

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/meldung/1555840/> abgerufen werden.

hotel.de AG

Mehrwertsteuer-Senkung in der Hotellerie: Nicht jeder Übernachtungsgast fordert niedrigere Zimmerpreise

04.02.2010 - 10:00 Uhr, hotel.de AG

Nürnberg (ots) - Der seit Anfang dieses Jahres geltende vergünstigte Mehrwertsteuersatz für Hotelübernachtungen wird in der Politik und in der Öffentlichkeit derzeit heftig und kontrovers diskutiert.

Ziel der Steuersenkung sollte eigentlich die Gleichstellung der Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Hoteliere gegenüber ihren Kollegen in anderen EU-Staaten und damit verbunden eine Ankurbelung der Investitionsbereitschaft der Hotellerie in Deutschland sein. Im gleichen Kontext wird zudem immer wieder der Ruf laut nach Zimmerpreissenkungen als logische Folge der verringerten Steuerlast auf Hotelseite.

Doch ist diese Forderung berechtigt? Was sagen eigentlich die Hotelgäste dazu? Der Online-Hotelreservierungsdienst hotel.de hat nun im Rahmen einer Trendumfrage zu dieser Thematik, an der mehr als 1.000 seiner Hotelbucher teilgenommen haben, folgendes nicht unbedingt zu erwartendes Ergebnis ermittelt:

Bei weitem nicht jeder Hotelgast fordert aus der Steuersenkung zwingend sinkende Übernachtungspreise. Nur knapp jeder Zweite sprach sich hierfür aus und hofft, zukünftig etwas weniger für sein Hotelzimmer bezahlen zu müssen. Immerhin rund ein Fünftel der Befragten zeigte jedoch Verständnis für die mehrheitliche Haltung der Hoteliere, den gewonnenen finanziellen Spielraum aus der Steuersenkung primär in die Infrastruktur der Hotels sowie in die Mitarbeiter-Weiterbildung investieren zu wollen. Schließlich würde man als Gast so auf andere, qualitative Weise profitieren. Nahezu 30% der befragten hotel.de-Nutzer erwarten weder das eine noch das andere, sondern glauben, dass die freigewordenen Mittel eher in den Gewinn der Hotels einfließen werden.

Hier das Umfrageergebnis im Detail:

Ich erwarte, dass der gewonnene Spielraum...

1 - reinvestiert wird und sich so die Qualität der Hotels in Deutschland verbessert = 21,16%

2 - mehrheitlich an die Kunden weitergegeben wird und die Zimmerpreise dadurch insgesamt fallen werden = 49,22%

3 - vornehmlich dazu genutzt werden wird, das Ergebnis der Hotels zu optimieren, also ggfs. mehr Gewinn zu machen bzw. etwaige Verluste auszugleichen = 29,62%

<http://www.hotel.de/homepage.aspx?lng=DE>

Pressekontakt:
hotel.de AG
Timo Vavrinec
Hugo-Junkers-Str. 15-17
90411 Nürnberg
Fon: 0911-59832-0
Fax: 0911-59832-11
E-Mail: presse@hotel.de
www.hotel.de

Originaltext: hotel.de AG
ISIN: DE0006910938
Digitale Pressemappe: <http://www.presseportal.de/pm/42410/>
Pressemappe via RSS: http://www.presseportal.de/rss/pm_42410.rss2