

Alles weg?

Was bringt die Steuersenkung – und warum ist sie kein Preissenkungsautomatismus?

Es mehren sich die Stimmen, demnach die avisierte Mehrwertsteuersenkung von den steigenden Lohnkosten aufgezehrt wird. Ist es nur eine Stimmung oder was sagen die Fakten?

Schicken wir eines vorweg: 4 von 5 gastronomischen Betrieben (> 80%) der Individualgastronomie (keine Kette) liegen laut DEHOGA-Wahlcheck 2025 unter einem jährlichen Umsatzniveau von 500.000 Euro. Ein erschreckend geringes Niveau, berücksichtigt man doch die einhergehende Vielfalt, den unternehmerischen Mut und die Bedeutung dieser Betriebe für eine funktionierende Gesellschaft. Dass da für einen, evtl. auch kreditnehmenden Unternehmer nicht viel bei hängen bleibt, scheint sachlogisch. Umso mehr wird die im Koalitionsvertrag - unter Finanzierungsvorbehalt - zugesagte Senkung der MwSt. auf Speisen dringend erwartet.

Erwartet werden muss nun auch die gleichzeitige Steigerung des Mindestlohns mit all den Konsequenzen, die diese Entwicklung auf das gesamte Lohnniveau haben könnte.

„Wie gewonnen, so zerronnen“, ist nun oft die einhellige Meinung, die ich als Berater in den Gesprächen mit Betroffenen wahrnehmen kann. Einigkeit herrscht darüber, dass jeder Unternehmende den eigenen Mitarbeitenden deutliche Entlastungen und verbesserte Einkommenssituationen wünscht und gönnt – sie sollen besser verdienen können. Nur gerade in der Individualgastronomie treffen Preispolitik, Steueränderungen oder gesetzliche Vorgaben auf ein breites und weniger finanzkräftiges Umfeld. Maßnahmen wirken sich rasch auf eine große Mehrheit der Betriebe aus.

In der öffentlichen Wahrnehmung außerhalb unser Gas-tronomie-Bubble mehren sich die Stimmen, die von einer ungerechtfertigten Subvention einer einzelnen Branche sprechen und erwarten, dass der Bürger nun durch deutliche Preissenkungen entlastet wird, denn „ansonsten müsse man solche Geschenke nicht machen“. Glücklicherweise halten unsere Interessenvertreter weiter dagegen und pochen auf eine Umsetzung der versprochenen Zusagen. Nicht auszudenken, wenn es zu einem wiederholten Vertrauensmissbrauch kommen würde.

Als Berater mag ich mich nun ungerne auf mein Bauchgefühl und Meinungen einzelner verlassen und habe vor diesem Hintergrund einmal eine Beispielrechnung aufgestellt. Als Basis dienen die üblichen Betriebsvergleiche mit den jewei-

Beispielrechnung: Wechselwirkung Senkung MwSt. und Erhöhung Mindestlohn			
Kategorie	Werte ALT	+/-	Werte NEU
Warenumsatz Speisen - brutto	311.542 €		311.542 €
<i>MwSt. auf Speiseumsätze</i>	19%	- 12 %- Pkt.	7%
Warenumsatz Speisen - netto*	261.800 €		291.161 €
Warenumsatz Getränke brutto	230.503 €		230.503 €
<i>MwSt. auf Getränkeumsätze</i>	19%		19%
Warenumsatz Getränke - netto*	193.700 €		193.700 €
Sonstige Warenumsätze brutto	9.401 €		9.401 €
<i>MwSt. auf Sonstige Warenumsätze</i>	19%		19%
Warenumsatz Sonstige - netto*	7.900 €		7.900 €
Gesamtumsatz Brutto	551.446 €		551.446 €
<i>MwSt. Gesamt</i>	88.046 €		58.685 €
Gesamtumsatz Netto	463.400 €		492.761 €
 Anzahl MA gemäß BV*	6,3		6,3
vertragliche Stunden	173		173
Monate	12		12
Summe	13.079		13.079
 Mindestlohn	12,82 €	+ 8,4 %	13,90 €
<i>Lohnsumme</i>	167.670 €		181.795 €
Arbeitgeberanteil (AG-Anteil)	22%		22%
Lohnsumme	204.558 €		221.790 €
 betriebs- und anlagebedingte Kosten	250.000 €	+ 3,0 %	257.500 €
 Liquiditätseffekt durch MwSt.			29.361 €
Mehrkosten durch Mindestlohn			17.233 €
Mehrkosten durch Inflation			7.500 €
zusätzlicher Deckungsbeitrag			4.628 €

*Werte gemäß Betriebsvergleich (BV) E1:
Gastronomie, Betriebsumsatz bis 500 TEUR; Speisenanteil 40-60 %

Quelle: Grimm Consulting | www.gastronomieberatung.de | Stand 07/2025



ligen Referenzwerten, als auch die uns derzeit bekannten Parameter. Natürlich können nicht alle Betriebsformen in der Kürze dargestellt werden. Dennoch lädt das Beispiel dazu ein, diese Rechnung einmal für den eigenen Betrieb anzustellen.

Wir gehen davon aus, dass wir einen Betrieb vor uns haben, der kalkulatorisch fundiert arbeitet und funktioniert. Die Verkaufspreise sind in Ordnung und die Anzahl der Mitarbeiterstunden hat man im Griff. Deutlich wird bei einer Gegenüberstellung der derzeitigen und neuen Situation, dass die MwSt.-Senkung bei vergleichbaren Umsätzen für eine deutlich verbesserte Netto-Situation sorgen wird. Der Umsatz steigt um 29 TEUR.



Schauen wir nun aber auf den Effekt der Mindestlohnsteigerung, so ist davon auszugehen, dass die Personalkosten gut 17 TEUR höher ausfallen werden (Basis: Mindestlohn).

Haben Sie gänzlich andere Personalkosten, so rechnen Sie mit 8 bis 10% Steigerung – dann kennen Sie Ihren individuelle zusätzliche Kostenbelastung. Hier rächt sich schnell, wer bereits heute zu hohe Personalkosten aufgrund von zu vielen Mitarbeiterstunden hat.

Augenscheinlich wird nun deutlich, dass die MwSt. Senkung sich auch für die kleinen Individualgastronomen rechnen und der unternehmerische Gewinn höher ausfallen könnte. Nur sollte man bedenken, dass von dem Ertrag noch Tilgungsleistungen für eventuelle Darlehen und Steuern gezahlt werden müssen, bevor der Unternehmende es tatsächlich in seiner Geldbörse spürt.

Soweit bis hierher – aber wie werden sich die weiteren Kosten vor dem Hintergrund der sich nun ändernden Rahmenbedingungen in Gänze verändern? Das statistische Bundesamt geht derzeit von einer Inflation von 2,1 % für das kommende Jahr aus. Ich persönlich rechne lieber mit 3% - da sind wir dann sicherer. Das heißt, dass wenn ich die im Beispiel angenommenen betriebs-und anlagebedingten Kosten (250TEUR) mit einer 3% Kostensteigerung kalkuliere, dass dann der Ertrag um weitere 7.500 Euro sinkt. Es verbleiben als potenzieller Mehr-Gewinn nur noch 4.628 Euro – deutlich weniger, als die Bevölkerung und Medien annehmen. Nochmals der Hinweis: bei gleichem Umsatzniveau und Kosten in geordneten Verhältnissen. Sollte es jetzt schon schwierig sein, wird es in naher Zukunft auch nicht besser.

Wird der Mehrwertsteuersatz auf Speisen nun von 19 % auf 7 % gesenkt, bedeutet das rechnerisch zwar eine Entlastung von ca. 10 % auf den Bruttopreis. Doch das Beispiel zeigt, dass diese Entlastung jetzt dringend benötigt wird, um die weiterhin steigenden Kosten aufzufangen und die bestehenden Preise halten zu können. Kommt sie nicht – und ich würde zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht darauf wetten wollen – dann müssen zwangsläufig die Verkaufspreise angehoben, zusätzliche Umsatzquellen erschlossen oder das Angebot deutlich nach unten angepasst werden. Wenn der Gast nur einen bestimmten Betrag ausgeben möchte, so müssen wir ihm andere Gerichte und Dienstleistungen geben und ihn lernen lassen, wo das neue Normal liegt. Es sei daran erinnert, dass wir real immer noch unter dem Niveau von 2019 liegen.

Der Kampf um das wirtschaftliche Überleben ist noch lange nicht vorbei!

Fazit:

- Zu verschenken haben wir nichts.
- Interessenvertreter brauchen Unterstützung – die Senkung ist existenziell!
- Der Mehrwertsteuer-Effekt kann helfen, die Lohnkostensteigerung und inflationär bedingte Preisanpassungen bis zu 3% abzufedern.
- Die Kalkulation von Verkaufspreisen ist unabdingbar.
- Mitarbeiterplanung und Steuerung ist notwendig/ Prozesse müssen stimmen!
- Umsatzniveau muss mindestens gehalten werden/ kein weiterer Rückgang verkraftbar
- Besser heute reagieren, als morgen – wer jetzt schon nichts verdient, muss handeln
- Kommunikation mit den Gästen aufnehmen - zeigen Sie gerne die obige Tabelle
- Geförderte Beratung kann helfen – wenden Sie sich an den Verband oder direkt an mich unter grimm@gastronomieberatung.de

Der Autor Björn Grimm, Inhaber der Grimm Consulting, ist als Betriebsberater für den DEHOGA Hamburg tätig. Mehr als 3.500 Betriebe wurden zwischenzeitlich von ihm und seinem Team begleitet. Der Verband fördert eine Kurzberatung. Weitere Informationen unter www.gastronomieberatung.de Kontakt: grimm@gastronomieberatung.de



FÜR MEHR GENUSS
Wärmeschrank als
Kaffeestation »Caliente«

- für perfekt vorgewärmtes Geschirr
- Temperatur stufenlos regulierbar
- überall integrierbar

www.hagola.de |  



HAGOLA