

## GastroSuisse-Initiative: Die Fakten

GastroSuisse fühlt sich durch die ungleiche Besteuerung der Nahrungsmittel und alkoholfreien Getränke je nach Verzehrort ungerecht behandelt. Tatsächlich gilt für die Konsumation im Restaurant der normale Mehrwertsteuersatz von 7.6%, wohingegen die Lebensmittel im Detailhandel oder bei Take away-Anbietern mit dem reduzierten Satz von 2.4% besteuert werden.

Aus Sicht der IG DHS ist die Forderung der GastroSuisse, diese Ungleichheit abzuschaffen, abzulehnen:

### Unterschiede zwischen Detailhandel, Take away-Betrieben und Restaurants

Kauft man Esswaren und alkoholfreie Getränke in Take away-Betrieben zum Mitnehmen, gilt der reduzierte Mehrwertsteuersatz von 2.4%. Konsumiert man die Speisen und Getränke hingegen vor Ort, wird der Normalsatz von 7.6% angewendet. Das gleiche Modell kommt auch bei einem Gastwirt zum Einsatz, der seine Waren „über die Gasse“ verkauft.

Gastwirt und Take away-Betriebe werden also bezüglich der Mehrwertsteuer gleich behandelt; ein McDonald's ist nicht besser gestellt als ein Wirt, der seine Pizza über die Gasse verkauft.

Wer nur Take away-Speisen und -Getränke zum Mitnehmen anbietet, kann alles mit dem reduzierten Satz abrechnen (Ausnahme Alkohol). Dies, weil ausser Speisen und Getränken keine weiteren, sogenannten „gastgewerblichen“ Leistungen verkauft werden.

Diese Art von Take away-Betrieben sind dem Detailhandel gleichgestellt. In beiden Fällen gilt der reduzierte Mehrwertsteuersatz, da neben dem reinen Verkauf von Lebensmitteln keine weiteren Zusatzleistungen angeboten werden.

#### a. Sinnvolles Abgrenzungskriterium „gastgewerbliche Leistungen“

Der reduzierte Satz findet gemäss Art. 25 MWSTG vorliegend also Anwendung auf alle Nahrungsmittel (Essen sowie Trinken ohne Alkohol), **sofern** diese **nicht im Rahmen von gastgewerblichen Leistungen** abgegeben werden.

Das Abgrenzungskriterium ist also die „**gastgewerbliche Leistung**“. Darunter versteht man bei der MWST entweder das Zubereiten bzw. Servieren beim Kunden (Catering mit Service bzw. Kochen beim Kunden) oder das **Bereithalten besonderer Vorrichtungen für den Konsum an Ort und Stelle**. Letzteres trifft für Gastwirte und Take away Anbieter zu, bei denen man vor Ort auch konsumieren kann, neben der allfälligen Möglichkeit, auch Produkte über die Gasse zu erwerben.

„**Das Bereithalten besonderer Vorrichtungen für den Konsum an Ort und Stelle**“ spannt einen Bogen von spartanisch bis luxuriös: auf der einen Seite das Selbstbedienungsrestaurant oder der McDonald's mit Tischen und Stühlen, aber ohne Service. Auf der anderen Seite steht beispielsweise ein Luxusrestaurant, wo der Gast einen Vollservice genießt. Alle möglichen Spielarten auf dieser Skala haben eines gemeinsam: Es

besteht die Möglichkeit, vor Ort zu konsumieren. Dies stellt für den Kunden einen **Zusatznutzen** dar, den der blosser Käufer von Lebensmitteln nie hat. Das Ambiente, der Service, die spezielle Zubereitung und Auswahl der Speisen etc. sind für das Wohlbefinden des Gastes sehr wichtig und rechtfertigen das höhere Preisniveau. Indem die Gastrobbranche nun eine Unterstellung ihrer Dienstleistung unter den reduzierten Satz verlangt, produziert sie einen Rohrkrepierer. Sie ignoriert, was die Gastlichkeit ausmacht, den unbestreitbaren Zusatznutzen, die sie dem Gast bietet. Eine Branche redet ihre Stärken klein, was schwer verständlich ist.

In fast allen Fällen hat dieser **Zusatznutzen** auch einen **Einfluss auf die Preisbestimmung**, es sei denn, der Anbieter entscheide sich, eine geringere Marge aufgrund des Normalsatzes hinzunehmen und keinen Preisunterschied im Vergleich zu den Produkten zum Mitnehmen zu machen. Dies ist etwa bei McDonald's der Fall, wo ein Hamburger gleich viel kostet, egal ob man ihn über die Gasse kauft oder ihn vor Ort in den hierfür vorgesehenen besonderen Vorrichtungen für den Konsum verzehrt. In solchen Fällen wird die Zurverfügungstellung dieses Zusatznutzens über alle Preise generell abgegolten.

Schliesslich müssen aus betriebswirtschaftlichen Überlegungen **alle Elemente für die gastgewerbliche Leistungserstellung preisbildend berücksichtigt** werden, d.h. die Küche, das übrige Personal, die Miete für die Einrichtungen vor Ort, alle Unterhaltskosten, die Abschreibungen und so weiter. **In aller Regel ist daher dieser Zusatznutzen, der hier dem Gast angeboten wird, sehr kostspielig.** Nahrungsmittel dagegen kann der Gastronom im Grosshandel meist recht günstig beziehen, sofern es sich nicht um Exklusivitäten und Delikatessen handelt. Somit sind die Produkte für die eigentliche Verpflegung des Gastes oft einer der kleineren Aufwandspositionen im Gastgewerbe.

## **b. Angebotspaket und Konnex zur Mehrwertsteuer**

Die **Kostenintensität** dieses Zusatznutzens lässt sich an Hand eines **gutbürgerlichen Restaurants** darstellen. Dieses „verkauft“ nicht nur Essen und Getränke, sondern es bietet auch eine **Erlebniswelt**, beispielsweise mit einer schönen Aussicht auf den See und einem aufmerksamen Servicepersonal.

**Wer also in ein Restaurant geht, der will sich bekochen und bedienen lassen** und dazu etwa noch die Aussicht auf einen See geniessen. Der Konsument weiss aber, dass dieser Service seinen Preis hat. Und der Konsument ist bereit, dafür mehr zu bezahlen, denn er will in diesem Falle dieses ganze **Angebots- und Dienstleistungspaket**.

**Das ganze Paket** bezahlt der Gast schliesslich über **die Rechnung**, in der die Preise für das Essen und die Getränke, für seine Konsumation, aufgelistet sind. Die Preise sind viel höher als im Detailhandel, weil hier für den Gast gearbeitet wurde, und weil er vor Ort bewirtet wurde. Die Einkaufspreise für die Lebensmittel stehen deshalb zum Teil in keinem Verhältnis zu den Abgabepreisen.

Wenn man deshalb in solchen Fällen eine Gewichtung vornimmt, **welche Leistungen wie zu beurteilen sind**, so machen die Nahrungsmittelpreise im Verhältnis zu den übrigen Preisen maximal die Hälfte aus. Sie können aber auch weit darunter liegen. Und somit stehen hier eher alle übrigen Dienstleistungen und Leistungen im Vordergrund, die es dann auch rechtfertigen, dass das ganze Paket zum **Normalsatz von 7.6%** abgerechnet wird.

Denn **Dienstleistungen dieser Art sind generell zum Normalsatz steuerbar**. Dass all diese Leistungen einen wichtigen Faktor bei der Preisbestimmung bilden, zeigt sich auch beim Zapfengeld, das der Gast für selbst mitgebrachte Weine bezahlen muss. Damit bezahlt er die Miete, das Mobiliar, die Bedienung und so weiter.

### c. Zivilrechtliche Würdigung und Konnex zur Mehrwertsteuer

Das Abkommen zwischen Gast und Wirt ist juristisch gesehen ein Vertrag sui generis, der im besonderen Teil des Obligationenrechts (OR) nicht vorkommt, aber alle möglichen Elemente der dort vorkommenden Verträge hat. In der Fachsprache spricht man vom **Bewirtungsvertrag**.

Die Bedienung des Gastes geschieht im **Auftragsverhältnis**. Bei der Zubereitung der Getränke und Speisen handelt es sich um einen **Werklieferungsvertrag**. Bei der Abgabe von Getränken und Speisen handelt es sich um einen **Kaufvertrag**. Bei der Überlassung eines Platzes (Einrichtung, Besteck, usw.) handelt es sich um **Miete**; ebenso bei der Benutzung der Räumlichkeiten (z.B. Toilette). Zudem hat der Gastronom auch die Pflicht, für die **Sicherheit des Gastes** besorgt zu sein.

**Abgesehen vom reinen Kauf wären hier, isoliert betrachtet, alle übrigen Leistungen bei der MWST zum Normalsatz steuerbar**. Also auch der Werklieferungsvertrag (die Zubereitung der Speisen mit eigenen Rohstoffen). Der Kauf bezieht sich allenfalls auf den Verkauf einer Packung Chips oder eines Nussgipfels.

Dagegen handelt es sich beim **Kauf von Essen und Trinken zum Mitnehmen**, sei es bei einem Detaillisten, sei es bei einem Take away-Anbieter, immer um einen **einfachen Kaufvertrag**. Es werden Lebensmittel verkauft bzw. gekauft. Und der Verkauf von Lebensmitteln unterliegt dem reduzierten Satz von 2.4% MWST gemäss Art. 25 MWSTG.

### d. Fazit

Überall, wo zusätzlich zur Abgabe von Nahrungsmitteln **gastgewerbliche Leistungen** angeboten werden, rechtfertigt sich der Normalsatz, weil dadurch ein ganz anderes und vielfältigeres **Angebotspaket** offeriert wird und die Mehrheit der angebotenen Leistungen mehrwertsteuertechnisch zum Normalsatz steuerbar sind.

Die Leistungen, die ein Restaurant anbietet, sind daher **nicht vergleichbar** mit den Leistungen eines Detaillisten oder eines Verkaufs im Take away-Bereich über die Gasse. Bei Letzteren handelt es sich allein um den Verkauf von Waren (Lebensmitteln) und somit um eine eindimensionale Angelegenheit. Auch etwa bei Convenience Produkten aus dem Detailhandel braucht der Käufer schliesslich eine Mikrowelle oder einen Kochherd. Und bei einer Pizza über die Gasse muss er sich einen Ort suchen, wo er das gekaufte Essen konsumieren kann.

Hingegen kann der Gast in der **Mehrdimensionalität des Restaurationsbetriebs** ein ganz anderes Konsumerlebnis erfahren und seine Mahlzeit ohne weitere eigene Aufwendungen und Anstrengungen an einem sicheren Ort geniessen.

Die **Initiative von GastroSuisse** vermischt somit Dinge, die man auseinanderhalten muss. Denn Gleiches ist nach Massgabe seiner Gleichheit gleich zu behandeln, Unglei-

ches dagegen ungleich. Vorliegend stehen sich **ungleiche Sachverhalte** gegenüber. Der Verkauf von Lebensmitteln kann nicht mit dem Konsum von Lebensmitteln in Restaurants verglichen werden. Denn **das grosse Plus (gastgewerbliche Leistung)**, das hier die Gastronomie bietet, fehlt beim Nahrungsmittelverkauf völlig, was sich auch selbstredend in den Preisen niederschlägt, die der Gast in Restaurants aber gerade deshalb bereit ist zu zahlen, weil ihm eben auch mehr geboten wird.

Im Übrigen ist die **Frage, ob man Lebensmittel zum reduzierten Satz anbieten soll oder nicht**, oder ob man überhaupt noch einen reduzierten Satz haben will, ein Politikum. Die IG DHS ist der Ansicht, dass die Einführung eines Einheitssatzes auf jeden Fall nicht sinnvoll ist. Zudem betrifft der reduzierte Satz nicht allein die Nahrungsmittel, die dann massiv teurer würden, sondern etwa auch Medikamente, Zeitungen, Bücher, Pflanzen, Wasser in Leitungen, usw. Hier würde mit einem Schlag ein gutes und austariertes System aufgehoben.

Nicht ausser Acht gelassen werden darf zudem, dass eine Unterstellung der gastronomischen Leistungen unter den reduzierten Mehrwertsteuersatz geradezu prädestiniert ist, Begehrlichkeiten weiterer Branchen zu wecken. Auch Busanbieter oder Coiffeur-Salons könnten zu Forderungen verleitet werden, ihre Dienstleistungen ebenfalls einem reduzierten Satz zu unterstellen. Damit wäre aber die Neutralität des Haushaltsbudgets in ernsthafter Gefahr.