

Steuerinzidenz: Gewinner(innen?) der reduzierten Tamponsteuer

Valentin Wett

Pro Scientia, April 2021

1 Einführung

Mit dem Jahr 2021 senkte die österreichische Bundesregierung den Umsatzsteuersatz auf Damenhygieneprodukte um die Hälfte auf 10 Prozent des Nettopreises.

Wer profitiert von dieser Steuersenkung? Sind es die Konsumentinnen¹ oder die Produzenten? Dieser Beitrag beleuchtet die volkswirtschaftliche Theorie hinter dieser Fragestellung, genau genommen das Konzept der Steuerinzidenz bei preisunabhängiger Nachfrage.

2 Steuerlast

Die finanzielle Höhe der Steuerreduktion pro Frau kann in etwa wie folgt berechnet werden (Berechnungen sind Annahmen und können variieren):

- ca. 500 Menstruationszyklen im Leben einer Frau
- ca. 5€ Kosten pro Packung Tampons (56 Stück)
- ca. 20 Tampons pro Zyklus
- ca. 880€ + ca. 350€ für Binden = ca. 1230€
- 10 Prozent Steuersenkung entsprechen ca. 123€ pro Frau

Um die Erleichterung zuordnen zu können, sollte zuerst betrachtet werden, wer die Steuerlast vorher getragen hat. Der Staat kann die Steuer entweder den Konsumentinnen auferlegen oder den Produzenten, hierbei spricht man von der gesetzlichen Steuerlast.

Wer die Steuerlast schlussendlich trägt, bleibt von dieser Entscheidung jedoch unbeeinflusst. Durch Umwälzungen der gesetzlichen Steuerlast ergibt sich die tatsächliche materielle Steuerlast, oder Steuerinzidenz.

¹Unter der Annahme, dass ein Großteil der Konsument*Innen von Damenhygieneprodukten sich dem weiblichen Geschlecht zuordnen, wird zur Verbesserung des Leseflusses nur die weibliche Form verwendet.

3 Angebot und Nachfrage

Figure 1 zeigt ein klassisches Preis-Mengen-Diagramm. Auf der x-Achse steht die angebotene/nachgefragte Menge zu einem gewissen Preis (y-Achse). Die angebotenen/nachgefragten Mengen werden von der Angebots- und Nachfragekurve bestimmt. Das Gleichgewicht ohne Steuern und damit die gehandelte Menge beim Gleichgewichtspreis befindet sich im Schnittpunkt dieser beiden Kurven. Eine vollständige Erklärung sprengt den Rahmen dieses Handouts, jedes einführende Lehrbuch zur Mikroökonomik kann zur Erläuterung verwendet werden. Bei "gewöhnlichen" Märkten wie in Figure 1 weist die Nachfragekurve eine negative Steigung auf. Das bedeutet bei höheren Preisen sinkt die Nachfrage nach einem Gut. Umgekehrt gilt für das Angebot, dass bei höheren Preisen mehr angeboten wird.

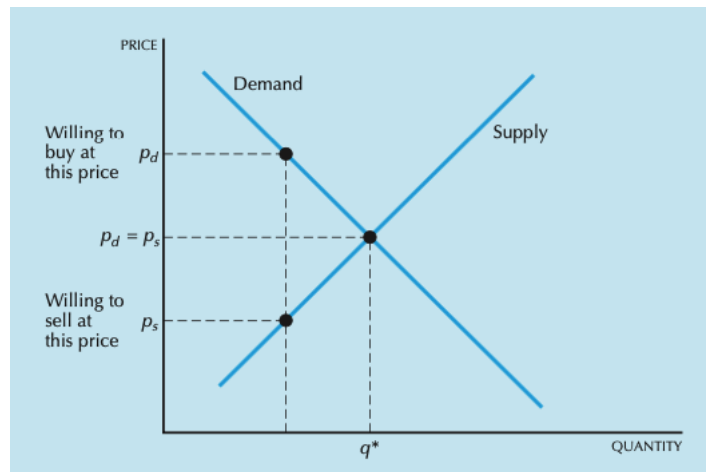


Figure 1: Angebot und Nachfrage
(Varian 2014)[2]

4 Besteuerung von Damenhygieneprodukten

Der Markt für Damenhygieneprodukte weicht leicht von dem eines "gewöhnlichen" Marktes ab. Theoretisch kann man davon ausgehen, dass die Nachfrage nach Damenhygieneprodukten sehr unabhängig vom Preis konstant bleibt, da es sich um dringende Bedarfsgüter handelt. In dem Fall kann man davon ausgehen, dass die Nachfragekurve eine vertikale Linie darstellt. Die nachgefragte Menge ist bei jedem Preis (fast) dieselbe, zumindest bei Preisänderungen im niedrigen Prozentbereich wie im Falle der Umsatzsteuer. Das graphische Gleichgewicht in Figure 2 wird durch den Schnittpunkt der Nachfragekurve D und der Angebotskurve S1 bestimmt.

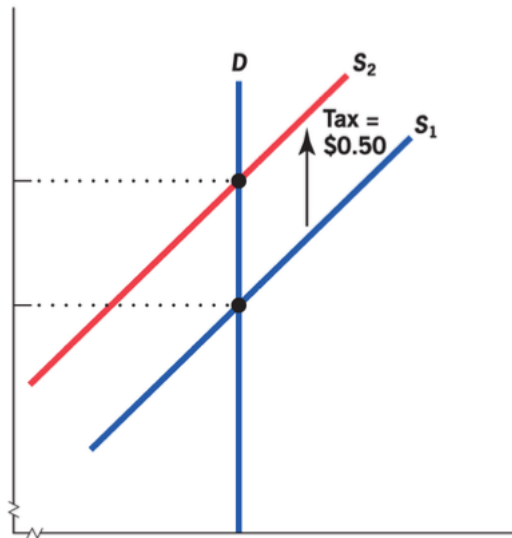


Figure 2: Steuerlast bei unelastischer Nachfrage
(Gruber 2019)[1]

Wird nun den Produzenten eine Steuer auferlegt (eine Umsatzsteuer von 10 Prozent entspricht etwa 0,50€), so verschiebt sich die Angebotskurve genau um die Höhe der Steuer parallel nach oben. Das neue Gleichgewicht ergibt sich aus dem Schnittpunkt der Nachfragekurve D und der neuen Angebotskurve S_2 . Da sich die Nachfrage bei einer Preiserhöhung nicht ändert, kann der Anbieter die gesamte Steuerlast auf die Konsumentinnen umwälzen. Die gehandelte Menge bleibt unverändert, die Produzenten erhalten denselben Preis wie vor der Steuer und die Konsumentinnen bezahlen den alten Preis plus Steuer.

Genauso wie die Einführung einer Steuer in diesem Szenario einzig zu einem höheren Preis für die Konsumentinnen führt, vermindert eine Steuerreduktion umgekehrt den Kaufpreis für ebendiese. Laut diesem theoretischen Modell sind die Konsumentinnen die alleinigen Gewinnerinnen einer Steuerreduktion auf Damenhygieneprodukte.

5 Zusammenfassung

Mittels einer sehr vereinfachten Darstellung eines Angebot-Nachfrage-Modells kann gezeigt werden, dass die Reduktion der Umsatzsteuer auf Damenhygieneprodukte ausschließlich den Konsumentinnen zugute kommt. Dies geschieht unter der Annahme von völlig preisunabhängiger Nachfrage. Natürlich ist dies eine sehr weitreichende Annahme und in dem simplen Modell werden mögliche andere Variablen nicht berücksichtigt. Ob die Steuerreduktion tatsächlich vollständig bei den Konsumentinnen ankommt ist fraglich und kann wohl erst mittelfristig empirisch bestimmt werden.

References

- [1] Jonathan Gruber. *Public Finance and Public Policy, 6th ed.* New York: Worth Publishers, Macmillan Learning, 2019.
- [2] Hal R. Varian. *Intermediate Microeconomics : a Modern Approach, 9th ed.* New York :W.W. Norton Company, 2014.