



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](http://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.