

Dr. Stefan Linz, Dipl.-Kaufmann Timm Behrmann, Dipl.-Volkswirt Tobias Müller,
Dipl.-Volkswirtin Kristina Kott

Belastung der Haushalte durch die Mehrwertsteuererhöhung 2007

Zum Jahresbeginn 2007 steigt der reguläre Mehrwertsteuersatz von derzeit 16% auf 19%, während der ermäßigte Steuersatz von 7% für „Güter des Grundbedarfs“ konstant bleibt und bei den steuerbefreiten Gütern ebenfalls keine Änderung erfolgt. Die individuelle Belastung eines privaten Haushalts durch die Mehrwertsteuererhöhung dürfte damit von der Struktur seiner Verbrauchsausgaben abhängen. Haushalte, die einen großen Anteil ihrer Konsumausgaben für „Güter des Grundbedarfs“ (insbesondere Miete und Nahrungsmittel) aufwenden, werden weniger stark belastet als Haushalte, die ihr Geld in größerem Umfang für die übrigen, mit dem Regelsatz besteuerten Güter ausgeben. Im folgenden Aufsatz wird dargestellt, wie die Unterschiede bei den Auswirkungen der Mehrwertsteuererhöhung für verschiedene Haushaltstypen und für Haushalte unterschiedlicher Einkommensklassen unter bestimmten Annahmen ausfallen.

1 Mehrwertsteuererhöhung zum Januar 2007

Die Mehrwertsteuer gehört zu den allgemeinen Verbrauchsteuern, mit denen grundsätzlich der gesamte private und öffentliche Verbrauch, also die Endverbraucher belastet werden. Die Begriffe Mehrwertsteuer und Umsatzsteuer werden hier synonym verwendet, die Rechtsgrundlage für die Erhebung der Steuer ist das Umsatzsteuergesetz. Gemessen am Aufkommen hat die Umsatz- bzw. Mehrwertsteuer neben der Lohnsteuer die größte Bedeutung.

In Deutschland werden Güter entweder mit dem derzeitigen Regelsteuersatz von 16% oder mit dem ermäßigten Steuer-

satz von 7% besteuert. In einigen Fällen wird keine Mehrwertsteuer erhoben. Schaubild 1 gibt einen Überblick über die wichtigsten steuerbefreiten oder -ermäßigten Güter.

Schaubild 1

Zuordnung von Mehrwertsteuersätzen ¹⁾	
<p>Überwiegend ermäßigter Mehrwertsteuersatz:</p> <p>Wichtige Positionen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Nahrungsmittel – öffentlicher Personennahverkehr – Zeitungen, Zeitschriften und Bücher <p>Weitere Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Leitungswasser – Freizeit- und Kulturveranstaltungen – Topfpflanzen und Schnittblumen – Hunde- und Katzenfutter 	<p>Überwiegend von der Mehrwertsteuer befreit:</p> <p>Wichtige Positionen:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kaltmieten – Finanzdienstleistungen (außer Steuerberatung) – Dienstleistungen für die Gesundheitspflege (außer Zahnarzt-dienstleistungen) – Dienstleistungen für die Betreuung von alten, behinderten und pflegebedürftigen Personen <p>Weitere Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Kindergärten und -krippen – Abwasser – Rundfunk- und Fernsehgebühren – Wettgebühren
<p>1) Da es bei den Gütergruppen häufig Ausnahmeregelungen gibt (z. B. gilt unter den Nahrungsmitteln für Kaviar der volle Mehrwertsteuersatz), sind für die Gruppen jeweils nur die überwiegend geltenden Mehrwertsteuersätze angegeben.</p>	

Mit dem Haushaltsbegleitgesetz 2006 wurde beschlossen, den Regelsteuersatz der Mehrwertsteuer zum 1. Januar 2007 von derzeit 16% auf 19% anzuheben¹⁾. Der ermäßigte Steuersatz in Höhe von 7% wird hingegen nicht verändert

1) Zum Haushaltsbegleitgesetz 2006 vom 29. Juni 2006 (BGBl. I S. 1402) siehe Bundesministerium der Finanzen (Hrsg.): „Monatsbericht Juli 2006“, S. 38 ff.

und auch die Aufteilung der Güter in regelbesteuerte, ermäßigte und steuerbefreite Güter bleibt bestehen.

Neben der Anhebung des Regelsatzes der Mehrwertsteuer umfasst das Haushaltsbegleitgesetz 2006 noch eine Reihe weiterer Maßnahmen: So wird parallel zur Mehrwertsteuererhöhung der Regelsteuersatz der Versicherungsteuer von derzeit 16% auf 19% angehoben. Weiterhin werden die Sozialversicherungsfreiheit von Sonn-, Feiertags- und Nachtzuschlägen begrenzt und der pauschale Beitragssatz für geringfügig Beschäftigte im gewerblichen Bereich angehoben. Ein Teil des zusätzlichen Mehrwertsteueraufkommens soll zur Senkung des Beitragssatzes zur Arbeitslosenversicherung eingesetzt werden.

2 Berechnungsmodell

Für die vorliegende Untersuchung wurden nur die Auswirkungen der Mehrwertsteuererhöhung untersucht – mögliche Auswirkungen einer damit verbundenen Senkung der Lohnnebenkosten gingen in die Untersuchung nicht ein. Ebenso wurden die Auswirkungen einer Anhebung der Versicherungsteuer hier nicht einbezogen.

Weiter wurde davon ausgegangen, dass die Unternehmen die Mehrkosten, die ihnen aus der Steuererhöhung entstehen, sofort und in voller Höhe an die Endverbraucher weitergeben. Ein strategisches Preissetzungsverhalten der Unternehmen wird im hier verwendeten Modell ausgeschlossen. In der Realität dürften die Unternehmen eine Preiserhöhung bei einzelnen Produkten nicht zuletzt von der Durchsetzbarkeit gegenüber den Konsumenten, auch vor dem Hintergrund der Preispolitik von Konkurrenzangeboten, abhängig machen. Das Instrument der Mischkalkulation bietet manchem Unternehmen außerdem die Möglichkeit, erhöhte Kosten aufgrund der Mehrwertsteueranhebung nicht unbedingt durch Preiserhöhungen bei den von der Steuererhöhung betroffenen Produkten ausgleichen zu müssen, sondern diese auch durch Preisanpassungen bei steuerermäßigten oder -befreiten Gütern zu decken.

Je nach Marktsituation kann die Mehrwertsteuererhöhung bei einzelnen Produktarten also Preisanstiege auslösen, die über den Anstieg der Mehrwertsteuer für diese Produktart hinausgehen oder hinter diesem zurückbleiben. Solche Effekte können mit dem vorliegenden Modell nicht abgebildet werden. Des Weiteren wird für die Modellrechnung angenommen, dass die Verbraucher ihr Konsumverhalten aufgrund der Steuererhöhung nicht verändern. Eventuelle Vorzieheffekte beim Kauf von langlebigen Konsumgütern oder eine Kaufzurückhaltung bei verteuerten Güterarten und eine verstärkte Nachfrage nach „Gütern des Grundbedarfs“ werden nicht berücksichtigt.

Die vorliegende Berechnung bietet also nur eine grobe Orientierung über das quantitative Ausmaß der zu erwartenden Auswirkungen der Mehrwertsteuererhöhung. Wie sich die Steuererhöhung tatsächlich auswirken wird, hängt letztlich vom Verhalten der Unternehmer und Konsumenten ab.

Im hier zugrunde gelegten Modell verteuern sich die Konsumausgaben aufgrund der Anhebung des Regelsatzes der

Mehrwertsteuer von 16% auf 19% für die regelbesteuerten Güter um 2,6%:

(1) Zusatzausgaben für regelbesteuerte Güter

$$= \gamma^{\text{Regelsatz}} \cdot \left(\frac{1 + 0,19}{1 + 0,16} - 1 \right)$$

$$= \gamma^{\text{Regelsatz}} \cdot 2,6\%$$

mit $\gamma^{\text{Regelsatz}}$ = regelbesteuerte Konsumausgaben.

Im nächsten Berechnungsschritt muss berücksichtigt werden, dass die Konsumenten nur einen Teil ihres Konsumbudgets für die mit dem Regelsatz besteuerten Güter ausgeben. Der Anteil der Ausgaben für die mit dem vollen Mehrwertsteuersatz von 16% belegten Güter am gesamten Konsumbudget fällt jedoch von Haushalt zu Haushalt unterschiedlich aus. Je höher dieser Anteil liegt, desto stärker wird der betreffende Haushalt durch die Mehrwertsteuererhöhung belastet:

(2) Gesamte Zusatzausgaben = Konsumbudget $\cdot a \cdot 2,6\%$
mit a = Anteil der Ausgaben für regelbesteuerte Güter.

Haushalte, die einen großen Anteil ihrer gesamten Konsumausgaben für steuerermäßigte oder -befreite Güter aufwenden, haben geringere Zusatzausgaben als Haushalte, die ihr Geld in größerem Umfang für die übrigen, mit dem Regelsatz besteuerten Güter ausgeben.

Daher spielt die Frage, ob der Anteilswert a für bestimmte Haushaltstypen oder Haushalte bestimmter Einkommensklassen höher oder niedriger liegt als für andere Haushalte, hier eine zentrale Rolle. Der Anteil der Ausgaben für die Güter mit Regelsteuersatz muss zunächst für die verschiedenen Haushaltstypen und Einkommensklassen quantifiziert werden.

3 Datengrundlage

Informationen zur Ausgabenstruktur der privaten Haushalte liefern die Ergebnisse der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS) des Statistischen Bundesamtes. Bei der EVS werden etwa 0,2% aller privaten Haushalte befragt. In der Erhebung sind allerdings nur solche Haushalte vertreten, die sich aufgrund von Werbemaßnahmen der Statistischen Ämter der Länder und des Statistischen Bundesamtes bereit erklärt haben, die mit den Erhebungsunterlagen abgefragten Angaben freiwillig zu machen. Nicht einbezogen sind Haushalte mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von 18000 Euro und mehr sowie Personen in Anstalten und Gemeinschaftsunterkünften.

Die befragten Haushalte schreiben u. a. drei Monate lang ihre Einnahmen und Ausgaben in so genannten Haushaltsbüchern auf. Die Notierungen werden anschließend von den statistischen Ämtern ausgewertet. Die EVS wird seit 1962/63 alle fünf Jahre durchgeführt. An der letzten Erhebung im Jahr 2003 waren rund 60000 private Haushalte beteiligt.

Die EVS enthält 132 Einzelpositionen zu den privaten Konsumausgaben. Einzelne Ausgabenpositionen sind aller-

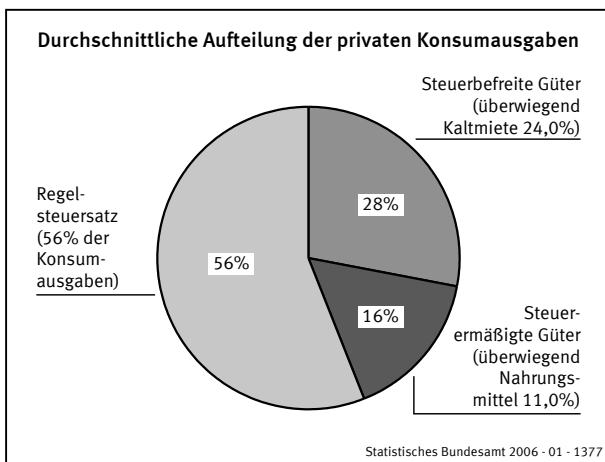
dings nicht hinreichend detailliert erfasst, um die Steuersatzdifferenzierungen der Mehrwertsteuer exakt abbilden zu können. Bei Belegung der Ausgabenpositionen der EVS mit den jeweils gültigen Mehrwertsteuersätzen wurden daher Schätzungen vorgenommen.

4 Ergebnisse

4.1 Zusatzbelastung für die privaten Haushalte

Nach den Ergebnissen der EVS 2003 gaben die privaten Haushalte in Deutschland im Durchschnitt mit 56% etwas mehr als die Hälfte ihres gesamten Konsumbudgets für Produkte aus, die mit dem vollen Mehrwertsteuersatz belegt sind.

Schaubild 2



Unter den steuerbefreiten Gütern hatten die Wohnungsmieten (ohne Energie und Betriebskosten) den größten Anteil. Auf sie entfiel im Jahr 2003 rund ein Viertel der privaten Konsumausgaben. Bei den steuerermäßigten Gütern waren die Nahrungsmittel am wichtigsten – für sie wendete ein privater Haushalt in Deutschland im Durchschnitt 11% seiner Konsumausgaben auf.

Die gesamten Konsumausgaben der privaten Haushalte lagen im Jahr 2003 bei durchschnittlich 2 177 Euro je Haushalt und Monat. Um die in diesem Modell durch die Mehrwertsteuererhöhung verursachten Zusatzausgaben zu berechnen, muss der Betrag von 2 177 Euro mit dem Anteil der Ausgaben für regelbesteuerte Güter und der prozentualen Zusatzbelastung bei den regelbesteuerten Gütern multipliziert werden:

$$\text{Gesamte Zusatzausgaben} = 2\,177 \text{ Euro} \cdot 56\% \cdot 2,6\% = 32 \text{ Euro}$$

Es ergibt sich ein Betrag von rund 32 Euro, den die Haushalte bei voller Überwälzung der Mehrwertsteuer durch die Unternehmen monatlich zusätzlich zahlen müssten, um die

gleichen Güter wie im Jahr 2003 kaufen zu können. Dies entspricht einer prozentualen Zusatzbelastung der Haushalte von durchschnittlich rund 1,5%.

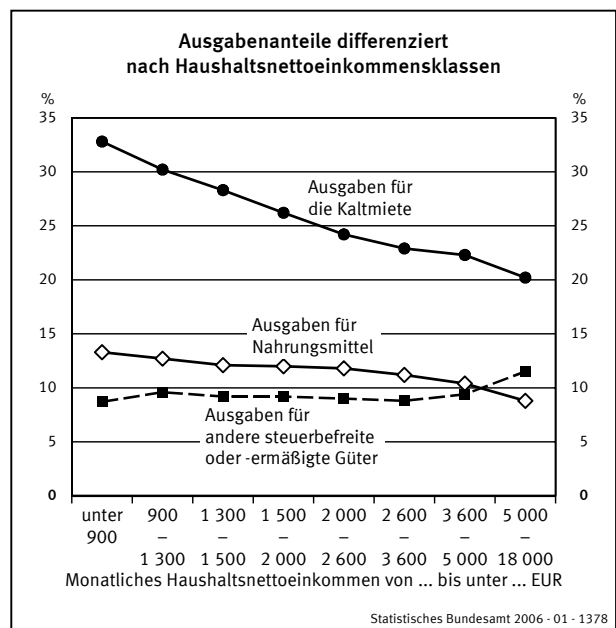
Die von den privaten Haushalten zu tragende zusätzliche Mehrwertsteuerbelastung bildet dabei nur einen Teil des insgesamt möglichen zusätzlichen Steueraufkommens aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung. Weitere Anteile eines zusätzlichen Mehrwertsteueraufkommens sind etwa aus steuerbelastetem staatlichem Konsum und aus steuerbelasteten Investitionen von Unternehmen zu erwarten.²⁾

4.2 Zusatzbelastung für die privaten Haushalte nach Einkommensklassen

Der Anteil der Ausgaben für die regelbesteuerten Güter an den gesamten privaten Konsumausgaben hängt deutlich von der Einkommenssituation der privaten Haushalte ab. In Schaubild 3 sind die Anteile der Konsumausgaben für Wohnungsmieten, Nahrungsmittel und andere steuerbefreite oder -ermäßigte Güter für Haushalte unterschiedlicher Haushaltsnettoeinkommensklassen dargestellt. Demnach sinken insbesondere der Anteil der Ausgaben für Mieten, aber auch der für Nahrungsmittel mit zunehmendem Haushaltsnettoeinkommen und der Anteil der Ausgaben für regelbesteuerte Produkte nimmt zu.

Eine Ausnahme bilden die Ausgaben für „sonstige steuerbefreite oder -ermäßigte Güter“, die für die Haushalte der oberen Haushaltsnettoeinkommensklassen tendenziell höher liegen. Es handelt sich dabei um Ausgaben für Personenbeförderung und Verkehrsdienstleistungen, Blumen und Gartenbauerzeugnisse sowie Freizeit- und Kulturdienstleistungen. Weiterhin zählen hierzu Ausgaben

Schaubild 3



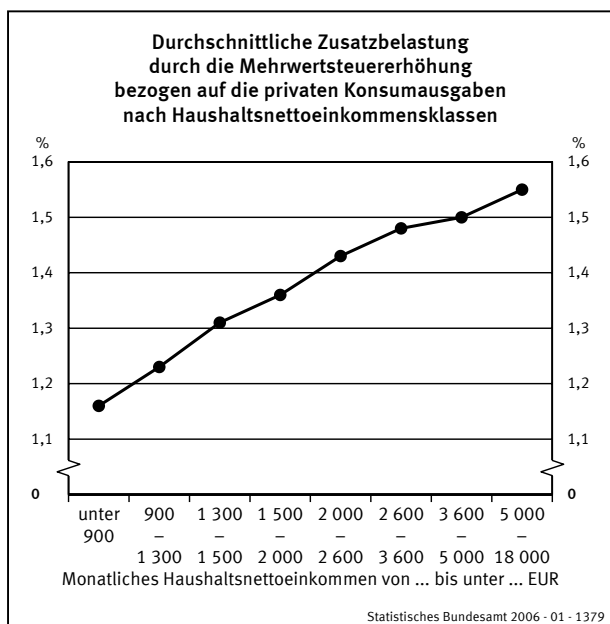
2) Siehe hierzu auch Bach, S.: „Mehrwertsteuerbelastung der privaten Haushalte“ in DIW Berlin, Data Documentation 10, Berlin 2005, S. 13.

für Bücher, Zeitungen und Zeitschriften sowie Gebühren, die beispielsweise für Kurse oder für die Kinderbetreuung anfallen.

Insgesamt gaben die privaten Haushalte einen umso größeren Anteil ihrer Konsumausgaben für regelbesteuerte Güter aus, je höher ihr Nettoeinkommen lag. Da sich die Mehrwertsteuererhöhung in der hier zugrunde gelegten Modellbetrachtung nur bei den mit dem Regelsteuersatz belegten Produkten auswirkt, würden die durch die Mehrwertsteuererhöhung bedingten Zusatzausgaben für höhere Haushaltsnettoeinkommensklassen stärker ausfallen als für Haushalte mit niedrigem Nettoeinkommen.

Die Haushalte der niedrigsten Einkommensklasse müssten – sofern die Unternehmen die Mehrwertsteuererhöhung vollständig überwälzen – monatlich einen Zusatzbetrag von durchschnittlich rund 9 Euro aufwenden, um die gleichen Güter wie im Jahr 2003 kaufen zu können. In der höchsten Einkommensklasse würde der Zusatzaufwand bei voller Überwälzung durchschnittlich 64 Euro im Monat betragen. Schaubild 4 gibt die durchschnittliche prozentuale Zusatzbelastung der privaten Konsumausgaben für die verschiedenen Haushaltsnettoeinkommensklassen wieder (siehe auch Tabellen 1 und 2).

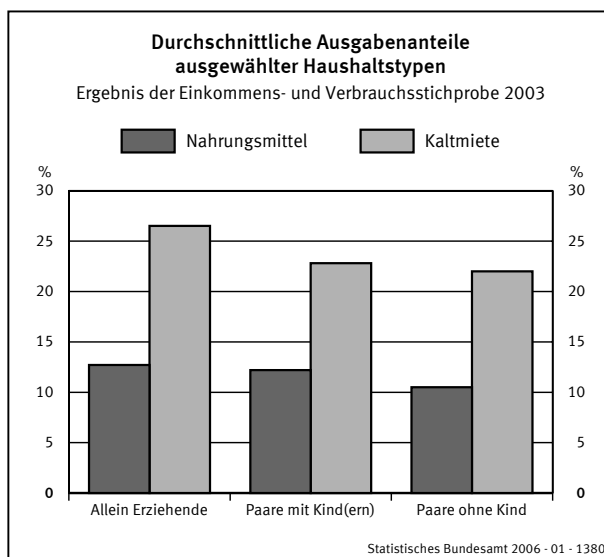
Schaubild 4



4.3 Zusatzbelastung für die privaten Haushalte nach Haushaltstypen

Außer nach Haushaltsnettoeinkommensklassen werden die Ergebnisse der EVS auch nach Haushaltstypen ausgewiesen. Für die Darstellung der Ergebnisse nach Haushaltstypen wurden exemplarisch drei Typen ausgewählt, die sich in der Familiensituation unterscheiden. Die Ergebnisse belegen, dass der Anteil der Ausgaben für Mieten und Nahrungsmittel bei allein Erziehenden im Jahr 2003 höher lag als bei Paaren mit und ohne Kind(ern) (siehe Schaubild 5).

Schaubild 5

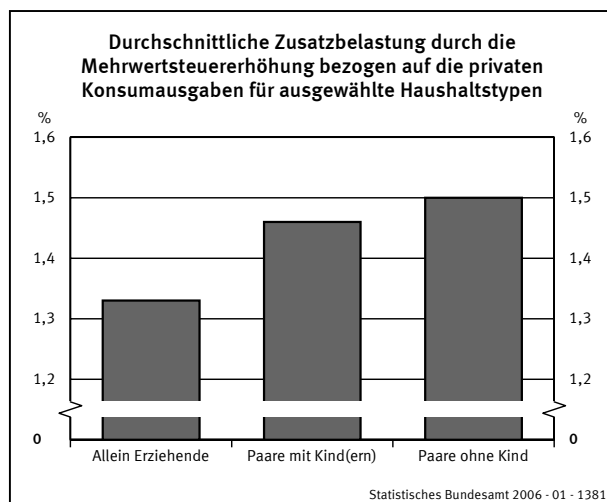


Die unterschiedlichen Ausgabenstrukturen der Haushaltstypen sind nicht nur auf deren jeweilige Einkommenssituation zurückzuführen. So haben Paare ohne Kind einen geringeren Anteil ihrer Konsumausgaben für Mieten und Nahrungsmittel aufgewendet als Paare mit Kind(ern), obwohl das durchschnittliche Haushaltsnettoeinkommen der kinderlosen Paare niedriger lag als das der Paare mit Kind(ern).

Da allein Erziehende einen geringeren Anteil ihrer Konsumausgaben für regelsatzbesteuerte Güter ausgeben, liegt die Zusatzbelastung durch die Mehrwertsteuererhöhung bei diesem Haushaltstyp niedriger als bei Paaren mit und ohne Kind(ern). Während allein Erziehende bei voller Überwälzung nach der Steuererhöhung durchschnittlich rund 22 Euro im Monat zusätzlich aufwenden müssten, um die gleichen Güter wie vorher kaufen zu können, läge der Zusatzbetrag für Paare mit Kind(ern) bei durchschnittlich 42 Euro und für Paare ohne Kind bei 38 Euro (siehe Tabelle 2).

Wird die Zusatzbelastung ins Verhältnis zu den gesamten Konsumausgaben der Haushaltstypen gesetzt, so liegt

Schaubild 6



die prozentuale Zusatzbelastung für allein Erziehende bei 1,33%, für Paare mit Kind(ern) bei 1,46% und für Paare ohne Kind bei 1,50%. Schaubild 6 bildet die prozentuale Zusatzbelastung für diese Haushaltstypen ab.

Darüber hinaus liegen Ergebnisse für allein Lebende und für sonstige Haushalte (z. B. Paare mit Kind und Schwiegermutter/-vater leben im gemeinsamen Haushalt) vor. Für allein Lebende beträgt die prozentuale Zusatzbelastung bezogen auf die privaten Konsumausgaben 1,33%, für sonstige Haushalte 1,50%.

4.4 Zusatzbelastung für die privaten Haushalte bezogen auf das ausgabefähige Einkommen

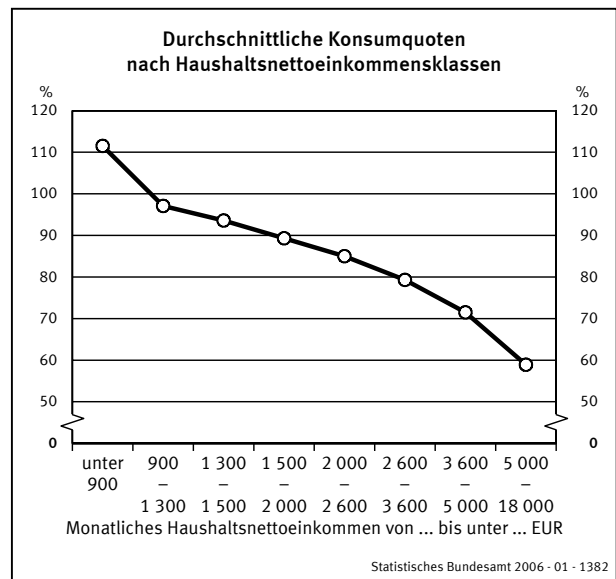
Je nach Fragestellung kann es sinnvoll sein, die Zusatzbelastung aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung nicht auf die gesamten durchschnittlichen Konsumausgaben, sondern auf das durchschnittliche ausgabefähige Einkommen der privaten Haushalte zu beziehen:

- (3) Durchschnittliche prozentuale Zusatzbelastung, bezogen auf das Einkommen = $\frac{\Delta Y}{EK}$
 mit ΔY = gesamte Zusatzausgaben aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung
 EK = ausgabefähige Einkommen und Einnahmen.

Das ausgabefähige Einkommen lag nach den Angaben der EVS 2003 im Durchschnitt aller privaten Haushalte in Deutschland bei rund 2 885 Euro je Haushalt und Monat. Bezogen auf das ausgabefähige Einkommen würde die Zusatzbelastung aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung durchschnittlich 1,1% betragen (siehe Tabelle 1).

Differenziert nach Haushaltsnettoeinkommensklassen würde die Zusatzbelastung für die privaten Haushalte der ho-

Schaubild 7



hen Einkommensklassen nun tendenziell niedriger ausfallen. Dies erklärt sich daraus, dass Haushalte mit höherem Einkommen höhere Sparquoten haben und einen geringeren Anteil ihres ausgabefähigen Einkommens für den privaten Konsum ausgeben. In Schaubild 7 ist die Konsumquote für die privaten Haushalte verschiedener Haushaltsnettoeinkommensklassen dargestellt. Die Konsumquote ist definiert als Verhältnis zwischen den gesamten privaten Konsumausgaben und dem ausgabefähigen Einkommen der Haushalte. Sie kann zum Beispiel dann 100% übersteigen, wenn ein Haushalt einen Kredit aufnimmt, da Kredite ebenso wie die Auflösung von Geld- und Sachvermögen im ausgabefähigen Einkommen nicht berücksichtigt werden.

Bezieht man die Zusatzbelastung auf das ausgabefähige Einkommen, so werden zwei gegenläufige Effekte wirksam: Einerseits steigt mit zunehmendem Einkommen der Anteil

Tabelle 1: Berechnung der Zusatzbelastung für die privaten Haushalte durch die Mehrwertsteuererhöhung 2007 nach Haushaltsnettoeinkommensklassen

Gegenstand der Nachweisung	Einheit	Haushalte insgesamt	Davon mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von ... bis unter ... EUR							
			unter 900	900 – 1 300	1 300 – 1 500	1 500 – 2 000	2 000 – 2 600	2 600 – 3 600	3 600 – 5 000	5 000 – 18 000
Erfasste Haushalte ¹⁾	Anzahl	53 432	2 199	3 454	2 181	5 898	7 342	11 326	10 942	10 090
Hochgerechnete Haushalte ¹⁾	1 000	38 110	3 041	4 669	2 321	5 298	5 609	7 323	5 540	4 308
Private Konsumausgaben ²⁾	EUR ²⁾	2 177	807	1 099	1 334	1 580	1 983	2 473	3 061	4 117
Ausgaben für regelbesteuerte Güter	EUR ²⁾	1 215	365	521	672	831	1 091	1 410	1 772	2 451
Anteil der Ausgaben für regelbesteuerte Güter an den Privaten Konsumausgaben ..	%	56	45	47	50	53	55	57	58	60
Zusatzbelastung aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung	EUR ²⁾	32	9	14	17	22	28	37	46	64
Zusatzbelastung bezogen auf die Privaten Konsumausgaben	%	1,45	1,16	1,23	1,31	1,36	1,43	1,48	1,50	1,55
Ausgabefähiges Einkommen und Einnahmen ¹⁾	EUR ²⁾	2 885	724	1 132	1 425	1 770	2 333	3 120	4 279	6 991
Konsumquote	%	75	112	97	94	89	85	79	72	59
Zusatzbelastung bezogen auf das ausgabefähige Einkommen	%	1,09	1,29	1,19	1,22	1,22	1,21	1,17	1,08	0,91

1) Ergebnis der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 2003. – 2) Je Haushalt und Monat.

Tabelle 2: Berechnung der Zusatzbelastung für die privaten Haushalte durch die Mehrwertsteuererhöhung 2007 nach Haushaltstypen

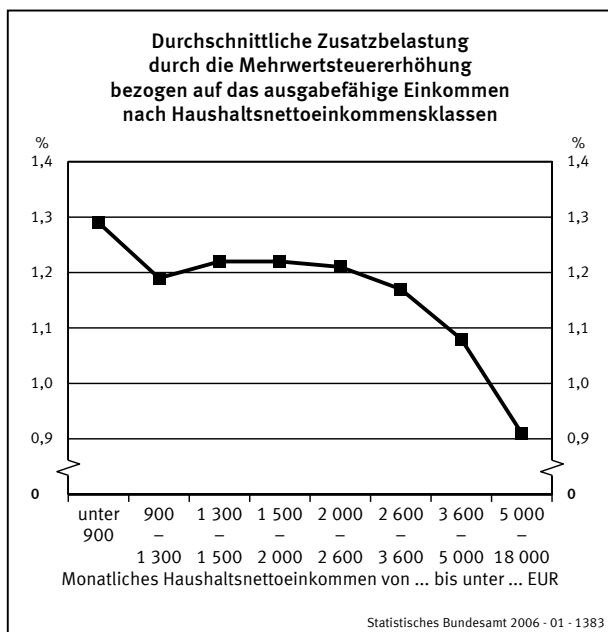
Gegenstand der Nachweisung	Einheit	Haushalte insgesamt	Davon nach Haushaltstyp				
			allein Lebende	allein Erziehende ³⁾	Paare ⁴⁾ ohne Kind	Paare ⁴⁾ mit Kind(ern) ⁵⁾	Sonstige Haushalte
Erfasste Haushalte ¹⁾	Anzahl	53 432	12 967	1 884	18 025	12 351	8 205
Hochgerechnete Haushalte ¹⁾	1 000	38 110	14 050	1 350	11 160	6 478	5 072
Private Konsumausgaben ¹⁾	EUR ²⁾	2 177	1 347	1 670	2 502	2 854	3 035
Ausgaben für regelbesteuerete Güter	EUR ²⁾	1 215	689	854	1 449	1 601	1 754
Anteil der Ausgaben für regelbesteuerete Güter an den Privaten Konsumausgaben	%	56	51	51	58	56	58
Zusatzbelastung aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung	EUR ²⁾	32	18	22	38	42	46
Zusatzbelastung bezogen auf die Privaten Konsumausgaben ...	%	1,45	1,33	1,33	1,50	1,46	1,50
Ausgabefähiges Einkommen und Einnahmen ¹⁾	EUR ²⁾	2 885	1 710	1 927	3 272	3 960	4 169
Konsumquote	%	75	79	87	76	72	73
Zusatzbelastung bezogen auf das ausgabefähige Einkommen ..	%	1,09	1,05	1,15	1,15	1,05	1,09

1) Ergebnis der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe 2003. – 2) Je Haushalt und Monat. – 3) Ledige(s) Kind(er) unter 18 Jahren. – 4) Ehepaare und nichteheliche Lebensgemeinschaften einschl. gleichgeschlechtlicher Lebenspartnerschaften. – 5) Ledige(s) Kind(er) des/der Haupteinkommensbeziehers/-bezieherin oder des/der Ehepartners/-partnerin bzw. Lebensgefährten/-gefährtin unter 18 Jahren.

der Ausgaben für regelsatzbesteuerte Güter, andererseits sinkt der Anteil der gesamten privaten Konsumausgaben am Einkommen.

In den hohen Einkommensklassen dominiert der Einfluss der niedrigen Konsumquote, sodass am oberen Ende der Einkommensskala ein deutlicher Rückgang der prozentualen Zusatzbelastung, bezogen auf das ausgabefähige Einkommen, festzustellen ist.

Schaubild 8



aufwenden müssten, um nach der Steuererhöhung die gleichen Güter kaufen zu können wie im Jahr 2003. Geben die Unternehmen die Mehrwertsteuererhöhung in voller Höhe an die Konsumenten weiter, so kann die Zusatzbelastung für die privaten Haushalte je nach Haushaltsnettoeinkommensklasse zwischen 9 und 64 Euro pro Monat liegen (siehe Tabelle 1). Auch für die hier betrachteten Haushaltstypen wären deutliche Unterschiede in der Zusatzbelastung zu erwarten, die zwischen 18 Euro für allein Lebende und 46 Euro für sonstige Haushalte betragen kann (siehe Tabelle 2).

Setzt man die Zusatzbelastung ins Verhältnis zum ausgabefähigen Einkommen der privaten Haushalte, so zeigt sich bei den hohen Haushaltsnettoeinkommensklassen eine niedrigere prozentuale Belastung als bei den niedrigen Haushaltsnettoeinkommensklassen. Die durchschnittliche prozentuale Zusatzbelastung bezogen auf das ausgabefähige Einkommen hängt neben dem Ausgabenanteil für regelsatzbesteuerte Güter auch von der Konsumquote ab, die mit steigendem Einkommen deutlich zurückgeht. [\[1\]](#)

5 Fazit

Die Auswertung der EVS-Daten zu den Konsumausgaben der privaten Haushalte nach Haushaltsnettoeinkommensklassen und Haushaltstypen zeigt, dass die mit diesem Modell berechnete Zusatzbelastung aufgrund der Mehrwertsteuererhöhung sehr unterschiedlich ausfallen kann. Je nach Konsumstruktur variiert der Zusatzbetrag, den die Haushalte

Auszug aus Wirtschaft und Statistik

© Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2006

Vervielfältigung und Verbreitung, auch auszugsweise, mit Quellenangabe gestattet.

Herausgeber: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden

Schriftleitung: Johann Hahlen
Präsident des Statistischen Bundesamtes
Verantwortlich für den Inhalt:
Brigitte Reimann,
65180 Wiesbaden

- Telefon: +49 (0) 6 11/75 20 86
- E-Mail: wirtschaft-und-statistik@destatis.de

Vertriebspartner: SFG Servicecenter Fachverlage
Part of the Elsevier Group
Postfach 43 43
72774 Reutlingen
Telefon: +49 (0) 70 71/93 53 50
Telefax: +49 (0) 70 71/93 53 35
E-Mail: destatis@s-f-g.com

Erscheinungsfolge: monatlich



Allgemeine Informationen über das Statistische Bundesamt und sein Datenangebot erhalten Sie:

- im Internet: www.destatis.de

oder bei unserem Informationsservice
65180 Wiesbaden

- Telefon: +49 (0) 6 11/75 24 05
- Telefax: +49 (0) 6 11/75 33 30
- www.destatis.de/kontakt