

Rechnung ohne den Gast

Geplante Mehrwertsteuer Erhöhung zur Unzeit: Staat selbst treibt trotz lahrender Konjunktur und sinkender Konsumlaune die Inflation - und verrechnet sich womöglich gründlich.

Hannover – Ilmensee, 13.09.2023. Deutschlands Wirtschaftsmotor stottert. Die Konsumlaune ist schlecht. Unternehmer sind darüber entsetzt, wie wenig die Diskussionen und Ergebnisse der Wirtschafts- und Sozialpolitik den Ernst der Lage hierzulande widerspiegeln und planen, im Ausland zu investieren. Auf der Klausurtagung in Bad Meseberg bringt die Ampelkoalition unter anderem ein „Gesetz zum Bürokratieabbau“ auf den Weg – und hat bislang selbst von ihren Vorhaben im Koalitionsvertrag dazu für die öffentlichen Verwaltungen in zwei Jahren praktisch nichts Greifbares umgesetzt. Nutzt die Regierung nicht eine sich jetzt ihr bietende Steilvorlage zur Vereinfachung, nämlich die mit Blick auf die Corona-Pandemie geschaffene Übergangsregelung für die Gastronomie zu entfristen, würden ab dem 01.01.2024 in Deutschland wieder verschiedene Steuersätze auf Essen gelten. Aber dann würde die Rechnung ohne den Gast gemacht.

Die Menschen im Land sind verunsichert. Die hohe Inflation geht kaum merklich zurück, die Konsumlaune ist verdorben. Die zum 01. Januar 2024 bislang geplante Erhöhung der Mehrwertsteuer auf Speisen in Restaurants kommt nicht nur zur Unzeit – viel schlimmer: Der Staat macht die Rechnung ohne Gäste und wird womöglich gar keine zusätzlichen Einnahmen mit der höheren Mehrwertsteuer haben. **Die Fakten dazu liefert ein Betriebsvergleich mit tatsächlichen Zahlen aus 2019 bis 2022.**

Das IT- und Consulting-Unternehmen Eagle Control und der in Deutschland marktführenden Einkaufs- und Dienstleistungskooperation für die Hospitality HGK haben Umsätze, Kosten und Gewinne vor und nach Corona genau angesehen und eine mögliche Mehrwertsteuer-Erhöhung zum 1.1.2024 simuliert. Die Ergebnisse zeigen, dass schon heute mit Hotelgastronomie, die 2019 mit einer Rendite von – 11% unterwegs war, kein Geld verdient wird. Auch die Gesamt-Rentabilität der Hotels, also inklusive Logis, 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 4 Prozent vom Umsatz. Absolut bleiben danach bei den in diesem Betriebsvergleich teilnehmenden 80 Häusern unterm Strich noch 100 Tausend Euro. „Davon sind Steuern zu zahlen, Investitionen zu tätigen und womöglich auch Darlehen zu tilgen“, führt Philipp Nusser, Leitender Berater bei Eagle Control, aus. Die Simulation einer Rückkehr zu vollen Steuersätzen auf Speisen zeigt, 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 Mio. Euro 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.

Die Gastgeber stehen vor einem Dilemma: 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-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.

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. „Aus-Essen-gehen könnte Luxus werden - auf den wiederum auch einfach verzichtet werden kann“, führt Uttenweiler aus. Denn die GfK verzeichnet für September sogar noch eine weitere Verschlechterung des Konsumklimas in Deutschland auf -25,5 Prozent. Das heißt, den Deutschen vergeht die Lust aufs Shoppen und der Appetit aufs Aus-Essen-Gehen. Ein offenbar rein fiskalisch motiviertes „Zurück auf 19 Prozent“ bringt also womöglich überhaupt nicht mehr Euro in die Staatskasse.

Wie hierzulande die steuerliche Ungleichbehandlung von Speisen, die einmal mit 19 Prozent und in anderen Fällen mit 7 Prozent besteuert werden, gerechtfertigt ist, hat das BMF hat in seinem Anwendungserlass von 2013 dargelegt. Es unterscheidet zwischen nicht begünstigten sonstigen Leistungen einerseits und begünstigten Lieferungen andererseits und ermisst anhand von 16 Beispielen, welche Leistung im Einzelfall überwiegt. „Das Ganze ist, gerade dies zeigt die Fülle der Beispielfälle, stark erklärungsbedürftig, also höchst komplex, praxisfremd und erscheint heute mehr denn je als nicht zeitgemäß“, so Uttenweiler.

Uttenweiler resümiert: „Während in 23 von 27 EU-Ländern einheitlich ein um etwa 10 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 gerade einzudämmen gilt. Des Weiteren konterkariert die Koalition mit einem „Zurück zu 19 Prozent“ ihre eigenen Programme und Interessen wie gesunde, nachhaltig erzeugte und dennoch bezahlbare Mahlzeiten in Kitas sowie auch die Erhaltung ländlicher Gasthöfe mit ihrer gemeinschaftsstiftenden Funktion.“ So könnten am Ende alle drei Beteiligten: Gäste, Hoteliers & Gastronomen und der Fiskus als Verlierer dastehen.

Dr. Urban Uttenweiler leitet als Vorstandsvorsitzender die marktführende Einkaufs- und Dienstleistungskooperation der Hospitality in Deutschland HGK mit 3150 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.

Herausgeber:

HGK
Hotel- und Gastronomie-Kauf eG
Bundeszentrale
Yorckstraße 3, 30161 Hannover
Ansprechpartnerin: Rowina Schymiczek
Telefon: 0511 37422-166
E-Mail: r.schymiczek@h-g-k.de
www.h-g-k.de

Veröffentlichung honorarfrei