

Senkung der Mehrwertsteuer für einige "Luxusgüter"

Änderungen der Steuern, sowohl der direkten wie der indirekten, können das Ausgabenverhalten der privaten Haushalte beeinflussen. Unterstellt man in Lebenszyklusmodellen rationale Erwartungen, so ergibt sich zwar, daß Änderungen der direkten Steuern das Konsumverhalten nicht beeinflussen, weil ihre Effekte von rational handelnden Konsumenten bereits vorweggenommen werden. Erste empirische Tests für Österreich bestätigen dies jedoch nicht¹⁾.

Änderungen der indirekten Steuern, die in Österreich besonders seit den siebziger Jahren relativ oft vorgenommen und vorher angekündigt wurden, haben zu starken Reaktionen im Ausgabenverhalten der privaten Haushalte geführt (*Puwein — Stankovsky — Wüger, 1984*). Vor Einführung der Mehrwertsteuer sowie vor Erhöhung der Mehrwertsteuersätze kam es zum Teil zu massiven Vorkäufen, denen Kaufausfälle in ähnlicher Höhe nach Inkrafttreten der fiskalischen Maßnahmen folgten²⁾. Es wurde also hauptsächlich der Kaufzeitpunkt verschoben. Das gilt vor allem für Güter, die nicht lebensnotwendig sind und daher nicht regelmäßig angeschafft werden müssen. Außerdem lohnt sich ein Umgehen fiskalischer Maßnahmen eher bei Gütern, deren Preis je Kaufeinheit hoch ist, weil bei diesen die absoluten Kosteneinsparungen am größten sind. In der Hauptsache treffen obige Merkmale auf dauerhafte Konsumgüter zu, deren Nachfrage einen autonomen investitionsähnlichen Charakter aufweist.

Bei diesen Gütern ist außerdem die Importquote deutlich höher als bei den übrigen Waren. Nach einer groben Berechnung werden mehr als drei Viertel der langlebigen Konsumgüter importiert, gegen etwa zwei Drittel aller industriell-gewerblich erzeugten Konsumgüter (*Wüger, 1981*). Zum Teil können daher auch Zahlungsbilanzgründe für Steueränderungen bei diesen Gütern maßgebend sein. Da ihr Ausgabenanteil in den oberen Einkommensgruppen deutlich höher ist als in den unteren³⁾, wird der Fiskus bei Steuererhöhungen aus sozialen Gründen eher dazu

¹⁾ *Jäger — Neusser (1986)* leiten aus der Theorie der rationalen Erwartungen ab, daß die Konsumneigung vor der Anpassung der Einkommensteuertarife, die in Österreich in mehr oder weniger regelmäßigen Abständen erfolgt, signifikant steigen müßte und die Entwicklung der Konsumquote somit eine "Vorhersage" künftiger Einkommensänderungen sein sollte. Ihre empirischen Tests sprechen jedoch gegen diese Implikation der rationalen Erwartungen.

²⁾ Dieser Umstand spricht gegen den u. a. von *Flavin (1981)* stammenden Einwand, die Tests gegen die rationalen Erwartungen seien problematisch, weil die Liquidität der Konsumenten beschränkt sei.

³⁾ Eine Verteilung der Ausgabenanteile der Verbraucherguppen nach Einkommensklassen ist z. B. in *Wüger (1986)* zu finden.

Übersicht 1

Entwicklung des privaten Konsums und der Importquote

	Privater Konsum		Dauerhafte Konsumgüter		Importquote
	Nominell	Real	Nominell	Real	
	Veränderung gegen das Vorjahr in %				In %
1970	+ 8,2	+ 3,6	+ 15,6	+ 12,5	21,5
1971	+ 12,0	+ 6,7	+ 25,3	+ 19,8	22,0
1972	+ 13,0	+ 6,1	+ 24,2	+ 18,0	23,3
1973	+ 12,3	+ 5,4	+ 2,8	- 1,8	23,7
1974	+ 13,3	+ 3,0	+ 6,9	+ 0,2	24,2
1975	+ 11,4	+ 3,2	+ 11,9	+ 6,5	23,2
1976	+ 11,4	+ 4,5	+ 11,4	+ 6,2	26,1
1977	+ 11,4	+ 5,7	+ 23,3	+ 20,1	28,3
1978	+ 2,6	- 1,6	- 15,5	- 20,3	27,1
1979	+ 9,1	+ 4,6	+ 13,7	+ 8,4	28,0
1980	+ 8,0	+ 1,5	+ 4,5	- 1,0	28,3
1981	+ 8,0	+ 0,4	- 0,1	- 3,5	26,5
1982	+ 7,3	+ 1,3	+ 6,4	+ 2,7	26,0
1983	+ 8,5	+ 5,3	+ 19,0	+ 15,3	26,4
1984	+ 5,5	- 0,3	- 7,1	- 10,7	27,2
1985	+ 5,7	+ 2,2	+ 9,3	+ 6,2	27,9
1986	+ 3,5	+ 1,5	+ 6,1	+ 3,1	28,5

Q: Österreichisches Statistisches Zentralamt und eigene Berechnungen.

neigen, die Abgaben auf diese sogenannten "Luxusgüter" anzuheben.

1978 wurde der dritte Mehrwertsteuersatz (30prozentige Mehrwertsteuer) für sogenannte "Luxusgüter" eingeführt⁴⁾. 1984 ist er noch einmal angehoben worden (auf 32%) und mit April 1987 für die meisten der betroffenen Waren (ausgenommen hauptsächlich Pkw und Boote) wieder auf das Niveau des Normalsatzes (20%) gesenkt worden. Im folgenden Beitrag werden die Effekte dieser fiskalischen Maßnahme anhand von Daten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung sowie Erhebungen, die in Zusammenarbeit mit dem Institut für Handelsforschung durchgeführt wurden, abzuschätzen versucht, wobei vor allem auf die Entwicklung im Jahr 1987 eingegangen wird.

Einführung des dritten Mehrwertsteuersatzes für "Luxusgüter"

Nach einer groben Berechnung⁵⁾, bei der die Importe zu fob-Preisen den Ausgaben der privaten Haushalte auf der Verbraucherpreisstufe gegenübergestellt

⁴⁾ Eine Liste der vom dritten Mehrwertsteuersatz betroffenen Waren ist in WIFO-Monatsberichte, 1/1978, S. 4. zu finden.

⁵⁾ Über Inhalt und Methode dieser Berechnung siehe WIFO-Monatsberichte 6/1977, S. 298f.

werden, um den tatsächlichen Abfluß österreichischer Kaufkraft ins Ausland zu zeigen, hatte die Importquote des privaten Konsums bis 1976 einen ständig steigenden Trend. Einkommensteigerungen kamen zwischen 1970 und 1976 zunehmend dem Ausland zugute. 1979 flossen von 100 S, die die Österreicher für Konsumzwecke ausgaben 21,5 S ins Ausland ab, 1976 schon 26,1 S (das entspricht einer Steigerung von 21,4%).

Diese Entwicklung trug stark dazu bei, daß sich die Handelsbilanz Österreichs rasch verschlechterte. Das Defizit, das 1970 bei 18,4 Mrd. S oder 4,9% des Brutto-Inlandsprodukts lag, stieg bis 1976 auf 52,5 Mrd. S oder 7,2% des Brutto-Inlandsprodukts. Nicht zuletzt diese beunruhigende Entwicklung veranlaßte die Bundesregierung zu Maßnahmen. Im Herbst 1977 wurde beschlossen, mit 1. Jänner 1978 einen dritten Mehrwertsteuersatz für sogenannte "Luxusgüter" einzuführen.

Die sehr günstige Liquiditätslage der privaten Haushalte — neben starken Realeinkommenszuwächsen insbesondere der Unselbständigen (Masseneinkommenszuwachs +3,8%) wurden 1977 rund 40 Mrd S an begünstigten Spargeldern frei — führte 1977 zu einem Konsumboom. Mit einer Rate von real 5,7% lag das Wachstum des Konsums deutlich über dem Trend seit Beginn der sechziger Jahre (+4,1%). Der Zuwachs des privaten Konsums konnte nur zum Teil aus der Zunahme des verfügbaren persönlichen Einkommens finanziert werden, der Rest wurde durch einen Rückgang des Sparens gedeckt. Die Sparquote

sank dementsprechend von 10,4% im Jahr 1976 auf 8% im Jahr 1977. Insbesondere die Käufe dauerhafter Konsumgüter übertrafen deutlich das Vorjahresniveau (+20,1%), vor allem die Einzelhandelsumsätze mit optischen und feinmechanischen Erzeugnissen (+29,2%) sowie Fahrzeugen (+27,6%). Gegen Jahresende 1977 wurden Waren im Wert von real 3,5 Mrd S vorgekauft⁶⁾, das sind 5,5% der Jahresausgaben für dauerhafte Konsumgüter, denen die Luxusgüter mehrheitlich zuzurechnen sind. Dieser Vorzieheffekt war die stärkste Reaktion der privaten Haushalte auf bevorstehende fiskalische Änderungen (*Puwein — Stankovsky — Wüger, 1984*). Nahezu die Hälfte des Konsumzuwachses entfiel 1977 auf Importe, sodaß die Importquote des privaten Konsums von 26,1% im Jahr 1976 auf 28,3% im Jahr 1977 stieg. Der stürmischen Verbrauchsentwicklung im Jahr 1977 folgte 1978 (erstmal seit 1954) ein realer Rückgang der Konsumausgaben (—1,6%). Er beschränkte sich erwartungsgemäß auf dauerhafte Konsumgüter, (—20,3%) insbesondere auf die von der Mehrwertsteuererhöhung betroffenen Waren (so gingen z. B. die Einzelhandelsumsätze für Fahrzeuge um 32,8% zurück).

Erhöhung des dritten Mehrwertsteuersatzes für "Luxusgüter"

Zwischen 1979 und 1982 wuchsen die Konsumausgaben und die Einzelhandelsumsätze um nur rund 1% pro Jahr (kontinuierliche Wachstumsrate zwischen den Endpunkten). Selbst dieses geringe Verbrauchswachstum konnte nur durch eine Verringerung der Sparneigung erreicht werden. Da die Nachfrage nach "Luxusgütern" empfindlich auf Einkommensänderungen reagiert, machte sich die schwache Einkommensentwicklung bei der Nachfrage nach diesen Gütern besonders bemerkbar (siehe Übersicht 2).

Der aufgestaute Nachholbedarf — der Ausgabenanteil für dauerhafte Konsumgüter war in dieser Phase (1979/1982) von 12,8% (Durchschnitt 1974/1979) auf 11,8% zurückgegangen — war eine Voraussetzung für eine günstige Konsumententwicklung im Jahr 1983. Außerdem besserte sich die Wirtschaftslage. Die Abschwächung der Inflation und die zweite Etappe der Lohnsteueranpassung stärkten die reale Kaufkraft. Mit einer Zuwachsrate von real 3% wurde der stärkste Einkommenszuwachs der privaten Haushalte seit 1979 erreicht. Verbessert wurde die Liquidität noch durch freiwerdende Prämienspargelder — nach groben Schätzungen dürften im Jahr 1983 rund 11 Mrd S an Prämienspargeldern abgezogen worden sein. Darüber hinaus wurden 1983 die Zinsen für Kon-

⁶⁾ Die Vorkäufe wurden als Abweichungen der saisonbereinigten Reihe von der glatten Komponente (Trend + zyklische Komponente) ermittelt.

<i>Übersicht 2</i>					
Entwicklung der Einzelhandelsumsätze einiger "Luxusgüter"					
	Fahrzeuge	Uhren und Schmuckwaren	Elektrotechnische Erzeugnisse	Optische Erzeugnisse	Kosmetische Erzeugnisse
	Veränderung gegen das Vorjahr in % real				
1974	- 33	- 71	+236	+289	+ 25
1975	+157	+ 27	+ 50	+170	- 37
1976	+182	+ 52	- 20	+ 12	+ 14
1977	+276	+116	+152	+292	+ 37
1978	-328	-196	-108	- 28	- 06
1979	+182	-145	- 34	+ 96	+ 42
1980	+ 75	-327	- 47	- 60	- 67
1981	- 80	+ 87	- 07	+ 47	- 32
1982	+ 05	+123	+ 21	- 38	+ 35
1983	+220	+ 23	+103	+105	+112
1984	-154	-109	- 53	+ 05	+ 47
1985	+143	+ 32	+ 66	+ 71	+ 42
1986	+127	+129	+ 30	+ 20	- 52
I Qu 1987	- 20	- 08	- 59	- 35	- 14
II Qu 1987	- 04	+154	+ 47	+ 37	- 11
Ø 1973/1977	+145	+ 31	+105	+191	+ 10
Ø 1978/1986	+ 21	- 43	- 03	+ 24	+ 13
Ø 1973/1976	+102	+ 03	+ 89	+157	+ 01
Ø 1979/1986	+ 65	- 23	+ 10	+ 31	+ 16

Q: Österreichisches Statistisches Zentralamt

summkredite gesenkt (14,3% im Jahr 1982, 12,7% im Jahr 1983). Außerdem nahm die Verschuldensbereitschaft der Bevölkerung zu. Ferner führte die lange Diskussion über die Zinsertragsteuer zu einer Verschlechterung des Sparklimas. Die Ankündigung, den dritten Mehrwertsteuersatz mit 1. Jänner 1984 zu erhöhen — der Grund für die Erhöhung war diesmal nicht die Zahlungsbilanz sondern die Steigerung der Staatseinnahmen —, führte in realer Rechnung zu

Vorkäufen (vgl. Fußnote 6) von rund 1,0 Mrd.S. Die Einzelhandelsumsätze mit Fahrzeugen nahmen real um 22% zu, die mit kosmetischen Erzeugnissen um 11,2%, mit optischen Erzeugnissen um 10,5% sowie mit elektrotechnischen Erzeugnissen um 10,3%

Auch 1984 ging als Folge der Erhöhung der "Luxussteuer" der Konsum (—0,3%) zurück (dauerhafte Konsumgüter —10,7%, Einzelhandelsumsätze mit

Übersicht 3

Befragungsergebnisse zur Sondererhebung "Auswirkungen der Luxussteuer"

	Uhren, Juwelen	Foto, Optik	Radio, Elektro	Drogerie	Parfumerie	Insgesamt
Anteile in %						
Frage 1: Nachfrageausfall bei Einführung der Luxussteuer						
Ja	100,0	66,7	84,2	61,5	88,9	84,1
Nein	0,0	33,3	15,8	38,5	11,1	15,9
Summe	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Frage 2: Größenordnung des Nachfrageausfalls durch die Luxussteuer						
0% bis 3%	0,0	0,0	0,0	25,0	0,0	4,5
4% bis 7%	26,7	0,0	50,0	37,5	28,6	34,1
8% bis 11%	33,3	50,0	8,3	25,0	57,1	29,5
12% bis 15%	20,0	50,0	33,3	12,5	0,0	20,5
16% bis 23%	6,7	0,0	0,0	0,0	14,3	4,5
23% und darüber	13,3	0,0	8,3	0,0	0,0	6,8
Durchschnitt	12,0	11,5	10,2	6,5	9,8	10,1
Frage 3: Umsatzloch durch Ankündigung der Abschaffung der Luxussteuer						
Ja	84,2	100,0	94,7	58,3	44,4	77,4
Nein	15,8	0,0	5,3	41,7	55,6	22,6
Summe	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Größenordnung des Umsatzlochs						
0% bis 3%	6,7	0,0	5,6	14,3	0,0	6,4
4% bis 7%	20,0	33,3	0,0	28,6	50,0	17,0
8% bis 11%	0,0	0,0	16,7	28,6	0,0	10,6
12% bis 15%	6,7	33,3	5,6	0,0	25,0	8,5
16% bis 19%	20,0	0,0	11,1	0,0	25,0	12,8
19% bis 23%	20,0	33,3	22,2	0,0	0,0	17,0
24% bis 29%	13,3	0,0	16,7	0,0	0,0	10,6
30% bis 39%	6,7	0,0	11,1	0,0	0,0	6,4
40% und darüber	6,7	0,0	11,1	28,6	0,0	10,6
Durchschnitt	18,7	13,5	22,4	17,4	10,5	18,9
Frage 4: Umsatzentwicklung der betroffenen Waren seit April						
Verschlechtert	0,0	0,0	5,3	0,0	0,0	1,6
Nicht verändert	27,8	33,3	28,3	50,0	44,4	34,4
Verbessert	38,9	33,3	47,4	50,0	55,6	45,9
Stark verbessert	33,3	33,3	21,1	0,0	0,0	18,0
Summe	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Frage 5: Durch Verbesserung Umsatzloch wettgemacht						
Nicht wettgemacht	27,3	0,0	61,5	66,7	40,0	45,9
Wettgemacht	18,2	100,0	30,8	33,3	40,0	32,4
Mehr als wettgemacht	54,5	0,0	7,7	0,0	20,0	21,6
Summe	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Fragen 6 und 7: Ausmaß der Umsatzentwicklung						
Durchschnitt der angegebenen Abstände						
Wettgemacht	19,5	0,0	1,5	0,0	5,5	15,5
Nicht wettgemacht	10,8	0,0	6,0	5,5	5,5	6,7
Gesamt	9,4	0,0	—5,2	—5,5	—1,8	0,4
Q: Institut für Handelsforschung						

Sondererhebung "Auswirkungen der Luxussteuer"

1978 wurde die sogenannte "Luxussteuer" (30prozentige Mehrwertsteuer, ab 1984 32%) eingeführt, die mit 1. April dieses Jahres für die meisten betroffenen Waren wieder zurückgenommen wurde.

Wir ersuchen Sie zu diesem Themenkreis um Beantwortung einiger Fragen

1. Hat die Einführung der Luxussteuer zwischen 1978 und 1986 zu Nachfrageausfall in Ihrem Betrieb (Unternehmen) geführt?

- Ja Nein

2. Wenn es einen Nachfrageausfall gegeben hat, welche Größenordnung hat er mengenmäßig (pro Jahr) in % im Durchschnitt der Jahre 1978 bis 1986 erreicht?

- 0% bis 3% 4% bis 7% 8% bis 11%
 12% bis 15% 16% bis 23% über 23%

3. Hat die Ankündigung der Regierung, die "Luxussteuer" mit 1. April zurückzunehmen, zwischen Jänner und März ein Umsatzloch bei den betroffenen Waren in Ihrem Betrieb ausgelöst?

- Ja Nein

Wenn ja, in welcher Größenordnung?

- 0% bis 3% 4% bis 7% 8% bis 11%
 12% bis 15% 16% bis 19% 20% bis 23%
 24% bis 29% 30% bis 39% 40% und mehr

4. Hat sich die Umsatzentwicklung seit April bei den von der steuerlichen Maßnahme betroffenen Waren verbessert?

- verschlechtert nicht verändert verbessert
 stark verbessert

5. Wenn sich die Umsatzentwicklung verbessert (oder stark verbessert) hat, konnte das Umsatzloch von Jänner bis März in den Monaten April bis Juni wettgemacht werden?

- nicht wettgemacht wettgemacht mehr als wettgemacht

6. Wenn mehr als wettgemacht: Wie groß war der Abstand zwischen Umsatzbelegung seit April und Umsatzrückgang zwischen Jänner und März? (Anmerkung: Aus einem mengenmäßigen Umsatzrückgang gegen das Vorjahr zwischen Jänner und März von z. B. 20% und einer Umsatzsteigerung zwischen April und Juni von 25% folgt ein Abstand von 5 Prozentpunkten (25—20))

- 0 bis 3 Prozentpunkte 4 bis 7 Prozentpunkte 8 bis 11 Prozentpunkte
 12 bis 15 Prozentpunkte 16 bis 19 Prozentpunkte 20 bis 23 Prozentpunkte

7. Wenn nicht wettgemacht: Wie groß war der Abstand zwischen dem Umsatzrückgang in den Monaten Jänner bis März und der Umsatzbelegung seit April? (Anmerkung: Aus einem mengenmäßigen Umsatzrückgang gegen das Vorjahr zwischen Jänner und März von z. B. 20% und einer Umsatzsteigerung zwischen April und Juni von 16% folgt ein Abstand von 4 Prozentpunkten (20—16))

- 0 bis 3 Prozentpunkte 4 bis 7 Prozentpunkte 8 bis 11 Prozentpunkte
 12 bis 15 Prozentpunkte 16 bis 19 Prozentpunkte 20 bis 23 Prozentpunkte
 über 23 Prozentpunkte

Fahrzeugen — 15,4%, mit Uhren — 10,9% mit elektrotechnischen Erzeugnissen — 5,3%.

Entwicklung der Nachfrage nach "Luxusgütern" im Jahr 1987

Nachdem sich die Nachfrage nach "Luxusgütern", wie aus Übersicht 2 hervorgeht — soweit sie sich mit Hilfe der Einzelhandelsstatistik wegen der hohen Aggregationsebene darstellen läßt —, 1985 und 1986 relativ günstig entwickelt hatte, folgte im I. Quartal 1987 ein Umsatzrückgang. Die realen Umsätze des Einzelhandels mit Uhren und Schmuckwaren unterschritten das Vorjahresniveau um 0,8%, mit kosmetischen Erzeugnissen um 1,4%, mit optischen Erzeugnissen um 3,5% und mit elektrotechnischen Erzeugnissen um 5,9%. Diese mäßige Nachfrageentwicklung stand aber nicht im Einklang mit der Einkommensentwicklung. Die Masseneinkommen nahmen nämlich im I. Quartal kräftig zu (real + 7,1%), und es liegt die Vermutung nahe, daß die Konsumenten wegen der angekündigten Senkung des dritten Mehrwertsteuersatzes mit 1. April Kaufzurückhaltung übten. Das bestätigt auch eine Umfrage, die in Zusammenarbeit mit dem Institut für Handelsforschung⁷⁾ in einigen von dieser Maßnahme betroffenen Branchen des Einzelhandels durchgeführt wurde (Einzelhandel mit Uhren, Juwelen, Foto, Optik, Radio, Elektro, Drogerie, Parfumerie). Im Durchschnitt der meldenden Unternehmen antworteten mehr als drei Viertel, daß die angekündigte Senkung der "Luxussteuer" in ihren Unternehmen ein Umsatzloch bewirkte. Die Frage nach einem Umsatzloch zu Jahresbeginn, bejahten 44,4% der Meldenden im Parfumeriehandel, 58,3% im Drogeriehandel, 84,2% im Handel mit Uhren und Juwelen, 94,7% im Handel mit Radios und Elektrowaren und alle im Handel mit Foto und Optik⁸⁾. Die Größenordnung des angegebenen Umsatzlochs lag nach diesen Angaben im Durchschnitt bei knapp 19%. Dieser Wert gilt also nur für Betriebe, die einen Nachfrageausfall wahrnehmen konnten. Die Angaben streuten jedoch relativ stark. Die Schwerpunkte der Antworten lagen bei der Einschätzung des Umsatzrückgangs auf 4% bis 7% bzw. 19% bis 23%. Überdurchschnittlich schätzten den durch die Ankündigung bedingten Nachfrageausfall zu Jahresbeginn die Händler mit Radio- und Elektrogeräten ein. Sie bezifferten ihr Umsatzloch mit 22,4%

⁷⁾ Die Befragungen wurden im Rahmen des Umsatztests des Instituts für Handelsforschung durchgeführt. Dabei werden typische Betriebe einzelner Branchen sowohl regional wie auch der Größe nach gestreut befragt. Die Ergebnisse sind daher nicht im statistischen Sinn als repräsentativ anzusehen. Sie geben jedoch einen aktuellen Einblick in die Entwicklung leistungsfähiger Betriebe. Gemeldet haben 63 Unternehmungen, das entspricht etwa 100 Betrieben.

⁸⁾ In der Branche Foto und Optik sind nur drei Meldungen eingegangen.

Am geringsten war nach dieser Selbsteinschätzung der Nachfrageausfall im Parfumeriehandel (10,5%).

Im II. Quartal besserte sich nach der Einzelhandelsstatistik des Österreichischen Statistischen Zentralamtes in den von der Mehrwertsteuersenkung betroffenen Branchen der Geschäftsgang, obwohl sich die Einkommensentwicklung abschwächte. Die Masseneinkommen nahmen im II. Quartal nur noch um 4,6% zu, nach 7,1% zu Jahresbeginn. Im Handel mit kosmetischen Erzeugnissen (— 1,1%) war nach der Einzelhandelsstatistik der Umsatzrückgang im II. Quartal nicht mehr so groß wie zu Jahresbeginn (I. Quartal — 1,4%). In den übrigen Branchen ergaben sich zum Teil beträchtliche Umsatzzuwächse. Die realen Umsätze des Einzelhandels mit optischen Erzeugnissen übertrafen im II. Quartal das Vorjahresniveau um 3,7%, die mit elektrotechnischen Erzeugnissen um 4,7% und jene des Einzelhandels mit Uhren und Schmuck um 15,4%.

Die Besserung im Geschäftsgang zeigt sich auch in den Umfrageergebnissen des Instituts für Handelsforschung. Nur 1,6% der meldenden Unternehmungen antworteten, daß sich seit April die Umsatzentwicklung bei den von der Steuersenkung betroffenen Waren verschlechtert hat. 34,4% gaben an, daß sich seither nichts verändert habe, während 45,9% eine Verbesserung der Umsatzentwicklung meldeten, 18% registrierten sogar eine deutliche Verbesserung. Insgesamt stellten also rund zwei Drittel der meldenden Betriebe seit der Steuersenkung eine bessere Umsatzentwicklung fest.

Nach Branchen betrachtet zeigt sich, daß überhaupt nur im Handel mit Radio- und Elektrogeräten Umsatzverschlechterungen gemeldet wurden. Ein gleichbleibender Geschäftsgang wurde am deutlichsten im Drogeriehandel registriert, starke Verbesserungen im Handel mit Uhren und Juwelen sowie Foto und Optik. Von jenen Unternehmungen, die seit April eine Belebung ihrer Umsätze beobachteten, meldeten 45,9%, daß dadurch das zuvor entstandene Umsatzloch nicht wettgemacht werden konnte. 32,4% der Unternehmungen meinten, die Umsatzflaute zu Jahresbeginn sei wettgemacht, 21,6% sogar, sie sei überkompensiert worden. Von jenen Betrieben, die seit April eine Belebung registrierten, konnte mehrheitlich der Drogeriehandel sowie der Handel mit Radio- und Elektrogeräten nicht aufholen.

In jenen Betrieben, in denen das Umsatzloch zu Jahresbeginn durch die günstige Entwicklung im II. Quartal mehr als wettgemacht werden konnte, betrug der Abstand⁹⁾ zwischen Umsatzbelebung seit April und Umsatzrückgang zwischen Jänner und März durchschnittlich 15,5 Prozentpunkte. Zu einer deutlichen Belebung ist es vor allem im Handel mit Uhren und Juwelen (Abstand + 19,5 Prozentpunkte) gekommen. Im Parfumeriehandel (+ 5,5 Prozentpunkte) und im

⁹⁾ Details siehe Kasten unter Fragen 6 und 7.

Handel mit Radio- und Elektrogeräten (+ 1,5 Prozentpunkte) war die Belebung unterdurchschnittlich, in den anderen Bereichen wurde die Belebung nicht quantifiziert.

In jenen Betrieben, in denen im II. Quartal trotz Besserung des Geschäftsganges das Umsatzloch zu Jahresbeginn nicht wettgemacht werden konnte, betrug der Abstand (vgl. Fußnote 9) zwischen Umsatzrückgang in den Monaten Jänner bis März und Umsatzbelebung seit April im Durchschnitt 6,7 Prozentpunkte. Überdurchschnittlich war auch in dieser Gruppe der Abstand im Einzelhandel mit Uhren und Juwelen; das weist auf eine stark unterschiedliche Geschäftsentwicklung innerhalb dieser Branche hin.

Faßt man die quantitativen Angaben der Betriebe, in denen das Umsatzloch zu Jahresbeginn durch die Umsatzentwicklung im II. Quartal mehr als wettgemacht wurde und die jener Betriebe, in denen dies nicht der Fall war, zusammen, so ergibt sich für den Durchschnitt der meldenden Betriebe ein etwa ausgeglichenes Ergebnis. Insgesamt gesehen wurde somit in jenen Unternehmen, in denen sich der Geschäftsgang seit der Steuersenkung besserte, das Umsatzloch vom Jahresbeginn durch den günstigen Geschäftsgang im II. Quartal ausgeglichen. Nur im Einzelhandel mit Uhren und Juwelen wurde das Umsatzloch insgesamt überkompensiert.

Auch wenn man die geschätzte Kaufzurückhaltung im I. Quartal der folgenden "unüblichen Umsatzbelebung" im II. Quartal nach der offiziellen Statistik gegenüberstellt, erhält man in etwa ein ausgeglichenes Ergebnis¹⁰⁾. Die Umsatzflaute zu Jahresbeginn wegen der Ankündigung der Senkung des dritten Mehrwertsteuersatzes für Luxusgüter dürfte demnach durch den günstigen Geschäftsgang im II. Quartal ausgeglichen worden sein.

Längerfristige Auswirkungen des dritten Mehrwertsteuersatzes

Abschließend soll noch kurz auf die längerfristige Auswirkung des dritten Mehrwertsteuersatzes auf das Konsumverhalten der privaten Haushalte und die Umsatzentwicklung einschlägiger Branchen des Einzelhandels eingegangen werden. Nach den Erhebungen des Instituts für Handelsforschung bejahten 84,1% der antwortenden Einzelhändler die Frage nach einem Nachfrageausfall zwischen 1978 und 1986 wegen der Einführung der "Luxussteuer" (dritter Mehrwertsteuersatz). Am stärksten war dies im Handel mit Uhren und Juwelen (100%) der Fall, am wenigsten im Drogeriehandel (61,5%).

¹⁰⁾ Als Kaufausfälle zu Jahresbeginn und "unübliche Umsatzbelebung" im II. Quartal werden die Abweichungen der saisonbereinigten Nachfrage von der glatten Komponente (Henderson-Kurve gemäß dem von Shiskin entwickelten Saisonbereinigungsverfahren X11) verstanden.

In den Unternehmungen, in denen es nach eigener Angabe wegen der Einführung der Luxussteuer zu einem Nachfrageausfall gekommen ist, wird er jährlich durchschnittlich mit 10,1% beziffert. (Am häufigsten wurden Umsatzrückgänge zwischen 4% und 7% gemeldet.) Überdurchschnittlich war der Nachfrageausfall im Handel mit Uhren und Juwelen (—12%), sowie im Handel mit Foto und Optik (—11,5%), unterdurchschnittlich insbesondere im Drogeriewarenhandel (—6,5%).

Auch die offizielle Statistik des Zentralamtes zeigt deutliche Unterschiede in der Umsatzentwicklung der betroffenen Branchen in der Periode vor Einführung des dritten Mehrwertsteuersatzes (1973/1977) und danach¹¹⁾. Während die Umsätze von Uhren und Schmuckwaren zwischen 1973 und 1977 durchschnittlich um 3,1% pro Jahr zunahmen, gingen sie zwischen 1978 und 1986 um 4,3% zurück. Im Handel mit elektrotechnischen Waren folgte einem durchschnittlichen jährlichen Zuwachs von 10,5% in der ersten Periode, in der zweiten ein leichter Rückgang (—0,3% pro Jahr). Bei optischen Geräten verringerte sich das jährliche Wachstum von 19,1% vor Einführung der Luxussteuer auf 2,4% danach. Nur bei kosmetischen Erzeugnissen zeigen sich in den beiden Perioden keine signifikanten Wachstumsunterschiede.

Beide Statistiken zeigen übereinstimmend, daß es nach der Einführung des dritten Mehrwertsteuersatzes bei den betroffenen Waren zu einem Bruch in der Wachstumsentwicklung gekommen ist. Ihn nur dem Faktum der Einführung des dritten Mehrwertsteuersatzes zuzuschreiben, scheint voreilig zu sein. Eine ökonometrische Analyse, in der offizielle Daten des Statistischen Zentralamtes verwendet wurden, zeigt nämlich keine Änderung im Konsumverhalten der privaten Haushalte. Die seit Einführung des dritten Mehrwertsteuersatzes eingetretene Nachfrageschwäche bei "Luxusgütern" ist hauptsächlich auf die mäßige Entwicklung der Einkommen zurückzuführen¹²⁾. Dieses Resultat steht auch im Einklang mit anderen Untersuchungen, nach denen fiskalische Maßnahmen die Konsumneigung im allgemeinen nicht beeinflussen, sondern die Konsumnachfrage im wesentlichen nur kurzfristig destabilisieren (Wüger, 1981).

Michael Wüger

¹¹⁾ Die Differenzen werden überzeichnet, weil in die erste Periode die Vorkäufe des Jahres 1977 hineinfallen. In die zweite Periode die Kaufzurückhaltung des Jahres 1978. Schaltet man diese durch andere zeitliche Abgrenzungen aus (indem man z. B. die Periode von 1973 bis 1976 mit der von 1979 bis 1986 vergleicht), so ergeben sich mit Ausnahme des Handels mit kosmetischen Erzeugnissen, in dem es zu keiner Wachstumsabschwächung in der zweiten Periode kam, geringere Differenzen zwischen den beiden Beobachtungsperioden (siehe Übersicht 2).

¹²⁾ Schätzungen von Nachfragefunktionen zeigen, daß die Einkommenselastizität nach Einführung der Luxussteuer nicht signifikant geringer war als vorher.

Literaturhinweise

Flavin, M. A., 'The Adjustment of Consumption to Changing Expectation about Future Income' *Journal of Political Economy* 1981 89(5)

Jäger, A., Neusser, K., 'Excess Consumption as a Predictor of Future Income Changes' Universität Wien, Institut für Wirtschaftswissenschaften Working Paper 1987 (8701)

Puwein W., Stankovsky, J., Wüger, M. 'Vorziehkäufe im Jahr 1983' *WIFO-Monatsberichte*, 4/1984

Wüger M. "Dauerhafte Konsumgüter — Nachfrage und Ausstattung der österreichischen Haushalte" *WIFO-Monatsberichte* 2/1981

Wüger M. "The Influence of the Personal Income Distribution on Private Demand in Austria", *Empirica*, 1986, 13(2)