Zeitschrift: Rote Revue : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Herausgeber: Sozialdemokratische Partei der Schweiz
Band: 87 (2009)
Heft: 2

Artikel: Kaufkraft stärken, Konjunktur stabilisieren
Autor: Lampart, Daniel
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-342158

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 12.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Kaufkraft stärken, Konjunktur stabilisieren

Daniel Lampart

Im kommenden Jahr droht vor allem über höhere Krankenkassenprämien eine massive Kaufkraftabschöpfung von rund 2 Milliarden Franken. Diese wird die Arbeitslosigkeit zusätzlich in die Höhe treiben. Denn weniger Kaufkraft heisst weniger Konsum. Und der Konsum ist die grösste Nachfragekomponente der Wirtschaft. Würde die Kaufkraft erhöht, ergäben sich dementsprechend positive Wirkungen auf die Konjunktur. Vor allem mit Massnahmen zugunsten von tiefen und mittleren Einkommen wie höhere Prämienverbilligungen bei der Krankenversicherung kann der Konsum angekurbelt werden. Schlecht ist hingegen die Wirksamkeit von Massnahmen, von denen höhere Einkommen profitieren (z. B. eine Senkung der Einkommenssteuer). Das zeigen verschiedene Untersuchungen.

1. Grosse Bedeutung des Konsums für die Konjunktur

Pro Jahr konsumiert die Schweizer Bevölkerung Waren und Dienstleistungen in der Grössenordnung von über 300 Milliarden Franken. Das sind rund 55 Prozent des Bruttoinlandproduktes. Der Konsum ist die mit Abstand bedeutendste Nachfragekomponente – viel bedeutender zum Beispiel als die Investitionen der Unternehmen oder des Staates. Das Wachstum des Bruttoinlandprodukts hängt daher in hohem Mass von der Entwicklung des Konsums ab. Konsumiert die Schweizer Bevölkerung weniger, so hinterlässt das deutliche Spuren in der gesamten Wirtschaft. Wenn die konsumnahen Unternehmen weniger verkaufen können, fahren sie Investitionen zurück und reduzieren ihren Personalbestand, wodurch sich die Absatzprobleme auf andere Branchen wie z. B. auf die Investitionsgüterhersteller oder den Bau übertragen.

Der Konsum ist nur schon wegen seiner Grösse eine konjunkturpolitische Zielgrösse. Mit Massnahmen zur Ankurbelung des Konsums werden weite Teile der Wirtschaft erreicht. Wie lässt sich der Konsum stimulieren? Am einfachsten erfolgt die Ankurbelung indirekt über eine Stärkung der Kaufkraft – vor allem indem das Einkommen der Haushalte erhöht wird. Alternativ dazu sind gezielte Verbilligungen von Produkten, Subventionen, Waren- oder Einkaufsgutscheine denkbar.

2. Konsumankurbelung: Pro- und Kontra-Argumente

In der Politik, aber teilweise auch in den Wirtschaftswissenschaften gibt es Skeptiker, die bezweifeln, ob eine Stimulierung des Konsums möglich und konjunktur-

politisch wirksam ist. Die Skeptiker bringen vor allem zwei Argumente vor, nämlich:

a) Dass Massnahmen zur Stärkung der Kaufkraft nicht zu einem höheren Konsum führen, weil die Haushalte davon ausgehen, dass sie die Massnahmen in Zukunft über höhere Steuern bezahlen müssen («Ricardianische Äquivalenz»). Sie legen das zusätzliche Einkommen deshalb auf die hohe Kante.
b) Dass eine Erhöhung des Konsums im Ausland versickert, weil in einer kleinen offenen Volkswirtschaft wie der Schweiz ein grosser Teil der Produkte importiert wird.

Die Befürworter der Konsumankurbelung auf der anderen Seite weisen hingegen darauf hin,

a) dass Haushalte mit tiefen und mittleren Einkommen sowie Haushalte mit Kindern von ihrem Einkommen bestenfalls nur einen geringen Teil sparen können («Liquiditätsrestriktion»). Wenn sie mehr Einkommen haben, geben sie das aus.
b) dass ein grosser Teil des Konsums inländische Dienstleistungen und Waren beinhaltet, so dass nur ein Teil der Nachfrage ins Ausland versickert.

3. Ist Konsumankurbelung konjunkturpolitisch wirksam?

Diese Argumente und Positionen können anhand von Statistiken und Modellsimulationen überprüft werden. Im Folgenden wird zunächst die Frage geklärt, welche Produkte in welchem Ausmass aus dem Ausland importiert werden bzw. ob eine höhere Konsumnachfrage über höhere Importe im Ausland versickert. Danach wird untersucht, wie gross der finanzielle Spielraum der Schweizer Haushalte ist. Wird ein zusätzlicher Franken an Kaufkraft ausgegeben oder auf die hohe Kante gelegt?

3.1 Konsumierte Waren und Dienstleistungen kommen mehrheitlich aus dem Inland

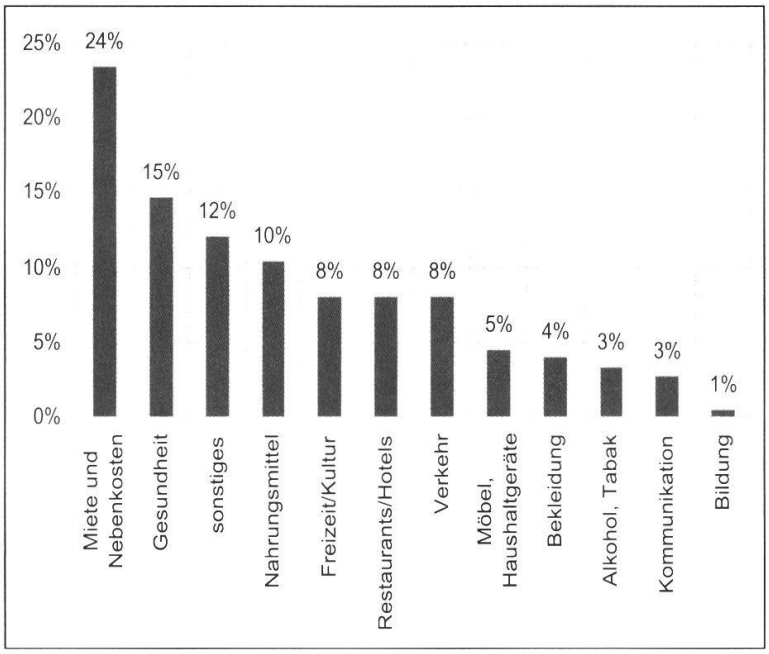
Selbst in der kleinen Schweiz kommt der Löwenanteil der konsumierten Waren und Dienstleistungen aus dem Inland. Im Warenkorb des Landesindexes der Konsumentenpreise sind 71 Prozent der Konsumgüter inländischer Herkunft. Die Haushalte geben einen grossen Teil ihres Geldes – schätzungsweise etwas mehr als die Hälfte – für inländische Dienstleistungen aus. So beispielsweise fürs Wohnen, dem grössten Ausgabenposten, aber auch für Gesundheitsdienstleistungen, Freizeit, Kultur, Bildung oder persönliche Dienstleistungen wie Coiffeur etc. Aber nicht nur die Dienstleistungen, sondern auch Teile der konsumierten Waren kommen aus dem Inland. Zum Beispiel ist der Bereich der Nahrungsmittel stark inländisch geprägt.[1] Bedeutend sind die Importe hingegen bei der Bekleidung und

Selbst in der kleinen Schweiz kommt der Löwenanteil der konsumierten Waren und Dienstleistungen aus dem Inland.

1 Gemäss der Input-Output-Tabelle für die Schweiz fliessen nur rund 20 Prozent der Nahrungsmittelausgaben in den Import. Bei der Bekleidung und beim Verkehr sind es 45 bzw. 35 Prozent. Allerdings berücksichtigt diese Schätzung anhand der Input-Output-Tabelle nicht, dass für die Produktion von inländischen Waren importierte Vorprodukte erforderlich sind (www.input-output.ethz.ch).

den Automobilen. Diese werden kaum mehr im Inland produziert. Allerdings fällt auch in diesen Bereichen eine bedeutende Wertschöpfung im Inland an, nämlich im Verkauf oder im Service. Diese Übersicht lässt deshalb den Schluss zu, dass bei einem höheren Konsum der Privathaushalte ein grosser Teil der Nachfrage im Inland wirksam wird.

Anteil der Konsumgütergruppen am Gesamtkonsum



Quelle: BFS

3.2 Mehr Kaufkraft = mehr Konsum von inländischen Produkten

Für die Konjunkturstabilisierung ist allerdings nicht nur ausschlaggebend, dass die Nachfrage im Inland wirksam wird, sondern auch dass sie schnell wirkt. Theoretisch wäre denkbar, dass eine Konsumstimulierung kurzfristig in den Importen versickert, obwohl ein grosser Teil des Konsums aus inländischen Waren und Dienstleistungen besteht. Das dann die inländischen Produkte vor allem «gebundene» Ausgabenposten sind, die in der kurzen Frist nur schwer erhöht werden können, während die ausländischen Produkte stärker auf Veränderungen des Einkommens reagieren. Die Frage lässt sich mit ökonometrischen Schätzungen beantworten. Eine Übersicht über die Schätzungen findet sich in nachstehender Tabelle. Diese zeigen, dass die gewichtigen, inländisch dominierten Gruppen Wohnen und Gesundheit stark vom Einkommen abhängen. Wenn ein Franken mehr Einkommen zur Verfügung steht, steigen die Ausgaben für Wohnen und Gesundheit um 85 bzw. 66 Rappen. In Restaurants/Hotels wird sogar Fr. 1.02 mehr ausgegeben. Wenig einkommenssensitiv ist hingegen der Konsum von Nahrungsmitteln sowie Alkohol, Tabak. Die Schätzung zeigt aber auch, dass die importierten Produkte Bekleidung sowie Automobile ebenfalls rasch auf Ein-

kommensveränderungen reagieren. Allerdings ist ihr Anteil am Gesamtkonsum geringer als derjenige der inländisch dominierten Gruppen.

Einkommensreagibilität der Konsumgütergruppen 1990 bis 2007[2]
(«Koeff.» = Veränderung des Konsums je Gruppe bei Einkommensanstieg um 1 Prozent:
«Sig.» = Signifikanz bzw. «Aussagekraft» der Schätzung)

	Koeff.	Sig.
Nahrungsmittel	0.41	**
Alkohol, Tabak	0.06	-
Restaurant/Hotels	1.02	***
Bekleidung	0.89	**
Wohnen	0.85	***
Möbel, Haushalte	0.49	**
Gesundheit	0.66	**
Verkehr	0.77	***
Kommunikation	0.63	*
Freizeit/Kultur	0.51	***
Sonstiges	0.35	-

***1%; **5%; *10%; – >10%
Quelle: eigene Schätzungen

3.3 Mehr Einkommen = mehr Konsum bei tiefen und mittleren Einkommen

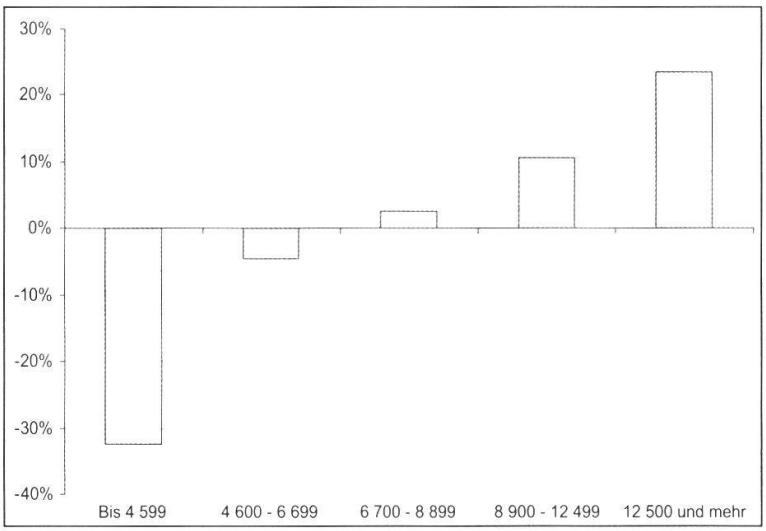
Soll die Konjunktur über Massnahmen zur Stärkung der Kaufkraft stabilisiert werden, ist es entscheidend, dass das zusätzliche Einkommen auch tatsächlich ausgegeben wird. Wenn die zusätzliche Kaufkraft gespart wird, ist die Massnahme wirkungslos. Im Durchschnitt geben die Haushalte von einem Franken verfügbarem Einkommen rund 90 Rappen wieder aus. 10 Rappen werden gespart. Das Sparverhalten ist allerdings nach Einkommensklassen verschieden. Tiefe Einkommen sparen viel weniger als hohe Einkommen. Sie brauchen das Geld und können kaum etwas auf die hohe Kante legen. In der offiziellen Statistik gibt das unterste Fünftel der Einkommen (Einkommen bis Fr. 4599.–/Mt.) sogar 30 Prozent mehr aus als es einnimmt, während das oberste Fünftel fast 25 Prozent der Einkommen spart. Allerdings ist diese Statistik leicht verzerrt, indem im untersten Fünftel sehr viele RentnerInnen sind, die teilweise Vermögen aufbrauchen. So oder so zeigt sich aber klar, dass Massnahmen zur Stärkung der Kaufkraft umso wirksamer sind, je mehr die tieferen und unteren mittleren Einkommen davon profitieren. Wenn diese mehr Geld erhalten, werden sie es ausgeben.

Ob jemand finanziell in der Lage ist, einen Franken zusätzliches Einkommen zu sparen oder nicht, hängt auch davon ab, ob er oder sie Kinder hat. Die Einkommen von Haushalten mit Kindern sind ungefähr gleich hoch wie diejenigen von Haushalten ohne Kinder. Wer Kinder hat, muss sich daher finanziell einschränken. Eine

2 Die Koeffizienten wurden mit einer Regression des Konsums in den jeweiligen Gruppen auf das aggregierte, verfügbare Einkommen geschätzt.

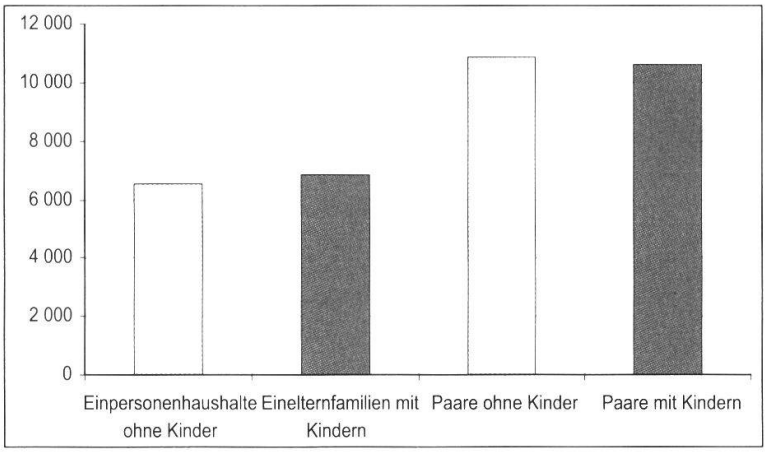
Studie im Auftrag des Bundesamtes für Statistik[3] zeigt, dass dies auf Kosten des Konsums der Eltern im Haushalt geht. Haushalte mit Kindern geben z. B. weniger Geld für den Besuch von Restaurants, für Kultur, für öffentlichen Verkehr oder für Erwachsenenkleider aus. Eine Kaufkraftstärkung für Haushalte mit Kindern dürfte daher auch zu einem Konsumanstieg führen, zumindest was Haushalte mit tiefen und mittleren Einkommen betrifft.

Sparquoten nach Einkommensklasse
(Haushaltsbudgeterhebung 2007)



Quelle: BFS

Monatliches Durchschnittseinkommen nach Haushaltstypen



Quelle: BFS

3 BFS (2008): Familien in der Schweiz, Statistischer Bericht, Neuenburg.

4. Gesamtwirtschaftliche Effekte einer Kaufkraftstärkung

Die Wirkung von Massnahmen zur Stärkung der Kaufkraft wurde mit makroökonomischen Modellen untersucht. Diese zeigen, dass Massnahmen grundsätzlich wirken, dass aber die Wirksamkeit je nach Massnahme unterschiedlich ist. So schneiden z. B. Steuersenkungen, von denen vor allem höhere Einkommen profitieren, deutlich schlechter ab als Massnahmen zugunsten tieferer Einkommen.

Ökonometrische Schätzungen zeigen, dass eine Erhöhung des verfügbaren Einkommens zu einem raschen Anstieg der privaten Konsums führt. Ein Franken mehr Einkommen führt gemäss diesen Schätzungen unmittelbar zu 65 Rappen (Lampart 2006) mehr Konsum. Dieser Effekt erhöht sich in der darauf folgenden Zeit auf rund 75 Rp. (Lampart 2006).

Diese unmittelbare Wirkung der Kaufkrafterhöhung wird weiter verstärkt. Weil sie mehr verkaufen können, beginnen die Firmen zusätzliche Investitionen zu tätigen. Auch die Beschäftigung steigt infolge des höheren Absatzes. Das gibt gesamtwirtschaftlich mehr Einkommen, wodurch der ursprüngliche Kaufkraftimpuls verstärkt wird. Im Inland negativ wirkt sich allerdings aus, dass ein Teil der gestiegenen Kaufkraft und der Investitionsnachfrage über Importe ins Ausland abfliesst. Um diese Wirkungszusammenhänge zu quantifizieren, braucht es ein makroökonomisches Modell.

Simulationen mit solchen Modellen für die Schweiz zeigen: Die grösste Wirkung hat ein Geldtransfer an tiefere oder untere mittlere Einkommen, zum Beispiel in Form von Prämienverbilligungen bei den Krankenkassenprämien. Gemäss einer aktuellen Schätzung der KOF ergibt sich dadurch auf einen Franken Impuls ein gesamtwirtschaftlicher Effekt von 80 Rappen. Die Wirkung von Steuersenkungen bei den direkten Steuern ist hingegen mit je nach Schätzung 30 bis 60 Rappen deutlich geringer. Was die Senkung von indirekten Steuern betrifft, weisen die Modellergebnisse grosse Unterschiede auf. Im Durchschnitt ist der BIP-Effekt einer Senkung der indirekten Steuern um Fr. 1.– rund 40 Rappen – also deutlich tiefer als derjenige eines Transfers an tiefere Einkommen. Die Wirkung hängt davon ab, ob die Unternehmen z. B. eine Senkung des Mehrwertsteuersatzes an die KonsumentInnen weitergeben oder nicht. Wenn sie das tun, ist die Wirkung der Massnahme relativ gross. Tun sie das nicht, verpufft der Effekt grösstenteils.

Die grösste Wirkung hat ein Geldtransfer an tiefere oder untere mittlere Einkommen.

Im Vergleich mit anderen fiskalpolitischen Massnahmen sind diese Multiplikatoren etwas geringer. So ergaben Schätzungen der KOF (2009b) für öffentliche Bauinvestitionen einen Multiplikator von 1.6 – ein Franken mehr öffentlicher Bau erhöht das BIP um 1.60 Franken. Doch hat eine Stützung des Baus gegenüber der Kaufkraftankurbelung den Nachteil, dass sich ihre Wirkung stark auf einzelne Branchen – insbesondere die Baubranche – konzentriert, während eine Stärkung

der Kaufkraft eine wesentlich breitere Wirkung bei einer grossen Zahl von Branchen entfaltet. Zudem hängt ein Investitionsprogramm im Baubereich von der Zahl der kurzfristig realisierbaren Projekte ab, während eine Kaufkraftstärkung keinen derartigen Beschränkungen unterliegt.

Schätzungen der Kaufkraftmultiplikatoren in der Schweiz

(Fr. 1.– öffentlicher Impuls führt zu... Fr. zusätzlichem BIP)

	Transfer für tiefere Einkommen	Direkte Steuern	Indirekte Steuern
BAK (2002)	k.A.	k.A.	0.15–0.35
KOF (2009a)	0.8	0.6	0.9
Lampart (2006)	k.A.	0.6	0.5
OECD (2009)*	k.A.	0.3	0.2

* Referenzszenario im Jahr nach dem Impuls

5. Bibiografie

BAK (2002): Das Finanzhaushaltsmodell des Bundes, Schlussbericht zur Reaktivierung und Weiterentwicklung 2001 und 2002, Projekt im Auftrag der eidg. Finanzverwaltung, Basel.

BFS (2008): Familien in der Schweiz, Statistischer Bericht, Neuenburg.

KOF (2009a): KOF Studie zum Pro und Kontra diskretionärer Fiskalpolitik, http://www.kof.ethz.ch/news/doc.php?did=1486&tid=2.

KOF (2009b): Beschäftigungswirkungen eines Investitionsprogramms für die Schweiz, http://www.kof.ethz.ch/news/doc.php?did=1412&tid=2.

Lampart, D. (2006): Handlungsspielräume und –restriktionen der Schweizer Konjunkturpolitik in der langen Stagnation der 1990er Jahre, Diss. Uni Zürich.

OECD (2009): Economic Outlook, March.

Daniel Lampart ist stellvertretender Leiter des SGB-Zentralsekretariats und betreut die Dossiers Löhne und Beschäftigung, Konjunktur und Geldpolitik, Finanzen und Steuerpolitik, Finanzierung Sozialversicherungen, flankierende Massnahmen zur Personenfreizügigkeit und allgemeine Wirtschaftspolitik.