

Autor: Richter, Wolfram F.**Seite:** 048**Ressort:** Gastkommentar**Gattung:** Tageszeitung**Nummer:** 047**Auflage:** 93.420 (gedruckt) 125.860 (verkauft)
129.094 (verbreitet)**Reichweite:** 0,454 (in Mio.)

Handelskrieg mit Amerika?

Zur Antwort auf Trumps Zollpolitik gehört eine Klage vor der WTO, fordert Wolfram F. Richter.

Auf die Ankündigung von Donald Trump, auf die Einfuhr von Stahl und Aluminium Zölle von 25 beziehungsweise zehn Prozent zu erheben, hat Kommissionspräsident Jean-Claude Juncker mit der Warnung reagiert, ebenfalls Zölle zu erheben. Als konkrete Möglichkeit nannte er Zölle auf typische US-amerikanische Produkte wie Harley-Davidson-Motorräder, Bourbon Whiskey und Blue Jeans. Man mag diese Auflistung nicht ernst nehmen, die Frage drängt sich gleichwohl auf, wie Europa auf Trumps Ankündigung klug reagieren sollte.

Das Wort "klug" lässt Erwägungen jenseits ökonomischer Rationalität zu. Die Tatsache, dass Trump Zölle einführen will, zeigt, dass er sich keiner strengen ökonomischen Rationalität verpflichtet fühlt. Andernfalls würde er davor zurückschrecken, mit Zöllen seinem eigenen Land zu schaden.

Die Einfuhren von Stahl und Aluminium gehen schließlich nur dann zurück, wenn ihre Inlandspreise steigen. Zwar verschafft ein solcher Anstieg den amerikanischen Produzenten den gewollten Spielraum bei Preisen und Mengen, die amerikanischen Kunden haben aber das Nachsehen. Sie müssen schließlich die Zölle zahlen und auch alle Einkommensvorteile, die den geschützten Sektoren zuwachsen. Eine Abwälzung von Kosten auf das liefernde Ausland würde nur dann gelingen, wenn die Einfuhrpreise auf Dollar-Basis zurückgingen. Damit ist aber nicht zu rechnen. Erstens wird der Dollar nicht ohne Weiteres aufwerten. Wechselkursreaktionen wären erst bei umfassenderen Handelsinterventionen zu erwarten. Zweitens werden die Weltmarktpreise für Stahl und Aluminium nicht dauerhaft zurückgehen können. Dafür sind die Gewinnmargen zu gering.

Wenn der US-Präsident bei der Einführung von Zöllen ökonomische Rationalität offenbar ignoriert, hat Europa ein

großes Problem. Die Androhung von Vergeltungsmaßnahmen könnte ihr Ziel verfehlen. Sie könnte gar kontraproduktiv wirken.

Trump könnte sich in der Tat ermuntert sehen draufzusatteln. Und in der Tat hat er schon damit gedroht, eine Strafsteuer auf Autos aus der EU zu erheben. Vor diesem Hintergrund dürfte sich eine kluge Politik dadurch auszeichnen, dass die EU auf zollpolitische Vergeltungsmaßnahmen verzichtet. Sie sollte es vorziehen, die Vereinigten Staaten vor der WTO zu verklagen.

Ein solcher Schritt mag zwar den US-Präsidenten nicht sonderlich beeindrucken, aber er wäre deswegen nicht ohne Wirkungen. Erstens wäre zu hoffen, dass die EU nach Trumps Regierungszeit ihr Recht durchsetzen kann und angemessen entschädigt wird. Zweitens bestünde Hoffnung, dass sich ein größerer Handelskrieg abwenden ließe.

Wenn die politischen Mechanismen indessen nach Vergeltung verlangen, sollten die mit Strafzöllen belegten Produkte mit Bedacht gewählt werden. Und zwar sollten die Produkte natürlich in der Regel so gewählt werden, dass die Kosten der Zollpolitik möglichst von Trumps Amerika zu tragen sind und jedenfalls nicht von Europa. Diesen Gedanken mag Jean-Claude Juncker zwar im Kopf gehabt haben, als er seine Kandidaten für Zölle nannte.

Dem formulierten Auswahlkriterium entsprechen Zölle auf Harley-Davidson-Motorräder, Bourbon Whiskey und Blue Jeans aber keineswegs. Schließlich müssten die Absatzzahlen in Europa zurückgehen, damit die amerikanischen Produzenten die Zölle zu spüren bekommen. Im Ergebnis würde sich Europa selbst schädigen. Eine Harley-Davidson lässt sich nicht einfach durch ein europäisches Konkurrenzprodukt gleichwertig ersetzen. Die Schädigung europäischer Konsumenten wäre damit also die Voraussetzung für die Schädigung amerika-

nischer Produzenten.

Geeigneter für Strafzölle sind Produkte, bei denen sich die Zollkosten abwälzen lassen, ohne dass der Absatz in Europa deshalb nachgeben muss. Ideale Kandidaten sind digitale Dienstleistungen, für die Unternehmen zahlen. Ein Beispiel liefert die digitale Werbung. Google und Facebook sind für etwa die Hälfte des Weltumsatzes verantwortlich.

Die Bereitstellung von Online-Werbemöglichkeit verursacht bei den Anbietern keine im Einzelfall zurechenbaren Kosten. Erlöse in Europa sind für US-amerikanische Anbieter Deckungsbeiträge. Zu vermuten ist, dass Google und Facebook die Preise für digitale Werbung so setzen, dass die erzielten Erlöse maximiert werden.

Wenn nun Europa die gewinnsteuerliche Abzugsfähigkeit von Ausgaben für digitale Werbung begrenzen würde, erzielte es damit steuerliche Einnahmen, von denen zu erwarten wäre, dass sie überwiegend zulasten der Gewinne von Google und Facebook gingen. Der Charme einer begrenzten gewinnsteuerlichen Abzugsfähigkeit läge nicht zuletzt darin, dass ein Beitrag zur gerechten und effektiven Besteuerung der digitalen Wirtschaft geleistet würde. Dieses Ziel steht seit September 2017 ganz oben auf der steuerpolitischen Agenda der EU. Die Antwort auf Trumps Zollpolitik sollte also auf jeden Fall mit dem Thema der gerechten Besteuerung der digitalen Wirtschaft verknüpft werden.

Der Autor ist Professor für Volkswirtschaftslehre an der TU Dortmund und Mitglied im Wissenschaftlichen Beirat beim Bundesministerium der Finanzen. Sie erreichen ihn unter: gastautor@handelsblatt.com

ZITATE FAKTEN MEINUNGEN

Geeignet für Strafzölle sind Produkte, bei denen sich die Zollkosten abwälzen lassen, ohne dass der Absatz in Europa nachgibt. Ideale Kandidaten sind digitale Dienstleistungen.

Abbildung: Privat [M]
Wörter: 730
Urheberinformation: Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG 2018: Alle Rechte vorbehalten. Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ohne schriftliche Genehmigung der Handelsblatt Media Group GmbH & Co. KG ist untersagt. All rights reserved. Reproduction or modification in whole or in part without express written permission is prohibited.

© 2018 PMG Presse-Monitor GmbH