

Factsheet

10-Punkte-Plan für eine Strategie zur Lockerung des Corona-Lockdown

Wenn Gesundheit Priorität hat, kann trotzdem der Schaden für die Wirtschaft minimiert werden.

In der aktuellen Diskussion über eine Lockerung des Lockdown werden oftmals gesundheitliche gegen wirtschaftliche Interessen abgewogen. Das muss nicht sein. Die Politik kann sich für „Gesundheit first“ entscheiden und gleichzeitig wirtschaftspolitisch intelligente Entscheidungen treffen. Ein lang anhaltender konsequenter Lockdown könnte zunehmend auch gesundheitspolitisch problematisch sein. Deshalb ist es an der Zeit, über Lockerungen zu diskutieren. Diese Diskussion sollten wir kriteriengestützt führen. Ein Vorschlag in zehn Punkten.



© iStock.com - filadendron

Alle der im Folgenden genannten Maßnahmen zur Lockerung des Lockdown müssen von angemessenen Schutzmaßnahmen für die Bevölkerung begleitet werden. Zugleich sind sie nicht zu verstehen als unumkehrbarer Exit, der zurückführt zu einer Normalität, wie wir sie vor der Krise kannten. Vielmehr können die einzelnen Maßnahmen zur Lockerung teilweise, temporär oder regional wieder ausgesetzt werden, falls dies mit Rücksicht auf die gesundheitliche Versorgung der Bevölkerung notwendig wird.

1. Frühzeitige und transparente Kommunikation

Voraussetzung für die Wirkung der aktuellen Kontaktbeschränkungen ist die Akzeptanz in der Bevölkerung. Die Akzeptanz kann nur aufrechterhalten werden, wenn die Bundes- und Landesregierungen frühzeitig und transparent den Sinn der Maßnahmen und die Perspektiven für die Zeit danach kommunizieren und einer öffentlichen Diskussion darüber mit Offenheit begegnen.

2. Kriteriengestützt entscheiden

Die Politik sollte transparente Kriterien aufstellen, nach denen der Lockdown (schrittweise) gelockert und aufgehoben werden kann. Diese Kriterien müssen frühzeitig bekannt gemacht werden, sodass sich die Akteure auf anstehende Veränderungen einstellen können.

Die anzuwendenden Kriterien sind nicht priorisiert, sondern können vielmehr kombiniert werden, um einen konsistenten Fahrplan für Lockerungen zu erstellen.

3. Kriterium I: Öffnung dort, wo die Wiederbelebung von Produktion oder Nachfrage gesundheitlich wenig bedenklich ist

Wo nicht viele Menschen aufeinandertreffen und wirksam voneinander getrennt werden können oder die Gruppenzusammensetzungen sich nicht ändern, ist die Ansteckungsgefahr geringer. Beispiele: wenig frequentierter Einzelhandel auf großer Fläche wie Autohandel oder stark automatisierte Produktion mit wenig Personal. Auch regionale Differenzierungen sind möglich.

4. Kriterium II: Lockerung in den Bereichen, durch deren Schließung besonders viele Menschen von ihrer Erwerbstätigkeit abgehalten werden

An manchen Stellen ist der Lockdown mit besonders großen Einschränkungen der Erwerbstätigkeit verbunden. Beispiel: Durch die pauschale Schließung von Schulen und Kitas können über bislang fünf Wochen Millionen Eltern ihrer Arbeit nicht in gewohntem Maße nachgehen, darunter mehr als sechs Millionen Eltern, bei denen beide erwerbstätig sind oder bei denen ein Elternteil alleinerziehend erwerbstätig ist. Die Wiederaufnahme des normalen Bildungsbetriebs und der Betreuung ist eine notwendige Bedingung dafür, dass die Lockerung in weiteren Bereichen Wirkung zeigen kann.

5. Kriterium III: Wiederbelebung von wichtigen Knotenpunkten in der Wirtschaft

Eine Abmilderung der wirtschaftlichen Krise kann effizient dadurch erreicht werden, dass die Stellen wiederbelebt werden, an denen die Produktion besonders intensiv mit anderen Bereichen verflochten ist. Die Wirtschaftspolitik sollte die Voraussetzungen dafür schaffen, dass die mit diesen Knotenpunkten verbundenen Wertschöpfungsketten wieder funktionsfähig werden können. Beispiele: Industriebranchen in der Mitte der Wertschöpfungskette, wie etwa die Automobilindustrie.

6. Kriterium IV: Branchen öffnen, in denen hohe Insolvenzzahlen bei länger anhaltender Schließung zu befürchten sind

Wenn Betriebe nach einem Lockdown nicht wieder öffnen können, sind die langfristigen wirtschaftlichen Kosten besonders hoch. Beispiele: kleine Einzelhandelsgeschäfte und gastronomische Betriebe.

7. Kriterium V: Wo kann man mit reduzierter Kundenanzahl öffnen?

Zwischen Schließung und unbeschränkter Öffnung gibt es Mittelwege, die entscheidende wirtschaftliche Wirkungen haben können, ohne die Gesundheit zu gefährden. Beispiele: Einzelhandelsgeschäfte öffnen für eine beschränkte Anzahl von Kundinnen und Kunden, Hotels können einen Teil ihrer Zimmer öffnen, in Kinos kann z. B. jeder vierte Platz belegt werden.

8. Für die Zeit nach der Öffnung sollte ein allgemeines Konjunkturprogramm geprüft werden

Unmittelbar nach den Lockerungen sind die Produktionskapazitäten noch gering ausgelastet und das Wiederanspringen der Nachfrage kann kurzfristig Unterstützung erfahren. Wichtig dabei ist: nicht zu früh anfangen mit der Nachfragestimulierung. Mögliche Nachfrageprogramme sollten nicht zu eng definiert sein, da sie sonst nur Preis- und keine Volumeneffekte haben.

9. Konzentration auf Stärkung der Einkommen

Es sollten Maßnahmen umgesetzt werden, die effektiv die Konsummöglichkeiten der Haushalte erhöhen. Die Einkommensteuer oder die Sozialbeiträge zu senken, kann sinnvoll sein, eine Senkung der Mehrwertsteuer hätte zu große Mitnahmeeffekte. Es sollten zielgenau diejenigen unterstützt werden, die aktuell einen Einkommensverlust erleiden.

10. Weiter kontinuierlich Entscheidungen erklären und Kompetenz aufbauen

Die Kommunikation mit den Bürgerinnen und Bürgern ist nicht abgeschlossen, wenn die ersten Lockerungen umgesetzt sind. Die Politik muss die Logik hinter den Öffnungsmaßnahmen erklären. Unternehmen und Mitarbeitende müssen verstehen, warum bestimmte Bereiche wieder öffnen dürfen, andere aber noch nicht. Zudem benötigen wir den Aufbau einer Risikokompetenz in der Bevölkerung, die es jedem Menschen ermöglicht, selbst verantwortungsbewusste Entscheidungen im Kontext der Corona-Krise zu treffen.

Ihr Kontakt bei Prognos



Dr. Michael Böhmer
Chief Economist Corporate Solutions
Telefon: +49 175 2669283
E-Mail: michael.boehmer@prognos.com



Felizitas Janzen
Leiterin Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 30 5870 89-118
mobil: +49 172 5757 916
E-Mail: presse@prognos.com