
2689/J XXII. GP

Eingelangt am 24.02.2005

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

Anfrage

der Abgeordneten Dr. Matznetter
und GenossInnen
an den Bundesminister für Finanzen
betreffend Werbung für die Steuerreform 2005

Seit Dezember 2004 läuft die Selbstbeweihräucherungs- und Propagandakampagne der Bundesregierung zur per 1. Jänner 2005 in Kraft getretenen Steuerreform.

In aufwändigen Inseraten und TV-Trailern wird die frohe Botschaft unters Volk gebracht, dass sich die Österreicherinnen und Österreicher ab nun mehr leisten können.

Notwendig scheint der Regierung diese Propagandamaßnahme deswegen zu sein, weil auch sie um die tatsächlichen Effekte der Lohn- und Einkommenssteuersenkung Bescheid weiß. Denn die als größte Steuerreform aller Zeiten angekündigte Maßnahme bringt erstens jenen rund 2,5 Millionen SteuerzahlerInnen gar nichts, die schon im Jahr 2004 keine Steuern zahlten. Darüber hinaus fällt die Steuersenkung in der überwiegenden Zahl der Fälle so gering aus, dass einer jüngsten Umfrage zufolge die große Mehrheit der SteuerzahlerInnen von einer Steuersenkung gar nichts bemerkt haben will. Wohl aber bemerken die Menschen in Österreich die zusätzlichen Ausgaben für die Gesundheit. KV-Beiträge und Selbstbehalte wurden mit Beginn 2005 um insgesamt rund 300 Millionen Euro angehoben. Das ist fast ein Drittel des Ausmaßes der Einkommenssteuer-Tarifsenkung (brutto) oder genau das Volumen, um das das Lohnsteueraufkommen nach Angaben des BMF im Jahr 2005 im Vergleich zum Jahr 2004 absinken wird.

Einmalig in der Geschichte der Zweiten Republik ist es, dass den Menschen in Österreich mit viel Steuergeld der konkrete Effekt einer Regierungsmaßnahme vorgegaukelt wird, den es nachweislich so aber nicht gibt.

Neue Kleinwägen, Urlaubsreisen oder neue Garderobe sollen sich Herr und Frau Österreicher um die Vorteile der Steuerreform jetzt zusätzlich leisten können, wenn man der Regierungswerbung glaubt.

Den Wahrheitsbeweis bleibt die Regierung dabei allerdings schuldig.

Auch den Unternehmern wird über die tatsächlichen Effekte der Steuerreform nicht immer nur Zutreffendes berichtet. Immer wieder versuchen die Bundesregierung oder einzelne ihrer Mitglieder den Unternehmern in Österreich nachdrücklich zu erklären, dass die Senkung des Körperschaftssteuersatzes primär den Klein- und Mittelbetrieben helfe. Auch das ist unrichtig, weil die überwiegende Anzahl der Kapitalgesellschaften der Mindestkörperschaftsteuerpflicht unterliegt, die ja bekanntlich im Rahmen der Steuerreform 2005 nicht geändert bzw. gesenkt wurde.

Die unterzeichneten Abgeordneten richten daher an den Bundesminister für Finanzen nachstehende

Anfrage:

1. In welcher Höhe beläuft sich die jährliche Steuerersparnis durch die Steuerreform 2005 bei einem Brutto-Medianeinkommen für weibliche Arbeiter in Höhe von 9.501 Euro p.a. (Wert für 2003 lt. Einkommensbericht des Rechnungshofes 2004) und wie viele Personen dieser Einkommensgruppe müssten diese Ersparnis zusammenlegen, um
 - a) einen Kleinwagen um 12.000 Euro oder
 - b) eine Urlaubsreise um 1.000 Euro anzuschaffen?
2. In welcher Höhe beläuft sich die jährliche Steuerersparnis durch die Steuerreform 2005 bei einem Brutto-Medianeinkommen für männliche Arbeiter in Höhe von 21.227 Euro p.a. (Wert für 2003 lt. Einkommensbericht des Rechnungshofes 2004) und wie viele Personen dieser Einkommensgruppe müssten diese Ersparnis zusammenlegen, um
 - a) einen Kleinwagen um 12.000 Euro oder
 - b) eine Urlaubsreise um 1.000 Euro anzuschaffen?
3. In welcher Höhe beläuft sich die jährliche Steuerersparnis durch die Steuerreform 2005 bei einem Brutto-Medianeinkommen für weibliche Angestellte in Höhe von 18.536 Euro p.a. (Wert für 2003 lt. Einkommensbericht des Rechnungshofes 2004) und wie viele Personen dieser Einkommensgruppe müssten diese Ersparnis zusammenlegen, um
 - a) einen Kleinwagen um 12.000 Euro oder
 - b) eine Urlaubsreise um 1.000 Euro anzuschaffen?

4. In welcher Höhe beläuft sich die jährliche Steuerersparnis durch die Steuerreform 2005 bei einem Brutto-Medianeinkommen für männliche Angestellte in Höhe von 33.144 Euro p.a. (Wert für 2003 lt. Einkommensbericht des Rechnungshofes 2004) und wie viele Personen dieser Einkommensgruppe müssten diese Ersparnis zusammenlegen, um
 - a) einen Kleinwagen um 12.000 Euro oder
 - b) eine Urlaubsreise um 1.000 Euro anzuschaffen?
5. In welcher Höhe beläuft sich die jährliche Steuerersparnis durch die Steuerreform 2005 bei einem Brutto-Medianeinkommen für weibliche Alterspensionisten der Pensionsversicherung für Unselbständige in Höhe von 10.893 Euro p.a. (Wert für 2003 lt. Einkommensbericht des Rechnungshofes 2004) und wie viele Personen dieser Einkommensgruppe müssten diese Ersparnis zusammenlegen, um neue Kleidung im Wert von 500 Euro anzuschaffen?
6. In welcher Höhe beläuft sich die jährliche Steuerersparnis durch die Steuerreform 2005 bei einem Brutto-Medianeinkommen für männliche Alterspensionisten der Pensionsversicherung für Unselbständige in Höhe von 21.209 Euro p.a. (Wert für 2003 lt. Einkommensbericht des Rechnungshofes 2004) und wie viele Personen dieser Einkommensgruppe müssten diese Ersparnis zusammenlegen, um neue Kleidung im Wert von 500 Euro anzuschaffen?
7. Wie viele Kapitalgesellschaften weist die jüngst von der Statistik Austria veröffentlichten KöSt-Statistik für Österreich aus, viele davon unterliegen der Mindestkörperschaftssteuer und wie profitieren die der Mindest-KöSt unterliegenden Unternehmen von der Unternehmenssteuer-Entlastung im Rahmen der Steuerreform 2005?
8. Wie viele Kapitalgesellschaften haben laut der jüngsten KöSt-Statistik einen steuerpflichtigen Jahresgewinn von mehr als einer Million Euro und wie viel Prozent des Steueraufkommens und somit auch der Steuerersparnis durch die Reduktion des Steuersatzes entfallen auf diese?
9. In welcher Höhe belaufen sich die Gesamtkosten für die seit Dezember 2004 laufende Regierungs-Medienkampagne zur Steuerreform 2005, welche Agenturen wurden in diesem Zusammenhang womit beauftragt und welche Kosten fielen bei welcher Agentur jeweils wofür an – insbesondere hinsichtlich Planung, Umsetzung und Schaltung der Kampagne?

10. In welchen Medien wurden bzw. werden jeweils die Inserate bzw. TV-spots mit welchen Kosten wann geschaltet?
11. Wie viele Einsätze an welchen Orten wurden jeweils zu welchen Gesamt-Kosten vom sogenannten „Steuer-Truck“ geleistet?