

Mehrwertsteuersenkung | 04.11.2020 | Lesezeit 2 Min.

Verbraucher haben Verständnis für zurückhaltende Unternehmen

Die Bundesregierung hat die Mehrwertsteuersätze Anfang Juli für ein halbes Jahr gesenkt, um den privaten Konsum in der Corona-Krise anzukurbeln. Dass nicht alle Unternehmen diese Kostensenkung an ihre Kunden weitergeben, finden viele Verbraucher gar nicht schlimm.

Etwas mehr als die Hälfte der Bevölkerung – annähernd 54 Prozent – nimmt die Mehrwertsteuersenkung in Form niedrigerer Preise wahr. Ein Drittel beobachtet entsprechende Preissenkungen „teils, teils“ und nur rund 14 Prozent registrieren eher keine oder gar keine gefallenen Preise. Dies ist das Ergebnis einer Online-Befragung des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) unter rund 1.200 Teilnehmern im August 2020.

Danach gefragt, ob sie Verständnis dafür hätten, wenn Unternehmen die Mehrwertsteuersenkung nicht an die Kunden weitergäben, sind die Verbraucher geteilter Meinung:

Rund 40 Prozent der Bevölkerung haben wenig beziehungsweise gar kein Verständnis dafür, wenn sich niedrigere Mehrwertsteuersätze nicht auch in niedrigeren Verbraucherpreisen niederschlagen.

Etwas weniger Bundesbürger – nämlich 37 Prozent – zeigen sich verständnisvoll, wenn

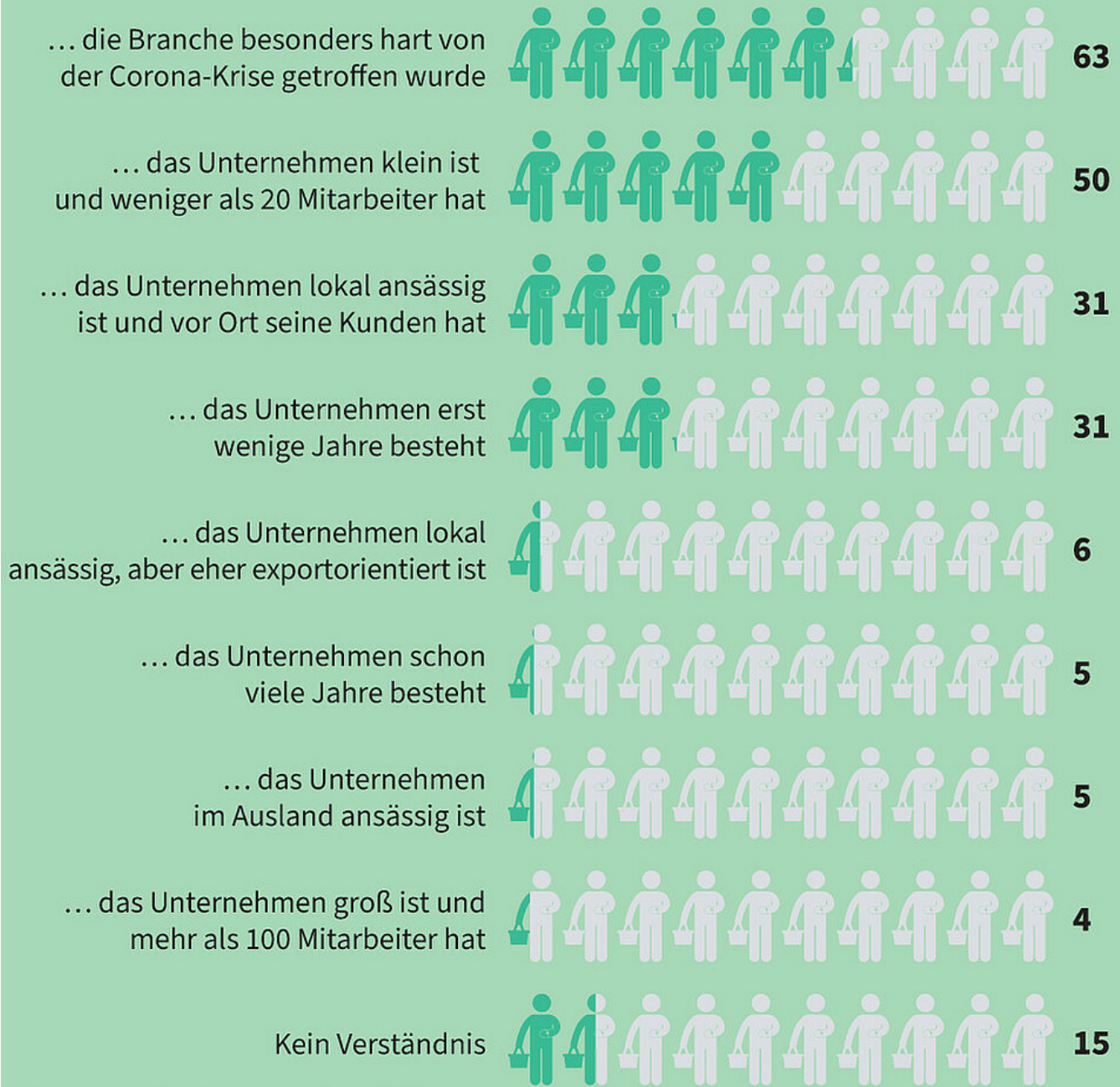
die Preise nicht sinken, und 23 Prozent stehen dieser Frage neutral gegenüber.

Nachsicht für ausbleibende Preissenkungen haben die Konsumenten vor allem dann, wenn es sich um kleine, regionale, junge und stark von der Pandemie betroffene Unternehmen handelt (Grafik):

Fast zwei Drittel der Verbraucher in Deutschland sind damit einverstanden, dass Unternehmen, die von der Corona-Krise besonders hart getroffen wurden, die Senkung der Mehrwertsteuer nicht an ihre Kunden weitergeben.

Mehrwertsteuer: Nachsichtige Konsumenten

So viel Prozent der Verbraucher hätten Verständnis dafür, dass Unternehmen die Mehrwertsteuersenkung nicht an ihre Kunden weitergeben, wenn ...



Befragung von 1.202 Personen im August 2020

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft
© 2020 IW Medien / iwd

iwd

Auch bei niedrigpreisigen Waren ist das Verständnis für eine ausbleibende Preissenkung groß. Vergleichsweise wenig Verständnis für dieses Verhalten haben die Konsumenten allerdings gegenüber großen, exportorientierten und ausländischen Unternehmen.

Nachsicht für ausbleibende Preissenkungen haben die Konsumenten vor allem dann, wenn es sich um kleine, regionale, junge und stark von der Pandemie betroffene Unternehmen handelt.

Bei einem Teil der Bevölkerung hat die Mehrwertsteuersenkung wie von der Regierung beabsichtigt gewirkt: Rund 11 Prozent der Befragten haben seit Anfang Juli bereits eine einmalige Ausgabe getätigt, zu der es ohne Mehrwertsteuersenkung nicht gekommen wäre. Mehr als zwei Drittel von ihnen gaben an, dass dieser Kauf über 500 Euro gekostet hat; 14 Prozent gaben sogar mehr als 10.000 Euro für die mehrwertsteuerinduzierte Anschaffung aus.

Und das Halbjahr mit niedrigerer Mehrwertsteuer ist noch nicht zu Ende: Laut IW-Umfrage stehen bei 12 Prozent der Verbraucher weitere außerplanmäßige Ausgaben an.



Kernaussagen in Kürze:

- Etwas mehr als die Hälfte der Bevölkerung hat die temporäre Mehrwertsteuersenkung in Form niedrigerer Preise wahrgenommen.
- Fast zwei Drittel der Verbraucher in Deutschland sind damit einverstanden, dass Unternehmen, die von der Corona-Krise besonders hart getroffen wurden, die Senkung der Mehrwertsteuer nicht an ihre Kunden weitergeben.
- Teilweise hat die Mehrwertsteuersenkung die beabsichtigte Wirkung gezeigt: Rund 11 Prozent der Befragten haben eine Ausgabe getätigt, zu der es ohne Mehrwertsteuersenkung nicht gekommen wäre.