

## IfW-Box 2014.5

### Zu den Auswirkungen der Mehrwertsteuererhöhung auf die Konjunktur in Japan

Klaus-Jürgen Gern

Am 1. April 2014, dem Beginn des Fiskaljahres, wurde in Japan die Mehrwertsteuer um drei Prozentpunkte von 5 auf 8 Prozent angehoben. Durch diese Maßnahme wird das Profil der Inlandsnachfrage im Verlauf des Jahres erheblich beeinflusst, denn um der erhöhten Steuerbelastung zu entgehen, wurden Käufe in die Wochen und Monate vor der Steuersatzänderung vorgezogen. Diese Nachfrage fehlt in der Zeit unmittelbar danach, und so wie der Anstieg des Bruttoinlandsprodukts im Vorfeld der Mehrwertsteuererhöhung deutlich höher ausfällt als es der konjunkturellen Grundtendenz entspräche, so wird er dann spürbar gedrückt. Vorzieheffekte schlagen vor allem beim privaten Konsum, in geringerem Umfang aber auch bei den Investitionen zu Buche. Ein Großteil des kräftigen Anstiegs von privatem Konsum und Bruttoinlandsprodukt im ersten Quartal dürfte somit nur vorübergehend sein. Darauf deuten der Einbruch bei den Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte sowie der starke Rückgang der Industrieproduktion im April hin.

Ein ähnliches Profil zeigte sich auch im Frühjahr 1997, als die Mehrwertsteuer ebenfalls – damals von 3 auf 5 Prozent – erhöht worden war. Vielfach wird die damalige Mehrwertsteuererhöhung sogar dafür verantwortlich gemacht, dass die japanische Wirtschaft gegen Ende des Jahres in eine Rezession rutschte. Dies erscheint allerdings zu weit gegriffen, schien sich doch die Nachfrage im dritten Quartal 1997 wieder zu erholen (Abbildung 1). Es waren wohl andere Faktoren ausschlaggebend. So traten die schwelenden Probleme im Bankensektor zunehmend offen zutage, und die Exporte brachen infolge der Asienkrise ein. Unter der Annahme, dass derartige gravierende Ereignisse im Prognosezeitraum ausbleiben, rechnen wir für das zweite Halbjahr 2014 und den Beginn des kommenden Jahres mit einem zwar moderaten, aber stabilen Zuwachs der gesamtwirtschaftlichen Produktion, bevor sich im zweiten Halbjahr 2015 aufgrund der zum 1. Oktober des Jahres anstehenden nochmaligen Erhöhung der Mehrwertsteuer (um dann 2 Prozentpunkte) abermals Vorzieheffekte bemerkbar machen werden.

Abbildung 1:

Bruttoinlandsprodukt und privater Konsum in Japan

