



SFB/Transregio 266

ACCOUNTING FOR
TRANSPARENCY

November 2020

German Business Panel

Unternehmen in der Corona-Krise

Empirische Erkenntnisse zum zweiten Lockdown: Wer trägt die Last und wie wirken die staatlichen Hilfsmaßnahmen?

Ergebnisbericht

Bischof | Dörrenberg | Rostam-Afschar | Simons | Voget



Das German Business Panel ist ein langfristiges Befragungspanel des
DFG-geförderten überregionalen Projektes „Accounting for Transparency“

Die Ergebnisse in diesem Dokument basieren auf den Auswertungen der Corona-Befragung des German Business Panel. Sie werden fortlaufend erweitert und aktualisiert. Weitere Informationen sind unter www.gbpanel.org erhältlich.

Autoren

Prof. Dr. Jannis Bischof, Prof. Dr. Philipp Dörrenberg, Dr. Davud Rostam-Afschar,
Prof. Dr. Dirk Simons, Prof. Dr. Johannes Voget

Universität Mannheim

German Business Panel



Das German Business Panel ist ein langfristiges Befragungspanel des DFG-geförderten überregionalen Projektes „Accounting for Transparency“.

Wir erheben systematisch und repräsentativ, wie Unternehmen unterschiedlicher Größenordnung Fragen der Unternehmenstransparenz einschätzen. Erhoben wird auch, wie sich die zunehmende Bereitstellung von Informationen sowie die zunehmende Regulierung in den Bereichen Rechnungswesen und Besteuerung auf Entscheidungen in Unternehmen und die Öffentlichkeit auswirken. Als umfassendes, langfristig angelegtes Befragungspanel liefern wir Daten in einer bisher nicht dagewesenen Qualität für die Forschung zu Unternehmenstransparenz und tragen dazu bei, Regulierung und Wirtschaft zu verbessern. Das German Business Panel ist Teil des Sonderforschungsbereichs „TRR 266 Accounting for Transparency“.

Leitung des German Business Panels:

Principal Investigators:



Prof. Dr. Jannis Bischof
Universität Mannheim
jbischof@uni-mannheim.de



Prof. Dr. Dirk Simons
Universität Mannheim
simons@uni-mannheim.de



Prof. Dr. Johannes Voget
Universität Mannheim
voget@uni-mannheim.de

Research Fellow:



Prof. Dr. Philipp Dörrenberg
Universität Mannheim
doerrenberg@uni-mannheim.de

Projektleitung:



Dr. Davud Rostam-Afschar
Universität Mannheim
rostam-afschar@uni-mannheim.de

www.gbpanel.org | gbpinfo@mail.uni-mannheim.de

TRR 266 Accounting for Transparency



Der TRR 266 Accounting for Transparency ist ein von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderter überregionaler Sonderforschungsbereich.

Unser Team von engagierten Forschenden untersucht, wie Rechnungswesen und Besteuerung die Transparenz von Unternehmen beeinflussen und wie sich Regulierungen und Unternehmenstransparenz auf Wirtschaft und Gesellschaft auswirken. Ziel ist es, eine wirksame Regulierung für Unternehmenstransparenz und ein transparentes Steuersystem zu entwickeln. In unserer eigenen Forschung gewährleisten wir die Transparenz ebenfalls.

Am TRR 266 sind mehr als 80 Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler beteiligt von den Hauptstandorten: Universität Paderborn (Sprecherhochschule), Humboldt-Universität zu Berlin und Universität Mannheim, zudem Forscherinnen und Forscher von der Ludwig-Maximilians-Universität München sowie der European School of Management and Technology Berlin, der Frankfurt School of Finance & Management, der Goethe-Universität Frankfurt am Main, und der WHU - Otto Beisheim School of Management.

www.accounting-for-transparency.de | trr266@mail.uni-paderborn.de

Inhaltsverzeichnis

Die Corona-Umfrage des German Business Panel.....	4
Die wirtschaftlichen Auswirkungen des aktuellen Lockdowns.....	4
I – Wen trifft der zweite Lockdown besonders hart?	6
II – Wer profitiert am stärksten von Staatshilfen?.....	8
1. Unterschiede in der Wirksamkeit der Staatshilfen nach Branchen	8
2. Unterschiede in der Wirksamkeit der Staatshilfen nach Regionen	10
III – Wie wirkt die 75%-Pauschale der Novemberhilfe?.....	11
IV – Wer reduziert seit der Mehrwertsteuersenkung die Preise?	13



Die Corona-Umfrage des German Business Panel

Die Corona-Krise stellt Unternehmen in Deutschland vor beispiellose Herausforderungen. Das German Business Panel (GBP) der Universität Mannheim untersucht insbesondere folgende Fragen:

1. Haben staatliche Hilfsleistungen Unternehmen in der Krise erreicht?
2. Welche staatlichen Leistungen haben Unternehmen in welchem Umfang in Anspruch genommen?
3. Hätten Unternehmen auch ohne staatliche Hilfe die Krise überstanden?
4. Welche strategischen Entscheidungen haben Unternehmen als Reaktion auf die Krise getroffen?
5. Welche Erwartungen haben Unternehmen in Bezug auf die Überlebenswahrscheinlichkeit von Unternehmen in ihrer Branche?
6. Für welchen Zeithorizont planen Unternehmen mit Einschränkungen aufgrund der Corona-Krise?

Die Ergebnisse der GBP-Corona-Befragung geben Aufschluss darüber, wie zielgerichtet und wie wirksam die staatlichen Hilfsmaßnahmen für Unternehmen waren.

Die wirtschaftlichen Auswirkungen des aktuellen Lockdowns

- Die Belastungen der Wirtschaft im ersten Halbjahr 2020, in das der erste Lockdown fiel, waren sehr ungleich verteilt. Die Branchen, die nach Umsatz- und Gewinnrückgang damals am härtesten getroffen wurden, sind genau die Branchen, die der zweite Lockdown besonders stark belastet – entweder direkt durch erneute Betriebsschließungen (wie für Hotels, die Gastronomie oder die Veranstaltungsbranche) oder indirekt durch die Folgen dieser Schließungen (wie für Reisebüros oder die Vermieter von Veranstaltungsbedarf).
- Für diese Branchen senkt der zweite Lockdown die Überlebenswahrscheinlichkeit erheblich. Die Zielgenauigkeit und Wirksamkeit der staatlichen Hilfen sind daher entscheidend. Die Wirksamkeit staatlicher Hilfen unterschied sich jedoch bereits in der ersten Jahreshälfte sehr stark über Branchen hinweg: Während für manche der damals betroffenen Branchen (z. B. im privaten Bildungs- und Erziehungsbereich) die Staatshilfen das Überleben nahezu vollständig sicherten, wird in Tourismus und Gastronomie selbst nach Inanspruchnahme der Hilfen mit der Insolvenz von fast 40% der Betriebe gerechnet.



- Die für November eingeführte pauschale Regelung zur Erstattung von 75 % des Vorjahresumsatzes verursacht weniger Bürokratie und Verwaltungsaufwand. Dies wurde an den ersten Corona-Hilfsmaßnahmen im Frühjahr noch deutlich kritisiert.
- Allerdings zeigen sich in den Daten erhebliche Unterschiede in den Kostenstrukturen, selbst innerhalb der erneut betroffenen Branchen (z. B. im Veranstaltungsbereich). Einigen Unternehmen fällt es sehr leicht, Kosten kurzfristig und flexibel zu reduzieren. Sie profitieren stark von der Pauschalerstattung. Andere Unternehmen haben starre Kostenstrukturen, z. B. aufgrund langfristiger Vertragsbindungen. Für diese Unternehmen kann die Pauschalerstattung nachteilig sein und reicht mitunter nicht aus, um das wirtschaftliche Überleben zu sichern. Häufig sind es aber gerade diese Unternehmen, die sich durch besondere unternehmerische Verantwortung (etwa gegenüber Arbeitnehmern und Lieferanten) auszeichnen, wenn sie diese langfristigen Verträge eingehen, die dann zu wenig flexiblen Kostenstrukturen führen.
- Besonders stark unterscheiden sich Gastronomiebetriebe in ihren Kostenstrukturen. Da diese Branche einen vergleichsweise hohen Anteil der Pauschalerstattung in Anspruch nehmen wird, erscheint dies besonders kritisch.
- Die temporäre Senkung der Mehrwertsteuer hat im Gesamtdurchschnitt keine Senkung der Konsumentenpreise zur Folge gehabt. Denn die Preise für Endprodukte sind seit Juli 2020 über alle Branchen hinweg ungefähr konstant geblieben. Allerdings beobachten wir Unterschiede zwischen Branchen. Im Einzel- und Großhandel sind die Preise seit Juli 2020 zurückgegangen, während die Preise in vielen stark betroffenen Branchen, insbesondere der Gastronomie, gestiegen sind. In der Gastronomie gaben über die Hälfte der befragten Unternehmen an, dass sie zur Abfederung der Corona-Folgen planen, die Preise zu erhöhen. In der ebenfalls stark betroffenen Beherbergungsbranche gaben knapp 40 % der Unternehmen an, dass sie Preiserhöhungen planen.

Fazit

Fast 80 % der Unternehmen haben eine zweite Welle der Corona-Krise erwartet und mit dieser Einschätzung Recht behalten. Die aktuellen wirtschaftlichen Einschränkungen treffen gerade diejenigen besonders stark, die bereits die Hauptlast während der ersten Welle zu tragen hatten. Umso wichtiger erscheinen die Ausgestaltung und Zielgenauigkeit der staatlichen Hilfen. Die 75%-Pauschale bei der Umsatzerstattung birgt die Gefahr, zumindest in wichtigen Branchen zu ungenau zu wirken. Von der Mehrwertsteuersenkung haben Verbraucher nur sehr eingeschränkt profitiert, für Unternehmen wiederum war sie mit zusätzlichen Kosten verbunden.

I – Wen trifft der zweite Lockdown besonders hart?

Die Ergebnisse basieren auf mehr als 10.000 vollständigen Interviews. Die Ergebnisse in Abschnitt I basieren auf 93 Branchen (Zweistellerebene der WZ2008).



Die folgende Tabelle zeigt die zehn Branchen mit dem stärksten Umsatzrückgang im ersten Halbjahr 2020, in dem erstmals Unternehmen von Betriebsschließungen betroffen waren, die mit der Corona-Pandemie begründet wurden. Für jede Branche wird neben dem Umsatzrückgang auch der durchschnittliche Gewinnrückgang berichtet:

	Umsatzrückgang in %	Gewinnrückgang in %
Reisebüros, Reiseveranstalter und Erbringung sonstiger Reservierungsdienstleistungen	-66,93	-62,35
Vermietung von beweglichen Sachen	-53,72	-50,33
Erbringung von Dienstleistungen des Sports, der Unterhaltung und der Erholung	-53,59	-51,68
Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	-47,91	-48,53
Beherbergung	-47,33	-49,84
Gastronomie	-42,16	-47,60
Herstellung von Druckerzeugnissen	-41,19	-37,29
Herstellung, Verleih und Vertrieb von Filmen und Fernsehprogrammen	-38,00	-33,18
Luftfahrt	-37,27	-32,80
Spiel-, Wett- und Lotteriewesen	-35,91	-56,18

Ein Vergleich dieser im ersten Halbjahr 2020 besonders negativ betroffenen Branchen mit den Branchen, denen aktuell im November 2020 erneut Einschränkungen auferlegt wurden, zeigt erhebliche Überschneidungen. Dies unterstreicht, dass der zweite Lockdown, auch wenn er gelegentlich als „light“ bezeichnet wird, genau solche Unternehmen trifft, die bereits im ersten Lockdown die stärksten finanziellen Belastungen zu tragen hatten. In der Breite der Gesellschaft mögen die Belastungen geringer sein, in den von den Schließungen betroffenen Teilen der Wirtschaft jedoch besonders hart.



Dies gilt einerseits für die Bereiche der Wirtschaft, die auf die Mobilität der Gesellschaft angewiesen sind (Tourismus, Beherbergung, Luftfahrt). Hier gelten explizite Einschränkungen u. a. im Beherbergungsbereich, die sich indirekt auf andere Teile der Branche (z. B. Reisebüros, Luftfahrt) auswirken, selbst wenn diese geöffnet bleiben dürfen.

Dies gilt andererseits für solche Branchen, die auf die Versammlung größerer Menschenmengen angewiesen sind (Kultur, Sport und Spiel, Unterhaltung, Gastronomie). Auch hier gibt es Teilbereiche, die erneut direkt betroffen sind (insbesondere Gastronomie, Kultur- und Sporteinrichtungen). Einen erheblichen Teil dieser Branchen treffen die Folgen des Lockdowns aber auch indirekt, z. B. Lieferanten und Vermieter von Veranstaltungsbedarf.

II – Wer profitiert am stärksten von Staatshilfen?

Die Ergebnisse basieren auf 5.850 Antworten. Die Ergebnisse in Abschnitt II basieren auf 113 Branchen (Dreistellerebene der WZ2008).



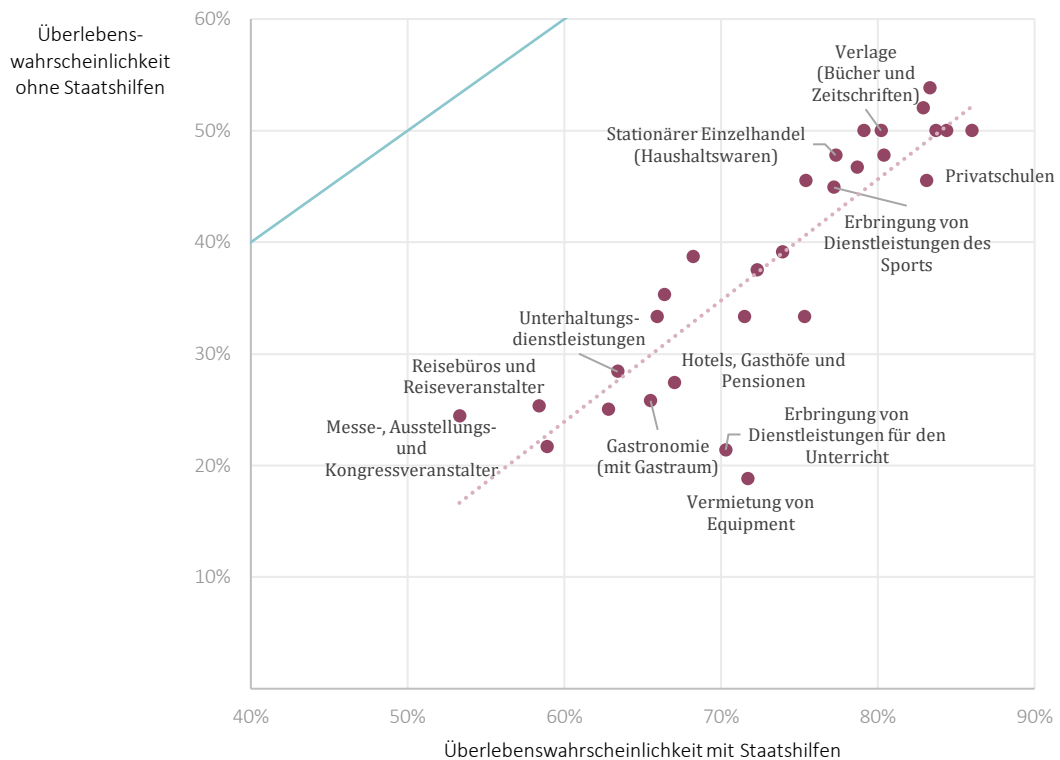
Um die Wirkung der staatlichen Maßnahmen zu bewerten, nutzen wir eigene Daten des German Business Panel. Diese stellen die von einem Manager für seine Branche erwartete Überlebenswahrscheinlichkeit der von diesem geschätzten Wahrscheinlichkeit gegenüber, dass Unternehmen dieser Branche die Corona-Krise auch ohne staatliche Hilfen überstehen. Wenn beide geschätzten Wahrscheinlichkeiten übereinstimmen, sind staatliche Hilfen nicht notwendig, denn sie verändern die Überlebenswahrscheinlichkeit nicht. Je größer aber der Unterschied ist, desto stärker ist die positive Wirkung der Staatshilfen auf das Überleben von Unternehmen. Wir stellen diese Auswertung in diesem Abschnitt einmal nach Branchen und einmal nach Regionen dar, denn die Wirkung staatlicher Hilfen unterscheidet sich in beiden Dimensionen erheblich.

1. Unterschiede in der Wirksamkeit der Staatshilfen nach Branchen

Die folgende Abbildung illustriert die Wirksamkeit der Staatshilfe für die 30 am stärksten durch Gewinneinbußen betroffenen Branchen. Punkte auf der durchgezogenen Linie entsprechen der 45-Grad-Linie. Für solche Branchen wären keine Staatshilfen notwendig gewesen. Die Darstellung zeigt jedoch, dass alle 30 Branchen ausnahmslos deutlich unterhalb dieser Linie liegen. In all diesen besonders stark betroffenen Branchen haben staatliche Hilfsmaßnahmen insofern eine gewisse positive Wirkung entfaltet. Im Durchschnitt über alle 30 Branchen konnte staatliche Hilfe die Überlebenswahrscheinlichkeit um 35,0 Prozentpunkte steigern. Was das für die Überlebenswahrscheinlichkeit insgesamt bedeutet, stellt sich in den einzelnen Branchen jedoch sehr unterschiedlich dar.

Bei Messe- und Kongressveranstalter oder Reisebüros beispielsweise stieg die Überlebenswahrscheinlichkeit durch staatliche Hilfen zwar um gut 30 Punkte, am Ende liegt sie jedoch selbst damit unterhalb von 60 %. Verlage oder Privatschulen wiederum, die durch staatliche Hilfen ihre Überlebenswahrscheinlichkeit ebenfalls um über 30 Punkte steigern konnten, erreichten auf diese Weise eine Überlebenswahrscheinlichkeit von gut 90 %.



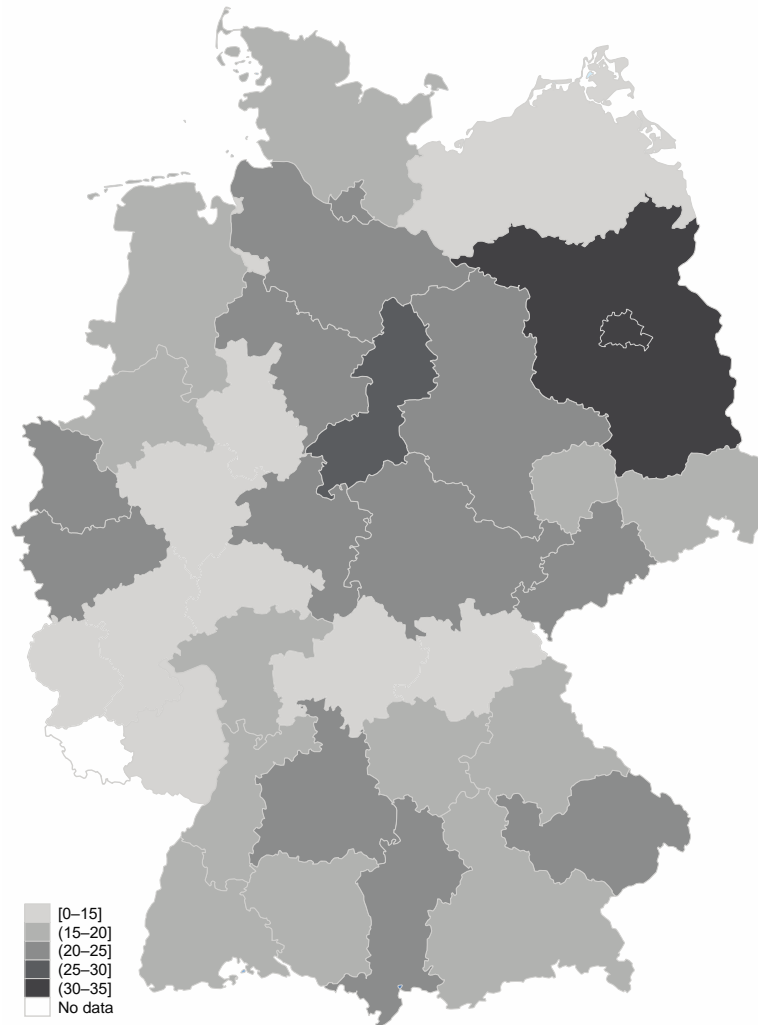


Auch hier zeigt sich, dass die Branchen, die im zweiten Lockdown besonders stark eingeschränkt werden, schon aus dem ersten Lockdown mit nur einer vergleichsweise geringen Überlebenswahrscheinlichkeit herausgegangen sind (selbst nach Inanspruchnahme der staatlichen Hilfen). Gastronomie, Beherbergung oder Unterhaltungs- und Kulturbetriebe liegen fast alle im linken Bereich der Abbildung mit insgesamt geringen Überlebenswahrscheinlichkeiten. Das Überleben von Unternehmen in diesem zweiten Lockdown zu retten, setzt insofern eine noch stärkere Wirksamkeit der staatlichen Hilfe voraus.

Unter den weniger stark betroffenen Branchen zeigt sich in den Daten, dass für einige Bereiche der Wirtschaft (z. B. Landwirtschaft, öffentliche Unternehmen) die staatlichen Hilfen, selbst wenn sie in Anspruch genommen wurden, quasi keine Wirkung entfaltet haben. Dies weist auf die Bedeutung der Zugangsvoraussetzungen zur Inanspruchnahme staatlicher Hilfen für die Zielgenauigkeit der Förderung hin.

2. Unterschiede in der Wirksamkeit der Staatshilfen nach Regionen

Auf regionaler Ebene lässt sich in der Abbildung nach Regierungsbezirken zeigen, dass strukturstarke Regionen wie die Bezirke Trier, Unterfranken, Koblenz oder Gießen (mit der Metropolregion Rhein-Main) weniger auf staatliche Hilfen angewiesen waren als beispielsweise die Regierungsbezirke Berlin, Brandenburg, Braunschweig, Lüneburg, Chemnitz oder Gebiete mit hoher Corona-Inzidenz im Frühjahr, wie etwa in Nordrhein-Westfalen die Regierungsbezirke Köln und Düsseldorf.



Je dunkler die Karte gefärbt ist, desto stärker tragen die staatlichen Hilfen zum Anstieg der Überlebenswahrscheinlichkeit von Unternehmen bei.

III – Wie wirkt die 75%-Pauschale der Novemberhilfe?

Die Ergebnisse basieren auf mehr als 10.000 vollständigen Interviews. Die Ergebnisse in Abschnitt III basieren auf 93 Branchen (Zweistellerebene der WZ2008).



Zur Komplexitätsreduktion sieht die Novemberhilfe (außerordentliche Wirtschaftshilfe) des Bundes eine vereinfachende Pauschalerstattung in Höhe von 75 % der Umsätze des entsprechenden Vorjahresmonats vor. Damit werden Unternehmen um den Einzelnachweis von Kosten entlastet, insbesondere Fixkosten, die im November während der Schließung anfallen.

Den Vorteilen durch die Vereinfachung steht die Annahme gegenüber, dass die Kostenstruktur der von Betriebsschließungen betroffenen Unternehmen weitgehend homogen ist, so dass die Pauschale gleichmäßige Wirkung entfalten und die Entlastung annähernd gerecht verteilen kann. Wir nutzen eigene Daten des German Business Panel, um diese Annahme und damit die Rechtfertigung der vereinfachenden Pauschalregel zu untersuchen.

Hierbei stellen wir für jedes Unternehmen den im ersten Halbjahr (während des ersten Lockdowns) erfahrenen Umsatzrückgang dem Gewinnrückgang gegenüber. Das daraus erhaltene Maß gibt an, wie flexibel die Kostenstruktur eines Unternehmens ist: Wenn 1 Euro Umsatzrückgang zu genau 1 Euro Gewinnrückgang führt, heißt dies, dass überhaupt keine Kosten gesenkt werden können. Sämtliche Kosten sind dann fix (d. h. unabhängig vom Umsatz) und dem Unternehmen fehlt es an jeglicher Flexibilität, um auf die Krise zu reagieren. Wenn umgekehrt 1 Euro Umsatzrückgang zu gar keinem Rückgang des Gewinns führt, sondern dieser konstant bleibt, heißt dies, dass Kosten vollständig flexibel sind und jederzeit vollständig an die Umsatzentwicklung angepasst werden können. Fast alle Unternehmen liegen zwischen diesen beiden typisierten Extremausprägungen.

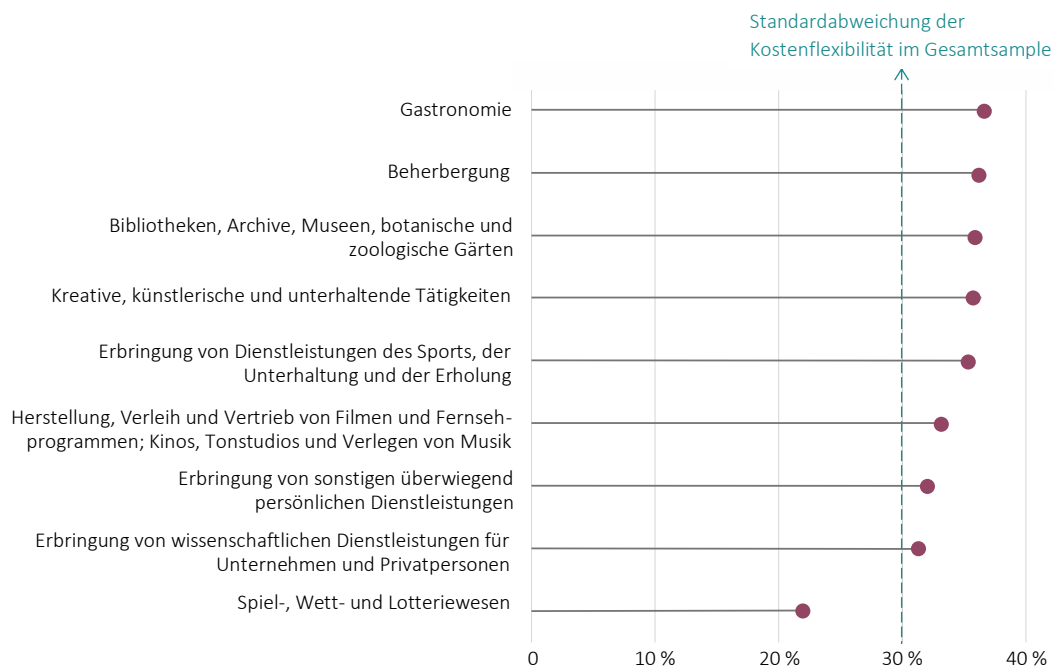
Besonders interessant ist dabei weniger das Ausmaß der Kostenflexibilität, als vielmehr die Variation innerhalb der gleichen Branche. Je stärker diese Variation, umso schwächer nähert die pauschale Erstattung von fixen Umsatzanteilen (in Höhe von 75 %) die tatsächlich angefallenen Kosten an. Umso höher ist in diesem Fall einerseits der Anteil von Unternehmen, die besonders profitieren, weil sie Kosten deutlich stärker senken können, als es die Pauschale unterstellt, und andererseits der Anteil von Unternehmen, die besonders belastet sind, weil sie Kosten gar nicht oder in noch geringerem Umfang senken können, als es die Pauschale unterstellt.



Die Abbildung zeigt diese Variation für neun Branchen, die von den aktuellen Schließungen des zweiten Lockdowns im November 2020 besonders betroffen sind. Während die Variation der Kostenstruktur schon insgesamt vergleichsweise hoch ist (und bei etwa 30 % liegt), zeichnen sich gleich acht dieser neun Branchen durch sogar noch höhere Varianz in der Kostenflexibilität aus. Am stärksten ausgeprägt sind diese Unterschiede in der Gastronomie (mit einer Variation von 37,2 %). Überall hier wirkt die Pauschalregel potenziell stark verzerrend. Hierbei sollte klar sein, dass starre Kostenstrukturen, wie sie in unserem Sample verbreitet auftreten und dann wenig flexible Reaktionen erlauben, nicht zwingend Ausdruck von Fehlmanagement sind, sondern vielmehr auf unternehmerische Verantwortung gegenüber Mitarbeitern oder Zulieferern (z. B. den Abschluss langfristiger Arbeitsverträge statt des Rückgriffs auf flexible Zeitarbeit oder Aushilfen auf Stundenbasis) hinweisen können. Diese Unternehmen werden durch eine Pauschalregel tendenziell benachteiligt.

Besonders geeignet scheint die Pauschalregel hingegen nur im Spiel-, Wett- und Lotteriewesen, wo Kostenstrukturen vergleichsweise homogen sind und mit einer Variation von nur 22,4 % weit unterhalb des Durchschnitts über alle Branchen liegen.

Standardabweichung der Kostenflexibilität nach Branche



IV – Wer reduziert seit der Mehrwertsteuersenkung die Preise?

Die Ergebnisse basieren auf mehr als 10.000 Antworten. Die Ergebnisse in Abschnitt IV basieren auf 93 Branchen (Zweistellerebene der WZ2008).



Die Bundesregierung beschloss Ende Juni 2020 im Rahmen der Corona-Hilfsmaßnahmen zum ersten Mal in der Geschichte der Bundesrepublik, die Mehrwertsteuer temporär zu senken: Der reguläre Satz der Mehrwertsteuer wurde kurzfristig für die Zeit zwischen dem 1. Juli und 31. Dezember 2020 von 19 % auf 16 % und der ermäßigte Satz von 7 % auf 5 % reduziert. Ein erklärtes Ziel der Maßnahme war die Stimulierung des privaten Konsums durch niedrigere Preise. Es ist daher wichtig, in diesem Zusammenhang empirisch zu zeigen, ob die Unternehmen die Senkung der Mehrwertsteuer in der Form von niedrigeren Preisen tatsächlich an die Endverbraucher weitergeben oder zur Stabilisierung von Umsätzen selbst einbehalten haben. Eine unmittelbare und vollständige Weitergabe der Steuersenkung an die Verbraucher durch die Unternehmen impliziert, dass Unternehmen Konsumentenpreise bei regulärem Umsatzsteuersatz um ca. 2,5 % und bei ermäßigtem Umsatzsteuersatz um ca. 1,9 % reduzieren.

Zwei Studien haben in der jüngeren Vergangenheit gezeigt, dass Tankstellen und einzelne Supermarktketten die reduzierte Mehrwertsteuer fast vollständig an die Konsumenten weitergaben (Fuest et al., 2020; Montag et al., 2020). Bei Tankstellen und Supermärkten handelt es sich jedoch um spezielle Branchen des Einzelhandels, die im Vergleich mit anderen Branchen nicht besonders negativ von der Corona-Pandemie betroffen waren und für die auch nicht zu erwarten ist, dass Konsumenten ihren für das Jahr 2021 geplanten Konsum in das zweite Halbjahr 2020 vorziehen.

Während für Supermärkte und Tankstellen gute administrative Preisdaten vorliegen, die in den zitierten Studien genutzt wurden, ist dies für die meisten anderen Branchen nicht der Fall. Daher führte das German Business Panel eine Befragung von Unternehmen im Sommer 2020 durch, die die Frage enthielt, ob und wie Unternehmen die Konsumentenpreise für Endprodukte seit Juli 2020 verändert haben. Konsumentenpreise können sich aus einer Vielzahl von Gründen innerhalb eines Jahres verändern und es ist nicht gegeben, dass die von den Unternehmen angegebenen Preisänderungen vollständig im Zusammenhang mit der Mehrwertsteuersenkung stehen. Jedoch können die Fragen im GBP einen Beitrag zum Verständnis liefern, wie

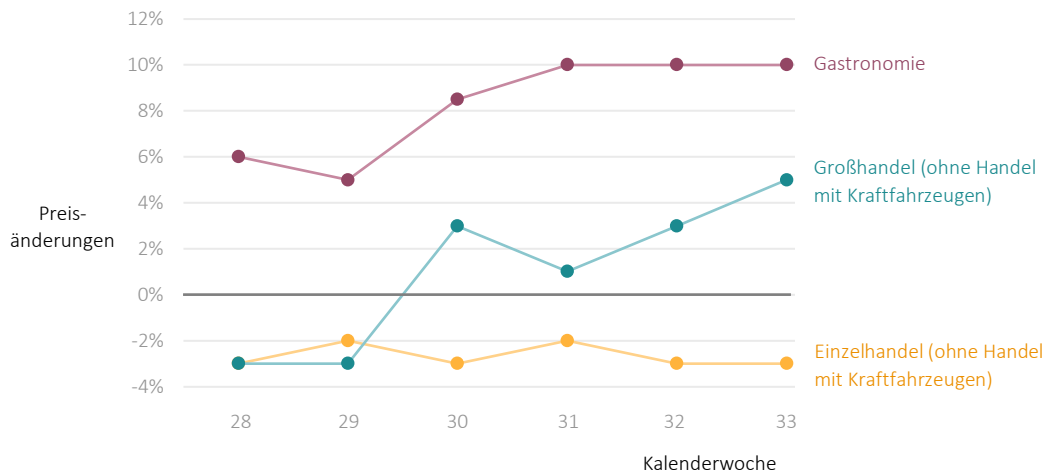


sich die Preise in einzelnen Branchen rund um die Senkung der Mehrwertsteuer entwickelt haben. Unsere Ergebnisse zeigen, dass die Preise nach Juli 2020 über alle Firmen und Branchen in der GBP-Stichprobe hinweg ungefähr konstant geblieben sind (Änderungsrate 0,4 %).

Jedoch zeigt sich eine große Heterogenität zwischen einzelnen Branchen. Die folgende Tabelle zeigt durchschnittliche Preisänderungen in ausgewählten Branchen. Im Einzelhandel und Großhandel beobachten wir eine Senkung der Konsumentenpreise um 1,1 % bzw. 0,5 %. Dies ist ein Hinweis darauf, dass die niedrigere Mehrwertsteuer in diesen Branchen tatsächlich an die Endverbraucher weitergegeben wurde, wenn auch nicht zu 100 %.

Branche	Durchschnittliche Preisanpassung (%)
Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)	-1,1
Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)	-0,5
Beherbergung	0,2
Lagerei sowie Erbringung von sonstigen Dienstleistungen für den Verkehr	0,6
Erbringung von sonstigen überwiegend persönlichen Dienstleistungen	0,8
Rechts- und Steuerberatung, Wirtschaftsprüfung	1,0
Erbringung von Dienstleistungen des Sports, der Unterhaltung und der Erholung	1,1
Kreative, künstlerische und unterhaltende Tätigkeiten	1,2
Gesundheitswesen	1,3
Gastronomie	2,2

Die unten folgende Abbildung zeigt, dass die Preisplanung im Zeitverlauf für Einzel- und Großhandel recht stabil war, wenn Unternehmen Anpassungen vornehmen möchten. In anderen Branchen zeigt sich jedoch, dass die Preise sich rund um den Termin der Mehrwertsteuer sogar erhöht haben. In stark von der Pandemie betroffenen Branchen – wie beispielsweise Beherbergung, Gesundheitswesen oder kreative und künstlerische Tätigkeiten – wurden die Preise mäßig erhöht. In der Gastronomie beobachten wir einen vergleichsweise starken Preisanstieg um mehr als 2 % – obwohl die Mehrwertsteuer in der Gastronomie sogar besonders stark reduziert wurde (von 19 % auf 5 %). Diese Ergebnisse weisen darauf hin, dass die Senkung der Mehrwertsteuer in vielen schwer getroffenen Branchen nicht zu niedrigeren Konsumentenpreisen geführt hat.



Unsere Daten können auch aufzeigen, wie das Bild innerhalb von Branchen aussieht. Die folgende Tabelle weist aus, welcher Anteil an Unternehmen einer Branche Preiserhöhungen zur Abfederung der Corona-Pandemie planen. Hier zeigt sich, dass in stark betroffenen Branchen viele Unternehmen auf das Mittel der Preiserhöhung zurückgreifen. So gaben beispielsweise fast 30 % der Unternehmen im Bereich Reisen und 40 % der Unternehmen im Bereich der Beherbergung an, dass sie Preise erhöhen möchten. Bei der besonders stark betroffenen Gastronomie gaben sogar die Hälfte aller Unternehmen an, dass sie die Preise erhöhen möchten. Allerdings ist auch festzuhalten, dass weniger stark betroffene Branchen teils auch vielfach auf Preiserhöhungen zurückgreifen; so gaben beispielsweise ca. ein Drittel der Unternehmen im Bereich Post und Kurierservice an, höhere Preise zu planen.

Branche	Anteil von Unternehmen mit Preiserhöhung (%)
Hochbau	25,3
Sammlung, Behandlung und Beseitigung von Abfällen	26,3
Herstellung von chemischen Erzeugnissen	26,5
Vermietung von beweglichen Sachen	26,5
Erbringung von Dienstleistungen des Sports, der Unterhaltung und der Erholung	26,8
Verlagswesen	26,9
Herstellung von elektrischen Ausrüstungen	27,5
Vorbereitende Baustellenarbeiten, Bauinstallation und sonstiges Ausbaugewerbe	28,0
Herstellung von Möbeln	28,6
Gebäudebetreuung	29,6
Reisebüros, Reiseveranstalter und Erbringung sonstiger Reservierungsdienstleistungen	29,8
Landverkehr und Transport in Rohrfernleitungen	31,7
Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln	32,2
Post-, Kurier- und Expressdienste	33,3
Heime (ohne Erholungs- und Ferienheime)	33,3
Private Haushalte mit Hauspersonal	33,3
Beherbergung	38,0
Gastronomie	51,9

Die Daten zeigen insgesamt also, dass Preissteigerungen in vielen Branchen sehr weit verbreitet waren. Diese Beobachtung könnte zunächst implizieren, dass das Ziel, den Konsum durch niedrigere Preise anzukurbeln, nicht erreicht werden konnte. Nichtsdestotrotz könnte die temporäre Senkung der Mehrwertsteuer immer noch Wirkung entfalten: Die Unternehmen müssen den Umständen geschuldeten Kostendruck in höheren Preisen weitergeben. Durch die Mehrwertsteuersenkung fallen die benötigten Preiserhöhungen kleiner aus und es können mehr Kunden gehalten werden.



GERMAN BUSINESS PANEL

Das German Business Panel ist ein langfristiges Befragungspanel des DFG-geförderten überregionalen Projektes „Accounting for Transparency“



SFB/Transregio 266

ACCOUNTING FOR TRANSPARENCY

www.accounting-for-transparency.de

Projekt C01:

www.gbpanel.org



Deutsche
Forschungsgemeinschaft

Gefördert durch die Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) – Collaborative Research Center (SFB/TRR) Project-ID 403041268 – TRR 266 Accounting for Transparency