

Interview mit der Autorin

## Umsatzsteuer in der Touristik

**Frau Wolf, die Reisewirtschaft hatte vor der Corona-Krise erheblich vier Prozent zum Brutto-Inlands-Produkt beigetragen. Wie hart wurde sie von der Pandemie getroffen und inwieweit konnten die staatlichen Finanzhilfen die Reisebranche stützen?**

**Wolf:** Die Reisebranche ist eine der Branchen, die erheblich und massiv von der Corona-Pandemie beeinträchtigt wurden. Selbstverständlich hat der Staat mit seinen Unterstützungshilfen dazu beigetragen, dass die Touristiker besser durch die Pandemie kamen. Allerdings ist auch festzustellen, dass die Beantragung der Hilfen oft sehr bürokratisch war, sehr langwierig, sehr kompliziert, und auch sehr teuer für die Unternehmen, weil die Berater haben das natürlich auch abgerechnet. Die Hilfen mussten auch versteuert werden. Es war wichtig, dass die Touristiker durch die Beschäftigung mit diesen Hilfen nicht vollständig außer Acht ließen, auch die Zukunft im Auge zu behalten, wie sie sich in Zukunft aufstellen werden und was die Pandemie für die Branche an Veränderungen heißt.

**In der Reisebranche werden eine ganze Reihe von bürgerlich-rechtlich unterschiedlichen Leistungen erbracht. Teils als Einzelleistungen, teils als verbundene Leistungen. Teils durch unternehmenseigene Mitarbeiter, teils durch beauftragte Unternehmer, teils als Vermittlungsleistung. Ein Großteil der Leistungen wird zudem länderübergreifend erbracht. Wie wirkt sich eine solche Komplexität auf den Betrieb und die Geschäftsführung eines solche Leistungen erbringenden Unternehmens aus?**

**Wolf:** Das wirkt sich natürlich erheblich aus auf das jeweilige Unternehmen, diese Komplexität, die das verursacht. Das heißt, ein Reiseunternehmer muss sich natürlich klar sein bei seinen Umsätzen, was für eine Art von Umsätzen er erbringt. Ist dieser Umsatz (a) eine Vermittlung? Ist der Umsatz (b) eine Veranstaltung und so weiter? Ist er bei Umsatz (c) Leistungsträger? Weil jede Umsatzart ist umsatzsteuerlich anders zu handhaben bezüglich der Finanzbuchhaltung, bezüglich der Umsatzsteuervoranmeldung, bezüglich der Rechnungsstellung, bezüglich der Kalkulation der Preise, zu denen dann das jeweilige Produkt angeboten wird. Und länderübergreifend ist natürlich dann auch noch zu berücksichtigen, wie in anderen Ländern die Umsatzsteuer beziehungsweise welche Umsatzsteuersätze abzuführen sind.

**§ 25 des Umsatzsteuergesetzes regelt die Umsatzbesteuerung von Reiseleistungen. Der Begriff der Reiseleistung wird im Gesetz selbst nicht definiert. Was sind Reiseleistungen im Sinne des Umsatzsteuerrechts?**

**Wolf:** Reiseleistungen im Sinne des Umsatzsteuerrechts sind mit Reisen verbundene Dienstleistungen, also typisch zum Beispiel Übernachtung oder Beförderung, die der Kunde selber konsumiert und die der Reiseunternehmer einkauft, also die er nicht selbst erbringt, sondern die er einkauft. Und diese Kombination „eingekaufte Leistung“, die der Kunde konsumiert auf der Reise und die dann eben weiterverkauft wird, diese Kombination ist im Umsatzsteuerrecht eine Reiseleistung, die der Margenbesteuerung unterliegt.

**§ 25 ordnet die Margenbesteuerung an. Was ist eigentlich der Hintergrund dieser Sonderregelung für die Anbieter von Reiseleistungen?**

**Wolf:** Der Hintergrund für die Sonderregelung, die es seit den 80er Jahren gibt, ist, dass dem Reiseunternehmen hier geholfen werden soll. Es soll ihm das Leben erleichtert werden, weil der Reiseunternehmer möglicherweise viele verschiedene Länder anbietet, beziehungsweise auch Reisen können über mehrere Länder gehen und ohne diese Erleichterung müsste der Reiseunternehmer in jedem Land, in dem die Reise stattfindet, umsatzsteuerlich registrieren lassen, die Umsatzsteuerregelungen des Landes kennen. Das macht es natürlich unheimlich komplex. Diese Sonderregelung ist eine Vereinfachung, die besagt, dass der Reiseunternehmer, der in Deutschland ansässig ist, für diese Reiseleistungen – egal wo sie stattfinden – einfach nur das deutsche Umsatzsteuerrecht kennen und anwenden muss und nur in Deutschland Umsatzsteuer anfällt.

**Wodurch unterscheiden sich Regelbesteuerung und Margenbesteuerung eigentlich?**

**Wolf:** Der Unterschied zwischen Regelbesteuerung und Margenbesteuerung ist steuerlich von großer Wirkung. Die eine große Unterscheidung ist, dass man bei der Regelbesteuerung als Unternehmer normalerweise ein Recht zum Vorsteuerabzug hat. Bei der Margenbesteuerung wird alles, was der Reiseunternehmer einkauft, für diese Eingangsleistungen gibt es keinen Vorsteuerabzug, Brutto für Netto gekauft. Die zweite wesentliche Unterscheidung ist, dass bei der Regelbesteuerung jede einzelne Leistung angesehen und umsatzsteuerlich separat behandelt wird, während bei der Margenbesteuerung diese Reise, aus welchen Komponenten sie auch immer bestehen mag, zu einer Leistung zusammengefasst wird. Und diese eine Leistung wird als komplexe Leistung behandelt per Fiktion. Und eine komplexe Leistung hat dann auch nur in einem Land den Leistungsort, das heißt in einem Land das Besteuerungsrecht und auch nur einen Steuertarif in der Regel.

**Mit dem Jahressteuergesetz 2019 wurde § 25 Umsatzsteuergesetz geändert. Welche Änderungen sind das und welche Auswirkungen ergeben sich hieraus für die Reisebranche?**

**Wolf:** Die Änderung des Umsatzsteuergesetzes zum § 25 UStG für Reiseleistungen besteht in erster Linie aus zwei großen Punkten. Der eine Punkt betrifft die B2B-Reiseunternehmer und der andere Punkt die B2C-Reiseunternehmer.

B2B ändert sich, dass jetzt in der Leistungskette auch im Verkauf zwischen zwei Reiseunternehmern oder an einen Geschäftsreisenden die Margenbesteuerung Anwendung finden muss. Das hat den großen Nachteil für den Reiseunternehmer oder für den Geschäftsreisenden, dass er kein Recht hat zum Vorsteuerabzug. Also das Produkt wird für ihn dadurch erheblich teurer.

Und es gibt die große Änderung im B2C-Bereich, also beim Verkauf von beispielsweise Urlaubsreisen, von Freizeitprodukten – das ist ein Massenmarkt in der Regel, also nicht maßgeschneidert wie im B2B-Bereich, für Incentives zum Beispiel –, dass hier die Reiseveranstalter nun – obwohl es ein Massenmarkt ist – jede einzelne Reisebuchung oder jeden einzelnen Reisenden separat behandeln müssen insofern, dass es für ihn eine individuelle Bemessungsgrundlage geben muss, aus der dann eben die Margensteuer berechnet werden muss. Und das ist für den Reiseunternehmer ein sehr großer Aufwand mit sehr viel Verwaltungskosten und sehr viel Bürokratie. Erstmals muss er seine IT entsprechend ändern, die das auch so abbilden kann, dass pro Reisenden beziehungsweise pro Buchung die Bemessungsgrundlage erfasst werden kann.

**Welche Schwierigkeiten ergeben sich hieraus für die Unternehmen der Reisebranche aus dieser Duplizität von Regelbesteuerung und Margenbesteuerung? Ist für den Leistungserbringer in jedem Fall automatisch ersichtlich, ob es sich jeweils um einen Sachverhalt handelt, der der Regel- oder der Margenbesteuerung unterliegt? Was kann der Unternehmer im Zweifelsfall hier tun?**

**Wolf:** Es ist nicht immer ersichtlich für den Unternehmer, ob er jetzt mit seinem Produkt, das er am Markt anbietet, der Regel- oder der Margenbesteuerung unterliegt. Das heißt, er muss sich das genau ansehen. Gerade die B2B-Verkäufer, die ja bislang mit der Margenbesteuerung nichts zu tun hatten, für die ist das ein Thema, das ganz klar voneinander abzugrenzen ist. Manche Produkte fallen – möglicherweise auch nur anteilig – unter die Margenbesteuerung. Und dann gibt es natürlich auch noch Wirtschaftsunternehmen, die aber auch Betriebsveranstaltungen organisieren oder anbieten für ihre Mitarbeiter oder Incentives oder Tagesausflüge oder nur eine separate Leistung anbieten, zum Beispiel nur Beförderung, die nun für sich klären müssen mit ihren Steuerberatern, ob sie mit diesen Leistungen jetzt auf einmal der Margenbesteuerung unterliegen und dann entsprechend natürlich dies berücksichtigen müssen bei ihrer Preisbildung und ihrer Steueranmeldung.

**Nachdem die Margenbesteuerung nun seit 2019 auch für viele B2B-, also Business-to-Business-Umsätze gilt, stellt sich die Frage. Wie ist diese Neuregelung in der Branche angenommen worden? Gab es Umsetzungsschwierigkeiten? Wie ist diese Gesetzesänderung aus Sicht der Leistungserbringer in der Reisebranche und deren Berater zu bewerten?**

**Wolf:** Diese Gesetzesänderung ist in der Branche noch nicht wirklich angekommen. Das liegt zum einen daran, dass natürlich aufgrund der Corona-Pandemie auch wesentlich weniger gereist werden konnte. Diese ganzen Vorschriften bezüglich Quarantäne oder Schnelltests oder Reisebeschränkungen, diese ganzen Vorschriften haben dazu geführt, dass viele Reisen und auch Geschäftsreisen gar nicht stattgefunden haben und die Reiseunternehmer insofern auch mit dem Thema nicht so befasst waren. Sie waren natürlich auch sehr viel befasst mit den Überbrückungshilfen. Wenn die Reisebranche wieder anläuft – was hoffentlich dann nächstes Jahr der Fall ist in 2022 –, werden die Themen erst richtig deutlich werden in der Praxis. Es gibt ja momentan auch noch eine Übergangsvorschrift, die bis Ende 2021 läuft, auf die sich Unternehmen berufen können, das heißt, sie können im Moment noch diese neue Gesetzeslage ausklammern, wenn sie möchten. Das heißt: So richtig konfrontiert werden wird die Branche dann erst ab 2022.

**Frau Wolf, wenn Sie einen Tag Europäischer Gesetzgeber für die Umsatzsteuer sein dürften, was würden Sie ändern?**

**Wolf:** Wenn ich Gesetzgeber wäre, dann würde ich da etwas ändern, wo die Branche im Moment sehr negativ belastet ist. Das ist das Thema Internet und das ist das Thema Drittlandsveranstalter. Für Drittlandsveranstalter gilt die Margenbesteuerung nicht, das heißt, sie können in Deutschland rein oder in den europäischen Markt rein Reisen verkaufen, die nicht margensteuert sind und damit günstiger angeboten werden können, als von hiesigen Veranstaltern. Hiesige Veranstalter haben das Problem, dass sie – wenn sie durch die Kette verkaufen – jeweils mit Margensteuer verkaufen müssen, also die Margensteuer kumuliert sich praktisch auf, das Produkt wird immer teurer. Der Endpreis ist praktisch nicht mehr wettbewerbsfähig und am Markt durchsetzbar im Verhältnis zu diesen Drittlandsveranstaltern. Auch das Internet erlaubt, dass Kunden direkt beim Leistungsträger einkaufen können und gar nicht mehr so angewiesen sind auf Zwischenhändler. Das heißt: Geschäftsmodelle sind gefährdet durch die B2B-Margenbesteuerung. Ich würde als Gesetzgeber dieses Thema etwas abmildern, indem ich die Margenbesteuerung so gestalten würde, dass ich auf EU-Ebene die Möglichkeit des ermäßigten Steuersatzes für Reiseleistungen einführen würde. Das hätte die Folge, dass innerhalb der EU Reiseleistungen zum ermäßigten Steuersatz verkauft werden können. Das heißt, wenn sich jetzt zum ermäßigten Steuersatz die Margensteuer kumuliert, hat es nicht so einen negativen Effekt und auch der Wettbewerb mit den Drittlandsveranstaltern wird nicht zu Lasten der EU-Veranstalter ausgetragen.

**Habe ich das jetzt wirklich richtig verstanden, dass sich im Grunde eine an sich als Vereinfachung für die Branche gedachte Regelung als Wettbewerbsnachteil herausstellt?**

Das ist leider so, weil wir eben diese Thematik haben. Wir haben innerhalb der EU Regeln und wir haben außerhalb der EU Regeln. Die Regeln innerhalb der EU – mit der Einführung der Margenbesteuerung auch B2B – sind zum einen sehr bürokratisch, zum anderen sehr preistreibend, weil auf jeder Stufe Margensteuer anfällt und es keine Möglichkeit gibt zum Vorsteuerabzug. Die Folge ist tatsächlich, dass die EU-Unternehmen das Nachsehen haben. Wenn wir jetzt nicht in so einer digitalen Welt leben würden, wo man angewiesen darauf wäre, dass man seine Reisen nur in der EU buchen kann, dann hätte das nicht diese negativen Konsequenzen. Aber da wir eben unsere Reisen auch buchen können übers Internet in irgendeinem Drittland – also auch komplexe Reiseprodukte, also auch in der Schweiz, die nicht so weit weg ist und wo es keine Sprachbarriere gibt –, muss man sagen, dass die EU-Reiseveranstalter sehr sehr beeinträchtigt sind durch die neue Regelung.

**Es gibt also viel zu tun für die Reisebranche. Sie sind Autorin des Buchs „Umsatzsteuer in der Touristik“, das im Erich Schmidt Verlag erscheint. Das Buch hat sich in seinen bisherigen drei Auflagen zu einem Standardwerk entwickelt. Die letzte Auflage stammt aus dem Jahr 2015, also noch vor der erörterten Änderung des § 25 des Umsatzsteuergesetzes. In wenigen Wochen wird die vierte, neu bearbeitete Auflage erscheinen. Worauf darf sich die Leserschaft freuen?**

**Wolf:** Die dritte Auflage hatte ja diese B2B-Margenbesteuerung auch schon etwas mitaufgenommen, weil der Europäische Gerichtshof hatte darüber ja 2013 geurteilt. Jetzt haben wir aber die neuen Regelungen und wissen wir mehr dazu, wie jetzt diese neuen Änderungen gelebt werden sollen und wie sie ins Gesetz aufgenommen wurden. Das ist jetzt in der vierten Auflage auch berücksichtigt. Der Leser kann sich darauf freuen, dass er ausführlich zur Vermittlung informiert wird. Die Vermittlung ist ein Themenfeld, was an Bedeutung gewonnen hat, weil viele Veranstalter eben aufgrund dieser negativen Änderungen sich überlegen, ob sie auf die Vermittlung umsteigen. Dann ist interessant die Abgrenzung zwischen Eigenleistungen und Reisevorleistungen, also wann liegt man noch mit seinem Produkt in der Regelbesteuerung, wann geht's dann schon in die Margenbesteuerung, wo sind hier die Grenzen. Und dann gibt es noch andere Abgrenzungsthemen, zum Beispiel eServices: Wann liegen eServices vor? Wann liegen noch Reiseleistungen vor? Oder auch das Thema Gutscheine, was in der Touristik ein wichtiges Thema ist. Hier hat sich ja auch auf EU-Ebene einiges geändert. Insgesamt einfach alle aktuellen Themen werden hier abgehandelt.