

Necker, Sarah; Burgstaller, Lilith

## Article

# Wie kann Steuerehrlichkeit verbessert werden, wenn Haushalte Dienstleistungen nachfragen?

ifo Schnelldienst

## Provided in Cooperation with:

Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich

*Suggested Citation:* Necker, Sarah; Burgstaller, Lilith (2023) : Wie kann Steuerehrlichkeit verbessert werden, wenn Haushalte Dienstleistungen nachfragen?, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 76, Iss. 02, pp. 43-46

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/272096>

### 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.*

Sarah Necker und Lilith Burgstaller\*

# Wie kann Steuerehrlichkeit verbessert werden, wenn Haushalte Dienstleistungen nachfragen? \*\*

Während der jüngsten Krisen haben Regierungen auf der ganzen Welt viel Geld in die Hand genommen, um die Auswirkungen auf Bürger und Unternehmen zu begrenzen. Aufgrund des daraus resultierenden Drucks auf die öffentlichen Haushalte ist es umso wichtiger, dass Steuerzahler ihre Steuern ehrlich bezahlen. In der Europäischen Union beispielsweise gingen den Mitgliedstaaten im Jahr 2019 schätzungsweise 134 Mrd. Euro an Mehrwertsteuer (MwSt.) unter anderem durch Mehrwertsteuerbetrug und -hinterziehung verloren (Europäische Kommission 2021). Frühere Untersuchungen haben gezeigt, dass die Wahrscheinlichkeit, dass Steuern hinterzogen werden, sinkt, wenn Regierungen über die Transaktionen aus dritter Hand Informationen erhalten (z. B. Kleven et al. 2011; Pomeranz 2015; Naritomi 2019). Daher sind Quellensteuern und die Verfügbarkeit von zuverlässiger Dokumentation wichtige Instrumente für eine erfolgreiche Steuererhebung. Wenn Unternehmen miteinander handeln, bietet die Mehrwertsteuer einen Anreiz für das nachfragende Unternehmen, eine Rechnung zu verlangen. Wenn Haushalte Güter oder Dienstleistungen nachfragen, ist dies aber nicht der Fall. Für die Haushalte ist es in der Regel finanziell nicht vorteilhaft, eine Rechnung einzufordern, denn sie zahlen üblicherweise einen geringeren Preis, wenn sie nicht auf einer Rechnung bestehen (z. B. Europäische Kommission 2014). Die Anreize zur Hinterziehung sind besonders groß, wenn Verkäufer und Haushalte direkt miteinander interagieren, wie etwa bei der Erbringung von Dienstleistungen.

Um die Steuerehrlichkeit bei der Erbringung von Dienstleistungen für private Haushalte zu verbessern, haben mehrere Länder Maßnahmen eingeführt, die die Haushalte ermutigen sollen, legal erbrachte Dienstleistungen nachzufragen. Da Güter oder Dienstleistungen oft aufgrund des niedrigeren Preises illegal nachgefragt werden, besteht das Ziel dieser Maßnahmen darin, den Preisaufschlag für die legale Nachfrage zu verringern. Zu diesen politischen Instrumenten ge-

\* Prof. Dr. Sarah Necker ist Direktorin des Ludwig Erhard ifo Zentrums für Soziale Marktwirtschaft und Institutionenökonomik und Professorin für Volkswirtschaftslehre an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg.

Lilith Burgstaller ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Universität Freiburg, Abteilung für Wirtschaftspolitik und Institutionenökonomik, und am Walter-Eucken-Institut, Freiburg.

\*\* Dieser Artikel basiert auf Lilith Burgstaller, Annabelle Doerr und Sarah Necker, »Do Household Tax Credits Increase the Demand for Legally Provided Services?«, CESifo Working Paper No. 10211, Januar 2023.

## IN KÜRZE

**Damit Haushalte bei der Inanspruchnahme von haushaltsnahen Dienstleistungen einen Anreiz haben, die Leistungserbringung den Finanzämtern zu melden, gibt es in vielen Ländern Steuervergünstigungen. Wir untersuchen die Effektivität dieser Maßnahmen auf Basis einer experimentellen Umfrage. Die Studie zeigt, dass Steuervergünstigungen die Bereitschaft von Haushalten, sich eine Rechnung ausstellen zu lassen, generell erhöht. Wie wirksam die Steuervergünstigungen sind, hängt jedoch von der konkreten Ausgestaltung ab. Die Effektivität steigt, wenn ein größerer Teil der Rechnung durch die Steuervergünstigung erstattet wird und wenn die Handwerker – anstelle der Haushalte selbst – die Abrechnung mit dem Finanzamt übernehmen. Eine Steuervergünstigung, die sicherstellt, dass sich die Haushalte über den finanziellen Vorteil bewusst sind, ist ähnlich effektiv wie eine Erhöhung der Erstattung um 10 Prozentpunkte. Unsere Studie zeigt aber auch, dass die Steuervergünstigungen mit hohen Mitnahmeeffekten verbunden sind: Etwa zwei Drittel der Befragten, die die Steuervergünstigung nutzen würden, hätten auch ohne Steuervergünstigung eine Rechnung nachgefragt.**

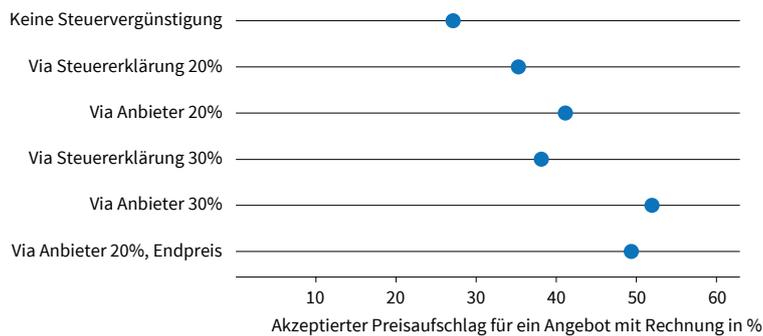
hören Steuervergünstigungen, die Haushalten finanzielle Vorteile bei der Steuerzahlung einräumen, und Gutscheine, die Haushalte zu geringen Preisen kaufen können, um damit Dienstleistungen zu bezahlen. Manche Länder haben außerdem Lotterien eingeführt, an denen Haushalte, die Rechnungen einreichen, teilnehmen. Bislang gibt es allerdings nur wenige systematische Untersuchungen zum Effekt solcher Maßnahmen auf die Steuerehrlichkeit der Haushalte.

## AUFBAU DER STUDIE

In unserer Studie (Burgstaller, Doerr und Necker 2023) untersuchen wir anhand einer experimentellen Umfrage, wie sich monetäre Anreize auf die Bereitschaft der Haushalte, Dienstleistungen legal nachzufragen, auswirken. Wir konzentrieren uns auf Steuervergünstigungen, so wie sie in mehreren europäischen Ländern gewährt werden (OECD 2021). Steuervergünstigungen sind unterschiedlich konzipiert, was einen Einfluss auf

Abb. 1

**Preisaufschlag, den Haushalte für eine Dienstleistung mit Rechnung zahlen würden**



Anmerkung: Die Zeilen 2–6 beziehen sich jeweils auf Szenarien, in denen Steuervergünstigungen angewandt werden können. Im Szenario »Via Steuererklärung« muss der Haushalt die nachgefragte Leistung in seiner Steuererklärung angeben, um die Steuervergünstigung zu erhalten. Im Szenario »Via Verkäufer« übernimmt der Verkäufer die Abrechnung mit dem Finanzamt. Die Prozentzahlen beziehen sich auf die Erstattungsrate der Steuervergünstigung. Im Szenario »Via Verkäufer 20%, Endpreis« wird dem Käufer der Endpreis, also nach Abzug der Steuervergünstigung, angezeigt.

Quelle: Berechnungen der Autorinnen.

© ifo Institut

deren Wirksamkeit haben kann. In mehreren Ländern, z. B. in Deutschland, Italien, Belgien und Frankreich, können Steuervergünstigungen über die jährliche Steuererklärung beantragt werden. Dabei müssen die Haushalte den vollen Preis der Leistungserbringung im Voraus bezahlen. Es wird davon ausgegangen, dass Haushalte mit geringem Einkommen die Steuervergünstigung bei dieser Ausgestaltung nicht in Anspruch nehmen, da sie sich die hohen Preise, die vorab zu zahlen sind, nicht leisten können. Das Verfahren, um die Steuerrückerstattung via Steuererklärung zu erhalten, könnte zudem für einige Haushalte zu aufwändig sein. Daher ist Schweden zu einem System übergegangen, bei dem die Steuervergünstigungen direkt durch den Verkäufer gewährt werden, d. h. als sofortiger Preisnachlass zum Zeitpunkt des Kaufs. Ist die Steuervergünstigung in dieser Art ausgestaltet, wickelt der Verkäufer die Abrechnung direkt mit der Steuerbehörde ab.

In unserer Studie vergleichen wir die Wirksamkeit dieser beiden Arten von Steuervergünstigungen. Selbst die sofort gewährten Vergünstigungen können für die Haushalte mit Hindernissen verbunden sein, z. B. wenn ihnen die mathematischen Fähigkeiten zur Berechnung ihres finanziellen Vorteils fehlen. In Schweden wird auf einigen Websites der Preis abzüglich der Steuervergünstigung angezeigt (z. B. <https://www.hemfrid.se/en>). Wir untersuchen, wie sich die Wirksamkeit von Steuervergünstigungen verändert, wenn die Haushalte den Preis nach Abzug der Erstattung nicht selbst berechnen müssen, sondern ihnen der finanzielle Vorteil angezeigt wird. Ein weiteres Merkmal, das sich von Land zu Land unterscheidet, ist die Höhe der Rückerstattung. Während die Haushalte in Deutschland beispielsweise 20% der Arbeitskosten als Rückerstattung erhalten, liegt dieser Satz in Frankreich oder Schweden bei 50% (OECD 2021). Wir untersuchen, wie sich eine Erhöhung der Rückerstattung auswirkt.

Unsere Studie basiert auf zwei Umfragen, an denen insgesamt 1 974 deutsche Wohneigentümer teilgenommen haben. In diesen Umfragen wurden die Teilnehmenden in die Lage versetzt, dass sie jemanden mit einer Dienstleistung in ihrem Haushalt beauftragen wollen, z. B. um Wände zu streichen. Aufgrund dieser Konkretisierung gelten unsere Ergebnisse insbesondere für einfache und wenig umfangreiche Arbeiten. Die Teilnehmenden wurden aufgefordert, mehrfach zwischen zwei Angeboten zu wählen, die sich hinsichtlich des Preises, ob die Dienstleistung auf Rechnung erbracht wird oder nicht, und anderer Merkmale unterscheiden. Jeder Teilnehmende wurde einem von sechs Politikszenarios (Treatments) zugewiesen, die eine Implementierung der Steuervergünstigung abbilden. Es gibt ein Szenario ohne Steuervergünstigung (1), zwei Szenarien mit Steuervergünstigung mit Erstattung über die Steuererklärung mit einem Satz von 20% (2) oder 30% (3), zwei Szenarien mit einer Steuervergünstigung mit sofortiger Erstattung durch den Anbieter mit einem Satz von 20% (4) oder 30% (5) gewährt wird, und ein Szenario mit sofortiger Erstattung und Satz von 20%, bei der der Endpreis, d. h. der finanzielle Vorteil, den Teilnehmenden angezeigt wird (6).

**STEUERVERGÜNSTIGUNGEN ERHÖHEN DIE NACHFRAGE NACH LEGAL ERBRACHTEN DIENSTLEISTUNGEN**

Unsere Studie zeigt, dass der Erhalt einer Rechnung die wichtigste Determinante der Entscheidung zwischen zwei Angeboten ist. Selbst wenn es keine Steuervergünstigung gibt, sind die Haushalte bereit, einen 27% höheren Preis zu bezahlen, wenn der Anbieter die Dienstleistung mit Rechnung erbringt (vgl. Abb. 1). Die Zahlungsbereitschaft für ein Angebot steigt auch, wenn der Anbieter von Bekannten empfohlen wird (im Vergleich zu keiner Empfehlung) und wenn der Anbieter, wie gewünscht, verfügbar ist (im Vergleich zu späterer Verfügbarkeit). Diese Merkmale sind jedoch weniger wichtig als der Erhalt einer Rechnung.

Wenn es eine Steuervergünstigung gibt, steigt die Zahlungsbereitschaft für eine Dienstleistung mit Rechnung. Eine Steuerrückerstattung über die Steuererklärung mit einem Erstattungssatz von 20% erhöht die Zahlungsbereitschaft für eine Rechnung um 8 Prozentpunkte. Das bedeutet, dass Haushalte in diesem Politikszenario bereit sind, einen 35% höheren Preis für ein Angebot mit Rechnung zu zahlen. Eine bei Leistungserbringung gewährte Vergünstigung mit einem Satz von 20% erhöht die Zahlungsbereitschaft um 14 Prozentpunkte, so dass Haushalte bereit sind, einen Aufschlag von 41% für ein Angebot mit Rechnung zu zahlen. Während sich die Wirksamkeit der beiden verschiedenen Varianten (Rückerstattung via Steuererklärung vs. sofortige Erstattung) bei einem Erstattungssatz von 20% nicht signifikant unterscheidet, finden wir einen signifikanten Unterschied bei

einem Erstattungssatz von 30%. Besteht dieser höhere Erstattungssatz, sind Haushalte bereit, einen Aufschlag von 38% für ein Angebot mit Rechnung zu zahlen, wenn die Steuervergünstigung über die Steuererklärung beantragt werden muss. Wird die Steuergutschrift bei Leistungserbringung gewährt, liegt die Zahlungsbereitschaft für ein Angebot mit Rechnung bei 52%. Eine Erhöhung des Satzes der Steuervergünstigung von 20% auf 30% erhöht daher die Wirksamkeit, wenn die Erstattung sofort erfolgt, nicht aber, wenn sie über die Steuererklärung beantragt werden muss. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass es ein Zusammenspiel zwischen dem Erstattungssatz und der Umsetzung gibt.

Zu einer ähnlichen Steigerung der Zahlungsbereitschaft wie die Erhöhung des Vergünstigungssatzes von 20 auf 30% führt eine Ausweisung des Endpreises eines Angebots mit Rechnung, also nach Abzug der Steuervergünstigung. Die Haushalte sind bereit, einen um 49% höheren Preis zu zahlen, wenn eine Steuervergünstigung von 20% sofort gewährt und der finale Preis angezeigt wird. Somit führt eine Erhöhung des Erstattungssatzes um 10 Prozentpunkte zu einer ähnlichen Erhöhung der Zahlungsbereitschaft wie ein Kenntlichmachen des finanziellen Vorteils.

Wir untersuchen außerdem, wie die Wahrscheinlichkeit, dass sich die Befragten für ein Angebot mit Rechnung entscheiden, von den Preisauflagen abhängt, die sie für den Erhalt einer Rechnung zahlen müssen. Wenig überraschend sinkt die Wahrscheinlichkeit, ein Angebot mit Rechnung zu wählen, wenn der Preisunterschied zwischen einem Angebot mit und einem Angebot ohne Rechnung steigt. Interessanterweise bevorzugen einige Haushalte Angebote ohne Rechnung, selbst wenn deren Preis höher ist. Dies deutet darauf hin, dass für einige Haushalte Aspekte wie persönliche Empfehlungen oder die Verfügbarkeit des Anbieters ausschlaggebend sind. Wir stellen fest, dass die Wirkung der Steuervergünstigungen geringer ist, wenn der Preisauflagen steigt. Dies ist plausibel, da der Anteil des Aufschlags, der durch die Steuervergünstigung kompensiert wird, mit steigender Preisdifferenz abnimmt. Die Wahrscheinlichkeit, dass Haushalte Dienstleistungen legal nachfragen, hängt also von dem Preisauflagen ab, den Anbieter für ein Angebot mit Rechnung verlangen.

### **DIE BEREITSCHAFT, FÜR EINE RECHNUNG ZU ZAHLEN, IST GERINGER ALS DER FINANZIELLE WERT DER STEUERVERGÜNSTIGUNG**

Wir vergleichen den beobachteten Anstieg der Zahlungsbereitschaft, der durch die Steuervergünstigung ausgelöst wird, mit dem zu erwartenden Anstieg, wenn Teilnehmende den finanziellen Vorteil der Steuervergünstigung vollständig einkalkulieren würden. Eine Steuervergünstigung reduziert den Preis eines Angebots mit Rechnung um 20 bzw. 30%. Das bedeutet: Für Haushalte, die eine Steuergutschrift

von 20 bzw. 30% in Anspruch nehmen, kann der Preis für ein Angebot mit Rechnung um 25 bzw. 43% höher sein, um mit dem Preis eines Angebots ohne Rechnung gleichzuziehen.

Die Zahlungsbereitschaft für eine Steuerrück-erstattung via Steuererklärung steigt um nur 26% (20% Erstattungssatz) bzw. 20% (30% Erstattungssatz) dessen, was wir erwarten würden, wenn Teilnehmende den finanziellen Vorteil vollständig einkalkuliert hätten. Dieser Anteil beträgt 45% (20%) bzw. 46% (30%), wenn die Steuervergünstigung sofort gewährt wird. Wenn der Endpreis vorgerechnet wird, beträgt die Zahlungsbereitschaft 71% dessen, was wir erwarten würden, wenn die Entscheidung ausschließlich auf Basis des finanziellen Vorteils getroffen wird.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Haushalte bei der Inanspruchnahme der Steuervergünstigung Kosten der Inanspruchnahme haben, beispielsweise durch den damit verbundenen administrativen Aufwand. Die Kosten variieren jedoch mit der Ausgestaltung der Steuervergünstigung. Wie erwartet, scheint die »konsumentenfreundlichere« Steuervergünstigung, die sofort durch den Anbieter gewährt wird, diese Kosten zu verringern. Die Berechnung des Endpreises, d. h. die Beseitigung von Barrieren wie beispielsweise geringe mathematische Fähigkeiten, reduziert diese Kosten weiter. Das letzte Ergebnis bestätigt, dass die Politik eher auf Instrumente fokussieren sollte, die den finanziellen Nutzen von Steuervergünstigung sichtbar machen, als ihren Erstattungssatz zu erhöhen.

### **GERINGE INANSPRUCHNAHME DER STEUERVERGÜNSTIGUNGEN**

Unsere Ergebnisse zeigen, dass die Haushalte auf Steuervergünstigungen reagieren. Wir würden erwarten, dass ein »konsumentenfreundlicheres« Design und ein höherer Erstattungssatz der Steuervergünstigung ihre Attraktivität erhöht. Jedoch stellen wir fest, dass die Zahlungsbereitschaft für ein Angebot mit Rechnung nur signifikant steigt, wenn zwei attraktive Merkmale zusammenkommen (hoher Satz und Gewährung der Steuervergünstigung beim Kauf). Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass die Haushalte der Implementierung eher indifferent gegenüberstehen und ihnen vor allem wichtig ist, dass sie überhaupt eine Erstattung erhalten. So gibt in unserem post-experimentellen Fragebogen etwa ein Viertel an, dass die Einführung einer Steuervergünstigung ihr Verhalten nicht beeinflussen würde. Dieser Fragebogen zeigt auch, warum die Haushalte möglicherweise zögern, die Steuervergünstigung zu nutzen. Die größte Sorge der Teilnehmenden ist, dass der Anbieter im Gegenzug für die Steuervergünstigung den Preis erhöhen könnte. Andere Bedenken sind, dass der Anbieter mehr Arbeit hat oder das Angebot zurückziehen könnte. Dies deutet darauf hin, dass die Haushalte von der Inanspruch-

nahme von Steuervergünstigungen absehen, weil sie sich Sorgen über die Folgen machen.

### STEUVERGÜNSTIGUNGEN SIND MIT HOHEN MITNAHMEEFFEKTEN VERBUNDEN

Unsere Studie zeigt, dass sich Haushalte auch ohne Steuervergünstigung in durchschnittlich 55% der Fälle für ein Angebot mit Rechnung entscheiden. Dieser Anteil steigt abhängig von der Ausgestaltung der Steuervergünstigung. Auch wenn Steuervergünstigungen die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass Haushalte ein Angebot mit Rechnung nachfragen, sind sie gleichwohl mit Mitnahmeeffekten verbunden. Von Mitnahmeeffekten spricht man, wenn Haushalte die Steuervergünstigungen in Anspruch nehmen, obwohl sie auch ohne diese ein Angebot mit Rechnung gewählt hätten. Unsere Umfrage deutet darauf hin, dass zwischen zwei Drittel (weniger effektive Steuervergünstigungen) und drei Viertel (effektivere Steuervergünstigungen) der Teilnehmenden in jedem Fall eine Rechnung nachgefragt hätten. Für diese Haushalte wird eine Verringerung der Staatseinnahmen in Kauf genommen, ohne eine Verhaltensänderung zu bewirken, zumindest was die Wahl zwischen legalem und illegalem Verhalten betrifft.

### SCHLUSSFOLGERUNGEN UND IMPLIKATIONEN

Aus unserer Studie ergeben sich zwei zentrale Schlussfolgerungen und Implikationen. Erstens zeigen unsere Ergebnisse, dass Haushalte eine höhere Zahlungsbereitschaft für Angebote mit Rechnung haben, wenn es eine Steuervergünstigung gibt. Dies deutet darauf hin, dass Steuervergünstigungen die Nachfrage nach legal erbrachten Dienstleistungen erhöhen. Gleichwohl muss berücksichtigt werden, dass die Bereitschaft, Dienstleistungen mit Rechnung in Anspruch zu nehmen, auch ohne Steuervergünstigungen erheblich ist. Wenn man diese Bereitschaft einrechnet, ist die Zunahme der Steuerehrlichkeit durch die Steuervergünstigung begrenzt. Dies impliziert erhebliche Mitnahmeeffekte. Etwa zwei von drei Befragten geben an, dass sie die Steuervergünstigung in Anspruch nehmen würden, aber auch ohne Steuervergünstigung ein Angebot mit Rechnung gewählt hätten. Unsere Ergebnisse gelten vor allem für die Erbringung kleinerer Arbeiten im Haushalt, wie z. B. das Streichen von Wänden. Wir gehen davon aus, dass die grundsätzliche Bereitschaft, Angebote mit Rechnung in Anspruch zu nehmen, bei größeren Arbeiten, für die eine Garantie wichtig ist, höher ist. Dies könnte die Wirksamkeit von Steuervergünstigungen weiter in Frage stellen, zumindest was die steuerliche Deklaration der Arbeiten betrifft. Aufgrund der erheblichen Mitnahmeeffekte sollten Regierungen, die dennoch Steuervergünstigungen

für Haushalte einsetzen wollen, darauf achten, dass sie das Instrument so gestalten, dass es möglichst (kosten-)effizient ist.

Zweitens stellen wir fest, dass Haushalte auf die Gestaltung der Steuervergünstigungen nur reagieren, wenn verschiedene attraktive Merkmale wie ein hoher Erstattungssatz und eine »konsumentenfreundliche« Umsetzung zusammenkommen. Die Sichtbarkeit des Endpreises, den die Haushalte einschließlich der Steuervergünstigung zu zahlen haben, d. h. die Hervorhebung des finanziellen Vorteils, hat eine ähnlich starke Wirkung wie eine Erhöhung des Erstattungssatzes um 10 Prozentpunkte. Wir schlussfolgern, dass die Kosten, z. B. der bürokratische Aufwand für den Erhalt der Erstattung, erheblich sind. Die Kluft zwischen der Zahlungsbereitschaft für eine Rechnung und dem finanziellen Wert der Vergünstigung ist geringer, wenn die Subvention »konsumentenfreundlicher« ist. Obwohl das Prozedere zum Erhalt der Steuervergünstigung über die Steuererklärung absichtlich einfach gehalten wurde, scheinen die Haushalte damit höhere Kosten zu verbinden.

Die Politik sollte, wenn sie trotz der Mitnahmeeffekte Steuervergünstigungen nutzen will, eine Implementierung vorziehen, die es Haushalten ermöglicht, den finanziellen Vorteil leicht zu verstehen. Dies erlaubt im Vergleich zu einer Erhöhung des Erstattungssatzes eine (kosten-)effizientere Maßnahme. Eine mögliche Umsetzung bestünde darin, von den Verkäufern zu verlangen, dass sie in ihren Angeboten auch den Endpreis, d. h. den Preis abzüglich der Steuervergünstigung, angeben.

### REFERENZEN

- Burgstaller, L., A. Doerr und S. Necker (2022), »Do Household Tax Credits Increase the Demand for Legally Provided Services?«, CESifo Working Paper No. 10211, Januar 2023.
- Doerr, A. und S. Necker (2021), »Collaborative Tax Evasion in the Provision of Services to Consumers: A Field Experiment«, *American Economic Journal: Economic Policy* 13(4), 185–216.
- Europäische Kommission (2014), »Nicht angemeldete Erwerbstätigkeit in der Europäischen Union«, *Eurobarometer Spezial* 402, Brüssel.
- Europäische Kommission (2021), *Study and Reports on the VAT Gap in the EU-28 Member States: 2021 Final Report*, Amt für Veröffentlichungen, Brüssel.
- Kleven, H. J., M. B. Knudsen, C. T. Kreiner, S. Pedersen und E. Saez (2011), »Unwilling or Unable to Cheat? Evidence from a Tax Audit Experiment in Denmark«, *Econometrica* 79(3), 651–692.
- Naritomi, J. (2019), »Consumers as Tax Auditors«, *American Economic Review* 109(9), 3031–3072.
- Pomeranz, D. (2015), »No Taxation without Information: Deterrence and Self-enforcement in the Value Added Tax«, *American Economic Review* 105(8), 2539–2569.
- OECD (2021), »Bringing Household Services Out of the Shadows – Formalising Non-Care Work In and Around the House, Gender Equality at Work«, OECD Publishing, Paris, <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/fbea8f6e-en.pdf?expires=1669214725&id=id&accname=ocid56012597&checksum=687F8405D98F4AD29F7E718C9BA5D402>.