



## **Vorläufige Sprachregelung für Antworten auf häufig gestellte Fragen zur Mehrwertsteuersenkung für Beherbergungsleistungen (Stand 4. Dezember 2009)**

### **Aktueller Sachstand**

Der Bundestag hat am 4. Dezember 2009 das Wachstumsbeschleunigungsgesetz und die darin enthaltene Senkung der Mehrwertsteuer für Beherbergungsleistungen verabschiedet.

Wir gehen davon aus, dass bis zur Sitzung des Bundesrates am 18. Dezember 2009 die notwendige Zustimmung aller CDU/FDP-regierten Länder eingeholt wird und der Gesetzentwurf den Bundesrat passiert. Nichtsdestotrotz weisen wir darauf hin, dass Rechtsklarheit erst am 18. Dezember 2009 gegeben ist.

Mit nachstehenden Informationen wollen wir die zahlreichen Fragen der Medien und Hoteliers – so gut es nach heutigem Kenntnisstand möglich ist – beantworten. Wir werden diesen Fragen- und Antwortenkatalog fortlaufend aktualisieren und ergänzen.

### **Die wichtigsten Argumente in Kürze**

Die deutsche Hotellerie steht im internationalen Wettbewerb, kann aber weder Arbeits- noch Ausbildungsplätze ins Ausland verlagern. Umso wichtiger ist daher die Herstellung von Steuergerechtigkeit zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Hotellerie.

21 von 27 EU-Staaten haben ihrer Hotellerie bereits die Mehrwertsteuersätze reduziert. Mit Ausnahme Dänemarks wenden alle Anrainerstaaten Deutschlands Mehrwertsteuersätze zwischen drei und zehn Prozent für die Hotellerie an.

Die Reduzierung der Mehrwertsteuer für Beherbergungsleistungen ist ein wichtiger Impuls für die heimische Tourismuswirtschaft in der Krise. Die Mehrwertsteuersenkung schafft wertvolle Handlungsspielräume für Investitionen, attraktive Preisangebote und Mitarbeiterqualifizierungen. Gäste, Mitarbeiter sowie Handwerker und Zulieferer werden hiervon profitieren (siehe Frage 8).

## **1 Für was gelten künftig sieben Prozent Mehrwertsteuer?**

Der Gesetzestext im Wortlaut:

### **Änderung**

In Artikel 5 Nummer 1 wird § 12 Absatz 2 Nummer 11 UStG wie folgt gefasst:

*„11. die Vermietung von Wohn- und Schlafräumen, die ein Unternehmer zur kurzfristigen Beherbergung von Fremden bereithält, sowie die kurzfristige Vermietung von Campingflächen. Satz 1 gilt nicht für Leistungen, die nicht unmittelbar der Vermietung dienen, auch wenn diese Leistungen mit dem Entgelt für die Vermietung abgegolten sind.“*

Aus der Begründung des Gesetzgebers geht klar hervor, dass die Verpflegung, insbesondere das Frühstück, die Getränkeversorgung aus der Minibar und Wellnessangebote wie zum Beispiel kosmetische Behandlungen nicht von der Steuerermäßigung umfasst werden. Sie dienen nicht unmittelbar der Beherbergung und müssen daher separat ausgewiesen werden.

Bei der Umsetzung des Gesetzes ist strikt darauf zu achten, dass bestehende und künftige Angebote nicht „umsatzsteuerrechtlich optimiert“, sondern auf der Basis bestehender Kalkulationen fortgeführt werden.

## **2 Ab wann gilt der reduzierte Umsatzsteuersatz?**

Der derzeitige Gesetzentwurf (Artikel 13, Absatz 3) sieht ein Inkrafttreten der neuen Regelung für den 1. Januar 2010 vor. Wenn der Bundesrat diesem so zustimmt, wird die erste Übernachtung zu einem Mehrwertsteuersatz von sieben Prozent in der Silvesternacht vom 31. Dezember 2009 auf den 1. Januar 2010 erfolgen.

## **3 Wie muss das Frühstück bei der Rechnungsstellung ab 1. Januar 2010 gehandhabt werden?**

Nach dem Willen des Gesetzgebers wird der reduzierte Mehrwertsteuersatz von sieben Prozent nur auf die reine Beherbergungsleistung anzuwenden sein. Nebenleistungen, wie das Frühstück, sind zum vollen Mehrwertsteuersatz abzurechnen. Ab 1. Januar 2010 muss das Frühstück also auf Hotelrechnungen gesondert ausgewiesen sein. Eine Pauschalrechnung, die die Übernachtung inklusive Frühstück beinhaltet, kann nicht mehr ausgestellt werden.

Da bereits heute in vielen Hotels das Frühstück separat berechnet wird, gibt es kein Problem, die unterschiedlichen Mehrwertsteuersätze für die Übernachtungsleistung und das Frühstück zu handhaben und auf der Rechnung gesondert auszuweisen. Auch für die Zeitung im Hotel ist bekanntermaßen schon heute ein separater Rechnungsposten zu sieben Prozent Mehrwertsteuer zu bilden.

Ein Blick auf Europa zeigt, dass auch in zehn weiteren EU-Mitgliedsländern für Hotellerie und Gastronomie unterschiedliche Mehrwertsteuersätze zur Anwendung kommen (zum Beispiel in Schweden, Belgien und Portugal).

Keine Frage: In den Hotels, wo bislang das Frühstück stets eingeschlossen war, muss jetzt ein Preis hierfür festgelegt und auf der Rechnung ausgewiesen werden.

#### **4 Was ist mit dem Frühstück für Geschäftsreisende?**

Nach derzeitiger Rechtslage können Dienstreisende im Rahmen der Reisekostenabrechnung eine Pauschalrechnung (Übernachtungspreis inklusive Frühstück) abzüglich eines Eigenanteils von 4,80 Euro für das Frühstück vom Arbeitgeber erstattet bekommen.

Wenn das Frühstück jedoch gesondert ausgewiesen wird, besteht die Möglichkeit des pauschalierten Abzuges von 4,80 Euro nicht. Erstattet der Arbeitgeber dem dienstreisenden Mitarbeiter dennoch die Kosten für das Frühstück, muss der Arbeitgeber eine pauschale Lohnsteuer in Höhe von 25 Prozent für das Frühstück an das Finanzamt abführen. Wenn der Arbeitgeber die Kosten für das gesondert ausgewiesene Frühstück nicht übernimmt, muss der Arbeitnehmer die Kosten für das Frühstück mit seinem Tagegeld finanzieren.

Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die praktischen Lösungen in der Hotellerie im Ausland ist davon auszugehen, dass die Hotellerie Frühstücksvarianten anbieten wird, die der Ausgabebereitschaft der Gäste Rechnung tragen.

#### **5 Warum warnen einzelne Reiseveranstalter und Incomingagenturen vor einer Steuersenkung?**

Auf den Punkt gebracht: Die in den letzten Tagen geäußerten Bedenken einzelner, dafür aber im Versand von Massenmailings geübter, Incomingagenturen gegen die Einführung des reduzierten Mehrwertsteuersatzes entbehren jeder Grundlage und sind umsatzsteuerrechtlich nicht fundiert.

Die Agenturen gehen von der irrtümlichen Annahme aus, dass sie zukünftig die Hotelleistungen mit einem Mehrwertsteuersatz von sieben Prozent einkaufen und diese mit einem Mehrwertsteuersatz von 19 Prozent weiterverkaufen müssen. Dem ist aber nicht so. Denn der reduzierte Mehrwertsteuersatz von sieben Prozent findet auch beim Weiterverkauf von Beherbergungsleistungen Anwendung.

Sofern die Reisemittler mehrere Dienstleistungen zusammengefasst verkaufen, gilt ohnehin die Margenbesteuerung. Danach müssen Reisemittler lediglich für ihre Marge, also die Vermittlungsprovision, die volle Umsatzsteuer abführen.

Auch in allen anderen Fällen wird die Hotellerie in der Zusammenarbeit mit bewährten Vertriebspartnern faire und partnerschaftliche Lösungen für Übergangsprobleme finden.

## **6 Werden die Hotelzimmer jetzt billiger?**

Die Mehrwertsteuerreduzierung gibt den Unternehmern wertvolle Handlungsspielräume für Preissenkungen, Investitionen, Mitarbeiterqualifizierung und -entlohnung. Viele Hoteliers werden die ersparte Mehrwertsteuer mittels Neuanschaffungen, Renovierungen oder An- und Umbauten schnell in den Wirtschaftskreislauf zurückführen. Das wird auch der Gast zu schätzen wissen. In der Hotellerie zählt nicht nur der Preis, sondern vor allem ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis. Es kommt auch auf das Ambiente, die Einrichtung und die Ausstattung unserer Häuser sowie auf die Servicequalität an.

## **7 Werden Geschäftsreisen jetzt teurer?**

Aussagen zur erwarteten Preisentwicklung sind aus kartellrechtlichen Gründen für jeden Verband heikel und daher tabu.

Preise bilden sich an Märkten. Angesichts der Überkapazitäten auf dem deutschen Hotelmarkt, der extrem heterogenen, mittelständischen Struktur der Beherbergungsbetriebe und der in der Krise noch gestiegenen Nachfragemacht der so genannten Corporates besteht kein vernünftiger Zweifel, dass Preissenkungen die Folge sein werden.

Grundsätzlich gilt, dass Unternehmen, die vor dem 1. September 2009 Brutto-Preisvereinbarungen mit dem Hotel getroffen haben, Anspruch auf einen wirtschaftlichen Ausgleich haben. Rechtliche Grundlage dafür ist der Paragraph 29 des Umsatzsteuergesetzes. Danach werden bei einer Verringerung der umsatzsteuerlichen Belastung dem Leistungsempfänger, also dem Kunden/Gast, zivilrechtliche Ausgleichsansprüche gegenüber dem leistenden Unternehmer, also dem Hotel, eingeräumt. Voraussetzung für den Ausgleichsanspruch ist, dass der Vertrag, auf dem die Leistung beruht, nicht später als vier Kalendermonate vor dem Inkrafttreten der Gesetzesänderung abgeschlossen worden ist.

## **8 Was heißt Steuergerechtigkeit in Europa?**

Die reduzierte Mehrwertsteuer für die Hotellerie ist in Europa nicht die Ausnahme, sondern der Normalfall. In 21 von 27 EU-Mitgliedstaaten gilt bereits der reduzierte Mehrwertsteuersatz. Alle großen touristischen Mitbewerber sind bei der Mehrwertsteuer besser gestellt als Deutschlands Hoteliers. Bis auf Dänemark wenden alle Anrainerstaaten einen Niedrigsteuersatz zwischen drei und zehn Prozent an. Das sind 3.700 km Ungleichbehandlung entlang der deutschen Grenze.

Zur Veranschaulichung folgendes Praxisbeispiel:

Ein Ehepaar übernachtet in Basel in einem Hotel für umgerechnet 150 Euro im Doppelzimmer. Tags darauf schlafen beide in Freiburg für ebenfalls 150 Euro. Nach Abzug der Mehrwertsteuer bleiben dem Hotelier in der Schweiz 144,79 Euro, an das Finanzamt gehen 5,21 Euro. Der Hotelier in Deutschland erhält nur 126,00 Euro, das Finanzamt kassiert 24,00 Euro. Bei einem Jahresumsatz von einer Million Euro brutto hat der Schweizer Hotelier allein aufgrund des geltenden Mehrwertsteuersatzes von 3,6 Prozent 124.915 Euro mehr Spielraum zum Beispiel für Investitionen.

## **9 Besteht denn überhaupt ein grenzüberschreitender Wettbewerb der Hotellerie in Europa?**

Die deutsche Hotellerie steht in einem scharfen internationalen und preissensiblen Wettbewerb. Der Wegfall der Grenzen, die Herstellung des Binnenmarktes und die Einführung eines gemeinsamen Währungsraumes haben zusätzlichen Wettbewerbsdruck auf die standortgebundene Hotellerie ausgeübt. Die zunehmenden Mobilitätsalternativen der Gäste haben räumliche Distanzen zusätzlich zusammenschumpfen lassen, so dass heute praktisch jeder Beherbergungsbetrieb mit Wettbewerbern im Ausland konkurriert – im Business- wie im Leisure-Bereich.

Wie maßgeblich sich die Höhe des Mehrwertsteuersatzes auf die Wettbewerbssituation auswirkt, zeigt exemplarisch die heftige Reaktion der österreichischen Hotellerie auf die angekündigte Mehrwertsteuersenkung in Deutschland: Nach Bekanntwerden der geplanten Mehrwertsteuersenkung für die Hotellerie in Deutschland fordert die Österreichische Hoteliervereinigung ihrerseits eine weitere Absenkung des derzeit bei zehn Prozent liegenden Mehrwertsteuersatzes auf Hotellerieleistungen. Bisher hat Österreich davon profitiert, dass in Deutschland fast doppelt soviel Mehrwertsteuer zu zahlen ist. Dieser Vorteil sei nun bald Geschichte, erklärte ÖHV-Präsident Sepp Schellhorn jüngst und forderte mit Unterstützung österreichischer Parlamentarier eine weitere Absenkung auf fünf Prozent. Die österreichische Presse titelte: „Deutsche Mehrwertsteuersenkung setzt Österreichs Hotellerie unter Druck.“

## **10 Warum sollen Luxushotels mit dem ermäßigten Mehrwertsteuersatz unterstützt werden?**

Tatsache ist, dass das klassische Beherbergungsgewerbe in Deutschland nicht nur mittelständisch, sondern weitgehend kleinbetrieblich strukturiert ist. Fast ein Drittel der Betriebe setzt jährlich weniger als 100.000 Euro netto um. Bei 76 Prozent der Betriebe liegt der Jahresnettoumsatz unter 500.000 Euro. Nur 13 Prozent der Betriebe machen über eine Million Euro Umsatz (netto). Nur 142 Hotels erwirtschaften jährlich mehr als zehn Millionen Euro Nettoumsatz. Das sind nur 0,4 Prozent der Gesamtbranche.

Zur Verdeutlichung:

Einem Gasthof-Betreiber auf dem Land, der mit seinem Betrieb einen Jahresnettoumsatz bis 500.000 Euro erwirtschaftet, bleiben laut Betriebsvergleich nach Abzug aller Kosten 39.000 Euro Gewinn. Das sind 39.000 Euro Jahresverdienst (nach Abzug der Steuern), von dem er sich und seine Familie ernähren und versorgen muss. Bei einem Eigentumsbetrieb verbleiben bei dem Unternehmer 53.100 Euro.

Die meisten Hotels in Deutschland werden nach wie vor individuell geführt. Zur Kettenhotellerie gehören nur 1.283 Betriebe. Das entspricht einem Anteil an allen Betrieben von 3,4 Prozent. Da besteht also kein Platz für Neidkampagnen unter Verweis auf das Klischee der allein profitierenden Luxushotelketten.

## **11 Warum kommt die Steuersenkung genau zur richtigen Zeit?**

In Folge der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise befinden sich tausende Betriebe in einer Existenz bedrohenden Situation.

Die Hotellerie ist 2009 das Branchensegment innerhalb des Gastgewerbes, das von der Wirtschaftskrise am stärksten betroffen ist: Die Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe und Pensionen erlitten nach Angaben des Statistischen Bundesamtes in den Monaten Januar bis September Umsatzverluste von 6,6 Prozent. Real schlug ein Minus von 8,9 Prozent zu Buche.

Insbesondere die Tagungs- und Stadthotellerie muss zum Teil eklatante Umsatzeinbußen hinnehmen. In vielen Häusern werden Veranstaltungen und Events in kleinerem Rahmen durchgeführt oder ganz storniert. Zudem haben viele Unternehmen ihren Mitarbeitern Reise- und Übernachtungsbeschränkungen auferlegt.

Die Großstädte als klassische Orte für Messen und Kongresse leiden dabei besonders unter dem Ausbleiben der Geschäfts- und Tagungsreisenden.

Da das Statistische Bundesamt keine monatlichen Zimmerauslastungsquoten oder durchschnittlichen Zimmerpreise veröffentlicht, sei an dieser Stelle zur Veranschaulichung auf die entsprechenden Kennziffern aus dem weltweit größten Hotelbetriebsvergleich von STR Global verwiesen. Danach sank die durchschnittliche Zimmerauslastung in deutschen Hotels von Januar bis Oktober 2009 im Vorjahresvergleich um 5,8 Prozent. Zeitgleich rutschten auch die durchschnittlichen Zimmerpreise um 8,0 Prozent in den Keller. Die durchschnittlichen Erlöse je verfügbarem Zimmer (RevPAR) sanken somit in den ersten acht Monaten 2009 im Vorjahresvergleich um 13,4 Prozent.

Auch die relativ stabile Buchungslage in der Ferienhotellerie und der Inlandstourismus können den dramatischen Einbruch im Business-Segment nicht wettmachen.

Eines ist auch klar: Viele Hoteliers haben die Mehrwertsteuererhöhung zum 1. Januar 2007 von 16 auf 19 Prozent selbst tragen müssen und aufgrund des hohen Wettbewerbsdrucks in Deutschland nicht an die Gäste weitergegeben.

Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist die Politik aufgefordert, alles zu tun, um den Tourismusstandort Deutschland mit seinem enormen Beschäftigungspotenzial zu stärken.

## **12 Worauf kommt es jetzt an?**

Die Branche ist aufgerufen, den Mehrwertsteuervorteil sinnvoll und ohne Zögern zur Verbesserung des Preis-Leistungs-Verhältnisses einzusetzen, Arbeitsplätze zu sichern und neue zu schaffen.

Wie zahlreiche Schreiben der Hoteliers und die im März 2009 durchgeführte Unternehmerbefragung deutlich machen, sind sich die Hoteliers ihrer Verantwortung bewusst. Nur wenn es gelingt, die positiven Impulse der Mehrwertsteuersenkung gegenüber Politik und Öffentlichkeit transparent zu machen, wird die Regelung auf Dauer Bestand haben.

**Berlin, 4. Dezember 2009**