

NACHFRAGESEITE STÄRKEN – VERBRAUCHER ENTLASTEN

Stellungnahme des vzbv zum Zweiten Corona-Steuerhilfegesetz

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) bedankt sich für die Möglichkeit der Stellungnahme zum Zweiten Corona Steuerhilfegesetz.

Ein Konjunkturprogramm ist wichtig, für Wirtschaft sowie Verbraucherinnen und Verbraucher¹. Die Corona-Pandemie stellt nicht nur Staat, Wirtschaft und Arbeitnehmer vor eine große Bewährungsprobe. Auch die Verbraucher werden unmittelbar durch die Corona-Krise und die wirtschaftlichen Folgen der Krise belastet. Verbraucher leiden im Fall von Kurzarbeit oder Arbeitslosigkeit unter rückläufigen Einnahmen aus der abhängigen Beschäftigung oder Selbstständigkeit.

Eine repräsentative Umfrage im Auftrag des vzbv² ergab, dass jeder fünfte Verbraucher inzwischen finanzielle Einbußen infolge der Corona-Krise erlitten hat. Hochgerechnet auf die Gesamtbevölkerung entspricht dies zwischen 12,5 und 16 Millionen Bürgern (ab 14 Jahren).

Die meisten betroffenen Verbraucher berichten von Gehaltseinbußen (75 Prozent der Betroffenen), gefolgt von gestiegenen Kosten für Gesundheit und Pflege (28 Prozent), fehlenden Erstattungen bei ausgefallenen Flügen und Reisen sowie erhöhten Lebensmittelpreisen (je 26 Prozent). Hinzu kommt: oftmals reicht schon die Sorge vor Arbeitslosigkeit, dass sich die wirtschaftliche Erwartung der Verbraucher verschlechtert und sie ihr Konsumverhalten einschränken.

Die Einschnitte durch die Corona-Pandemie in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft werden die Lebensrealität der Verbraucher noch lange bestimmen. Umso wichtiger ist es, auch unter kurzfristigem Handlungsdruck die richtigen Maßnahmen auszuwählen, die zu einer tatsächlichen Entlastung und damit Vertrauen in die Krisenbewältigung führen – bei Unternehmen und Verbrauchern.

Die angedachte Senkung der Mehrwertsteuer wird voraussichtlich nicht erreichen. Gaststätten und einzelne Unternehmen haben bereits angekündigt, dass sie die Senkungen gar nicht an die Verbraucherinnen und Verbraucher weitergeben werden.

Zudem planen Händler die Mehrwertsteuer nicht linear weiterzugeben, d.h. der verringerte Steuersatz wird nicht auf alle Produkte angewendet, sondern es erfolgt eine Mischkalkulation. Für Verbraucher kann dann z.B. Butter deutlich günstiger werden, aber der Preis für Milch und Käse bleibt unverändert. Eine Überprüfung

¹ Die im weiteren Text gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf Personen aller Geschlechter. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Mehrfachbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

² <https://www.vzbv.de/pressemitteilung/jetzt-schon-jeder-fuenfte-verbraucher-finanziell-von-coronakrise-betroffen>

und damit eine höhere Konsumbereitschaft werden so erschwert. In wettbewerbsintensiven Branchen wie dem Lebensmitteleinzelhandel und bei hochpreisigen Ausgaben wie Möbeln oder Autos ist mit einer Weitergabe zu rechnen.

Die Maßnahme einer Mehrwertsteuersenkung ist zwar gut gemeint, wird aber nur zu einer Teil-Entlastung auf der Nachfrageseite führen. Für Unternehmen vieler Branchen gibt es bereits direkte finanzielle Unterstützungspakete der Bundesregierung. Eine Senkung der Mehrwertsteuer als finanzielle Entlastung zu nutzen, ist daher nicht sachgerecht und politisch auch nicht intendiert.

Hinzu kommt, dass eine Senkung der Mehrwertsteuer mit hohem bürokratischem Aufwand auf der Unternehmensseite verbunden ist, insbesondere da die Senkung nur für sechs Monate gelten soll. Erleichterungen wie der Vorschlag, die Preise der Artikel mit dem bisherigen Preis auszuschildern und die Mehrwertsteuer erst an der Kasse abzuziehen, sind pragmatisch, aber ohne eine Anpassung der Preisangabenverordnung trotz der Positionierung des BMWi mit rechtlichen Fragezeichen belastet.

Für Verbraucherinnen und Verbraucher schafft eine Senkung der Mehrwertsteuer daher nur auf dem Papier eine Entlastung in Höhe von 20 Milliarden Euro. Auch internationale Studien gehen nicht von einer 100 prozentigen Weitergabe aus.

Mit Blick auf den gewünschten Konsumimpuls ist zu betrachten, dass neben Gehaltseinbußen und (Sorgen vor) Jobverlusten auch höhere Ausgaben für Gesundheit oder Lebensmittel dämpfend wirken werden. Dass viele Verbraucher auch immer noch auf die Erstattung ihrer Vorauszahlungen für ausgefallene Reisen und Veranstaltungen warten müssen, dürfte ebenfalls Auswirkungen haben. Viele Verbraucher begleichen zudem weiter ihre Rechnungen für den Musikunterricht, ihr Fitnessstudio oder den Schwimmkurs, ohne die vertraglich vereinbarten Leistungen zu erhalten. Auch das sind finanzielle Einbußen.

Aus Sicht des vzbv wäre es sinnvoller, die vorgesehenen finanziellen Mittel in Höhe von 20 Milliarden Euro so zu verwenden, dass eine tatsächliche Entlastung der Verbraucherinnen und Verbraucher erfolgt und nicht die Politik und die Verbraucher auf den guten Willen der Unternehmen angewiesen sind.

Eine stärkere Senkung der EEG-Umlage und damit niedrigere Strompreise wären das bessere Instrument. Die jetzige Festsetzung der EEG-Umlage auf 6,5 Cent pro Kilowattstunde ist nicht ausreichend, damit Verbraucherinnen und Verbraucher das in ihrem Geldbeutel positiv zu spüren bekommen. Ein Durchschnittshaushalt spart dadurch nächstes Jahr etwa zehn Euro. Davon ist kein Konjunkturimpuls zu erwarten. Eine deutlich stärkere Senkung der EEG-Umlage, ergänzt mit einem Kinderbonus von 600 statt 300 Euro, wäre daher wirkungsvoller als eine Mehrwertsteuersenkung. Dies wäre eine sozial gerechte und konjunkturfördernde Krisenpolitik der Bundesregierung im Interesse der Verbraucherinnen und Verbraucher.

Schon bisher finden bereits viele Verbraucher laut einer repräsentativen Befragung im Auftrag des vzbv, dass die Interessen der Unternehmen im Vordergrund stehen (41 Prozent). Diese Sicht ist bei jüngeren Verbrauchern sogar dominant.³ Der vorliegende Gesetzentwurf wird aus Sicht des vzbv bedauerlicherweise nicht dazu

³ <https://www.vzbv.de/pressemitteilung/jetzt-schon-jeder-fuenfte-verbraucher-finanziell-von-coronakrise-betroffen>

führen, dass die Krisenpolitik der Bundesregierung positiver bewertet werden. Im Gegenteil: Das Vertrauen wird schwinden, dass auch die Interessen der Verbraucherinnen und Verbraucher Berücksichtigung finden, wenn die Mehrwertsteuersenkung nicht – wie versprochen – komplett zu ihrer Entlastung führt.

Kontakt

*Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.*

Klaus Müller

Vorstand

*Rudi-Dutschke-Straße 17
10969 Berlin*

vorstand@vzbv.de