

Wie sieht die **KI** das Problem der Mehrwertsteuersenkung für „ausgewählte“ Lebensmittel“?

Österreich hat seit Jahren ein besonderes Problem bei Lebensmittelpreisen. Laut Eurostat lagen die Preise für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke in Österreich 2024 um rund **10,9 % über dem EU-Durchschnitt**; Österreich zählt damit zu den teureren Ländern Europas. Gleichzeitig blieb auch die allgemeine Teuerung spürbar: Im April 2026 lag die österreichische Inflationsrate laut IHS/Statistik-Austria-Daten bei **3,3 %**, Lebensmittel trugen rund **0,4 Prozentpunkte** dazu bei.

Eine **Besonderheit des österreichischen Lebensmittelhandels** ist die **ausgeprägte Aktions- und Rabattkultur**. Konsumentinnen und Konsumenten werden stark über Wochenaktionen, Rabattpickerl, „**Nimm 2, zahl 1**“-Angebote oder Preisnachlässe von **25 %, 33 % oder 50 %** angesprochen. Dadurch entsteht ein Markt, in dem **nicht nur der Regalpreis** zählt, sondern die Frage, ob jemand zur **richtigen Zeit, in der richtigen Menge und mit dem richtigen Rabatt** einkauft. Genau diese Struktur macht den Markt unübersichtlich:

Wer Aktionen nutzt, zahlt oft deutlich weniger; wer **nur ein Stück kauft oder Aktionen versäumt, zahlt den hohen Normalpreis**. Dies benachteiligt **allein lebende Menschen wie viele Pensionisten und allein lebende Frauen mit kleinen Kindern**.

Für die Inflation führt diese nur in Österreich so stark ausgeprägte Rabattkultur zu einer Preisarchitektur, in der hohe Normalpreise und starke Aktionen nebeneinanderstehen. Das kann den Wettbewerb verzerren, echte Preisvergleiche erschweren und Konsumentinnen und Konsumenten **dazu zwingen, Rabatte aktiv zu „jagen“**.

Dass Rabattaktionen politisch und rechtlich ein Thema sind, zeigt auch die Diskussion um irreführende Preisermäßigungen. Seit 2022 gilt bei beworbenen Preisnachlässen grundsätzlich die Pflicht, den niedrigsten Preis der letzten 30 Tage als Vergleichsbasis heranzuziehen; VKI und Sozialministerium gingen 2025 gegen große Lebensmittelhändler wegen mutmaßlich irreführender Rabattdarstellungen vor. Damit wird deutlich: **Nicht nur das Preisniveau, sondern auch die Art der Preiswerbung ist Teil des Problems**.

Politisch wurde dennoch ein anderer Weg gewählt:

Statt primär die Rabatt- und Preisauszeichnungspraxis stärker zu beschränken, beschloss die Bundesregierung eine steuerliche Entlastung. Im Ministerrat vom 28. Jänner 2026 wurde angekündigt, ab **1. Juli 2026** die Umsatzsteuer auf ausgewählte Grundnahrungsmittel dauerhaft von 10 % auf **4,9 %** zu senken. Betroffen sind unter anderem Milch, Butter, Joghurt, frische Hühnereier sowie bestimmte Gemüse-, Obst-, Getreide- und Backwaren.

Die Höhe von **4,9 %** wirkt auf den ersten Blick kurios, hat aber einen europarechtlichen Hintergrund. Österreich hat mit 10 % und 13 % bereits zwei ermäßigte Steuersätze. Nach dem EU-Mehrwertsteuerrahmen sind grundsätzlich bis zu zwei reduzierte Sätze ab 5 % möglich; zusätzlich ist ein sogenannter superermäßigter Satz unter 5 % für bestimmte Grundbedarfsbereiche wie Lebensmittel möglich. Deshalb wurde nicht 5 %, sondern 4,9 % gewählt: **formal EU-konform, politisch aber erklärungsbedürftig**.

Gerade hier beginnt das praktische Problem.

Die geplante Begünstigung gilt nicht einfach für „Lebensmittel“ insgesamt, sondern nur für bestimmte Waren, die nach der **Kombinierten Nomenklatur** exakt eingeordnet werden. Das BMF hält fest, dass der Satz von 4,9 % nur dann gilt, wenn ein Produkt ausschließlich unter die **jeweilige Position oder Unterposition der Kombinierten Nomenklatur** fällt. Dadurch entstehen zahlreiche Abgrenzungsfragen: Eine Semmel kann begünstigt sein, eine Käsesemmel aber nicht; Milch kann begünstigt sein, ein Milchgetränk mit Kakao nicht.

Genau an dieser Stelle setzt die **Kritik des Piaty-Blogs** an. Der Blog weist darauf hin, dass die Reform für Bäcker, Lebensmittelproduzenten und kleine Betriebe schwer handhabbar werden kann, weil selbst **ähnliche Produkte unterschiedlich besteuert** werden können. Der Blog fasst die Kritik zugespitzt so zusammen, dass die Reform „in der Praxis nicht umzusetzen“ beziehungsweise zumindest nicht fair kontrollierbar sei. Besonders problematisch ist die Frage, ob kleine Betriebe realistisch in der Lage sind, jedes Produkt korrekt zolltarifarisch einzuordnen und die **unterschiedlichen Steuersätze sauber in Kassa, Buchhaltung und Kontrolle abzubilden**.

Damit ergibt sich als **roter Faden**: Österreich hat ein **hohes Lebensmittelpreisniveau** und dazu eine **ausgeprägte Rabattkultur**. Diese Rabattkultur senkt zwar für **aktive Schnäppchenkäufer** einzelne Einkaufspreise, macht aber den Markt unübersichtlich und kann **hohe Normalpreise** stabilisieren. Die Politik reagiert nun nicht mit einer **grundsätzlichen Neuordnung der Rabatt- und Preistransparenz**, sondern mit einer **selektiven** Mehrwertsteuersenkung auf 4,9 %. Diese Lösung ist zwar rechtlich möglich, schafft aber neue Abgrenzungsprobleme und Verwaltungsaufwand.

Daher wäre es naheliegend, dass **Nationalrat und Bundesrat** die praktische Umsetzbarkeit vor der Beschlussfassung noch einmal sehr genau prüfen.