

KARL-HEINZ GRASSER

GZ. BMF-310205/0043-I/4/2005

Bundesminister für Finanzen

Himmelpfortgasse 4-8

A-1015 Wien

Tel. +43/1/514 33/1100 DW

Fax +43/1/512 62 00

XXII. GP.-NR**2829/AB****2005 -06- 07****zu 2856 J**Herrn Präsidenten
des Nationalrates

Dr. Andreas Khol

Parlament
1017 Wien

Wien, 6. Juni 2005

Sehr geehrter Herr Präsident!

Auf die schriftliche parlamentarische Anfrage Nr. 2856/J vom 7. April 2005 der Abgeordneten Dietmar Keck und Kollegen, betreffend übermäßiger Bewerbung der wenig wirksamen Steuerreform 2005, beehre ich mich Folgendes mitzuteilen:

Wie bereits bei der Beantwortung der parlamentarischen Anfragen Nr. 2406/J vom 9. Dezember 2004 und 2689/J vom 24. Februar 2005 möchte ich auch diesmal bereits einleitend klarstellen, dass das Bundesministerium für Finanzen so wie auch bereits unter meinen Amtsvorgängern keine Werbung betreibt. Bezuglich der Ausführungen in der Einleitung zur vorliegenden Anfrage hinsichtlich der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung im Zusammenhang mit der Steuerreform möchte ich daher neuerlich darauf hinweisen, dass es mir ein Anliegen ist, eine Steuerreform, wie die Steuerreform 2005, die Größte der zweiten Republik, den Menschen unseres Landes mit einfachen Mitteln verständlich zu machen. Dabei ist auch erkennbar, dass die ÖsterreicherInnen ein großes persönliches Interesse an einer umfassenden Information über die getroffenen Maßnahmen haben.

Dies bestätigt auch die Auffassung des Bundesministeriums für Finanzen, dass die Kenntnisse über die Steuerreform nicht nur einer beschränkten Anzahl von mit Gesetzestexten vertrauten Personen vorbehalten sein sollen. In anderen Ländern wie in Schweden oder in Australien werden steuerliche Themen in Kinospots behandelt. Damit wird ein breites Zielpublikum ange- sprochen, wobei insbesondere junge Leute erreicht und motiviert werden können, einerseits Steuern zu zahlen, also nicht zu hinterziehen und ihnen andererseits ein neues System näher gebracht werden kann. Österreich hat aus Kostengründen einen einfacheren Weg gewählt.

Außerdem ist festzuhalten, dass die allgemeine Senkung der Lohn- und Einkommensteuer mit 1. Jänner 2005 jedem/jeder SteuerzahlerIn zu Gute kommt. Diese Entlastung durch die Steuerreform 2005 beträgt bei der Lohn- und Einkommensteuer annähernd 1,4 Mrd. €. Davon betreffen mehr als 90% die Lohnsteuerpflichtigen.

Ab 1. Jänner 2005 zahlen ArbeitnehmerInnen bis zu einem Bruttojahreseinkommen von 15.780 €, PensionistInnen bis zu einem Bruttojahreseinkommen von 13.628 € und Selbstständige bis zu einem Jahreseinkommen von 10.000 € keine Lohn- bzw. Einkommensteuer mehr. Von den insgesamt 5,9 Mio. Steuerpflichtigen zahlen seit 1. Jänner 2005 rund 2,55 Mio. keine Lohn- bzw. Einkommensteuer mehr.

In diesem Zusammenhang möchte ich auch auf den Aktionstag bei den Finanzämtern hinweisen, der auf Grund der Informationsmaßnahmen - deren Kosten im Folgenden ebenfalls dargestellt werden – in weiten Kreisen der Bevölkerung bekannt war, auf enormes Interesse gestoßen ist und insgesamt gesehen ein großer Erfolg war. Die Initiative zu diesem Tag der offenen Tür bei den Finanzämtern, der unter dem Motto stand: "Holen Sie sich Ihr Geld vom Finanzminister zurück", wurde gestartet, da viele ArbeitnehmerInnen auf Geld, das ihnen eigentlich zusteht, verzichten, indem sie zu viel bezahlte

Lohnsteuer nicht im Wege der Arbeitnehmerveranlagung zurückholen. Derzeit werden jährlich bei etwa 2,2 Millionen Arbeitnehmerveranlagungen etwa 850 Mio. € an Steuergutschriften ausbezahlt. Das bedeutet im Schnitt eine Gutschrift von etwa 380 €. Nach Schätzungen der ExpertInnen meines Ressorts würden zusätzlich etwa 500.000 BürgerInnen bei Einreichung einer Arbeitnehmerveranlagung in Summe etwa 200 Mio. € vom Fiskus zurückbekommen. Faire und attraktive Rahmenbedingungen bedeuten einerseits einen aktiven Kampf gegen Steuerhinterziehung, andererseits aber auch, jenen Geld zurückzugeben, denen es zusteht. In diesem Sinne habe ich gezielt Schritte gesetzt, um die ÖsterreicherInnen auf ihre Rechte aufmerksam zu machen und sie mit Informationen zu unterstützen. Der große Erfolg dieser Initiative hat deren Treffsicherheit bewiesen: 50.000 ÖsterreicherInnen haben in Summe etwa 19 Mio. € an zu viel bezahlten Steuern vom Fiskus zurückgeholt. Damit wird auch gezeigt, dass entgegen den Ausführungen in der vorliegenden und anderen ähnlichen gelagerten, immer wiederkehrenden Anfragen ein reges Informationsbedürfnis der Bevölkerung gegeben ist, dem die Bundesregierung Rechnung trägt.

Zu 1.:

Vorerst ist – wie ebenfalls bereits bei der Beantwortung der parlamentarischen Anfrage Nr. 2689/J vom 24. Februar 2005 - darauf hinzuweisen, dass auch bei meinem Amtsvorgänger Bundesminister Edlinger Ausgaben für Öffentlichkeitsarbeiten entstanden sind. Ich möchte in diesem Zusammenhang beispielsweise auf Inseratenschaltungen im Zusammenhang mit der Steuerreform 2000 bei folgenden Printmedien hinweisen: Anadolu - türkische Zeitung - (1.919 €), News (19.084 €), Standard (11.277 €), Tiroler Tageszeitung (10.821 €), Vorarlberger Nachrichten (9.204 €), Salzburger Nachrichten (8.265 €), Mediaprint – Kurier + Kronenzeitung – (71.504 €), Kleine Zeitung (22.131 €), Oberösterreichische Nachrichten (10.555 €), Niederösterreichische Nachrichten (4.938 €) und Neue Grazer (1.744 €). Insgesamt wurden im Jahr 1999 429.424 € unter

dem Titel Öffentlichkeitsarbeit und zusätzlich 2.869.396 € im Rahmen der Euroinitiative, in Summe also rund 3,3 Mio. € aufgewendet.

Ab Dezember 2004 sind für die umfassende Information der österreichischen SteuerzahlerInnen über die Steuerreform 2005 durch das Bundesministerium für Finanzen Leistungen im Gesamtausmaß von 666.750,33 € exkl. USt bezahlt bzw. bestellt worden.

Die Aufschlüsselung dieser Summe ist im Folgenden unter den zusammengefassten Punkten 4, 7, 8 und 10 dargestellt. Dabei wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass sich diese Angaben ausschließlich auf die vom Bundesministerium für Finanzen veranlassten Einzelmaßnahmen beziehen und nicht auf die vom Bundeskanzleramt als Gesamtprojekt gesteuerte Informationskampagne im Rahmen der Steuerreform 2005 einschließlich der Infobus-Tour zur Steuerreform 04/05.

Zu 2. und 3.:

Die Kosten im Zusammenhang mit der Print- und Plakatkampagne zur zielgruppenspezifischen Information der österreichischen Bevölkerung über die Steuerreform 2005 trägt das Bundesministerium für Finanzen.

Ergänzend zu den bereits unter Punkt 1 angeführten Informationsaktivitäten des Bundeskanzleramtes ist darauf hinzuweisen, dass auch die Aufträge im Zusammenhang mit den TV- und Radio-Aktivitäten zur Steuerreform 2005 vom Bundeskanzleramt vergeben wurden. Ich ersuche daher um Verständnis, dass ich die damit im Zusammenhang stehenden Fragen nicht beantworten kann.

Zu 4., 7., 8. und 10.:

Die Aufschlüsselung der unter Punkt 1 angeführten Ausgaben des Bundesministeriums für Finanzen im Zusammenhang mit der Print- und Plakatkampagne über die Steuerreform 2005 stellt sich wie folgt dar:

<u>Auftragnehmer:</u>	Initiative Media Werbemittlung GmbH
<u>Gegenstand:</u>	Planung und Abwicklung der Print- und Plakatkampagne zur Steuerreform 2005
<u>Kosten:</u>	€ 6.900,--

<u>Auftragnehmer:</u>	Die ganze Woche GesmbH *)
<u>Gegenstand:</u>	Inseratenkampagne "Steuerreform 2005", Ausgabe 11/2005 und 12/2005
<u>Kosten:</u>	€ 18.474,62

<u>Auftragnehmer:</u>	Gewinn – Wailand und Waldstein GmbH
<u>Gegenstand:</u>	Konzeption, Layoutentwicklung und Produktion eines 8-seitigen Gewinn-Special zur Steuerreform 2005, Ausgabe Februar/2005
<u>Kosten:</u>	€ 61.719,42

<u>Auftragnehmer:</u>	Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriften GesmbH & Co KG
<u>Gegenstand:</u>	Kronenzeitung Großanzeige 8-teilige Serie "Hol Dir Geld vom Staat", Einschaltung 30.1.2005 bis 6.2.2005
<u>Kosten:</u>	€ 220.500,--

<u>Auftragnehmer:</u>	Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriften GesmbH & Co KG
<u>Gegenstand:</u>	Inseratenkampagne "Steuerreform 2005" Kronenzeitung: Einschaltung 25.3.2005 und 27.3.2005 Kronebunt: Einschaltung 20.3.2005 Kurier: Einschaltung 19.3.2005, 20.3.2005 und 27.3.2005
<u>Kosten:</u>	€ 123.280,73

<u>Auftragnehmer:</u>	Tele ZeitschriftenverlagsgesmbH *)
<u>Gegenstand:</u>	Inseratenkampagne "Steuerreform 2005" in Tele Nr. 11/2005
<u>Kosten:</u>	€ 27.096,66

<u>Auftragnehmer:</u>	Heimatwerbung GmbH *)
<u>Gegenstand:</u>	Plakatkampagne "Steuerreform 2005", 2. Hälfte März 2005
<u>Kosten:</u>	€ 147.120,33

<u>Auftragnehmer:</u>	Holzhausen Druck & Medien GmbH *)
<u>Gegenstand:</u>	16-Bogen-Plakat "Weniger Steuern"
<u>Kosten:</u>	€ 6.138,73

<u>Auftragnehmer:</u>	Edelbacher Druck GmbH
<u>Gegenstand:</u>	Grafische Umsetzung inkl. Reinzeichnung für sämtliche Informationsträger zur Print- und Plakatkampagne "Steuerreform 2005"
<u>Kosten:</u>	€ 2.030,--

<u>Auftragnehmer:</u>	LZA Werbe- und Verlagsagentur GesmbH *)
<u>Gegenstand:</u>	Produktion Lesezirkelaufkleber und Inseratenkampagne "Steuerreform 2005", Einschaltung KW 11, 12 und 13
<u>Kosten:</u>	€ 13.504,55

<u>Auftragnehmer:</u>	ÖAMTC-Verlag GmbH
<u>Gegenstand:</u>	Auto Touring, Inseratenkampagne "Steuerreform 2005, Ausgabe 4/2005
<u>Kosten:</u>	€ 9.545,29

<u>Auftragnehmer:</u>	Schmertzing & Co Werbeagentur GmbH
<u>Gegenstand:</u>	Entwicklung von Werbekonzeptionen, Ausarbeitung von Vorschlägen und Gestaltung von Layouts/Werbetexten für das Projekt "Steuerreform 2005"
<u>Kosten:</u>	€ 30.440,--

*) Bei den in der Aufschlüsselung mit einem *) gekennzeichneten Firmen, sind bei der Anfragebeantwortung vom 24. Februar 2005 (parlamentarische Anfrage Nr. 2689/J) die Anbotspreise und in der vorliegenden Beantwortung die tatsächlich bezahlten niedrigeren Preise angeführt.

Zu 5. und 6.:

Die Auftragsvergaben des Bundesministeriums für Finanzen orientieren sich ausschließlich an den einschlägigen rechtlichen Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes. Zudem gelten insbesondere bei der Vergabe von geistig-schöpferischen Dienstleistungen, die für das jeweilige Verfahren im Rahmen des freien und lauteren Wettbewerbes festgelegten objektiven Eignungs- und Zuschlagskriterien, nach denen der Bestbieter zu ermitteln ist. Die Kriterien für die Betrauung mit einem bestimmten Medium orientieren sich u. a. an einem bestimmten Zielpublikum, der Leserreichweite und der Auflagenstärke

und können ausschließlich von den gewählten Vertragspartnern erfüllt werden.

Zu 9. und 11.:

Aus heutiger Sicht sind zur Steuerreform 2005 keine weiteren Informationsmaßnahmen und daher auch keine weiteren Schaltungen in Printmedien geplant.

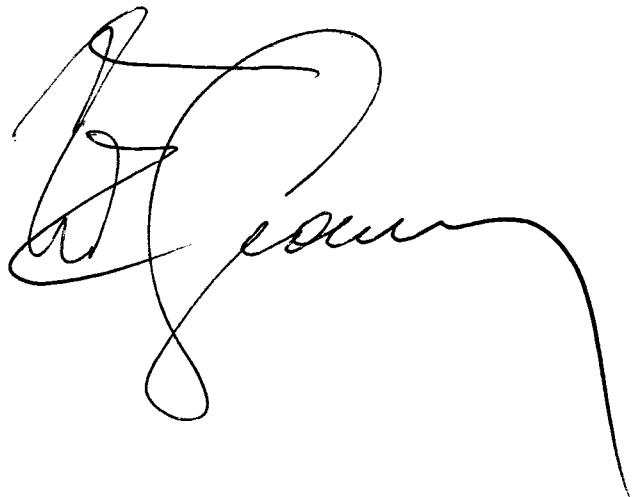
Zu 12. bis 16.:

Diese Fragen betreffen, wie bereits dargelegt wurde, den Zuständigkeitsbereich des Bundeskanzleramtes. Ich ersuche daher auch diesbezüglich um Verständnis, dass ich die Fragen nicht beantworten kann.

Zu 17. und 18.:

Alle vom Bundesministerium für Finanzen erfolgten Informationsaktivitäten im Zusammenhang mit der Steuerreform 2005 – ergänzt um die Maßnahmen im Zusammenhang mit dem Aktionstag bei den Finanzämtern – wurden unter den vorangegangenen Punkten dargelegt.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Barbara Hendricks". The signature is fluid and cursive, with a large, stylized 'B' at the beginning.