

Antwort
der Bundesregierung

auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Dr. Barbara Höll und der Gruppe der PDS
– Drucksache 13/3878 –

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.

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?

Die Antwort wurde namens der Bundesregierung mit Schreiben des Bundesministeriums der Finanzen vom 7. März 1996 übermittelt.

Die Drucksache enthält zusätzlich – in kleinerer Schrifttype – den Fragetext.

Es gibt nur eine Broschüre des Bundesministeriums der Finanzen zum Jahressteuergesetz 1996, keine Ergänzungsbroschüre und damit keine Doppelversendung. Diese Broschüre wird vom Bundesministerium der Finanzen auf Anfrage versandt.

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)?

Die Kosten für Konzeption und Herstellung der Kampagne (einschließlich der Konzeptionskosten für die Broschüre) belaufen sich auf 253 384 DM, die Mediakosten auf 6 109 624 DM.

3. Aus welchem Etat wurden die Kosten der Werbekampagne gezahlt?

Aus dem Haushalt des Bundesministeriums der Finanzen (Kapitel 0801 Titel 53106). Das Parlament hat diese Mittel als einmaligen Sondertitel nur für die Öffentlichkeitsarbeit zum Jahressteuergesetz 1996 bewilligt.

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?

Die Bundesregierung hat die Pflicht, die Bürger über gesetzliche Neuregelungen, wie hier im Steuerbereich, zu informieren und die Auswirkungen für den einzelnen darzulegen. Dieser Informationspflicht ist sie mit der Kampagne des Bundesministeriums der Finanzen nachgekommen.