DAS NEUE RECHNUNGSLEGUNGSGESETZ

Die wichtigsten Fragen für Hoteliers

Was viele Hoteliers noch nicht wissen: Der Kontenrahmen von 1992 entspricht ab dem Jahr 2015 nicht mehr dem Gesetz. Was bedeutet das für die Hotel-Betriebe? Auf was müssen Hoteliers beim neuen Rechnungslegungsgesetz besonders achten? Die Hotel-Finanzexpertinnen Tanja Eltschinger und Melanie Fey-Eltschinger (Bild) beantworten die wichtigsten Fragen.

Hotel-Finanzexpertinnen Tanja Eltschinger und Melanie Fey-Eltschinger.

Weshalb gibt es ein neues Rechnungslegungsrecht?
Das neue Rechnungslegungsrecht wurde am 23. Dezember 2011 von der Bundesversammlung verabschiedet und am 1. Januar 2013 mit einer Übergangsfrist von zwei Jahren in Kraft gesetzt. Das Ziel war, eine einheitliche Ordnung für alle juristischen Personen sowie Einzelunternehmen und Personengesellschaften zu ermöglichen, die einen Umsatz von über 500 000 Franken ausweisen.

Wann muss die Rechnungslegung spätestens an die neuen Richtlinien angepasst werden?
Ab dem Geschäftsjahr mit Beginn am 1. Januar 2015 müssen die neuen Bestimmungen berücksichtigt werden. Ein Saisonbetrieb, der beispielsweise per 31. Oktober abschliesst, muss erstmals im Geschäftsjahr 2015/16 nach dem neuen Rechnungslegungsrecht die Buchhaltung führen. Die Bestimmungen für die Konzernrechnung gelten spätestens ab 1. Januar 2016.

Welches sind die beachtlichsten Rechtsänderungen?
Neu hängen die Vorschriften nicht mehr von der Rechtsform, sondern von der wirtschaftlichen Bedeutung eines Unternehmens ab. Kleinere Hotel-Betriebe werden daher künftig entlastet, während grössere Hotels, die der ordentlichen Revision unterstehen, eine Geldflussrechnung sowie einen Lagebericht erstellen müssen. Die Schwellenwerte für die Konzernrechnung wurden nun auch erhöht. **H**

Den vollständigen Text mit allen 15 Fragen und Antworten finden Sie unter:
www.hotelier.ch/artikel/12072

E-MARKETING

Gratis-Internet im Ferien-Hotel?

FRAGE *Wir bieten in unserem Ferien-Hotel (4 Sterne) in der Zentralschweiz Internet und WLAN noch nicht kostenlos an. Grund: Die Internet-Infrastruktur der Swisscom ist ja nicht kostenlos. Der Gast bezahlt zwischen 25 und 45 Franken für einen Internet-Zugang. Doch immer mehr Hotels bieten diese Dienstleistung nun gratis an. Macht es Sinn, wenn ein Ferien-Hotel Internet- und WLAN-Leistungen kostenlos anbietet?* **G.F., Hotelier**

ANTWORT Der kostenlose Zugriff auf das Internet ist für Hotel-Gäste mittlerweile eine Selbstverständlichkeit. Bietet das Hotel diese Dienstleitung nicht an, entscheidet sich der Gast für ein entsprechendes Mitbewerber-Hotel. Die kostenfreie Nutzung des WLANs muss nicht unbedingt heissen, dass der Hotelier diese Kosten vollumfänglich selber tragen soll. Die Kosten müssen im Zimmerpreis eingeschlossen sein und auf der Hotel-Website als Inklusivleistungen gut sichtbar kommuniziert werden. Der Gast erwartet ausserdem eine einfaches und benutzerfreundliches Login-Prozedere und eine uneingeschränkte, wiederholte Nutzung, auch für mehrere mobile Geräte. Nicht nur für Geschäftsreisende, auch für den Feriengast ist WLAN heute ein Must-have! Mit den heutigen mobilen Möglichkeiten verwischt die Grenze zwischen Freizeit und Arbeit immer mehr. Geschäftsreisen werden mit einem Kurzurlaub kombiniert, und umgekehrt wollen Feriengäste die Gewissheit haben, auch während ihrer Auszeit Mails abrufen zu können. Bietet der Hotelier kein WLAN an, damit «seine Gäste in den Ferien nicht arbeiten», ist dies allenfalls gut gemeint, es ist aber nicht die Aufgabe der Hoteliers, seine Gäste bezüglich Kommunikationsverhalten zu erziehen. Und reist der Feriengast mit Kindern oder Jugendlichen, ist fehlendes WLAN sowieso ein echtes Killerkriterium. Ein Internet-Zugriff ermöglicht dem Gast auch die selbstständige und flexible Organisation seiner Ausflüge und Weiterreise oder die Möglichkeit, im Internet sein Restaurant für den Abend auszuwählen. Will der Hotelier seinen Gästen im Sinne der Erholung den Internetzugriff unterbinden, braucht es eine glasklare Positionierung in Richtung Selfness und «Zurück zu mir»-Strategie mit einer entsprechenden Marketing-Kommunikation. **H**

DIE AUTORIN Lucie Heim ist Geschäftsleiterin von «Heim Hotel-Marketing» und Partner der Hotel-Marketing-Gruppe, einer ausschliesslich auf Hotel-Marketing spezialisierten Fullservice-Agentur. Sie ist eidg. dipl. Marketing-Leiterin, ausgebildet in General Management und hat ein CAS in Tourismus.

KONTAKT
heim@hotelmarketing.ch
www.hotelmarketing.ch