

T wie To-go: Weniger Service, mehr Gewinn? Das Gründer-ABC

Wer beim Thema „To-go“ zuerst an Steuern denkt, qualifiziert sich alleine dadurch schon als cleverer Gastronom. Denn wie viel am Ende vom Umsatz übrig bleibt, hängt auch von den Steuern ab, die an das Finanzamt zu zahlen sind.

Der deutsche Steuerwahnsinn zeigt sich nämlich in seiner verrücktesten Form in der Gastronomie: Für Lebensmittel gilt grundsätzlich der ermäßigte Mehrwertsteuersatz von 7 Prozent. Hiervon ausgenommen sind alle Getränke, die mit 19 Prozent besteuert werden. Mineralwasser und Milch gelten aber als Grundnahrungsmittel, für die wiederum nur 7 Prozent von den Einnahmen an den Fiskus abzuführen sind.

Verwirrend und unlogisch? Ja, aber es geht noch deutlich schlimmer.

Metzgereien und Bäckereien sowie weitere Betriebe, die ihre Waren hauptsächlich über die Theke – also To-go – verkaufen, können auf diese Weise 12 Prozentpunkte mehr Umsatz machen. Leider profitieren in der Gastronomie aber nur die wenigsten Unternehmen vom ermäßigten Steuersatz. Denn es kommt darauf an, wo gegessen wird. Wird das Essen im Betrieb verzehrt, werden 19 Prozent fällig. Wird es mitgenommen, sind es nur 7 Prozent – das Essen wird vom Finanzamt dann als Dienstleistung bewertet und entsprechend voll besteuert.

Bietest du also Service in Form von Bedienung, Sitzplätzen und Toiletten an, wirst du dafür mit dem fast dreifachen Steuersatz bestraft. Deine Kosten sind deutlich höher als beim klassischen Theken-to-go-Verkauf und dafür darfst du dann wesentlich weniger von deinem Umsatz behalten.

Ungerecht? Klar. Aber auch das kann unser Staat noch toppen:

Nehmen wir den Coffee-to-go. Wird er nun mit 19 Prozent versteuert, weil er ein Getränk ist oder mit 7 Prozent, weil er nicht im Betrieb getrunken wird? Ihr ahnt es schon: Da will der Staat natürlich den höheren Steuersatz haben; ist ja schließlich ein Getränk. Und wenn der Gast nun ein Latte macchiato zum Mitnehmen bestellt? Wenn dieser zu mindestens 75 Prozent aus Milch besteht, was in der Regel der Fall ist, dürft ihr mehr von euren Einnahmen behalten und müsst nur 7 Prozent abführen.

Es kann also entscheidend für euren Geldbeutel sein, wie viel To-go-Geschäft ihr mit eurer Gastronomie erreichen könnt. Erste pfiffige Gründer treiben es auf die Spitze und setzen daher auf Restaurants ohne Dine-in-Option. Diese „Restaurants“ gibt es nicht im realen Leben, sondern nur als reine Bestellplattform im Internet (www.keatz.com, Berlin; www.munchery.com, USA). Sie werden auch „ghost restaurants“ genannt und liefern ihre Speisen und Getränke ausschließlich zum Gast ([mehr dazu hier](#)). Neben dem Vorteil des

verringerten Mehrwertsteuersatzes genießen diese virtuellen Restaurants noch weitere kostensenkende Vorteile:

- Sie können jederzeit ihr Angebot schnell ändern. Ehemals mexikanisch, jetzt bayrisch? Keine teuren Umbauten im Lokal, damit das Ambiente wieder zum Angebot passt. Eine kleine Änderung der Homepage und weiter geht's.
- Sie benötigen nur eine Küche, keinen Gastraum, keine Gäste-Toiletten etc.
- Mehrere virtuelle Restaurants lassen sich über eine Homepage betreuen. Da ist für jeden was dabei.
- Sie brauchen keinen 1A-Standort: Eine Küche im günstigeren Gewerbegebiet reicht.
- Sie benötigen weniger Personal, da keine Gäste vor Ort bedient werden müssen.

Ja, in Deutschland gilt: weniger Service, mehr Gewinn.

Um den Einstieg als virtuelles Restaurant noch zusätzlich zu erleichtern, gibt es in wenigen Städten schon [Foodworking Spaces](#) (z.B. [Herd](#), Wien oder die [Coworking Kitchen](#) in Kiel). Abgeleitet aus den seit langem bekannten Coworking Spaces für Büros. Mehrere, meist kleine und junge Unternehmen nutzen eine professionelle Infrastruktur, die sie sich alleine noch nicht leisten könnten. Für Gastro-Gründer sehr interessant: Sie können ohne die hohen Grundinvestitionen vollausgestattete, professionelle und behördlich genehmigte große Produktionsküchen mit nutzen. Günstiger kann man nicht starten. Und durch das reine To-go-Geschäft mit der größtmöglichen Gewinnspanne.

Meist aber auch mit dem größtmöglichen Müllaufkommen, das aus den notwendigen To-go-Verpackungen resultiert. Insbesondere für Gastro-Gründer sollte das Ziel sein, hierbei auf Nachhaltigkeit zu setzen, um sich direkt zu Beginn von den Mitbewerbern abzusetzen. Die abschließende Auflistung von Anbietern umweltfreundlicher Verpackungen erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit und soll dir lediglich den Einstieg bei der Suche erleichtern:

www.to-go-verpackungen.de

www.bioeinweggeschirr.de

www.biologischverpacken.de

www.biofutura.com

Nächstes Mal: U wie Umsatz – Voll gleich toll?

*Das Gastro-Gründer-ABC auf nomyblog begleitet Sie vierzehntägig mit den wichtigsten Themen von A bis Z. Der Autor **Ralf Klümper** war bis 2017 selbst zehn Jahre Gastronom in Essen („Die Insel“). Seine Praxiserfahrung vermittelt er seitdem als [Gastronomie- und Gründerberater](#). Er schreibt für Gastro-Blogs und Fachpublikationen.*