



Foto: fotolia/chagpg, Logo: RDA

Gewerbesteuerliche Hinzurechnung von Übernachtungsleistungen

Verbände machen mobil – Nein zur Urlaubssteuer!

So lautet die Parole der Initiative, die die führenden Verbände der Tourismusbranche am 13.11.2017 in Berlin vorgestellt haben und mit der sie die Koalitionsverhandlungen begleiten wollen. Ziel ist es, die zukünftigen Entscheider einer neuen Bundesregierung auf die Anwendung der gewerbesteuerlichen Hinzurechnung von touristischen Leistungen für die Tourismusbranche zu korrigieren und eine entsprechende Präzisierung der Gewerbesteuergesetzgebung vorzunehmen.

RDA-Präsident Benedikt Esser zur aktuellen Entwicklung: „Gerade weil sich die Regierungsbildung schwieriger und langwieriger gestaltet, müssen wir am Ball bleiben und die weitere politische Entwicklung begleiten. Sei es nun bei neuen Koalitionsverhandlungen oder gar bei Neuwahlen. Denn das Problem der gewerbesteuerlichen Hinzurechnung von touristischen Leistungen ist leider nicht aus der Welt.“

Die Allianz der Verbände bestehend aus RDA, BTW (Bundesverband der Deutschen Tourismuswirtschaft), DRV (Deutscher ReiseVerband), asr (Allianz Selbständiger Reiseunternehmen – Bundesverband) und DTV (Deutscher Tourismusverband) forciert diese Aufklärungskampagne mit Nachdruck, um die politischen Entscheider zu informieren und Lösungen von einer künftigen Bundesregierung einzufordern.

Leitmedien berichten

Dass die Kampagne einen politischen Nerv trifft, zeigte schon das Gespräch mit der FAZ, Frankfurter Allgemeine Zeitung, welches am 13. November 2017 veröffentlicht wurde. Dort haben RDA-Präsident Benedikt Esser und DRV-Präsident Norbert Fiebig das Thema gewerbesteuerliche Hinzurechnung von touristischen Leistungen und die Folgen zum Start der Kampagne ausführlich im

Leitmedium vieler Politiker erörtert. Den kompletten Beitrag finden Sie auf der RDA-Homepage unter www.rda.de. Beide machten deutlich, dass durch die gewerbesteuerliche Hinzurechnung faktisch eine „Urlaubssteuer“ entsteht, die neben den Reiseveranstaltern auch die Urlauber mit Mehrkosten belastet. Dabei betrifft sie den klassischen Badeurlaub auf Mallorca genauso wie den Skiurlaub, die Studienreise oder die Rundreise



Ausland.“ Von diesen Wettbewerbsnachteilen sind insbesondere Busunternehmer betroffen, da sie in regionalen Märkten verankert sind und nicht die Möglichkeit einer Betriebsverlagerung ins Ausland haben. Der RDA-Präsident schließt aber nicht aus, dass im grenznahen Raum Busunternehmer ins nahe Ausland abwandern. „Das konterkariert dann zusätzlich die Bestrebungen der Finanzämter, mit der gewerbesteuerlichen Hinzurechnung mehr Steuern zu generieren.“ „Zudem drohen enorme finanzielle Belastungen durch Steuernachforderungen. All dies vor dem Hintergrund einer ohnehin geringen Umsatzrendite und infolgedessen einer geringen Kapitalausstattung vieler Bustouristikunternehmen. Bei mehrstufigen Einkaufsprozessen, wie sie in der Touristik üblich sind, kommt dann noch ein Kumulierungseffekt hinzu, der die mittelständischen Unternehmen endgültig in den Ruin treiben kann“, so Esser. Da die Urlaubssteuer höhere Preise für Reisen zur Folge

und die Klassenfahrt mit dem Bus. Denn diese zusätzlichen Gewerbesteuern entstehen immer dann, wenn Reiseveranstalter touristische Leistungen erbringen, wie etwa Hotelzimmer oder Übernachtungskontingente einkaufen. Die Tourismusbranche weist mit der Initiative auf diese steuerliche Ungerechtigkeit hin: Es ist abstrus, angemietete Büroräume oder Lagerhallen steuerlich mit dem Einkauf von Hotelleistungen gleichzusetzen.

Unternehmen gefährdet, Marktaustritte befürchtet

Benedikt Esser stellt klar: „Die Urlaubssteuer ist für den gesamten Tourismusstandort Deutschland fatal. Die gewerbesteuerliche Hinzurechnung gefährdet mittelständische Existenzen und somit Arbeitsplätze, führt zu Marktaustritten und zu Standortverlagerungen von Touristikunternehmen in das



↑ Norbert Fiebig, Präsident des Deutschen Reiseverbandes e. V. (r.), und Benedikt Esser, Präsident des RDA Internationaler Bustouristik Verband e. V., beim Start der Initiative „Nein zur Urlaubssteuer“

Foto: RDA

Die Kampagne gegen die Urlaubssteuer

Damit die Kampagne beim Empfänger ankommt, musste die Komplexität des Themas reduziert werden, auf einen klaren und verständlichen Slogan – den jede und jeder versteht, egal, ob Chefredakteur einer Boulevardzeitung oder Busurlauber: Nein zur Urlaubssteuer!

Ziele der Kampagne sind:

- Hohe Bekanntheit der Urlaubssteuer bei den Kernzielgruppen,
- Hoher Informationsstand über die negativen Folgen der „Urlaubssteuer“, insbesondere für mittelständische Unternehmen und Spezialreiseveranstalter,
- Wachsendes Verständnis und steigende Akzeptanz für die Anliegen hinsichtlich der Nicht-Anwendung der Urlaubssteuer bei der neuen Bundesregierung, Mitgliedern des Bundestags, Länderfinanzministern und weiteren politischen Entscheidungsträgern,
- Hohes Involvement der Reise- und Tourismusbranche,
- Signifikantes Interesse der Medien an der „Urlaubssteuer“.



Knackige Kernbotschaften

So lauten die leicht verständlichen Kernbotschaften der Kampagne:

- Die Urlaubssteuer macht Urlaub teuer.
- Die Urlaubssteuer bedroht die Existenz kleiner und mittlerer Reiseanbieter.
- Die Urlaubssteuer führt zu Verlagerungen ins Ausland.
- Die Urlaubssteuer vernichtet Arbeitsplätze.

Logo: RDA

hat, belastet sie aber auch die Verbraucher stark. Ein Beispiel: Der Preis einer klassischen Urlaubsreise steigt in der Folge um 2,3 Prozent. Eine Reise, die bisher 2 000 Euro kostete, wird so um 46 Euro teurer.

Unternehmen sollen aktiv werden

Die mehrstufige Kampagne beinhaltet auch Briefe, die die Reiseveranstalter an Politiker in ihren Wahlkreisen bzw. Bundesländern schreiben sollen. Diese wurden Anfang November mit einer entsprechenden Vorlage an die RDA-Mitglieder verschickt. Esser: „Diese Aktivität aus der Unternehmerschaft ist uns ungeheuer wichtig.

Wir möchten, dass die Unternehmer authentisch ihre Probleme und Bedenken artikulieren und deutlich machen, dass sie auf internationalem Parkett agieren und im Wettbewerb stehen.“ Mit der Urlaubssteuer droht die beliebteste Reiseform der Deutschen, der professionell durch Reisebüros und Reiseveranstalter organisierte Kompletturlaub, teurer zu werden – egal, ob online oder im stationären Reisebüro gebucht. Politik und Verbraucher werden ab sofort unter www.urlaubssteuer.de über die Nachteile für Wirtschaft und Reisende informiert. Esser: „Wenn die Politik jetzt nicht handelt, gibt es bei dem Thema nur Verlierer.“