

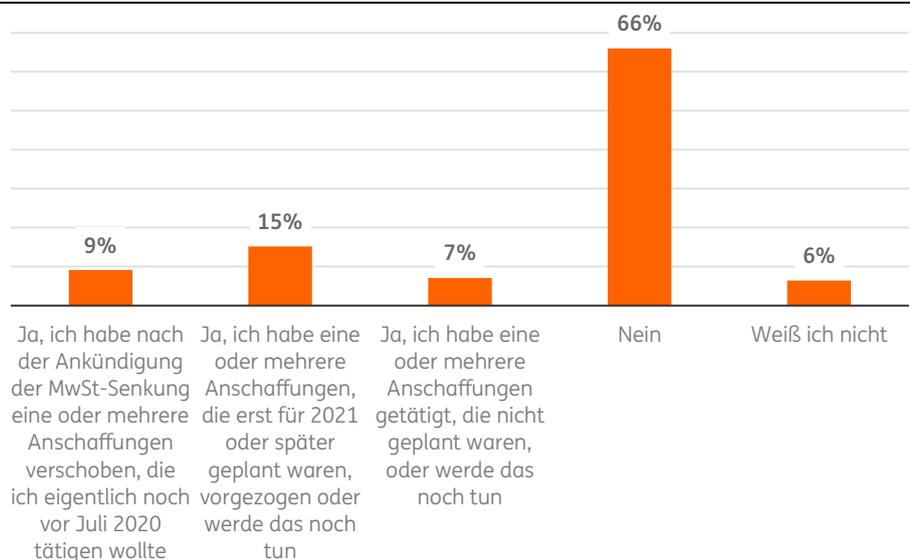
Ein paar Prozente reichen nicht für den großen Kaufrausch

Drei Viertel der deutschen Verbraucher zeigen sich von der MwSt-Senkung unbeeindruckt – vor allem junge Männer reagieren darauf.

Zu den konjunkturstützenden Maßnahmen der Bundesregierung in der Corona-Krise gehörte unter anderem die von Juli bis Dezember befristete Senkung der Mehrwertsteuer von 19 auf 16 bzw. von 7 auf 5 Prozent, um den Konsum anzuregen oder zumindest zu stabilisieren. Während in wettbewerbsintensiven Branchen wie dem Lebensmitteleinzelhandel die Steuersenkung quasi vollständig an die Verbraucher weitergegeben wurde, nutzte manch anderes Unternehmen die Situation zu einer Ausweitung seiner Marge. Auch das dürfte die Bundesregierung aber nicht groß gestört haben, denn die damit einhergehende Verbesserung der Ertragssituation dürfte in Zeiten der Pandemie ebenfalls ein willkommener Effekt gewesen sein.

Die Reaktion der Verbraucher auf die Steuersenkung zeigt sich jedoch überschaubar. In einer repräsentativen Umfrage der ING gaben im August und September 2020 nur etwas mehr als ein Viertel der Befragten an, dass die Steuersenkung ihre Konsumententscheidungen beeinflusst hätte. Und bei rund einem Drittel dieser Gruppe war diese Auswirkung eher ein Mitnahmeeffekt: Diese Verbraucher warteten nämlich nach der Ankündigung der Maßnahme mit einer ohnehin geplanten Anschaffung bis zum Eintritt der Steuersenkung.

Abb. 1 „Als Teil des Corona-Konjunkturpakets wird von Juli bis Dezember 2020 die Mehrwertsteuer gesenkt, um dann ab Januar 2021 wieder auf die alten Steuersätze angehoben zu werden. Haben Sie deshalb geplante Anschaffungen verschoben oder vorgezogen oder werden Sie deshalb Anschaffungen tätigen, die nicht geplant waren?“



Mehrere Ja-Antworten möglich, Quelle: ING International Survey

Mit der Maßnahme dürfte auch die Hoffnung verbunden gewesen sein, damit zusätzlichen Konsum anzuregen. Dass eine Steuersenkung, die eine Anschaffung von 100 Euro um gerade einmal 2,52 Euro verbilligt, nicht den ganz großen Ansturm der Konsumenten auslösen würde, dürfte allerdings auch der Bundesregierung klar gewesen sein. Immerhin 7 Prozent sind es aber, die angeben, angesichts der Steuersenkung eine zuvor nicht geplante Anschaffung getätigt zu haben oder das noch tun zu wollen.

Carsten Brzeski
Chief Economist
Frankfurt +49 69 27 222 64455
Carsten.Brzeski@ing.de

Sebastian Franke
Economist
Frankfurt +49 69 27 222 65154
Sebastian.Franke@ing.de

Vor allem hoffte die Regierung aber wohl, die Verbraucher durch die Befristung der Steuersenkung zum Vorziehen von Ausgaben anzuregen, um damit den Konsum in der Krise notfalls auch auf Kosten zukünftiger Umsätze zu stabilisieren. Und im Hinblick auf diese „intertemporale Kannibalisierung“ zeigt die Steuersenkung dann auch ihren größten Effekt: 15 Prozent der Befragten haben nach eigenen Angaben Anschaffungen vorgezogen, die eigentlich erst für 2021 oder später vorgesehen waren, oder planen, das noch zu tun..

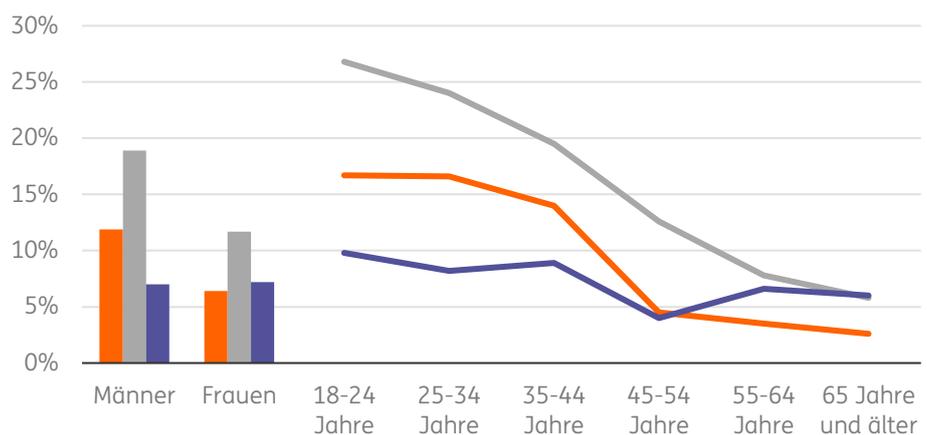
Dass die Senkung befristet bleiben und nicht verlängert werden sollte, hatten Regierungsvertreter im Sommer mehrfach betont. Für die Wirksamkeit der Maßnahme war sicher mit ausschlaggebend, dass die Verbraucher auf diese Beteuerungen vertrauten. Denn warum sollten sie eine Ausgabe vorziehen, wenn sie damit rechnen können, auch zum ursprünglich geplanten Anschaffungszeitpunkt noch in den Genuss der verminderten Steuer zu kommen? Dass mit dem Näherrücken des Jahresendes die Diskussion um eine Verlängerung der Steuersenkung aufkommt, war dennoch abzusehen – fraglich ist, ob im Falle einer befristeten Verlängerung der Maßnahme die Verbraucher auch dieses Mal wieder auf die erneute Befristung vertrauen würden.

Vor allem ältere Verbraucher zeigen sich unbeeindruckt

Wer sind die Verbraucher, bei denen die Steuersenkung verfangen konnte? Beim Blick auf die demographische Verteilung der Antworten zeigt sich ein deutliches Altersgefälle. So sind es vor allem jüngere Konsumenten, die sich durch die Steuersenkung in ihren Konsumentscheidungen beeinflussen lassen – vorwiegend allerdings in Form einer zeitlichen Verschiebung von Ausgaben. Weniger stark ausgeprägt ist der Unterschied zwischen den Altersgruppen bei den zusätzlichen Anschaffungen.

Und während bei der Frage nach zusätzlichem Konsum das Geschlecht quasi überhaupt keine Rolle spielt, geben Verbraucherinnen zu deutlich geringeren Anteilen als ihre männlichen Pendanten an, ihren Konsum zeitlich verlagert zu haben.

Abb. 2 Anteil, der Anschaffungen verschoben oder vorgezogen hat oder nicht geplante Anschaffungen getätigt hat, nach Geschlecht und Altersgruppen



- Ja, ich habe nach der Ankündigung der MwSt-Senkung eine oder mehrere Anschaffungen verschoben, die ich eigentlich noch vor Juli 2020 tätigen wollte
- Ja, ich habe eine oder mehrere Anschaffungen, die erst für 2021 oder später geplant waren, vorgezogen oder werde das noch tun
- Ja, ich habe eine oder mehrere Anschaffungen getätigt, die nicht geplant waren, oder werde das noch tun

Die Befragung wurde im Rahmen der ING International Survey (IIS) durchgeführt

Ziel der mehrmals jährlich durchgeführten IIS ist ein besseres Verständnis der finanziellen Entscheidungsfindung von Konsumenten. Die Umfrage wurde vom Ipsos Meinungsforschungsinstitut in Form einer Onlinebefragung durchgeführt. In Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, den Niederlanden, Österreich, Polen, Rumänien, Spanien, der Tschechischen Republik, der Türkei sowie den USA wurden je ca. 1.000 Befragungen durchgeführt, in Luxemburg 500. Englischsprachige Reports zu dieser und früheren IIS-Umfragen sind unter <https://think.ing.com/consumer/ing-international-survey/> zu finden.

Disclaimer / wichtige rechtliche Hinweise

Diese Veröffentlichung wurde von der volkswirtschaftlichen Abteilung der ING Deutschland („ING“) zu reinen Informationszwecken erstellt, ohne Berücksichtigung von Anlagezielen, finanzieller Situation oder Mitteln einzelner Nutzer/Leser. Die Informationen in dieser Veröffentlichung stellen weder eine Anlageempfehlung noch eine Anlage-, Rechts- oder Steuerberatung oder ein Angebot oder eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebots zum Kauf oder Verkauf eines Finanzinstruments dar. Mit angemessener Sorgfalt wurde darauf geachtet, dass die Angaben in dieser Veröffentlichung nicht unzutreffend oder irreführend sind; ING gewährleistet nicht ihre Genauigkeit oder Vollständigkeit. ING haftet nicht für Schäden, die direkt, indirekt oder mittelbar aus der Nutzung dieser Veröffentlichung entstehen. Wenn nicht anders angegeben, sind alle Ansichten, Voraussagen oder Einschätzungen allein die des Autors oder der Autoren zum Zeitpunkt der Veröffentlichung und können sich ohne Ankündigung ändern.

Die Verbreitung dieser Veröffentlichung kann durch Gesetz oder Verordnung in verschiedenen Rechtsordnungen eingeschränkt werden. Wer in den Besitz dieser Veröffentlichung gelangt, sollte sich über derartige Einschränkungen informieren und diese beachten.

Der Inhalt dieser Veröffentlichung und der zugrunde liegende Datenbestand sind urheberrechtlich geschützt. Wiedergabe, Vertrieb oder Veröffentlichung sind nur mit ausdrücklicher Genehmigung der ING gestattet. Alle Rechte sind vorbehalten. Die ING Deutschland wird von der Europäischen Zentralbank (EZB) und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) beaufsichtigt. Die ING Deutschland hat ihren Sitz in Frankfurt am Main und ist eingetragen im Handelsregister des Amtsgerichts Frankfurt am Main unter der Registernummer HRB 7727.