

?Weniger Gäste, fallende Umsätze?



?Milchkaffee ist bei sieben Prozent, während auf Hafermilch 19 Prozent erhoben wird? Das alles ergibt nicht wirklich Sinn?, bringt Markus Göbel, Geschäftsführer von Göbels Schlosshotel Prinz von Hessen in Friedewald, die Diskussion um die Mehrwertsteuer auf den Tisch. www.gastrotel.de/wirtschaft

Die Gastronomiebranche in Deutschland hofft weiterhin auf eine Entfristung der Sieben-Prozent-Besteuerung auf Speisen. Und das hat triftige Gründe, wie die jüngsten Statements von Entscheidern aus Hotel-Restaurants verschiedener Bundesländer deutlich machen. Die Sorge, dass durch notwendige Preiserhöhungen Gäste wegbleiben, steht dabei ganz oben. Damit verbunden sind aber auch Ängste, die über den Umsatz im eigenen Betrieb hinausgehen. Das zeigen Gespräche, die die Einkaufskooperation HGK in diesen Tagen mit Branchenvertretern aus ihrem Mitgliederkreis geführt hat.

Vielfalt wird leiden

?Wenn Gäste fehlen und viele Angebote nicht mehr gemacht werden können, weil sie für den Gast schlichtweg nicht mehr leistbar sind, leidet damit auch die Vielfalt in der Ausbildungspraxis?, befürchtet Heike Thomas, Geschäftsführerin HansenS Haus Am Meer in Bad Zwischenahn. ?Wir merken jetzt schon, dass wir viele Dinge nicht mehr aus dem Tagesgeschäft heraus vermitteln können, sondern hierfür extra Schulungen nötig sind. Dabei möchten wir mit unseren Berufen begeistern, den nachfolgenden Generationen unsere Werte vermitteln und sie praxisnah mitnehmen. Ansonsten macht das Erlernen der klassischen Hotellerie und Gastronomie doch keine Freude.?

Deike Eder, Geschäftsführerin des Anders Hotel in Walsrode, das über knapp 200 Restaurantplätze verfügt, plädiert dafür, noch einen anderen Aspekt im Fokus zu behalten: ?Es ist schon allein aus Nachhaltigkeitsgründen dringend notwendig, dass frisch zubereitetes Essen, serviert von fair bezahltem, geschultem Personal auf Porzellantellern ebenso mit

sieben Prozent besteuert wird, wie Essen zum Mitnehmen im to-go-Behälter aus dem Supermarkt. Ganz abgesehen davon, dass der steuerlich ungleich behandelte Wettbewerb mit den immer größeren und vielfältigeren Angeboten der to-go-Speisen in Supermärkten mit Sicherheit vielen Restaurants und Gaststätten das Genick brechen würde.? Der Umsatzsteuer-Dschungel müsse sowieso grundlegend überarbeitet werden, meint Markus Göbel, Geschäftsführer von Göbels Schlosshotel Prinz von Hessen in Friedewald.

?Milchkaffee ist bei sieben Prozent, während auf Hafermilch 19 Prozent erhoben wird.?

Solche Kuriositäten gebe es viele. ?Sobald wir eine Dienstleistung hinzufügen, wird es teurer. Verkaufen wir außer Haus ein Büfett, sind es sieben Prozent, liefern wir auch noch Geschirr und Besteck mit, ist alles bei 19 Prozent. Das alles ergibt nicht wirklich Sinn. Aber wer traut sich da ran? Die aktuelle Regierung jedenfalls nicht?, ärgert sich der Hotelier.

?Steigende Kosten, massive Lohnerhöhungen und der Mitarbeitermangel haben dazu geführt, dass wir unsere Preise in den vergangenen Monaten schon bis zur Akzeptanzgrenze erhöhen mussten?, so Peter Dührkoop, Geschäftsführer des Restaurant Pier 51 in Hannover. ?In dieser Situation die Mehrwertsteuer auf 19 Prozent für Speisen anzuheben, würde für uns einen hohen Verlust bei den benötigten Deckungsbeiträgen nach sich ziehen.? Armin Meiser von den Meiser Hotels in Fichtenau-Neustädtlein ist sich sicher: ?Eine Erhöhung der Mehrwertsteuer wird zwangsläufig die Preise um mindestens zwölf Prozent erhöhen. Hinzu kommen noch die Kostensteigerungen, die wir wegen höheren Energiepreisen und anderen gestiegenen Kosten weitergeben müssten.?

Peter Kramer, Geschäftsführer des Erikson Hotels in Sindelfingen, stellt im Tagesgeschäft fest: ?Die derzeitige Verunsicherung ist schon jetzt bei vielen Menschen spürbar. Die Kosten für ein Essen spielen schon heute eine große Rolle?. Der Hotelier befürchtet: ?Wenn nun die Preise für das Essen deutlich steigen, dann haben wir weniger Gäste und fallende Umsätze.? ?Gerade die kleinen Gastronomen, vor allem im ländlichen Raum, werden dem Preisschock und den damit vermutlich ausbleibenden Gästen nicht Stand halten können?, so Deike Eder.

Das befürchtet auch Markus Göbel: ?Eine Erhöhung um zwölf Prozent ist aktuell nicht durchsetzbar ohne massive Umsatzrückgänge. Denn auch die Gäste müssen aufgrund der stark gestiegenen Kostenstruktur im eigenen Umfeld die Ausgaben im Auge behalten. Dieses und die sowieso schon stark gestiegenen Energiekosten, der Mitarbeitermangel und die Sorgen der Unternehmensnachfolge wird dafür sorgen, dass gerade kleinere Kollegen aufgeben werden. Wo werden dann in Zukunft die Familienfeiern durchgeführt? Wo will man einen schönen Abend unter Freunden verbringen, wenn auch die letzte Kneipe geschlossen hat?? Durch die vergangenen Jahre mit Corona, Ukraine-Krieg und gestiegenen Energiepreisen seien bei vielen die finanziellen Reserven aufgebraucht, meint auch Peter Kramer.

?Wir denken darüber nach ? sollte die Mehrwertsteuererhöhung kommen, unsere komplette Gastro ganz massiv umzustrukturieren und zu beschneiden, sonst ist es nicht mehr finanzierbar?, erklärt Peter Gemeinhardt vom Hotel Wilder Mann in Aschaffenburg. Seine Familie betreibt das Hotel im Dezember 125 Jahre. ?Noch letztes Jahr hatten wir vor, das mit einem adäquaten Fest zu würdigen. Doch nach aktuellem Stand wird dies still über die Bühne gehen. Was soll man feiern, wenn man sich mit dem Gedanken tragen muss, vier Wochen später vielleicht Teile seiner gastronomischen Wurzeln zu kappen??

Über die HGK

Die HGK ist eine in Deutschland führende Einkaufs- und Dienstleistungskooperation für die Hospitality-Branche. Über 3.100 Mitgliedsbetriebe profitieren von attraktiven Einkaufskonditionen, umfassenden Serviceleistungen und besonderem Know-how in der Digitalisierung von Geschäftsprozessen.