

Der Experte weiss Rat

Die Krux mit der Besteuerung



Hugo Schmid
Dipl. Steuerexperte
Dipl. Wirtschaftsprüfer

Frage: Wegen hohen Investitionen habe ich in den letzten Jahren nicht unwesentliche Beträge an Vorsteuer geltend gemacht. Nun möchte ich mein Hotel verpachten. Wie wirkt sich dies auf die MWST aus?

Antwort: Die Einnahmen des Hotelbetriebes unterliegen der Umsatzsteuer. Somit steht dem Unternehmer auf seinen Auslagen die Vorsteuer zu. Wenn Sie den Hotelbetrieb nun verpachten, so stellt dies im mehrwertsteuerrechtlichen Sinne eine Nutzungsänderung dar, denn statt der Betriebserlöse nehmen Sie künftig Mietzinsserträge ein. Diese Mietzinsserträge sind gemäss Mehrwertsteuergesetz von der Steuer ausgenommen.

Vorsteuerkürzung bei Nutzungsänderung
Eine Nutzungsänderung kann teuer zu stehen kommen, denn es erfolgt eine Kürzung der geltend gemachten Vorsteuer auf den Auslagen in die Immobilie. Dabei gelten folgende Regeln:

- Die Vorsteuer auf laufenden Unterhaltsauslagen (werterhaltende Aufwendungen, Betriebsstoffe und andere Aufwendungen ohne Anlagecharakter) wird nicht korrigiert.
- Bei den wertvermehrenden Auslagen erfolgt eine Vorsteuerkorrektur. Dabei ist wichtig, dass bei der Mehrwertsteuer auch Aufwendungen im Zusammenhang mit Energie-, Umweltschutz- und denkmalpflegerischen Massnahmen als wertvermehrend eingestuft werden, auch wenn diese Kosten bei den direkten Steuern ganz oder teilweise abziehbar sind.
- Zudem führen Renovationskosten, welche pro Bauphase insgesamt 5 Prozent des Gebäudeversicherungswertes vor der Renovation übersteigen, ebenfalls zu einer Vorsteuerkürzung.

Die Kürzung der Vorsteuer auf diesen Auslagen nimmt nach jedem vollen abgelaufenen Nutzungsjahr linear 5 Prozent ab (siehe Berechnungsbeispiel).



Eine Nutzungsänderung eines Hotels kann zu Vorsteuerkürzungen führen.

iStock

Vermeidung der Vorsteuerkürzung durch Option

Möchten Sie eine Vorsteuerkürzung vermeiden und zudem auch auf künftigen Liegenschaftskosten die Mehrwertsteuer geltend machen, so können Sie die Mietzinsserträge freiwillig der Mehrwertsteuer unterstellen (sogenannte Option). Dabei wird auf der Miete die Mehrwertsteuer hinzugerechnet und, sofern der Mieter selber mehrwertsteuerpflichtig ist – was bei einem Hotelier der Fall ist –, steht ihm auf diesen Mehrauslagen der Vorsteuerabzug zu. Abgesehen von dem kleinen Nachteil, wonach der Mieter die Mehrwertsteuer während jeweils eines Quartals vorzuschiessen hat, ist die Option für den Mieter grundsätzlich steuerneutral und nicht nachteilig.

Eine Voraussetzung der Option ist allerdings, dass der Eigentümer der Liegenschaft eine unternehmerische Tätigkeit ausübt. Wenn sich Ihre Hotelliegenschaft

in einer Aktiengesellschaft oder einer anderen Rechtsform einer juristischen Person befindet, ist diese Anforderung grundsätzlich erfüllt. Die Rechtsform der Einzelunternehmung setzt hingegen voraus, dass die Liegenschaft weiterhin als Geschäftsvermögen behandelt wird, und in diesem Fall sind unbedingt auch die sozialversicherungsrechtlichen Einflüsse und die Aspekte der direkten Steuern einzubeziehen.

Sonderfall Personalzimmer

Da die Mietzinsserträge von Personalzimmern von der Mehrwertsteuer ausgenommen sind, müsste nun aufgrund der Gesetzessystematik eine Vorsteuerkorrektur erfolgen. Anstelle einer komplizierten Berechnung kann der Hotelier diese Vorsteuerkürzung mit einer annäherungsweise Ermittlung abrechnen: Für jedes vermietete Zimmer wird monatlich ein Bruttowert von 50 Franken (inkl. MWST) oder jährlich ein solcher von 600 Franken

Berechnungsbeispiel Vorsteuerkürzung bei Nutzungsänderung

Ein Hotelier hat vier Jahre vor der Verpachtung eine Grossrenovation im Umfang von 1 080 000 Franken getätigt. Gerechnet mit einem Gebäudeversicherungswert von 15 Millionen Franken liegt diese Grossrenovation über der Marke 5 Prozent und es erfolgt eine Vorsteuerkürzung in folgendem Ausmass:

- Geltend gemachte Vorsteuer aus der Grossrenovation 80 000 Franken;
 - Reduktion der Vorsteuerkürzung um 5 Prozent pro Jahr – in vier Jahren somit Reduktion um 20 Prozent;
 - Vorsteuerkürzung somit 64 000 Franken.
- Es ist zu prüfen, ob eine freiwillige Unterstellung unter die Mehrwertsteuerpflicht möglich ist und ob die Vorsteuerkürzung damit vermieden werden kann.

zum Normalsatz von 8 Prozent abgerechnet und in der Mehrwertsteuerabrechnung deklariert.

Schlussfolgerungen

Die Verpachtung des bisher selbst geführten Hotelbetriebes stellt mehrwertsteuerrechtlich eine Nutzungsänderung dar. Daraus ergibt sich, dass die Vorsteuer auf Investitionen der letzten zwanzig Jahre teilweise zurückgeführt werden müsste. Es ist zu prüfen, inwiefern eine freiwillige Unterstellung der Mietzinsserträge (Option) möglich ist und damit erhebliche Steuerfolgen vermieden werden können.

Haben Sie Fragen an Hugo Schmid?

Schreiben Sie ein E-Mail an Hugo Schmid, Bommer+Partner Treuhandgesellschaft: h.schmid@bommer-partner.ch

Tourismusmarketing

Die Erfolgsfaktoren strategischen Marketings im Tourismus

Das Praxisbuch «Strategisches Tourismusmarketing. Erfolgreiche Planung und Umsetzung von Reiseangeboten» ist soeben in einer sorgfältig aktualisierten, zweiten Auflage erschienen. Es fokussiert die Erfolgsfaktoren strategischen Marketings im Tourismus, unter Berücksichtigung der zahlreichen Veränderungen in der Tourismusindustrie seit der Erstauflage vor neun Jahren – Autor Knut A. Wies-

ner nennt im Vorwort etwa die Entwicklung in den Schwellenländern China und Indien sowie Online- und mobile Kommunikation. Beispiele und zahlreiche Grafiken veranschaulichen dabei die dargestellten Instrumentarien, um sowohl Praktikern als auch Studierenden den Zugang zum Buch zu ermöglichen. Es richtet sich an alle, die Vertrieb und Marketing in Tourismusunternehmen, Re-

gional- und Destinationsmanagement gestalten.

Knut A. Wiesner, **Strategisches Tourismusmarketing. Erfolgreiche Planung und Umsetzung von Reiseangeboten**, 2., neu bearbeitete Auflage, 239 Seiten, Erich Schmidt Verlag, ISBN 978-3-503-16592-6, ca. CHF 64.90

Das Buch ist erhältlich auf hotelleriesuisse.ch/buchshop



Hotelmarketing

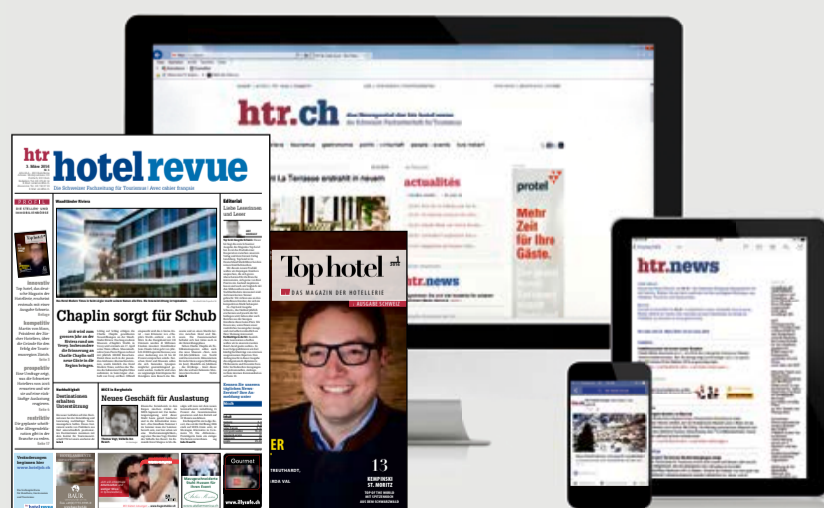
Best Practice aus der Branche

Soeben ist die 360-seitige «Hotelmarketing-Fibel Nr. 3» erschienen mit dem Untertitel «Das Jahrbuch der Hotelmarketing Gruppe mit einzigartigen Hotelkonzepten, visionären Hoteliers und wichtigen Trends im Hotelmarketing.» Herausgegeben wird sie von der Luzerner Agentur Heim Hotelmarketing, die familien- oder inhabergeführte Hotels in der Deutschschweiz bei der Marke-

tingplanung und -umsetzung unterstützt und zum Berater Netzwerk von hotelleriesuisse gehört. Die Fibel beinhaltet neben Beispielen für Hotelkonzepte viele Fachbeiträge aus der Schweiz, aus Deutschland und aus Österreich.

Weitere Informationen und die Online-Version der Hotelmarketing-Fibel auf hotelmarketing.ch

ANZEIGE



Präsent auf allen Kanälen!
htr – Ihr Werbepartner

Wir schicken Ihnen gerne unsere Mediadokumentation.
Telefon 031 370 42 37, insetate@htr.ch