

BRANCHENNEWS

Faktencheck: Rückkehr zur alten Mehrwertsteuer trifft Hotelgastronomie ins Mark



Die geplante Erhöhung der Mehrwertsteuer auf Speisen in der Gastronomie könnte die häufig ohnehin defizitäre Hotelgastronomie besonders hart treffen. Das zeigt eine von der HGK und Eagle Control vorgenommene Auswertung. Dr. Urban Uttenweiler (links)

und Philipp Nusser (rechts) der HGK beschäftigt. **In einem Betriebsvergleich mit tatsächlichen Zahlen aus 2019 bis 2022 haben sich das IT- und Consulting-Unternehmen Eagle Control und die HGK Umsätze, Kosten und Gewinne vor und nach Corona genau angesehen und eine mögliche Mehrwertsteuererhöhung zum 1. Januar 2024 simuliert. Die Ergebnisse zeigen, dass schon heute mit Hotelgastronomie kein Geld verdient wird, und belegen das Dilemma der Gastgeber, die ihre Rechnung nicht ohne den Gast machen können. Dr. Urban Uttenweiler und Philipp Nusser haben sich damit beschäftigt.**

Während die Hotelgastronomie in 2019 noch mit einer durchschnittlich negativen Umsatzrendite von minus elf Prozent unterwegs war, konnte der Verlust in 2022 aufgrund der befristeten Mehrwertsteuersenkung und der Corona-Hilfen auf minus zwei Prozent gedrückt werden. Allerdings: Die im 2. Quartal 2022 einsetzenden Kostensteigerungen haben dabei noch nicht voll auf das Jahr durchgeschlagen. Vor allem hatten viele Betriebe noch laufende Bezugsverträge für Energie. Demnach wird das Bild für das aktuelle Jahr 2023 ganz anders aussehen.

Und nun womöglich eine Rückkehr zum vollen Steuersatz zum 1. Januar 2024? Allein um dann den gleichen Nettoumsatz wie in 2022 zu erzielen, müssten die Brutto-Preise für Speisen in 2024 gegenüber 2022 ? Kostensteigerungen noch gar nicht eingerechnet - um rund elf Prozent steigen. Aufgrund der wegfallenden Hilfen und der deutlich gestiegenen Kosten in allen Bereichen wird dies jedoch immer noch nicht reichen, um einen Gewinn zu erzielen. ?Bei sechs Prozent Inflation in 2023 und angenommen drei Prozent Inflation in

2024 hätten die Betriebe im Schnitt nochmals zirka 140.000 Euro zusätzliche Kosten, die ebenfalls durch Preiserhöhungen ausgeglichen werden müssen, rechnet Philipp Nusser, Leitender Berater bei Eagle Control, vor.

Wie in ihrem Betriebsvergleich sichtbar, haben sich bereits vor Einsetzen der Inflation die Unternehmer in der Hospitality gescheut, ihre regulären Kostensteigerungen in voller Höhe an ihre Gäste weiterzugeben. Verständlich, so Dr. Urban Uttenweiler,

Vorstandsvorsitzender der HGK: Denn wenn auch die Preiselastizitäten in der Gastronomie nicht wie im Logis mit Revenue- und Yield-Systemen ermittelt und Preise wie Margen austariert werden können, so haben doch die Gastgeber ein gutes Gespür dafür, wann es kippt, also Gäste nicht mehr bereit sind, den betriebswirtschaftlich erforderlichen Preis zu zahlen. In Zeiten des Personal- und Fachkräftemangels ist hier tatsächlich noch mehr Sensibilität erforderlich. Naturgemäß schwindet die Akzeptanz für höhere Preise, wenn gleichzeitig die Leistung abnimmt. Ohne eine zweistellige Preiserhöhung zur Kompensation der gestiegenen Mehrwertsteuer und weiteren inflationsbedingten Kostensteigerungen, würde sich allerdings der Verlust in der Hotelgastronomie auf hier durchschnittlich gut 300.000 Euro pro Betrieb addieren, konstatieren Uttenweiler und Nusser.

Allein fiskalisch ist die Mehrwertsteuer ein durchlaufender Posten für den Unternehmer. Er kann nämlich nicht die Rechnung ohne den Gast machen: Preiserhöhungen gehen mit geringer Frequenz und/oder geringeren Durchschnitts-Rechnungen einher. Lakonisch zu konstatieren Markt und Wettbewerb funktionieren so trifft die Sache eben nur zum Teil, wenn generell Aus-Essen-gehen zum Luxus wird, führt Uttenweiler aus. Denn aktuell häufen sich Berichte in den Medien, dass für Freizeit und außer Haus essen gehen zu wenig übrigbleibt.

Betriebswirtschaftlich möge man einwenden, dass die Hotelgastronomie schon seit jeher ein Verlustgeschäft ist und es auf die Gesamtrentabilität des Hauses also inklusive Logis ankommt. Auch die haben sich Eagle Control und HGK angesehen. Diese lag nach Abzug des Unternehmerlohns in 2022, das noch ein vergleichsweise gutes Jahr war, bei nur knapp vier Prozent vom Umsatz. Absolut bleiben danach bei den im Betriebsvergleich teilnehmenden 80 Häusern unterm Strich noch 100.000 Euro. Davon sind Steuern zu zahlen, Investitionen zu tätigen und womöglich auch Darlehen zu tilgen, führt Nusser aus. Die Simulation einer Rückkehr zu vollen Steuersätzen auf Speisen zeigt außerdem, wie sich die dann defizitäre Hotelgastronomie auf die Rentabilität des gesamten Unternehmens niederschlägt: Insbesondere bei kleineren bis mittleren Betrieben der Break-even liegt bei 2,7 Millionen Umsatz p.a. bleibt praktisch nichts mehr übrig. Als Konsequenz werden viele solcher Betriebe eine harte Entscheidung zu treffen haben. Die Alternative zu großen, aber notwendigen Preissprüngen könnten vermehrt Schließungen von hoteleigenen Restaurants sein, da diese den Gesamtbetrieb durch ihre defizitäre Lage wirtschaftlich zu sehr belasten, so Nusser und folgert: Damit würde sich die Qualität und Vielfalt der Hotellandschaft in Deutschland deutlich verändern und ein wichtiges Stück Gastgeberkultur vom Markt verschwinden.

Uttenweiler resümiert: Während in 23 von 27 EU-Ländern einheitlich ein um etwa zehn Prozent-Punkte niedrigerer Steuersatz auf Speisen und Essen gilt, und zwar unabhängig von Zubereitung oder Verzehrort, treibt der deutsche Sonderweg also nicht allein die Inflation,

die es doch einzudämmen gilt. Die Erhöhung geht Unternehmen der Branche ins Mark ? von rein gastronomischen Betrieben ohne Logis ganz zu schweigen. Des Weiteren konterkariert sie Programme und Interessen ? auch solche der Bundesregierung ? wie gesunde, nachhaltig erzeugte und dennoch bezahlbare Mahlzeiten in Kitas, sowie auch die Erhaltung ländlicher Gasthöfe mit ihrer gemeinschaftsstiftenden Funktion.?

Dr. Urban Uttenweiler führt heute die marktführende Einkaufs- und Dienstleistungskooperation der Hospitality in Deutschland HGK mit 3.150 Mitgliedsbetrieben und Sitz in Hannover.

Philipp Nusser ist leitender Berater von Eagle Control mit dem gleichnamigen betriebswirtschaftlichen Steuerungsinstrument für die Hospitality, das die HGK als ?ChefsCockpit? anbietet.