ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Brancatelli, Calogero; Hackethal, Andreas; Inderst, Roman; Schuler, Sebastian

Research Report

Erkenntnisse aus sechs Wellen des Haushaltsbarometers: Sind "Konsumschecks" das richtige Mittel in der Corona-Krise?

SAFE Policy Letter, No. 87

Provided in Cooperation with:
Leibniz Institute for Financial Research SAFE

Suggested Citation: Brancatelli, Calogero; Hackethal, Andreas; Inderst, Roman; Schuler, Sebastian (2020) : Erkenntnisse aus sechs Wellen des Haushaltsbarometers: Sind "Konsumschecks" das richtige Mittel in der Corona-Krise?, SAFE Policy Letter, No. 87, Leibniz Institute for Financial Research SAFE, Frankfurt a. M., https://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:hebis:30:3-534509

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/219318

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Calogero Brancatelli
Andreas Hackethal
Roman Inderst
Sebastian Schuler

Erkenntnisse aus sechs Wellen des Haushaltskrisenbarometers: Sind “Konsumschecks” das richtige Mittel in der Corona-Krise?

SAFE Policy Letter No. 87 | Juni 2020

Leibniz Institute for Financial Research SAFE
Sustainable Architecture for Finance in Europe
policy_center@safe-frankfurt.de | www.safe-frankfurt.de

Erkenntnisse aus sechs Wellen des Haushaltskrisenbarometers: Sind "Konsumschecks" das richtige Mittel in der Corona-Krise?[1*]

Calogero Brancatelli, Goethe-Universität Frankfurt
Andreas Hackethal, Leibniz-Institut für Finanzmarktforschung SAFE
Roman Inderst, Goethe-Universität Frankfurt
Sebastian Schuler, Goethe-Universität Frankfurt

Juni 2020

Abstract

Angesichts des kürzlich von der Bundesregierung verabschiedeten Konjunkturpakets, stellen sich die Autoren des Policy Letters die Frage, ob und inwieweit die angekündigte Mehrwertsteuersenkung sowie der Kinderbonus zur substantiellen Ankurbelung des Binnenkonsums führt. Aus den für das Haushaltskrisenbarometer erhobenen Daten zu Einkommensänderungen sowie Einkommens- und Kündigungserwartungen, können die Ökonomen keine zu erwartende Schwächung der Binnennachfrage ableiten. Der überwiegende Teil der deutschen Wohnbevölkerung scheint kurzfristig nicht davon auszugehen, finanzielle Einbußen aufgrund der Pandemie zu erleiden. Die Erwartungen hinsichtlich der künftigen Einkommensentwicklung haben sich gar über die letzten vier Umfragewellen graduell verbessert. Ferner kann dargelegt werden, dass weder die Konsum- noch die Sparneigung durch die Corona-Krise zum gegenwärtigen Zeitpunkt langfristig stark beeinflusst wird. So geben derzeit lediglich 10 Prozent der Befragten an, größere Anschaffungen angesichts der Pandemie vollständig gestrichen zu haben. Anfang April 2020 lag dieser Wert noch bei 16 Prozent. Die Befragten berichteten in 71 Prozent der Fälle ihre Konsumpläne und in 78 Prozent der Fälle ihre Sparverhalten nicht geändert zu haben. Im Lichte dieser Ergebnisse lassen sich Maßnahmen, die auf eine unspezifische Stimulierung der Binnennachfrage abzielen, nicht substantiell begründen und rechtfertigen.

---

[*] SAFE Policy Paper repräsentieren die persönlichen Ansichten der Autoren und nicht notwendigerweise die vom Leibniz-Institut für Finanzmarktforscung SAFE oder seiner Mitarbeiter.

[1] Das Haushaltskrisenbarometer wird getragen von einer Kooperation des Leibniz-Instituts für Finanzmarktforschung SAFE, Nielsen-Frankfurt und dem Lehrstuhl für Finanzen und Ökonomie an der Goethe-Universität Frankfurt. Das Nielsen Consumer Panel erlaubt es auch, Umfrageergebnisse mit dem tatsächlichen Kaufverhalten zu verknüpfen, um weitere Analysen oder Vergleiche anzustellen. So kann damit analysiert werden, wie sich die erfragten Einkommensschocks bei den einzelnen Haushalten auch im Warenkorb niederschlagen. Alle Ergebnisse finden sich auf www.haushaltskrisenbarometer.de.

I. Hintergrund: „Konjunkturpaket für die Binnennachfrage“

Um die Wirtschaft wieder anzukurbeln und Arbeitsplätze zu sichern, hat die große Koalition am 3. Juni ein Konjunkturpaket mit einem Volumen von rund 130 Mrd. Euro beschlossen. Teil des Konjunkturpakets sind einerseits Maßnahmen, die Konsum und Firmen unterstützen, und andererseits ein Zukunftspaket, das Investitionen in Klimaschutz und Zukunftstechnologien vorsieht. Firmen sollen durch Änderungen der Regeln für Verlustrückträge und Abschreibungen generell, und die besonders hart getroffenen Branchen wie Hotels- und Gaststätten speziell durch Überbrückungshilfen für Betriebskosten unterstützt werden.

Die Konsumnachfrage soll auf zweierlei Weise gestärkt werden: Eine Mehrwertsteuersenkung (19 % auf 16 %, und 7 % auf 5 %) von Juli bis Ende Dezember 2020 und ein Kinderbonus für jedes kindergeldberechtigte Kind in Höhe von 300 Euro, der sich allerdings letztlich für Mehrverdiener nicht positiv auswirkt.

Die Warenkorbanalyse des Nielsen Consumer Panels erlaubt es, die Kosten dieser Maßnahmen zu ermitteln, die sich aus der reduzierten Umsatzsteuer für sog. schnelldrehende Konsumgüter wie Drogerieartikel und Lebensmittel ergibt. Bei einem durchschnittlichen Warenkorb für einen deutschen Haushalt von monatlich (so im Februar 2020) 292 Euro für Lebensmittel und 43 Euro für Drogerieartikel ergeben sich von Juli bis Dezember bereits steuerliche Verluste von rund 1,4 Mrd. Euro, dem pro Haushalt durchschnittlich – sofern der Handel die Reduktion weitergibt – eine Ersparnis pro Monat von rund 6 Euro gegenübersteht. Allein hier stellt sich bereits die Frage, inwieweit diese „Gießkannenförderung“ Kosten ohne Nutzen erzeugt.

Umso mehr stellen die stabilen Ergebnisse der seit Ende März alle zwei Wochen erfolgenden Umfragen unter bis zu achttausend Haushalten das gesamte Konzept der Ankurbelung der Binnennachfrage erheblich infrage.

II. Auswertung des Haushaltskrisenbarometers seit Ende März

Die Auswertung der Umfrage unter den Haushalten des Nielsen Consumer Panels zeigt, dass die große Mehrheit der Haushalte weder Einkommenseinbußen erlitten hat (auch dank des ersten Konjunkturpakets Anfang April) noch ihr Sparverhalten veränderte. Daher wird das Kindergeld höchstwahrscheinlich keinen starken Effekt auf die Konjunktur haben.

Mittlerweile liegt die sechste Welle der Haushaltsbefragung des Nielsen Consumer-Panels vor – abermals mit rund achttausend Teilnehmerinnen und Teilnehmern, die zudem aufgrund der vielfältige-

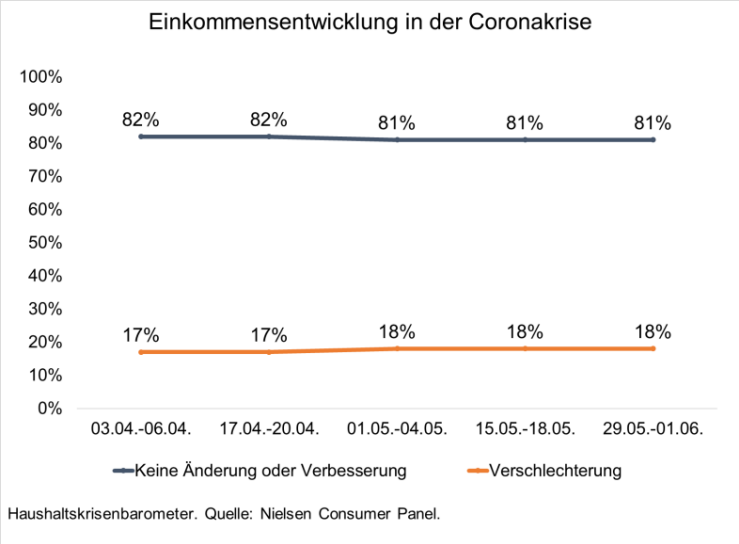
Kenntnisse zu den befragten Haushalten repräsentativ für Deutschland hochgerechnet werden können.[2] Schon Anfang April konnte aus den Daten abgelesen werden, wie sehr Selbständige durch die Pandemie in ihrem Geschäftsbetrieb betroffen waren: 41 % gaben eine Einschränkung des Geschäftsbetriebs an und bereits 30 % hatten staatliche Hilfen beantragt. Die Umfragen des Haushaltskrisenbarometers zeigten ebenfalls früh und präzise bundesweit einen rapiden Anstieg der Erwerbstätigen in Kurzarbeit auf 16 % an. Folglich registrierte zu diesem Zeitpunkt fast ein Fünftel aller Haushalte Einkommenseinbußen.

Abruptheit und Vehemenz machen diese Krise so besonders. Viele der in der Presse zirkulierenden Zahlen, so etwa zum Konsumklimaindex, beziehen sich auf diesen einmaligen Absturz. Die Geschwindigkeit der Veränderung darf allerdings nicht mit dem erreichten Niveau verwechselt werden! Denn viele der Indikatoren, so auch der Konsumklimaindex, lagen etwa in der Finanzkrise selbst in Deutschland deutlich unter dem aktuellen Stand. Und in der aktuellen Krise ist auch bezeichnend, dass die Mehrheit der Haushalte gerade nicht von einer lang anhaltenden Verschlechterung ausgeht und – so die nachfolgend dargestellten Auswertungen des Haushaltskrisenbarometers – ihre Konsum- und Sparneigung weniger aus finanziellen Engpässen oder Zukunftssorgen, sondern vielmehr aufgrund der ausbleibenden Möglichkeiten durch geschlossene Geschäften und Gaststätte, angepasst hat. Während auch die Daten des Haushaltskrisenbarometers zeigen, dass viele Selbständige und auch einige abhängig Beschäftigte sehr wohl ökonomisch unter der Krise leiden und ihre eigene Lage pessimistisch einschätzen, so gilt dies gerade nicht für die überwiegende Mehrheit der Haushalte. Die Daten erteilen damit flächendeckenden Programmen zur Förderung der Binnennachfrage eine klare Absage. Dies wird nun weiter begründet.

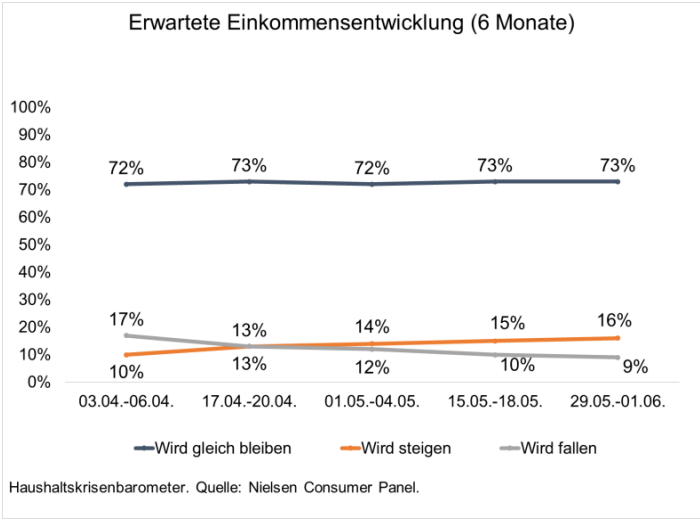
III. Daten zu Einkommensänderungen, Einkommenserwartungen sowie Kündigungserwartungen zeugen nicht von einer nachhaltigen Schwächung der Binnennachfrage nach Ende des „lock-down“

Nach den abrupten Veränderungen zu Krisenbeginn hat sich der Anteil der deutschen Haushalte, deren aktuelles Einkommen sich infolge der Corona-Krise verringert hat, in den letzten Wochen nicht weiter erhöht. Seit Anfang April ist der Anteil der Haushalte, die eine solche Verschlechterung gegenüber der Zeit vor der Corona-Krise erfahren haben, konstant bei unter einem Fünftel (zwischen 17 % und 18 %).

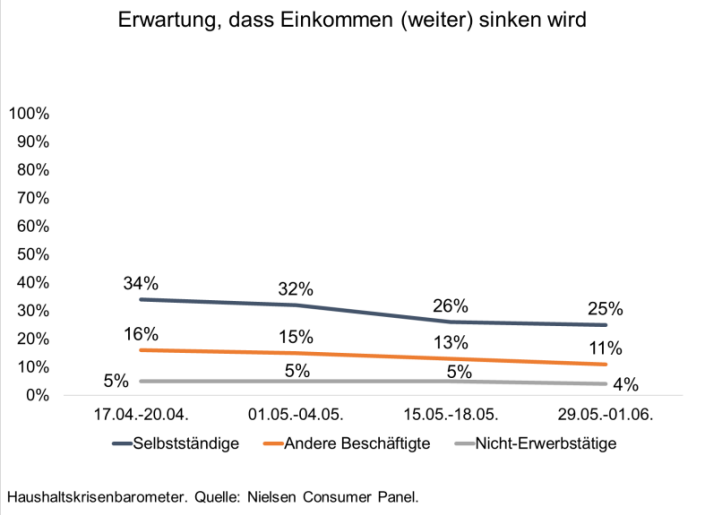
[2] Das Haushaltskrisenbarometer wird getragen von einer Kooperation des Leibniz-Instituts für Finanzmarktforschung SAFE, Nielsen-Frankfurt und dem Lehrstuhl für Finanzen und Ökonomie an der Goethe-Universität Frankfurt. Das Nielsen Consumer Panel erlaubt es auch, Umfrageergebnisse mit dem tatsächlichen Kaufverhalten zu verknüpfen, um weitere Analysen oder Vergleiche anzustellen. So kann damit analysiert werden, wie sich die erfragten Einkommensschocks bei den einzelnen Haushalten auch im Warenkorb niederschlagen. Alle Ergebnisse finden sich auf www.haushaltskrisenbarometer.de.



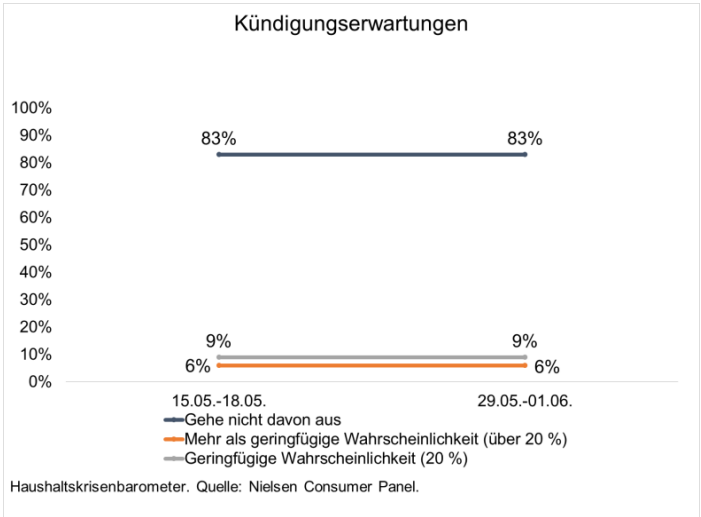
Die Erwartungen hinsichtlich der zukünftigen Einkommensentwicklung haben sich gar graduell über die letzten vier Umfragewellen seit Anfang April verbessert. Insbesondere geht mittlerweile ein größerer Anteil(16 %) der Haushalte davon aus, dass sich ihr Einkommen in den nächsten sechs Monaten verbessern wird – im Vergleich zu nun 9 %, die von einer (weiteren) Verringerung ausgehen. Der Anteil der Haushalte, der von keiner Änderung ausgeht, liegt relativ konstant bei rund drei Vierteln (72 % bis 74 %). Diese Haushalte decken sich weitgehend mit denen, die auch in den letzten Wochen keine Einkommensänderung erfahren haben.



Unter denjenigen, die von einem weiteren Rückgang ihres Einkommens ausgehen, sind abermals überproportional viel mehr Selbständige als abhängig Beschäftigte (und offensichtlich Nicht-Erwerbstätige). Im April ging sogar noch ein Drittel aller Selbständigen davon aus, dass ihr Einkommen in den nächsten sechs Monaten fallen wird. Aktuell liegt dieser Anteil nur noch bei einem Viertel.[3]



Ergänzend liegen nun erstmals Aussagen zu den individuellen Kündigungserwartungen bei abhängig Beschäftigen vor. Aktuell ist der Anteil der Haushalte, die seit Ausbruch der Krise eine betriebsbedingte Kündigung erhalten haben, auch gerade im internationalen Vergleich, vernachlässigbar gering (unter 1 %). Für die nächsten drei Monaten gehen dagegen 6 % aller Beschäftigten davon aus, dass sie mit überwiegender Wahrscheinlichkeit eine Kündigung erhalten werden. Weitere 9 % rechnen mit einer geringen Wahrscheinlichkeit, ihren Job zu verlieren.



[3] Hinweise: In den Abbildungen sind jeweils die Umfragewellen dargestellt, für die die entsprechenden (Querschnitts-)Analysen durchgeführt wurden.

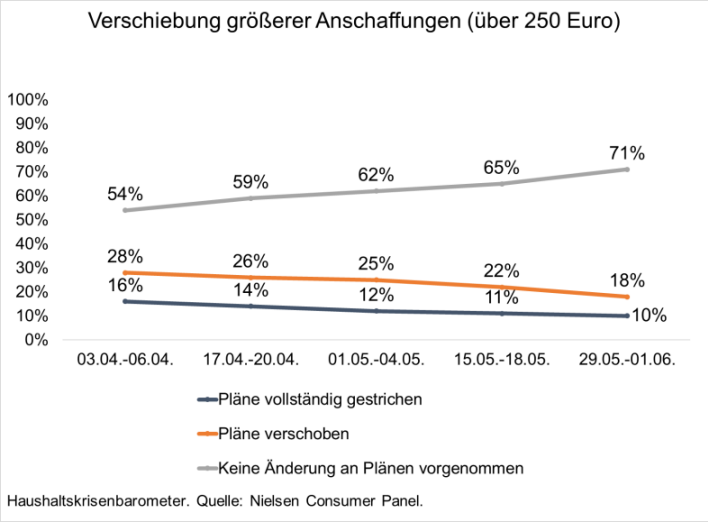
Hier sieht das Bild allerdings wieder differenzierter aus, wenn man separat diejenigen Haushalte betrachtet, die bereits von Kurzarbeit betroffen sind. Wie bereits dargestellt, sind seit Anfang der Krise knapp 16 % der abhängig Beschäftigten in Freistellung oder Kurzarbeit. Und nur 59 % dieser Haushalte rechnen damit, dass sie in den nächsten drei Monaten keine Kündigung erhalten, während 17 %, und daher fast dreimal so viele wie bei allen abhängig Beschäftigten, davon mit überwiegender Wahrscheinlichkeit ausgehen.

Damit wiederholt sich stets das gleiche Bild – unabhängig davon, ob die Einkommensänderungen, die Einkommenserwartungen oder auch die Kündigungserwartungen betrachtet werden. Der weit überwiegende Anteil der Bevölkerung ist finanziell von der Corona-Krise nicht betroffen und geht auch nicht davon aus, zumindest in den nächsten sechs Monaten, davon betroffen zu sein. Dieses Bild dürfte auf mindestens drei Viertel der Haushalte zutreffen, und der Anteil derjenigen, die etwa im Hinblick auf ihr Einkommen optimistisch ist, hat über die letzten zwei Monate zugenommen. Dem steht ein weitaus kleinerer Anteil der Bevölkerung gegenüber, die bereits Einkommenseinbußen erlitten haben und davon ausgehen, dass sich ihre Lage durch Geschäftsaufgabe bei Selbständigen oder durch Kündigung bei abhängig Beschäftigten noch verschlechtert. Gerade die Gruppe der Selbständigen hat nicht nur bereits Anfang April einen jähen Absturz ihrer Geschäftstätigkeit verzeichnen müssen, sondern blickt weitaus weniger optimistisch in die nahe Zukunft als alle anderen Haushalte.

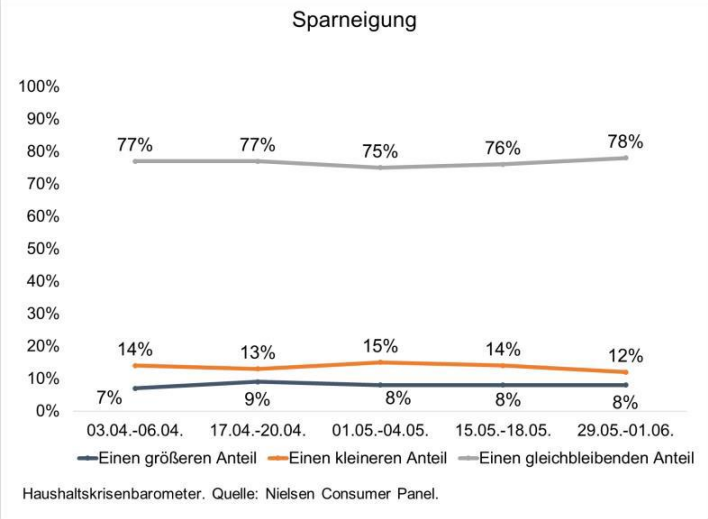
IV. Auch Daten zur Konsum- und Sparneigung begründen aktuell keine Förderung der Binnennachfrage

Während in den letzten Wochen der tatsächliche Konsum zwangsläufig zurückgehen musste, wenn auch nicht in allen Bereichen (siehe hierzu die Auswertung der Warenkörbe[4]), bestätigen die verschiedenen Wellen der Umfrage nicht die Befürchtung, dass die Binnennachfrage nachhaltig einbrechen wird. So geben aktuell deutlich weniger Haushalte als zuvor an, dass sie seit Anfang der Corona-Krise größere Anschaffungen ganz gestrichen oder aber verschoben hätten: Nun halten 71 % der Haushalte an ihren vormaligen Plänen fest, gegenüber 54 % Anfang April. Entsprechende geplante Anschaffungen haben nur 10 % ganz gestrichen.

[4] www.haushaltskrisenbarometer.de



Diesen Ergebnissen entsprechend ist auch wenig „Vorsichtssparen“ zu beobachten. Durchgehend geben drei Viertel der Haushalte an, ihr Sparverhalten überhaupt nicht geändert zu haben.



Gerade bei den Haushalten ohne Einkommensänderungen geben weniger als 10 % an, mehr zu sparen als vor der Krise – und dabei ist zu berücksichtigen, dass dies auch auf „Zwangssparen“ aufgrund der gesunkenen Konsummöglichkeiten, einschließlich Restaurantbesuche und Reisen, zurückzuführen ist.

V. Fazit

Die Corona-Krise hat erhebliche Schäden in der deutschen Wirtschaft hinterlassen. Viele Betriebe mussten ganz oder teilweise ihre Produktion einstellen und Geschäfte mussten zumindest vorübergehend schließen. Die Politik reagierte vor allem in Hinblick auf die betroffenen Selbständigen rasch mit Soforthilfen und weitete den Rahmen für Kurzarbeit aus, sodass, wie auch das Haushaltskrisenbaro-

meter zeigt, aktuell nur wenige Beschäftigte direkt von Kündigungen betroffen sind. Aufgrund der eingeschränkten Konsummöglichkeiten reagierte zwangsläufig der private Konsum – und manche Branchen, wie Gastronomie und Tourismus, waren und sind davon besonders hart betroffen.

Die Höhe der damit letztlich von den Steuerzahlern eingegangen Verpflichtungen ist aktuell noch nicht abzusehen, auch angesichts der Gefahr neuerlicher Wellen der weltweiten Pandemie sowie unsicherer Erwartungen in Hinblick auf die Weltwirtschaft, von der gerade dieses Land besonders abhängt. Gerade deshalb ist es angebracht, die nötigen und wirkungsvollsten staatlichen Unterstützungsmaßnahmen zu identifizieren, während auf andere Maßnahmen, die weitaus weniger erfolgsversprechend sind, verzichtet werden muss. Letzteres gilt vor allem für Maßnahmen, deren Popularität allein Lobbyarbeit und Wahlkampf geschuldet ist.

Insbesondere ist Maßnahmen, die unspezifisch auf eine Förderung der Binnennachfrage zielen, eine Absage zu erteilen. Dies gilt ganz besonders für sog. „Konsumschecks“, unabhängig davon, ob diese an alle Haushalte verteilt werden sollen oder erst nach einer, allerdings von der aktuellen Krise unabhängigen Bedarfsprüfung. Weder die Daten zu der aktuellen Einkommensentwicklung und Einkommenserwartung noch diejenigen zur Konsum- und Sparneigung unterstützen eine solche Maßnahme. Drei Viertel der deutschen Haushalte verzeichnen aktuell keine Einkommenseinbußen und erwarten diese auch nicht. Geldgeschenke werden bei diesen Haushalten größtenteils auf dem Bankkonto bleiben und eben nicht kurzfristig konsumiert werden.

Und für diejenigen Haushalte, die aufgrund einer andauernden Einschränkung ihres Geschäftsbetriebes oder aber einer Kündigung in den nächsten Monaten erhebliche Einbußen erleiden, stellt ein einmaliger „Konsumscheck“ mit Sicherheit nicht die adäquate Unterstützung dar.