



Dr. Stefan Bach, Wissenschaftlicher Mitarbeiter in der Abteilung Staat am DIW Berlin

INTERVIEW MIT STEFAN BACH

»Mittelschichten würden von Senkung der Mehrwertsteuer profitieren«

1. Herr Bach, inwieweit könnte eine Senkung des Mehrwertsteuersatzes die Bezieher und Bezieherinnen von unteren und mittleren Einkommen entlasten? Wenn man die unteren und mittleren Einkommen steuerlich deutlich entlasten will, dann muss man eher an die Mehrwertsteuer denken und weniger an die Einkommensteuer. Die Mehrwertsteuer belastet den Verbrauch, und die Verbrauchsausgaben machen bei den kleinen Einkommen einen viel höheren Anteil aus als bei den hohen Einkommen. Die Hochverdienenden zahlen hohe direkte Steuern und Sozialabgaben und können auch einen Großteil ihres Einkommens sparen, sodass sie von der Mehrwertsteuerbelastung relativ betrachtet viel weniger getroffen werden als die Bezieher und Bezieherinnen unterer Einkommen. Das nennt man eine regressive Steuerbelastung, bezogen auf das laufende Einkommen.
2. Auf welchen Satz sollte bzw. könnte der Mehrwertsteuersatz gesenkt werden, damit es zu einer spürbaren Entlastung der Verbraucherinnen und Verbraucher kommt? Den Mehrwertsteuerregelsatz von derzeit 19 Prozent könnte man auf 18 Prozent absenken. Das würde die Verbraucher um etwa 11 Milliarden Euro entlasten. Zusätzlich könnte man den ermäßigten Steuersatz für Nahrungsmittel und für öffentlichen Nahverkehr auf fünf Prozent senken. Das würde die unteren Einkommen, bei denen die Nahrungsmittel und der Nahverkehr einen relativ großen Ausgabenanteil verursachen, zusätzlich entlasten. Dann käme man insgesamt auf ein Steuerentlastungsvolumen von 15 Milliarden, über das ja derzeit auch in der Politik immer wieder gesprochen wird.
3. Welche Auswirkungen hätte eine Senkung der Mehrwertsteuer auf den Konsum? Eine Mehrwertsteuersenkung würde nicht nur die Steuerlastverteilung verbessern, sondern auch den Konsum stärken. Das brauchen wir momentan nicht unbedingt, weil die Konjunktur gut läuft. Längerfristig sollten wir unseren privaten Verbrauch jedoch stärken, nicht zuletzt auch mit Blick auf die großen makroökonomischen Ungleichgewichte und die hohen Leistungsbilanzüberschüsse. Eine Mehrwertsteuersenkung könnte einen kleinen Beitrag dazu

leisten, dass der Konsum anzieht und damit auch die Importe.

4. Wie groß ist die Gefahr, dass die Unternehmen die niedrigere Mehrwertsteuer gar nicht an die Konsumenten weitergeben? Die Mehrwertsteuersenkung muss natürlich erst einmal von den Unternehmen in die Preise weitergegeben werden. Das ist nicht in jedem Fall gewährleistet und setzt einen hinreichenden Wettbewerbsdruck voraus. In der gegenwärtigen konjunkturellen Situation kann das durchaus ein paar Jahre dauern, bis die Mehrwertsteuersenkung vollständig bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern ankommt. Längerfristig wird das aber passieren, denn der Wettbewerbsdruck ist in den meisten Branchen hinreichend groß, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher dann auch von dieser Steuersenkung profitieren.
5. Wie lange würde das schätzungsweise dauern? Man kann davon ausgehen, dass spätestens nach fünf Jahren dieser Überwälzungsprozess abgeschlossen sein wird, denn der Wettbewerb zwingt die Unternehmen dazu, diese Steuerentlastungen an die Verbraucherinnen und Verbraucher weiterzugeben.
6. Was könnten die Gründe dafür sein, dass eine Senkung des Mehrwertsteuersatzes weit weniger diskutiert wird als andere Steuersenkungsmodelle? Die Mehrwertsteuer ist in den letzten zwei Jahrzehnten schrittweise ausgebaut worden und ist heute das zweite Standbein des Steuerstaates. Mit dem Aufkommen hat man die indirekten Steuern gesenkt und die sozialen Sicherungssysteme finanziert, um die Sozialbeiträge zu senken. Das hat sich so eingepreßt, und da will die Steuerpolitik nicht ohne weiteres von abrücken. Zum anderen ist die Überwälzungsfrage zunächst einmal nicht klar. Wenn die Mehrwertsteuer erhöht wird, geht man eindeutig davon aus, dass die Unternehmen ihre Preise erhöhen. Dass die Unternehmen ihre Preise auf Dauer auch wieder senken werden, wenn man die Mehrwertsteuer reduziert, das ist noch nicht in allen Köpfen angekommen.

Das Gespräch führte Erich Wittenberg.



Das vollständige Interview zum Anhören finden Sie auf www.diw.de/interview



DIW Berlin – Deutsches Institut
für Wirtschaftsforschung e.V.
Mohrenstraße 58, 10117 Berlin
T +49 30 897 89 -0
F +49 30 897 89 -200
84. Jahrgang

Herausgeberinnen und Herausgeber

Prof. Dr. Tomaso Duso
Dr. Ferdinand Fichtner
Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.
Prof. Dr. Peter Haan
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Lukas Menkhoff
Prof. Johanna Mollerstrom, Ph.D.
Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.
Prof. Dr. Jürgen Schupp
Prof. Dr. C. Katharina Spieß
Prof. Dr. Gert G. Wagner

Chefredaktion

Dr. Gritje Hartmann
Dr. Wolf-Peter Schill

Redaktion

Renate Bogdanovic
Dr. Franziska Bremus
Claudia Cohnen-Beck
Prof. Dr. Christian Dreger
Sebastian Kollmann
Markus Reiniger
Mathilde Richter
Dr. Alexander Zerrahn

Lektorat

Dr. Simon Junker

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 74
77649 Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. (01806) 14 00 50 25
20 Cent pro Anruf
ISSN 0012-1304
ISSN 1860-8787 (Online)

Gestaltung

Edenspiekermann

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit Quellen-
angabe und unter Zusendung eines
Belegexemplars an die Serviceabteilung
Kommunikation des DIW Berlin
(kundenservice@diw.de) zulässig.

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier.