

WAS BRINGT DER NEUE HOTELKONTEN-RAHMEN 2006?

FRAGE: Wir haben kürzlich einen Betrieb in Gstaad übernommen und eine auf die Hotelbranche spezialisierte Software-Firma hat uns die Finanzbuchhaltung nach dem neuen Hotelkontenrahmen 2006 eingerichtet. Darin werden unter anderem die betriebswirtschaftlichen Ergebniskennzahlen Gross Operating In-come (GOI) und Gross Operating Profit (GOP) ausgewiesen. In diesem Zusammenhang interessieren uns die Benchmarks zu GOI und GOP – sowie die Vorteile, die der neue Hotelkontenrahmen 2006 bringt.

B.L., Hotelier, Bern



Martin Eltschinger,
Hotel-Finanzexperte.

ANTWORT: Der neue Hotelkontenrahmen 2006 bringt gegenüber früheren Rechnungslegungsnormen zwei wesentliche Vorteile. Einerseits ist er international ausgerichtet und lässt im Rahmen der zunehmenden Globalisierung internationale Betriebsvergleiche zu. Andererseits ermöglicht der neue Kontenrahmen eine Spartenrechnung mit Separatausweis «Zwischenergebnis GOI» für jedes Profitcenter. Dadurch wird die Aussagekraft der Jahresrechnung verbessert und die finanzielle Führung erleichtert. Auch bei Leistungskombinationen lässt sich die nach Art. 19 des revidierten Mehrwertsteuergesetzes 2010 verlangte Kalkulation leichter und präziser erstellen, was bei richtiger Anwendung sowohl für den Gast als auch für die Hotelunternehmung einen finanziellen Vorteil mit sich bringen kann.

Beim GOI (Bruttobetriebserfolg) handelt es sich um ein Zwischenergebnis, das den Umsatz um die direkten Aufwände, Personal und übrige direkte Betriebsaufwände vermindert zeigt. Der GOI stellt zusammenfassend ein Ergebnis aus den Sparten Restauration, Beherbergung, Nebenleistungen und übrige Erträge dar, welches die direkt zuteilbaren Aufwände mitberücksichtigt. Die Gemeinaufwände Verwaltung, Marketing, Unterhalt, Energie, Liegenschafts- und Versicherungsaufwand sowie übriger Aufwand werden nicht im GOI erfasst. Ein wesentlicher Vorteil des GOI ist, dass er pro Sparte separat ausgewiesen werden kann.

Analysen aus verschiedenen Betrieben zeigen, dass der Idealwert des GOI zwischen 42 und 50 Prozent des Umsatzes liegt. Spitzenbetriebe erreichen einen GOI von bis zu 55 Prozent. Ein GOI unter 40 Prozent ist als genügend einzustufen. Auf die Sparten betrachtet, sollte in der Restauration nach Abzug der Warenaufwände von rund 30 bis 35 Prozent und den Personalkosten von rund 40 Prozent mindestens ein GOI zwischen 22 und 27 Prozent erzielt werden, während der GOI in der Beherbergung zwischen 60 und 70 Prozent betragen sollte. Damit liegen konkretere Zahlen über die Führung der einzelnen Sparte vor.

Der GOP (Bruttobetriebserfolg) ergibt sich nach Abzug der Gemeinkosten Verwaltung, Marketing, Unterhalt, Energie und übriger Aufwand. Der Idealwert des GOP liegt zwischen 22 und 27 Prozent des Umsatzes. Aus dem GOP sollten die Liegenschafts- und Versicherungsaufwände, die Mieten und Leasingkosten, die Abschreibungen und Finanzierungskosten sowie die Steuern finanziert werden. Liegt der GOP unter 20 Prozent, wird erfahrungsgemäss zu wenig abgeschrieben bzw. können die Reinvestitionskosten nicht mehr gedeckt werden. Der GOP eignet sich auch als Ausgangsgrösse für die Erfolgsbeteiligungen. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass der in den Gemeinkosten enthaltene Unterhalt bereinigt wird. Erfolgreiche Hoteliers erfassen meistens im Unterhalt Investitionskosten, was in der handelsrechtlichen Erfolgsrechnung zu einem tieferen GOP führt. Erfahrungsgemäss kann von folgenden Unterhaltskosten ausgegangen werden: Fünfsterne-Betriebe, 5 bis 7 Prozent des Umsatzes. Viersterne-Häuser, 4 bis 5 Prozent des Umsatzes. Dreisterne-Betriebe, 3 bis 4 Prozent des Umsatzes.

Durch die Ermittlung der neuen Kennzahlen in der Erfolgsrechnung kann zweifelsohne die finanzielle Führung verbessert werden. Die Anwendung und Umsetzung des neuen Hotelkontenrahmen 2006 und die gesamte finanzielle Führung wird in der Hotelnachwuchsausbildung an den Hotelfachschulen an verschiedenen Fallbeispielen trainiert.

Weiterführende Informationen bietet auch die neue Publikation «Finanzmanagement Hotellerie» (771 Seiten, CHF 150.-), zu beziehen unter www.eac-eltschinger.ch. **H**

Der Autor: Martin Eltschinger ist dipl. Wirtschaftsprüfer und dipl. Bankfachexperte sowie Geschäftsinhaber der EAC Eltschinger Audit & Consulting AG, Thalwil. Er ist einer der renommiertesten Finanzexperten für die Hotellerie.

Kontakt: consulting@eac-eltschinger.ch
www.eac-eltschinger.ch