

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Dr. Barbara Höll und der Gruppe der PDS

Werbekampagne des Bundesministeriums der Finanzen zum Jahressteuergesetz 1996

Einen Konsolidierungskurs der öffentlichen Finanzen und eine Politik der strikten Ausgabendisziplin auf allen staatlichen Ebenen hat die Bundesregierung in ihrem Jahreswirtschaftsbericht 1996 postuliert.

Fragwürdig erscheint, ob die Regierung auf diesen Kurs, der in der Endkonsequenz zu Lasten der unteren Einkommensgruppen durchgesetzt werden soll, einschwenken kann, waren doch schon 1995 erhebliche Mindereinnahmen und Mehrausgaben zu verzeichnen: So weisen beispielsweise die Zahlen bezüglich der veranlagten Einkommensteuer und der Körperschaftsteuer für das Haushaltsjahr 1995 anstatt der insgesamt angesetzten 27 Mrd. DM gerade mal Einnahmen von 2,4 Mrd. DM (bis September) aus. Hinter den Erwartungen des Finanzministers blieben auch die Einnahmen aus Umsatzsteuer (3,5 Mrd. DM Mindereinnahmen) und Lohnsteuer (3,7 Mrd. DM Mindereinnahmen) zurück. Insgesamt bezifferten sich die Einnahmeausfälle bei Bund, Ländern und Gemeinden im Jahr auf 26,1 Mrd. DM.

Eine ähnliche Entwicklung zeichnet sich auch für das Jahr 1996 ab. Die Zahl der Erwerbslosen steigt stärker als von der Bundesregierung angesetzt – Lohnsteuerausfälle und höhere Zuschüsse für die Bundesanstalt für Arbeit reißen neue Löcher in den Haushalt, dem Bund werden nach neuesten Berechnungen weitere 6 Mrd. DM fehlen, die – der Regierungslinie treu – den Bürgern – nicht zuletzt durch das sog. Aktionsprogramm – aufgebürdet werden.

In dieser Situation mutet es befremdlich an, daß der Finanzminister selbst in – von ihm immer wieder betonten – Zeiten knapper Kassen ein schlechtes Vorbild für den Umgang mit Steuermitteln abgibt: Bundesweit warb das Finanzministerium, trotz der ergänzenden Informationsbroschüren, die an die Bürger versendet werden, in einer aufwendigen Werbekampagne für das Jahressteuergesetz 1996.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wie hoch waren die Kosten aufgrund von Doppelversendungen der Ergänzungsbroschüre zum Jahressteuergesetz 1996 an die Haushalte u. a. durch die Finanzämter und Kindergeldkassen sowie durch das zusätzliche Auslegen der Broschüren in den Finanzämtern?
2. Wie hoch waren die Gesamtkosten der Medienwerbung für das Jahressteuergesetz 1996 (bitte aufgliedern in Kosten für die Konzipierung und Erstellung der Anzeigen und in Schaltgebühren in den Medien)?
3. Aus welchem Etat wurden die Kosten der Werbekampagne gezahlt?
4. Wie effektiv schätzt die Bundesregierung die Information der Bürger durch eine Werbekampagne ein, zeigten sich doch trotzdem viele Bürger verunsichert?
5. Glaubt die Bundesregierung, der Forderung nach Transparenz im Steuersystem mit Hilfe von Medienwerbung zu genügen?
6. Ist die Bundesregierung der Ansicht, daß die Bürger durch die Werbeaktion zum Jahressteuergesetz 1996 aufgeklärter sind und die Regelungen nun überblicken?

Bonn, den 15. Februar 1996

Dr. Barbara Höll

Dr. Gregor Gysi und Gruppe