft hätten. Bei den Befragten, die eine „teilweise“ Preisüberwälzung erwarten, beabsichtigen 18,3 (3,9) Prozent aufgrund der niedrigeren Mehrwertsteuer ab Juli Anschaffungen zu tätigen, die für einen späteren Zeitpunkt (nicht) geplant waren. Wenn die Befragten hingegen keine Überwälzung der Mehrwertsteuer annehmen, sind der Vorzieh- und der Realeinkommenseffekt entsprechend geringer ausgeprägt. Auffällig bleibt allerdings, dass selbst unter jenen, die temporäre Preissenkungen erwarten, immer noch 63,1 Prozent keine Verhaltensänderung planen.

Abbildung 4: Struktur der geplanten Konsumausgaben



Hinweis: Bei den geplanten Anschaffungen waren Mehrfachnennungen möglich.

Quelle: Erwerbstätigenbefragung im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung; Berechnungen des IMK; gewichtete Werte.

Für die Einschätzung der Größe des erwarteten konjunkturellen Effekts und der Auswirkung auf unterschiedliche Branchen ist zudem von Bedeutung, in welche Bereiche vorgezogene oder zusätzliche Anschaffungen fallen. Abbildung 4 zeigt für jene Befragten, die in der zweiten Jahreshälfte Anschaffungen tätigen wollen, in welchen Kategorien nun höhere Ausgaben anstehen als ursprünglich geplant waren. Der Vorzieh- und der Realeinkommenseffekt werden hier aufgrund der geringen Fallzahlen gemeinsam betrachtet. Dabei wird deutlich, dass sich die geplanten Anschaffungen insbesondere auf langlebige Konsumgüter konzentrieren. So gaben mehr als die Hälfte dieser Befragten an, dass sie Konsumgüter aus dem Bereich Innenausstattungen, Haushaltsgeräte oder -gegenstände erwerben wollen. Im Bereich Verkehr und Mobilität (wozu auch Autos zählen) sind von 27,3 Prozent der Befragten Anschaffungen geplant und 25 Prozent beabsichtigen, Anschaffungen in der Kategorie Gebäude, Wohnungsinstandhaltung

und Energie zu tätigen. Der Bereich Bekleidung und Schuhe wird mit 29,2 Prozent ebenfalls recht häufig genannt. Hier könnte auch eine Rolle spielen, dass die Umsätze des Textileinzelhandels im zweiten Quartal 2020 besonders dramatisch eingebrochen waren und es nun bei den Privathaushalten Nachholbedarf gibt. Demgegenüber werden etwa in den Bereichen Bildungswesen, Gesundheit sowie Post und Telekommunikation nur von wenigen Befragten Konsumausgaben geplant, die ursprünglich später und/oder gar nicht vorgesehen waren.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass von der temporären Mehrwertsteuersenkung eher ein begrenzter Impuls für die deutsche Konjunktur in der zweiten Jahreshälfte 2020 zu erwarten ist. Unsere Analyse liefert zwar Hinweise, dass die Steuersenkung zu Vorzieheffekten, insbesondere auch von großen Anschaffungen, führen könnte. Allerdings sind diese Effekte relativ schwach ausgeprägt und zudem keine nennenswerten Realeinkommenseffekte zu erwarten.

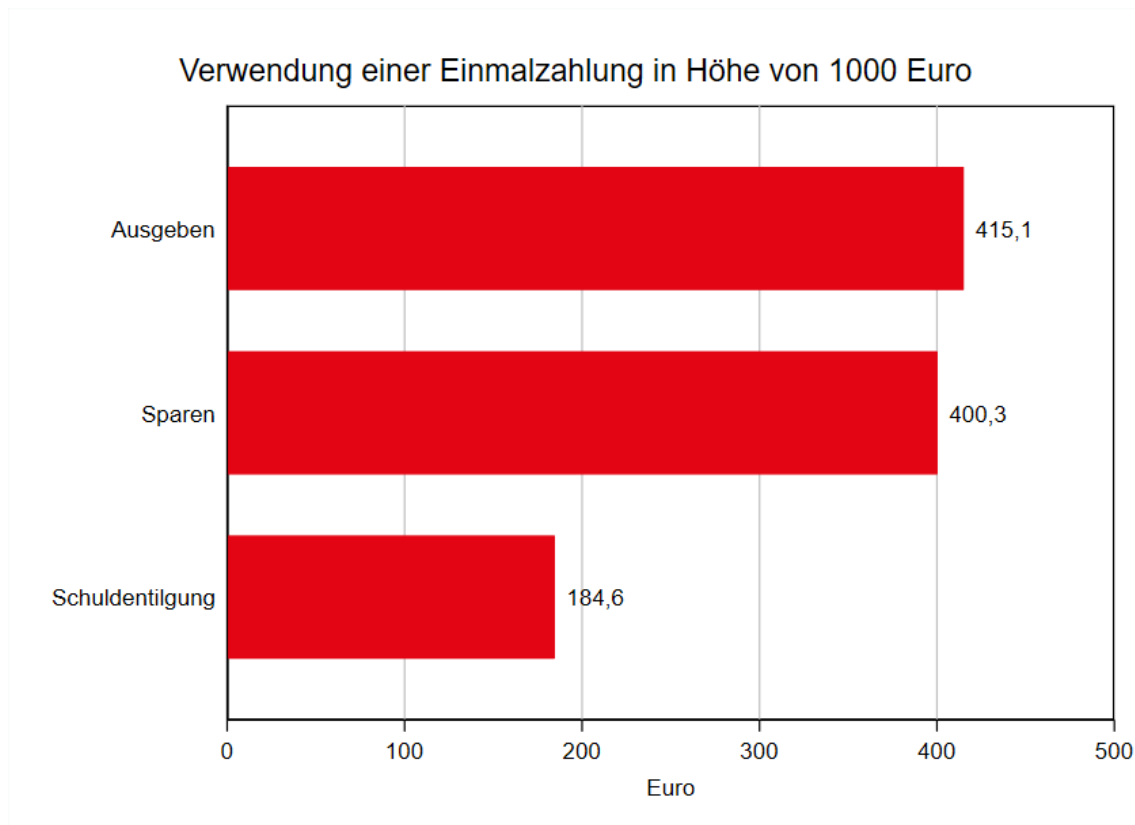
4 Potenzielle Konsumwirkung des Kinderbonus

Neben der vorübergehenden Senkung der Umsatzsteuer beinhaltet das Konjunkturpaket der Bundesregierung auch einen Kinderbonus. Diese Maßnahme sieht vor, dass Familien einmalig einen Betrag von 300 Euro je Kind erhalten, für das in mindestens einem Monat im Jahr 2020 Anspruch auf Kindergeld besteht. Der Kinderbonus soll in zwei Raten im September und Oktober 2020 gemeinsam mit dem Kindergeld ausgezahlt werden. Von dieser Maßnahme profitieren insbesondere Familien mit geringen und mittleren Einkommen, weil der Kinderbonus mit dem steuerlichen Kinderfreibetrag verrechnet, nicht aber auf die Grundsicherung angerechnet wird.

Mit dem Kinderbonus beabsichtigt die Bundesregierung einen zusätzlichen Konjunkturimpuls zu setzen, indem gezielt die Kaufkraft von Familien gestärkt wird. Ähnlich wie bei der Mehrwertsteuer stellt sich die Frage, inwieweit der Kinderbonus die Konjunktur stützt. Ein solcher Effekt wäre zu erwarten, wenn ein relevanter Teil davon in den Konsum fließt. Theoretische Modelle der Konsumglättung über die Lebenszeit würden einen sehr geringen Effekt nahelegen, keynesianische Modelle hingegen einen deutlicheren Effekt. Für den Kinderbonus, der 2009 in Höhe von 100 Euro gezahlt wurde, liegen keine detaillierten Evaluationen vor. Die Gesamtevaluation der Konjunkturpakete 2008/9 von Holtemöller et al. (2015) ermittelt für den Kinderbonus einen gesamtwirtschaftlichen Multiplikator zwischen 0,3 und 1,3, mit einer Erhöhung der Nachfrage zwischen 460 Euro und 590 Euro pro 1000 Euro eingesetzten Finanzmitteln im Jahr der Auszahlung.

Die Erwerbspersonenumfrage enthält zwar nicht direkt eine Frage zum Kinderbonus. Um die Wirkung dieser Maßnahme auf den privaten Konsum einschätzen zu können, kann genutzt werden, dass die Erwerbspersonen zur Verwendung einer hypothetischen Einmalzahlung in Höhe von 1000 Euro befragt wurden.

Abbildung 5: Verwendung einer Einmalzahlung



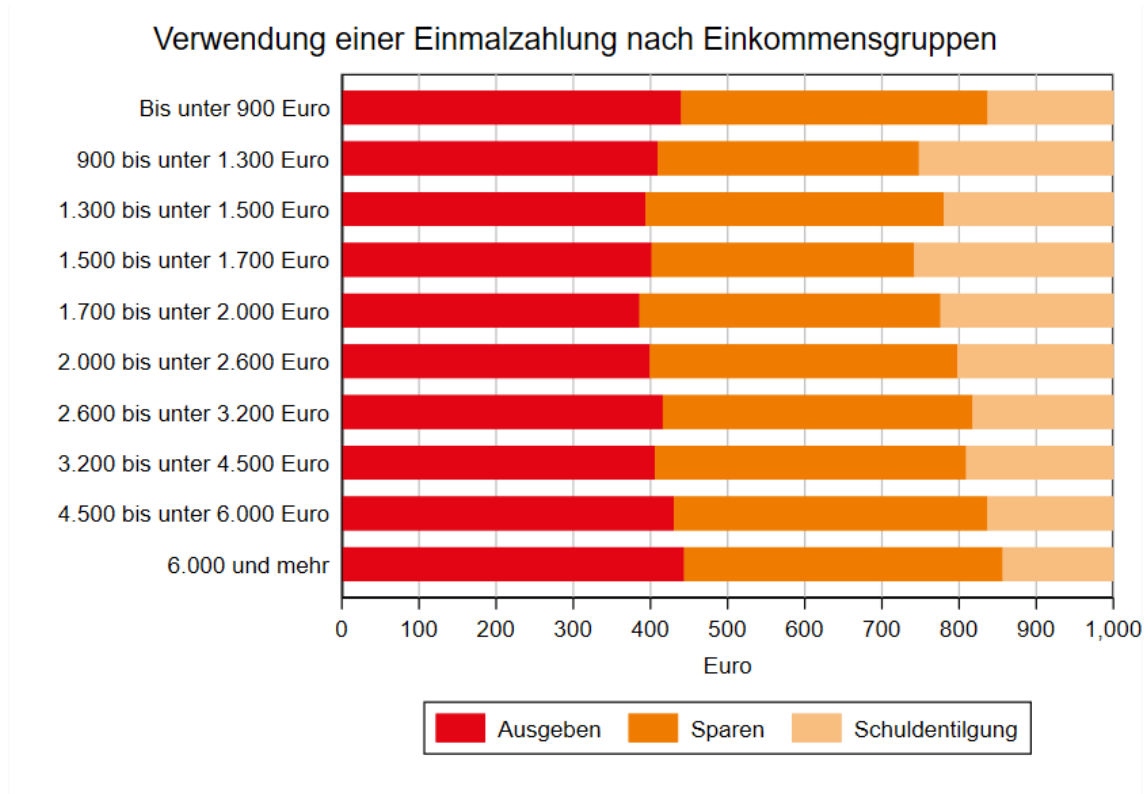
Quelle: Erwerbstätigenbefragung im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung; Berechnungen des IMK; gewichtete Werte.

Aus Abbildung 5 geht hervor, wie viele Euro die Befragten von diesem Betrag in den nächsten 12 Monaten ausgeben oder sparen (z.B. zur Vorsorge oder Vorsicht) würden bzw. wie viele Euro sie dafür verwenden würden, um Schulden zurückzuzahlen. Es zeigt sich, dass Haushalte von einer Einmalzahlung in Höhe von 1000 Euro in den nächsten 12 Monaten im Durchschnitt rund 415 Euro ausgeben würden. Der restliche Betrag würde gespart werden, wobei davon im Durchschnitt rund 185 Euro auf die Tilgung von Schulden entfallen. Insgesamt gaben dabei mehr als 78 Prozent der Befragten an, dass sie ihren Konsum wegen der erhaltenen Einmalzahlung erhöhen würden.

Die durchschnittliche marginale Konsumneigung ist damit substantiell höher als das Standardmodell mit intertemporalen Konsumentscheidungen der Haushalte vorhersagt. Nach der permanenten Einkommenshypothese würde man erwarten, dass ein einmaliger transitorischer Einkommensschock lediglich geringe Auswirkungen auf das Konsumverhalten der Haushalte hat. Die Größenordnung ist allerdings vergleichbar mit den Ergebnissen der jüngeren empirischen Literatur. Jappelli und Pistaferri (2014) untersuchen das Konsumverhalten der privaten Haushalte für eine hypothetische Einkommensänderung mit Daten des Survey on Household Income and Wealth (SHIW) für Italien. Die Autoren zeigen, dass die marginale Konsumneigung von Haushalten bei einem unerwarteten transitorischen Einkommensschock in Höhe eines monatlichen Haushaltsnettoeinkommens im Durchschnitt 48 Prozent beträgt. Zudem haben in den vergangenen Jahren zahlreiche Studien die Konsumwirkung von Steuerschecks analysiert, die im Rahmen des sogenannten „Economic Stimulus Act of 2000“ in den USA an die Steuerzahlen ausbezahlt wurden, um die Rezession nach der weltweiten Finanzkrise abzumildern. Die Ergebnisse dieser Studien zeigen ebenfalls, dass die Haushalte im Durchschnitt einen signifikanten Anteil dieser Steuerrückerstattung für Konsumausgaben

verwendet haben (Parker et al. 2013; Broda und Parker 2008). Die Größenordnung liegt dabei in der Nähe dessen, was unsere Umfrage nahelegt.

Abbildung 6: Verwendung einer Einmalzahlung nach Einkommensgruppen (Haushaltsnettoeinkommen)⁶



Quelle: Erwerbstätigenbefragung im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung; Berechnungen des IMK; gewichtete Werte.

Abbildung 6 zeigt die aus der Umfrage abgeleitete Verwendung der hypothetischen Einmalzahlung für unterschiedliche Einkommensgruppen. Dabei ist auffällig, dass die marginalen Konsumneigungen zwischen den Einkommensgruppen relativ homogen sind. Dieser Befund ist insofern überraschend, als dass einkommensstarke Haushalte typischerweise eine höhere Sparneigung aufweisen als einkommensschwache Haushalte.

Diese Auswertung berücksichtigt allerdings nicht, dass insbesondere Haushalte mit geringen und mittleren Einkommen oftmals Liquiditätsengpässe haben. Nach Auswertungen des DIW hatten im Jahr 2017 fast 30 Prozent der deutschen Haushalte kein Nettovermögen oder sogar Nettoschulden (Grabka und Halbmeier 2019). Zudem gaben 27,5 Prozent der Haushalte ohne Kinder und sogar 31,2 Prozent der Haushalte mit Kindern im Jahr 2017 an, dass sie unerwartet anfallende Ausgaben in Höhe von 1000 Euro nicht aus den eigenen Finanzmitteln bestreiten könnten (Destatis 2017).

Für solche Haushalte ist es durchaus plausibel, dass eine einmalige Zahlung wie der Kinderbonus in den kommenden Monaten am Ende zu höheren Ausgaben führt, als die

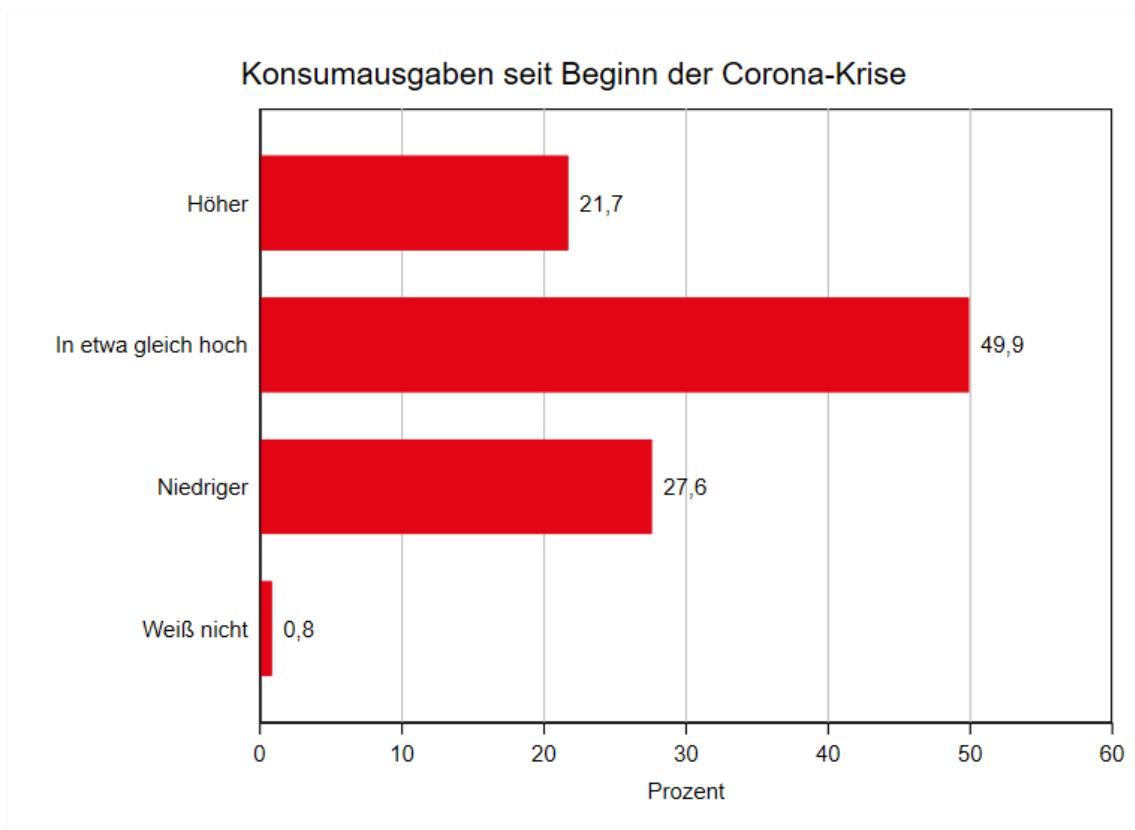
⁶ Die Frage zur Abfrage des Haushaltsnettoeinkommens lautete: „Zu welcher der folgenden Einkommens-Gruppen gehört Ihr Haushalt? Gemeint ist das monatliche Haushalts-Nettoeinkommen, also alle Einkommensarten NACH Abzug von Steuern und Sozialversicherung?“

Umfrage nahelegt. Legen solche Haushalte ohne finanzielle Reserven einen Teil der Einmalzahlung zunächst beiseite und sind in den kommenden Monaten mit einer unvorhergesehenen Ausgabe konfrontiert, so ist damit zu rechnen, dass sie dann diese Ausgabe aus den neuen Ersparnissen tätigen. Damit würde der tatsächliche Anteil der Konsumausgaben aus der Einmalzahlung höher ausfallen, als aus den Umfragedaten hervorgeht, weil die Umfrage nur die geplanten Ausgaben abdeckt.

5 Konsumverhalten während der Corona-Krise

Für die Bewertung des Kinderbonus als konjunkturstabilisierende Maßnahme ist deshalb auch das Konsumverhalten seit Beginn der Corona-Krise aufschlussreich. Eine solche Betrachtung kann wichtige Hinweise liefern, ob Haushalte mit minderjährigen Kindern etwa aufgrund von Betreuungskosten infolge der Kita- und Schulschließungen einen erhöhten Konsumbedarf aufweisen, deshalb aufgrund aufgezehrter Ersparnisse von der Auszahlung des Kinderbonus im Herbst 2020 eine stärkere Belebung des privaten Konsums zu erwarten wäre.

Abbildung 7: Konsumausgaben seit Beginn der Corona-Krise

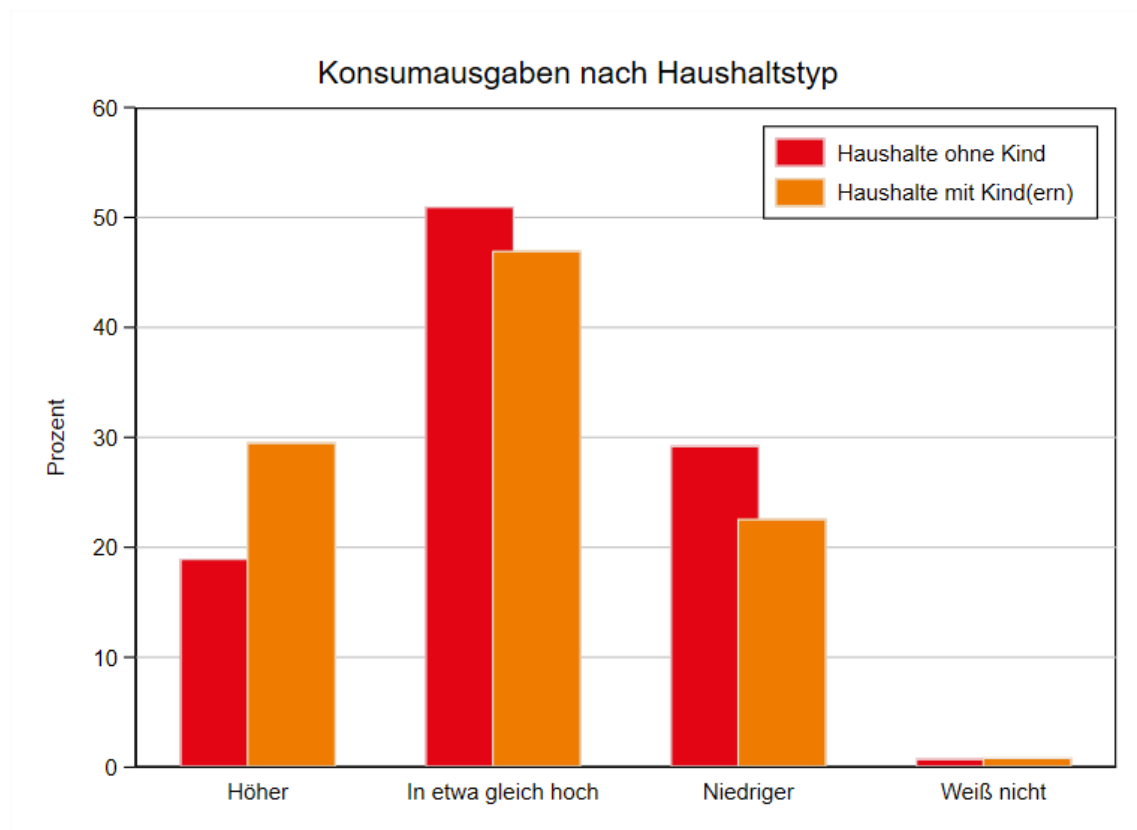


Quelle: Erwerbstätigenbefragung im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung; Berechnungen des IMK; gewichtete Werte.

Abbildung 7 gibt zunächst einen Überblick, ob die monatlichen Konsumausgaben verglichen mit der Zeit vor der Corona-Krise alles in allem höher, in etwa gleich, oder niedriger ausfallen. Rund 22 Prozent der Befragten gaben an, dass ihre monatlichen Konsumausgaben seit Beginn der Corona-Krise höher ausfallen als zuvor. Bei der Hälfte der Befragten waren die monatlichen Konsumausgaben in etwa gleich hoch und bei knapp 28 Prozent fielen sie im Vergleich zur Zeit

vor der Corona-Krise niedriger aus. Dieses Ergebnis mag zunächst überraschen, da ja viele Konsummöglichkeiten – etwa in Restaurants oder bei Konzerten – während der Corona-Krise aufgrund behördlicher Verfügungen verwehrt waren. Allerdings gibt es durchaus Ausgabekategorien, für die in der Krise ein objektiv höherer Bedarf bestand: Viele Eltern etwa mussten Laptops oder Tablets anschaffen, um ihren Kindern die Teilnahme am Online-Unterricht (wo er angeboten wurde) zu ermöglichen. In einigen Bundesländern gab es vor der Krise für Kita-Kinder und/oder bestimmte Schülergruppen kostenloses Mittagessen; mit Beginn der Krise mussten die Kinder zu Hause versorgt werden. Andere Haushalte haben Unterhaltungselektronik oder Materialien zur Renovierung der Wohnung gekauft.

Abbildung 8: Konsumausgaben nach Haushaltstyp



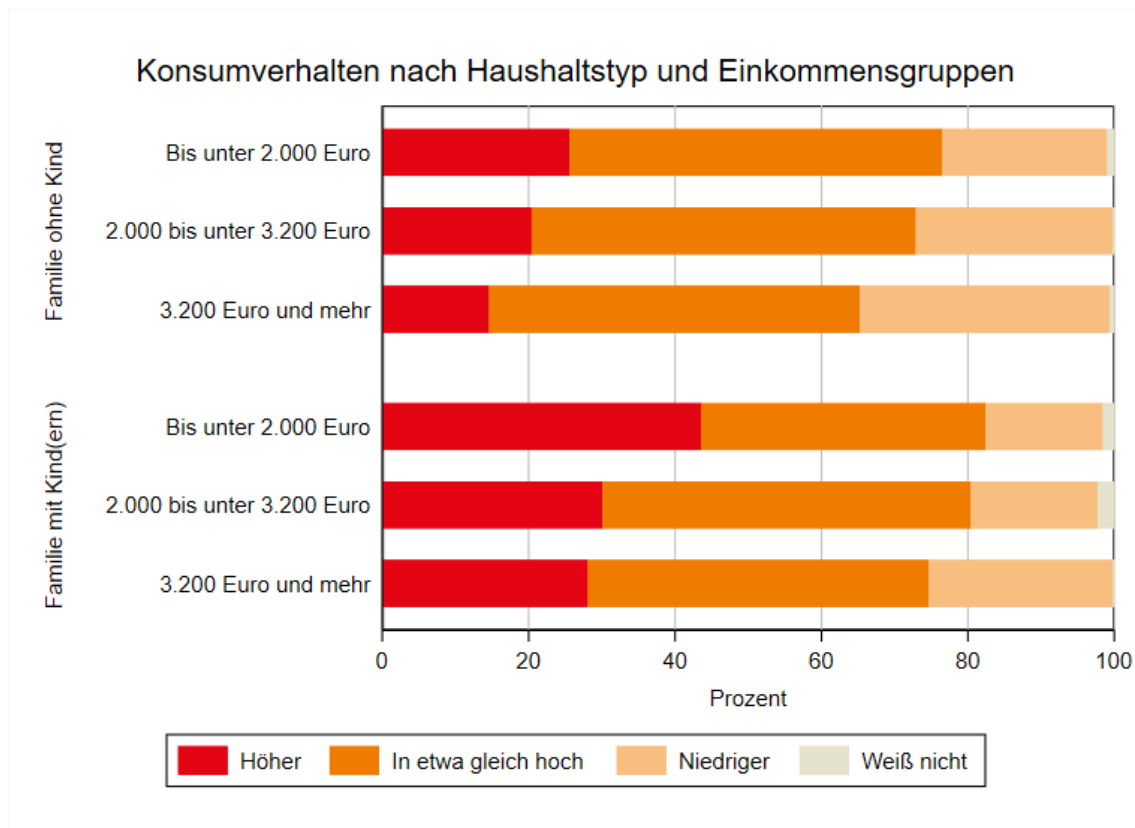
Quelle: Erwerbstätigenbefragung im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung; Berechnungen des IMK; gewichtete Werte.

Dass vor allem der erhöhte Bedarf für Kinder eine Rolle gespielt haben könnte, zeigt sich bei einer differenzierteren Betrachtung der Mehr- und Minderausgaben nach Haushaltstypen: Dabei bestehen erhebliche Unterschiede im Konsumverhalten zwischen Haushalten mit und ohne minderjährige Kinder gegenüber der Zeit vor der Corona-Krise (siehe Abbildung 8).⁷ Knapp 30 Prozent der Befragten aus Haushalten mit Personen unter 18 Jahren gaben an, dass ihre monatlichen Konsumausgaben seit Beginn der Corona-Krise gestiegen sind. In Haushalten ohne Personen unter 18 Jahren haben sich die Konsumausgaben hingegen nur in knapp 20 Prozent der Fälle erhöht. Dieser Befund deutet darauf hin, dass im Zusammenhang mit der

⁷ 26,1 Prozent der Befragten leben in Haushalten mit Personen unter 18 Jahren, 73,2 Prozent der Befragten leben in Haushalten ohne Personen unter 18 Jahren und 0,6 Prozent der Befragten machten dazu keine Angaben (Hinweis: Abweichungen von 100 Prozent sind durch Rundungen zu erklären).

Kinderbetreuung während der vergangenen Monate höhere Konsumausgaben erforderlich waren.

Abbildung 9: Konsumausgaben nach Haushaltstyp und Einkommensgruppen (Haushaltsnettoeinkommen)



Quelle: Erwerbstätigenbefragung im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung; Berechnungen des IMK; gewichtete Werte.

Zudem bestehen deutliche Unterschiede im Konsumverhalten zwischen Einkommensgruppen innerhalb der beiden Haushaltstypen (siehe Abbildung 9). Haushalte mit niedrigen Einkommen haben ihren Konsum gegenüber der Zeit vor der Corona-Krise häufiger erhöht, als Haushalte mit mittleren und höheren Einkommen, wobei die Unterschiede entlang der Einkommensgruppen wiederum in Haushalten mit Personen unter 18 Jahren etwas stärker ausprägt sind. Unter den Haushalten mit minderjährigen Kindern, die über ein monatliches Nettoeinkommen von weniger als 2000 Euro verfügen, haben knapp 44 Prozent ihre Konsumausgaben gegenüber der Zeit vor der Corona-Krise erhöht. Dieser Anteil fällt bei den Befragten mit einem mittleren (2000 Euro und 3200 Euro) und höheren Haushaltsnettoeinkommen (ab 3200 Euro) geringer aus. Bei den Haushalten ohne minderjährige Kinder und einem niedrigen Nettoeinkommen gaben rund 26 Prozent an, dass ihr Konsum in den vergangenen Monaten zunahm; bei den Haushalten mit mittleren und höheren Nettoeinkommen betragen die Anteile rund 20 bzw. 15 Prozent.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass insbesondere in Haushalten mit minderjährigen Kindern, die über ein niedriges Nettoeinkommen verfügen, während der vergangenen Monate ein erhöhter Konsumbedarf vorlag. Vor diesem Hintergrund ist der Kinderbonus auch aus

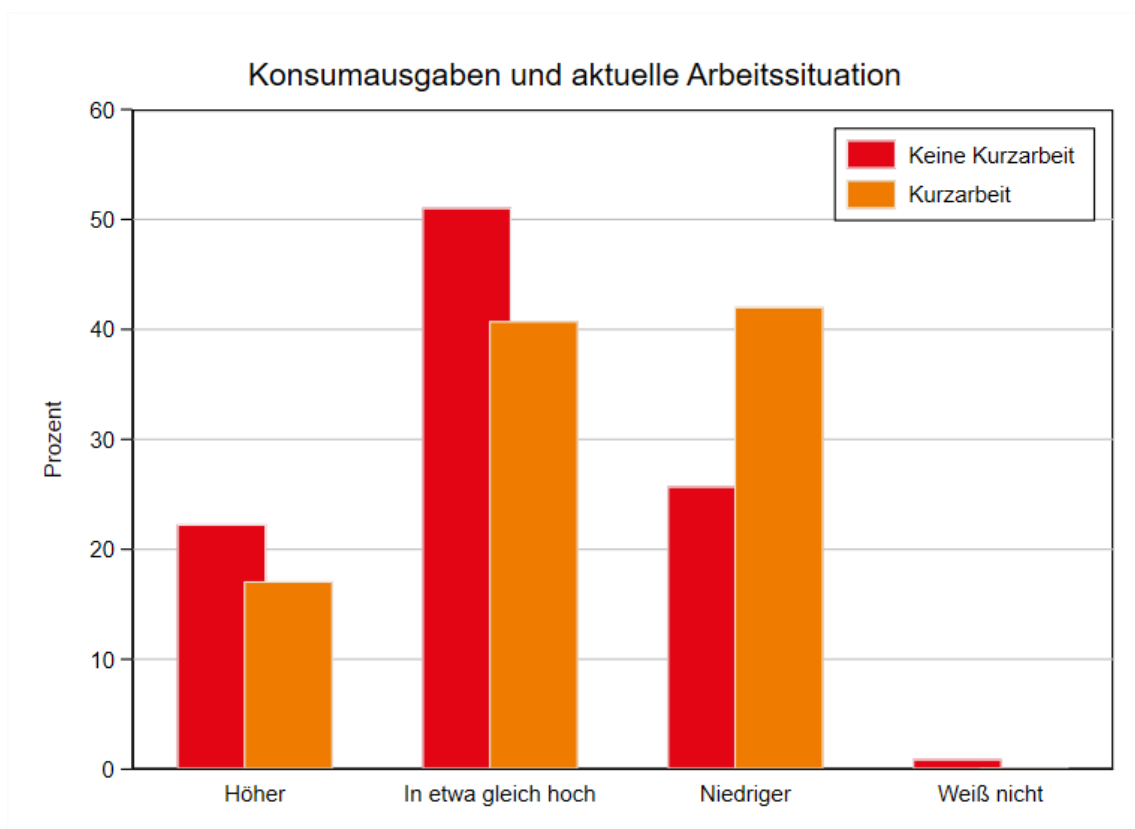
verteilungspolitischer Sicht ein geeignetes Instrument, von dem eine Unterstützung des privaten Konsums zu erwarten ist.

6 Kurzarbeitergeld und Konsumverhalten

In der wirtschaftspolitischen Debatte der vergangenen Monate war zeitweise auch vorgeschlagen worden, das Kurzarbeitergeld staatlich aufzustocken (Dullien et al. 2020). Dabei gab es zum einen Vorschläge, vom ersten Monat an das Kurzarbeitergeld von 60 Prozent (für Kinderlose) bzw. 67 Prozent (für Betroffene mit Kindern) auf bis zu 100 Prozent aufzustocken. Ein anderer Vorschlag war, für Geringverdiener ein Mindestkurzarbeitergeld einzuführen. Diese Vorschläge wurden allerdings nach dem Kompromiss der Koalition aus dem April nicht weiterverfolgt, in dem festgelegt wurde, für Kurzarbeiter ab dem vierten Bezugsmonat das Kurzarbeitergeld auf 70/77 Prozent und nach dem siebten Monat auf 80/87 Prozent aufzustocken.

Unsere Umfrage erlaubt zwar nicht, die genaue Wirkung dieser beschlossenen oder einer hypothetischen früheren oder großzügigeren Aufstockung zu quantifizieren. Allerdings erlauben die Umfrageergebnisse eine Abschätzung der Wirkung der Einkommensverluste während der Kurzarbeit auf den Privatkonsum.

Abbildung 10: Konsumausgaben nach Betroffenheit von Kurzarbeit



Quelle: Erwerbstätigenbefragung im Auftrag der Hans-Böckler-Stiftung; Berechnungen des IMK; gewichtete Werte.

Betrachtet man die berichteten Konsumänderungen während der Corona-Krise getrennt für Befragte, die sich in Kurzarbeit befanden und für jene, die nicht von Kurzarbeit betroffen waren, so zeigt sich deutlich, dass Kurzarbeiter wesentlich häufiger ihren Konsum einschränkten (siehe Abbildung 10). Unter jenen Beschäftigten, die nicht von Kurzarbeit betroffen waren, schränkten lediglich 25,7 Prozent ihre Konsumausgaben in der Krise ein. Damit hielt sich in dieser Gruppe der Anteil jener, die weniger konsumierten und jenen, die mehr ausgaben (22,3 Prozent), ungefähr die Waage. Anders sah es für die von Kurzarbeit Betroffenen aus: Hier gaben 42 Prozent an, ihren Konsum eingeschränkt zu haben. Dies sind deutlich mehr als doppelt so viele wie die, die ihren Konsum ausweiteten (17,1 Prozent). Betrachtet man wiederum getrennt die Kurzarbeiter ohne eine Aufstockung des Kurzarbeitergeldes durch den Arbeitgeber und jene mit einer Aufstockung durch den Arbeitgeber, so reduzierten jene mit Aufstockung ebenfalls seltener ihre Konsumausgaben. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass eine frühe und entschiedene Aufstockung des Kurzarbeitergeldes entweder für alle Betroffenen oder nur für Geringverdiener (im Modell des Mindestkurzarbeitergeldes) aller Wahrscheinlichkeit nach den beobachteten Einbruch des Privatkonsums im zweiten Quartal gebremst hätte und auch den Konsum in den kommenden Monaten gestützt hätte.

7 Fazit

Insgesamt kann man anhand der Auswertung der Befragungsdaten eine Reihe von Schlussfolgerungen zu den konsumsteigernden Maßnahmen des Konjunkturpakets ziehen: Zunächst einmal zeigen die Umfragedaten, dass die Maßnahmen grundsätzlich in der Lage sind, Verhaltensänderungen hin zu einer Konsumsteigerung im zweiten Halbjahr 2020 hervorzurufen. Darüber hinaus deuten die Antworten allerdings darauf hin, dass der konsumsteigernde Effekt der Mehrwertsteuersenkung im Konjunkturpaket im Verhältnis zu dem doch beträchtlichen Volumen dieser Einzelmaßnahme eher begrenzt sein dürfte. Verhalten sich die Privathaushalte wie in der Umfrage angegeben, so dürfte die vorübergehende Mehrwertsteuersenkung gerade einmal bei einem Viertel der Privathaushalte Verhaltensänderungen auslösen.

Wesentlich größere Breitenwirkung dürfte der Kinderbonus entfachen: Fast 80 Prozent der Befragten geben an, bei einer Einmalzahlung ihren Konsum kurzfristig zu erhöhen. Im Schnitt dürfte der Kinderbonus zur Hälfte direkt in zusätzlichen Konsum fließen und damit einen signifikanten direkten Effekt auf den Privatkonsum haben. Allerdings ist das Volumen des Bonus mit insgesamt gerade einmal 4,3 Mrd. Euro im gesamtwirtschaftlichen Maßstab relativ gering. Eine andere Gewichtung der Maßnahmen im Konjunkturpaket – etwa ein höherer Kinderbonus oder eine großzügigere Aufstockung des Kurzarbeitergeldes – hätte nach diesen Ergebnissen zu einem größeren konjunkturellen Impuls geführt.

Literaturverzeichnis

Broda, C. / Parker, J. (2008): The Impact of the 2008 Tax Rebates on Consumer Spending: Preliminary Evidence. Unpublished.

Destatis (2017): Leben in Europa (EU-SILC): Einkommen und Lebensbedingungen in Deutschland und der Europäischen Union, Wiesbaden.

Dullien, S. / Gechert, S. (2020): Konjunkturpaket 2020: Temporäre Mehrwertsteuersenkung mit beschränkter Wirkung. IMK Policy Brief Nr. 94.

Dullien, S. / Herzog-Stein, A. / Hohlfeld, P. / Paetz, C. / Stephan, S. / Theobald, T. / Tober, S. / Watzka, S. (2020): Virus-Pandemie stürzt Weltwirtschaft in tiefe Rezession. IMK Report Nr. 157.

Grabka, M. M. / Halbmeier, C. (2019): Vermögensungleichheit in Deutschland bleibt trotz steigender Nettovermögen anhaltend hoch. DIW Wochenbericht Nr. 40, S. 736-745.

Holtemöller, O. / Brautzsch, H.-U. / Drechsel, K. / Drygalla, A. / Giesen, S. / Hennecke, P. / Kiesel, K. / Loose, B. / Meier, C.-P. / Zeddies, G. (2015): Ökonomische Wirksamkeit der Konjunktur stützenden finanzpolitischen Maßnahmen der Jahre 2008 und 2009. Forschungsvorhaben im Auftrag des Bundesministeriums der Finanzen. IWH Online 4/2015, Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH).

Hüther, M. (2020): Das Konjunkturpaket setzt richtige Akzente. Creditreform-Magazin. <https://www.iwkoeln.de/presse/in-den-medien/beitrag/michael-huether-das-konjunkturpaket-setzt-richtige-akzente.html>, aufgerufen am 03.07.2020.

Jappeli, T. / Pistaferri, L. (2014): Fiscal Policy and MPC Heterogeneity. In: American Economic Journal: Macroeconomics, Jg. 6, H. 4, S. 107-136.

Parker, J. A. / Souleles, N. S. / Johnson, D. S. / McClelland, R. (2013): Consumer Spending and the Economic Stimulus Payments of 2008. In: American Economic Review, Jg.103, H. 6, S. 2530-2553.

Impressum

Herausgeber

Institut für Makroökonomie und Konjunkturforschung (IMK) der Hans-Böckler-Stiftung, Georg-Glock-Str. 18,
40474 Düsseldorf, Telefon +49 211 7778-312, Mail imk-publikationen@boeckler.de

Die Reihe „IMK Policy Brief“ ist als unregelmäßig erscheinende Online-Publikation erhältlich über:
<https://www.imk-boeckler.de/de/imk-policy-brief-15382.htm>

ISSN 2365-2098



Dieses Werk ist lizenziert unter der Creative Commons Lizenz:
Namensnennung 4.0 International (CC BY).

Diese Lizenz erlaubt unter Voraussetzung der Namensnennung des Urhebers die Bearbeitung, Vervielfältigung und Verbreitung des Materials in jedem Format oder Medium für beliebige Zwecke, auch kommerziell.

Den vollständigen Lizenztext finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.de>

Die Bedingungen der Creative Commons Lizenz gelten nur für Originalmaterial. Die Wiederverwendung von Material aus anderen Quellen (gekennzeichnet mit Quellenangabe) wie z. B. von Abbildungen, Tabellen, Fotos und Textauszügen erfordert ggf. weitere Nutzungsgenehmigungen durch den jeweiligen Rechteinhaber.
