



Klartext

Ihre Arbeitgeber informieren

I/2007

Viel Lohn – viel Konsum? Nur ein Drittel bleibt im Lande

■ *Liebe Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,*

es gibt ein Thema, das so alt ist wie die Tarifpolitik selbst: das so genannte **Kaufkraftargument**. Wenn es mal wieder in eine neue Lohnrunde geht, rufen die Gewerkschaften das „Ende der Bescheidenheit“ aus und fordern einen hochprozentigen „Schluck aus der Pulle“. Das stärke die Kaufkraft, erhöhe die Nachfrage und führe zu mehr Beschäftigung.

Die Arbeitgeber der Holz- und Kunststoffindustrie möchten Ihnen erläutern, warum die Kaufkrafttheorie **ein Irrtum ist**.

Denn die Annahme, von zusätzlichen Einkommen werde die heimische Wirtschaft nachhaltig profitieren, geht fehl. Von jedem Lohnplus bedienen sich erst einmal das Finanzamt und die Sozialsysteme. Dann legt der Arbeitnehmer etwas auf die hohe Kante, weil er nicht weiß, ob er morgen noch seinen Job hat, und er kauft nach dem Motto „Geiz ist geil“ und macht damit einen Bogen um Produkte „made in Germany“. Etwa **ein Drittel einer Lohnerhöhung bleibt im Inland, der heimische Handel profitiert wenig**.

So wird eine Erhöhung des durchschnittlichen Bruttomonatslohns um 100 Euro verwendet

(Zahlen für 2005, verheirateter Alleinverdiener mit zwei Kindern)

Bruttolohnerhöhung	100,00 Euro
Lohnsteuer, Kirchensteuer, Solidaritätszuschlag	-20,00 Euro
Sozialbeiträge des Arbeitnehmers	-21,00 Euro
= Nettolohnerhöhung	59,00 Euro
Ersparnis	-6,40 Euro
Konsum von Importwaren	-17,40 Euro
= Nachfrageplus nach Gütern aus dem Inland	35,20 Euro

Der Aussicht auf ein wenig **mehr Umsatz** stehen in den Unternehmen **ungleich höhere Kosten gegenüber**:

- 100 Euro mehr Lohn bedeuten, dass die Arbeitskosten wegen der zusätzlichen Sozialbeiträge um 121 Euro steigen.
- Damit der Familienvater 35 Euro mehr für deutsche Produkte ausgibt, müssen die Unternehmen also gut dreimal so viel locker machen – das Kaufkraftargument kann somit schon rein rechnerisch nicht funktionieren.

Wachstum – aber wie?

Viele Jobs sind das beste Rezept

Der einzelne Arbeitnehmer mag sich zwar über ein sattes Plus auf dem Gehaltszettel freuen. Die gesamtwirtschaftliche Kaufkraft muss aber deshalb nicht unbedingt steigen. Vielmehr sollen die Löhne in dem Maß erhöht werden, in dem die **Produktivität gestiegen** ist – also die Menge dessen, was Arbeitskräfte je Stunde herstellen – das gilt **auch in Zeiten des Konjunkturaufschwungs**. Dann brauchen die Firmen weder **Preise zu erhöhen** noch **Personal zu streichen**. Andernfalls würden **Inflation** und **Jobverluste** den erhofften Konsumschub ins Gegenteil verkehren.

Richtig ist vielmehr: **Jobs schaffen** bringt **mehr für die Kaufkraft, als die Löhne zu erhöhen**.

Eine aktuelle Studie belegt: Von 1992 bis 2006 stieg der Konsum mit jedem Prozent **Beschäftigung** um fast **0,8 Prozent** an. Dagegen sorgte ein **Lohnplus** von einem Prozent nur für **0,3 Prozent** mehr Konsum.

Mit anderen Worten: Haben mehr Menschen einen Arbeitsplatz, steigt der Konsum im Inland; fällt die Zahl der Beschäftigten, wird weniger eingekauft.

Die beste Lohnpolitik:

Wenn weniger mehr bringt

Im vergangenen Jahr wuchs die deutsche Wirtschaft mit 2,7 Prozent so kräftig wie lange nicht mehr, und der Optimismus bei den Konjunktorexperthen hält an. Damit haben die Gewerkschaften in den diesjährigen Tarifrunden ein **scheinbar unanfechtbares** Argument auf ihrer Seite.

Scheinbar deshalb, weil sie übersehen (wollen), dass immer noch um die **vier Millionen Menschen Arbeit suchen**. Soll das Wachstum aber im Interesse des Ganzen und des Einzelnen **von Dauer** sein, muss diese Zahl entscheidend sinken.

Das geht nur so: Die Tarifparteien müssen weiterhin eine **beschäftigungsorientierte Lohnpolitik** führen.

Beweis: Von 1995 bis 2006 stieg die **Produktivität** pro Arbeitsstunde um rund **20 Prozent**. Die **Tariflöhne** legten zur gleichen Zeit mit durchschnittlich **23 Prozent** nicht wesentlich mehr zu. Durch diese **Lohnpolitik mit Augenmaß** sind – auch das belegt die Studie – in vielen Branchen insgesamt **600 000 Arbeitsplätze erhalten oder neu geschaffen** worden.

Augenmaß bleibt also aktuell gefragt – weniger kann mehr bringen. Sobald die Beschäftigung weiter wächst, gehen die Menschen auch unbeschwerter einkaufen.

Und das Kaufkraftargument? Das können sie getrost vergessen.