

März 2016

Executive Summary / Kurzfassung

Quantitative Bedeutung der Paragastronomie in fünf österreichischen Bundesländern

von
Friedrich Schneider^{*)}
und
Elisabeth Dreer^{)}**

***) o. Univ. Prof. Dr. Dr. h. c. mult. Friedrich Schneider**

Institut für Volkswirtschaftslehre, Vorstand des Forschungsinstituts für Bankwesen, Johannes Kepler Universität Linz, Altenbergerstraße 69, 4040 Linz, Tel.: +43/732/2468-7340, Fax: +43/732/2468-7341, E-mail: friedrich.schneider@jku.at

****) Dr. Elisabeth Dreer, MSc**

Forschungsinstitut für Bankwesen, Johannes Kepler Universität Linz, Altenbergerstraße 69, 4040 Linz, Tel.: +43/732/2468-3296, E-mail: elisabeth.dreer@jku.at

1. Einleitung - Studiendesign

Die gewerbliche Gastronomie unterliegt strengen steuerrechtlichen, gewerberechtiglichen und sozialrechtlichen Auflagen. Gemeinnützige Vereine dagegen dürfen an drei Tagen im Jahr ohne Gewerbeberechtigung, ohne Konzession und ohne Anmeldung von Personal, Veranstaltungen abhalten. Gemeinnützige Vereine können Veranstaltungen - beispielsweise „kleine Vereinsfeste“ als „entbehrlicher Hilfsbetrieb“ veranstalten. Für kleine Vereinsfeste müssen zwar gewisse Voraussetzungen kumulativ erfüllt sein (z.B., dass das Fest ausschließlich von Vereinsmitgliedern getragen wird); die Zahl der Besucher ist jedoch unerheblich. Dies gilt z.B., wenn ein Faschingsball und ein Sommerfest, im Herbst eine Hundertjahrfeier und ein Nikolokränzchen veranstaltet werden, dann sind alle Einnahmen dem entbehrlichen Hilfsbetrieb zuzurechnen und folglich umsatzsteuerbefreit.¹ In Österreich waren 2014 120.861 Vereine registriert. Sie werden oftmals als Konkurrenz zur Gastronomie angesehen, insbesondere wenn diese über Vereinsveranstaltungen/-feste und/oder über Vereinslokale der Gastronomie Umsätze entziehen (sog. Paragastronomie).²

Da die Frage der Konkurrenzsituation und die Frage der Größenordnung der „entgangenen Umsätze“ nicht aus vorhandenen Statistiken erhoben werden können, wird in der vorliegenden Studie eine Befragung der Bevölkerung in 5 maßgeblichen Bundesländern (Niederösterreich, Oberösterreich, Steiermark, Burgenland und Kärnten) durchgeführt.³ **Ziel der Studie ist die monetäre Quantifizierung der Umsätze in der Paragastronomie in fünf österreichischen Bundesländern. Anhand der berechneten Paragastronomieumsätze wird gezeigt, welche Relation diese zu den Umsätzen der gewerblichen Gastronomie insgesamt und der Kleingastronomie mit 0-9 Beschäftigten haben.**

Abbildung 1 zeigt das Studiendesign: Auf Basis der repräsentativen Befragung werden

(a) die Umsätze in Vereinslokalen und

(b) die Umsätze bei Vereinsfesten

hochgerechnet.

Die Hochrechnung der Umsätze erfolgt jeweils in 2 Varianten. Bei den Umsätzen in Vereinslokalen wird nach Variante 1 eine Hochrechnung aus den Befragungsergebnissen der Bevölkerung ab 15 Jahren durchgeführt, bei Variante 2 erfolgt eine Hochrechnung aus den Ergebnissen einer 2014 durchgeführten und adaptierten Diplomarbeit von M. Gossenreiter zu den Auswirkungen von Vereinslokalen auf das Wirtesterben.⁴ Die Umsätze bei Vereinsfesten werden ebenfalls aus der durchgeführten Befragung ermittelt. In Variante 1 werden wiederum

¹ Vgl. Vereine und Steuern. Tipps für Vereine und ihre Mitglieder, Bundesministerium für Finanzen, Stand der Rechtslage 2013. S. 42f.

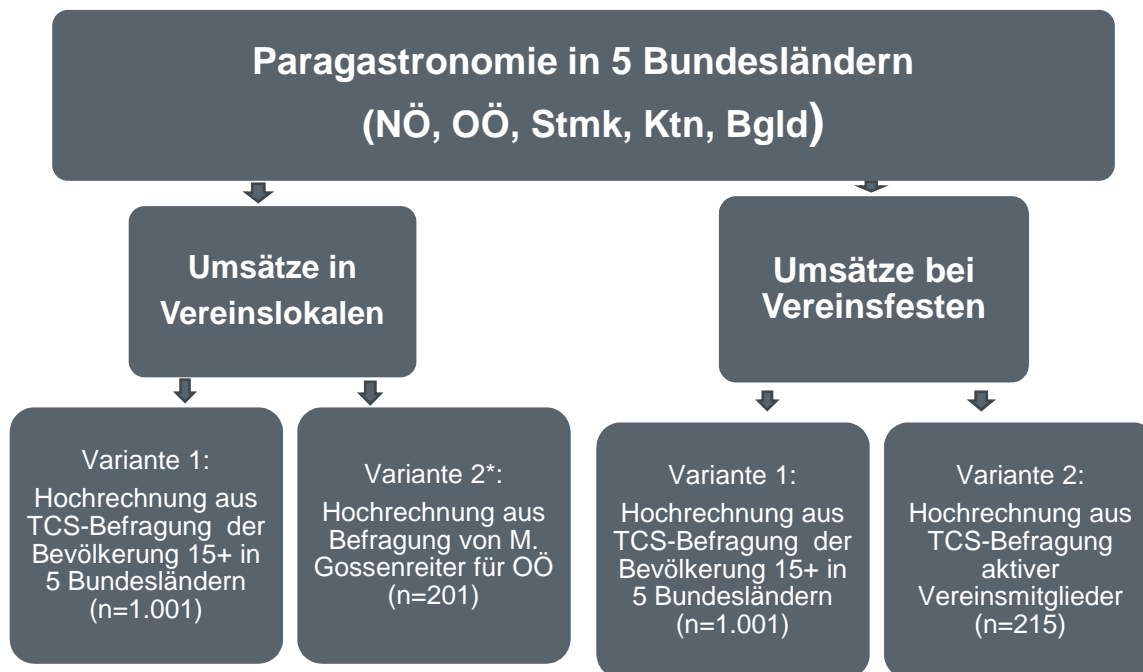
² Z.B.: „Zeltfesten droht das Aus“, die Presse.com, 23. 08.; Quelle: 2014; <http://diepresse.com/home/panorama/oesterreich/3858950/Den-Zeltfesten-droht-das-Aus>.

³ Repräsentative Befragung durch Firma TCS – Direkt Marketing GmbH mit Sitz in Linz im Jänner 2016.

⁴ Die Auswirkungen von Vereinslokalen auf das Wirtesterben von traditionellen Landgasthäusern im Mühlviertel, M. Gossenreiter, Johannes Kepler Universität Linz, Diplomarbeit, 2014. Adaptierte Version im 9. Kapitel der Langfassung.

die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung berücksichtigt, in Variante 2 wird ebenfalls auf diese Befragung zurückgegriffen – hier jedoch auf die Ergebnisse, die Vereinsmitglieder über die Vereinsfeste liefern.

Abbildung 1: Studiendesign - Empirische Erhebung der Paragastronomie in den Vereinslokalen und der paragastronomischen Bewirtung bei Vereinsfesten.



Anmerkungen: Befragung durch TCS – Direkt Marketing GmbH mit Sitz in Linz im Jänner 2016 mit n=1001 Personen über 15 Jahren.

* Zusätzlich zu den Berechnungen der Umsätze in den Vereinslokalen aus der TCS-Befragung wurde eine Hochrechnung aus einer Erhebung für Oberösterreich auf die 5 Bundesländer berücksichtigt (siehe 9. Anhang: Hochrechnung für Oberösterreich). Quelle: Eigene Darstellung.

Die **Langfassung der Studie** ist wie folgt aufgebaut: Nachdem im 1. Kapitel das Ziel der Studie und der Aufbau der Untersuchung gezeigt wurden, wird im 2. Kapitel auf die Wettbewerbsverzerrungen zwischen Gastronomie und Paragastronomie aus betriebswirtschaftlicher Sicht eingegangen und es werden darüber hinaus auch die volkswirtschaftlichen Kosten und Nutzen durch die Paragastronomie aufgezeigt. Zudem werden zwei Studien gezeigt, die das Thema aufgreifen. Im 3. Kapitel wird dann auf die ökonomische Situation der Gastronomie in Österreich kurz eingegangen. Gezeigt wird die Entwicklung der Zahl der Gastronomiebetriebe in Abhängigkeit von der Unternehmensgröße und die Umsatzentwicklung in der Gastronomie gesamt, sowie in der Kleingastronomie mit 0-9 Beschäftigten, die v.a. mit der Paragastronomie in Konkurrenz steht. Im 4. Kapitel wird auf die Vereinstätigkeit in Österreich eingegangen und die Beteiligungsquoten an formeller Freiwilligenarbeit in Vereinen und Organisationen sowie die langfristige Entwicklung der Vereinszahlen gezeigt. Im 5. Kapitel werden die Ergebnisse der Befragung von 1.001 Personen

in 5 Bundesländern gezeigt. Aus diesen Ergebnissen erfolgt die Hochrechnung auf die paragastronomischen Umsätze im 6. Kapitel. Im 7. Kapitel werden dann die Umsätze der Paragastronomie in Relation zu den Umsätzen der gewerblichen Gastronomie gestellt, um den potentiellen „Umsatzentgang“ für die Gastronomie aufzuzeigen. Das 8. Kapitel fasst die wesentlichen Ergebnisse kurz zusammen. Im Anhang der Langfassung findet man die Hochrechnung von M. Gossenreiter für Oberösterreich, die für die Studie als Alternativansatz zur Berechnung der Umsätze in Vereinslokalen verwendet wurde (Variante 2). Außerdem wird im Anhang der Langfassung der Fragebogen gezeigt.

2. Situation der Paragastronomie und der gewerblichen Gastronomie

Das betriebswirtschaftliche Ungleichgewicht zwischen gewerblicher Gastronomie und Paragastronomie aufgrund von steuerrechtlichen, gewerberechtlichen und sozialrechtlichen Vorteilen der Paragastronomie hat auch volkswirtschaftliche Auswirkungen. Volkswirtschaftlichen Kosten entstehen (teilweise) durch die Wettbewerbsvorteile der Vereine, wenn diese einen geringeren Umsatz in der gewerblichen Gastronomie, folglich geringere Steuereinnahmen, weniger Beschäftigte und auch geringere Investitionen bedingen (vgl. Abbildung 2). Der volkswirtschaftliche Nutzen durch die Paragastronomie, der direkt in Euro beziffert werden kann, ergibt sich aus den Einnahmen der Vereine für die Finanzierung der Vereinsaktivitäten und die Einnahmen der Vorlieferanten. Zudem stiften Vereinsfeste auch sog. intangiblen Nutzen, indem sie die Bedürfnisse der Bevölkerung nach Festen und Veranstaltungen befriedigen und mit den Einnahmen auch ein vielseitiges Angebot an unterschiedlichen Vereinen geboten werden kann.

Abbildung 2: Volkswirtschaftliche Kosten und volkswirtschaftlicher Nutzen durch die Paragastronomie

Paragastronomische Bewirtung von Vereinsfesten			Paragastronomie in den Vereinslokalen		
Direkte Kosten	Direkter Nutzen	Intangibler Nutzen	Direkte Kosten	Direkter Nutzen	Intangibler Nutzen
Geringerer Umsatz in Gastronomie	Einnahmen für Vereine für die Finanzierung der Vereinsaktivitäten essentiell (ohne Feste würde z.B. das Feuerwehrwesen viel höhere Kosten verursachen)	Bedürfnisbefriedigung der Gemeindebürger durch das Angebot an Festen und Veranstaltungen	Konsum in den Vereinslokalen ist kein zusätzlicher Konsum (wie bei Festen), er ist lediglich eine Verlegung des Konsums vom Gasthaus ins Vereinslokal, der außer Kostenvorteile für Vereinsmitglieder kaum volkswirtschaftliche Vorteile bringt.		
Geringere Steuereinnahmen		Großes Angebot an Vereinen, das durch Einnahmen aus Festen finanziell möglich ist			
Weniger Personal beschäftigt	Einnahmen für Zulieferbetriebe (Vorlieferanten)				
Weniger Investitionen					

Quelle: Adaptierte eigene Darstellung nach Gossenreiter, 2014, S. 112ff.

Auch in den gezeigten Studien im 2. Kapitel der Langfassung wird der Schluss gezogen, dass Vereine mit ihren Vereinsveranstaltungen eine signifikant ungünstige Wirkung auf die Wirtshäuser haben und Vereinslokale im Gastronomiemarkt agieren und daher in Konkurrenz mit der traditionellen Landgastronomie stehen.

Insbesondere die Kleingastronomie mit 0 bis 9 Beschäftigten steht mit den paragastronomischen Umsätzen der Vereine in direkter Konkurrenz. In Österreich ist die Zahl der Gastronomie-Unternehmen insbesondere bei den Kleinbetrieben mit 0-9 Beschäftigten gesunken, nämlich von 26.342 auf 24.639 (2008-2013). Innerhalb von 5 Jahren ist das ein Rückgang um 1.700 Betriebe bzw. um 6,5%. Die Umsätze in der Kleingastronomie stiegen deutlich schwächer als in der Gastronomie insgesamt, nämlich zwischen 2008 und 2013 nur um 3% (Gastronomie gesamt + 17%) und jene pro Unternehmen um 10% (Gastronomie gesamt + 21%). Im gleichen Zeitraum erhöhte sich der Personalaufwand in der Kleingastronomie um 19% und der Personalaufwand pro unselbständig Beschäftigten um 11%. Gleichzeitig stieg die Zahl der Vereine in Österreich von 104.203 im Jahr 2010 auf 120.861 im Jahr 2014 (+16%). In den 5 Bundesländern waren 2014 insgesamt 71.186 Vereine aktiv.

3. Ergebnisse der Hochrechnung

Die repräsentative Befragung der Bevölkerung in den 5 Bundesländern hat gezeigt, dass mehr als ein Drittel der über 15-Jährigen mindestens ein Vereinsfest im Jahr 2015 besucht hat⁵. Im Durchschnitt gingen sie in 60% der Fälle zu zweit und besuchten 3,9 Feste. Die FestbesucherInnen gaben dabei durchschnittlich 21 Euro pro Person aus. In 74% der Fälle fand das Vereinsfest ohne gewerbliche Gastronomie statt.

Unter den Befragten waren 21,5% aktive Vereinsmitglieder. Nur 2% gaben an, dass ihr Verein kein Vereinsfest veranstaltet (6% machten keine Angaben). Im Durchschnitt werden 3 Feste pro Jahr veranstaltet. Von diesen Festen finden, laut Befragung, 70% ohne gewerbliche Gastronomie statt.

Fast die Hälfte der befragten Vereinsmitglieder haben im Verein ein eigenes Vereinslokal (43%), das sie durchschnittlich 2 mal pro Monat besuchen und dabei rund 6 Euro für Essen und 7 Euro für Getränke ausgeben.

Auf Basis dieser repräsentativen Befragungsergebnisse werden

(a) die paragastronomischen Umsätze in Vereinslokalen und

(b) die paragastronomischen Umsätze bei Vereinsfesten

berechnet.

⁵ Befragung durch TCS – Direkt Marketing GmbH mit Sitz in Linz im Jänner 2016 mit n= 1001 Personen über 15 Jahren.

Die Abschätzung der Umsätze erfolgt, wie eingangs bereits erwähnt wurde, jeweils in 2 Varianten:

Ad (a): Bei den Umsätzen in Vereinslokalen wird nach Variante 1 eine Hochrechnung aus den TCS-Befragungsergebnissen durchgeführt, bei Variante 2 erfolgt eine Hochrechnung aus den Ergebnissen einer 2014 durchgeführten und adaptierten Diplomarbeit von M. Gossenreiter zu den Auswirkungen von Vereinslokalen auf das Wirteserben.⁶ Damit wird ein von der TCS-Befragung völlig unabhängiger Ansatz gezeigt und auf die 5 Bundesländer hochgerechnet.

Ad (b): Die Umsätze bei Vereinsfesten werden ebenfalls aus der durchgeführten TCS-Befragung ermittelt. In Variante 1 werden wiederum die Ergebnisse der Bevölkerungsbefragung berücksichtigt, in Variante 2 wird ebenfalls auf diese Befragung zurückgegriffen – hier jedoch auf die Ergebnisse, die Vereinsmitglieder über die Vereinsfeste liefern.

Die Varianten 1 und 2 zeigen nun eine Bandbreite der Ergebnisse, da Hochrechnungen auf Basis von Befragungsergebnissen immer eine Unschärfe aufweisen (vgl. Abbildung 3 und Abbildung 4):

- In Vereinslokalen werden in den 5 Bundesländern pro Jahr zwischen 100 und 180 Mio. Euro für Speisen und Getränke ausgegeben (gerundet; Variante 1 und 2).
- Bei Vereinsfesten werden laut Hochrechnungen jährlich zwischen 200 und 700 Mio. Euro für Speisen und Getränke ausgegeben (gerundet; Variante 1 und 2).
- Insgesamt erwirtschaftet die Paragastronomie Umsätze in den 5 Bundesländern zwischen rund 300 Mio. Euro (Variante 1) beinahe 900 Mio. Euro (Variante 2).
- Das entspricht immerhin zwischen 17% und 49% der Gesamtumsätze der gewerblichen Kleingastronomie (0-9 Beschäftigte).
- Dadurch verzichtet die öffentliche Hand auf Umsatzsteuer, zwischen rund 50 und 130 Mio. Euro pro Jahr (Mischsatz⁷ von 15%).

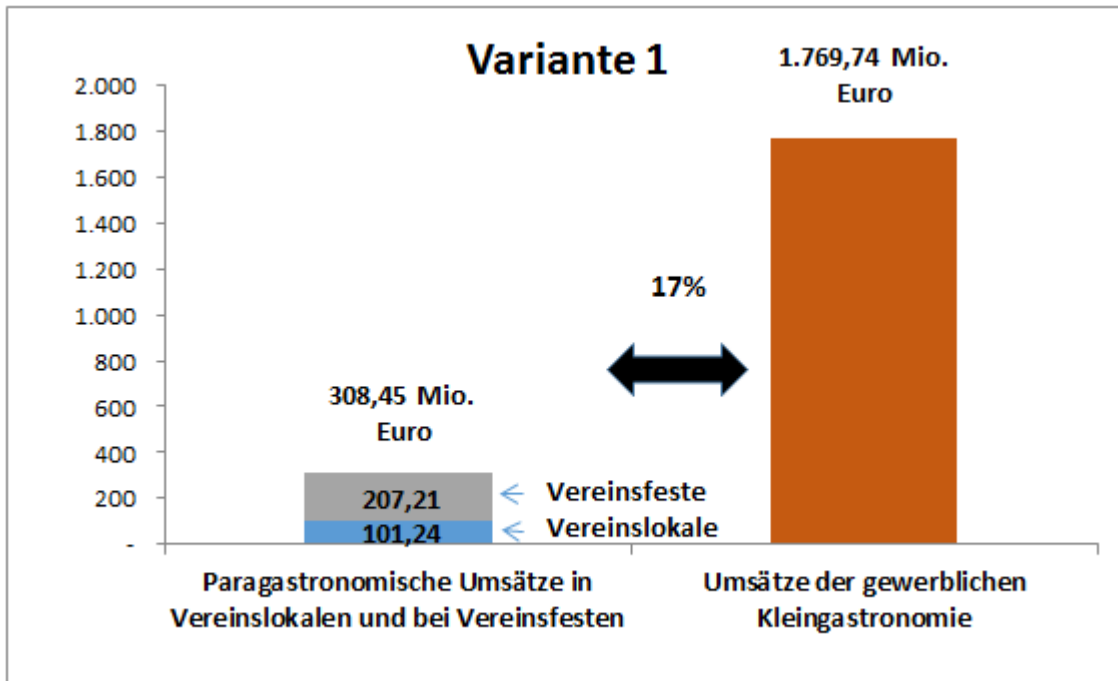
4. Wirtschaftspolitische Schlussfolgerungen

Die Studie hatte zum Ziel die Größenordnung der Umsätze in der Paragastronomie in fünf österreichischen Bundesländern abzuschätzen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Umsätze der Paragastronomie in Höhe von 300 bis 900 Mio. Euro im Jahr 2015, insbesondere in Relation zu den Umsätzen in der Kleingastronomie, hoch sind und, dass diese Umsätze der Kleingastronomie zumindest teilweise fehlen. Würden die Vereine zumindest anteilmäßig die gewerbliche Gastronomie z.B. bei Vereinsfesten beteiligen, könnten die negativen Auswirkungen der Vereine auf die Kleingastronomie reduziert werden.

⁶ M. Gossenreiter, 2014; adaptierte Version der Diplomarbeit im Anhang (9. Kapitel) der Langfassung.

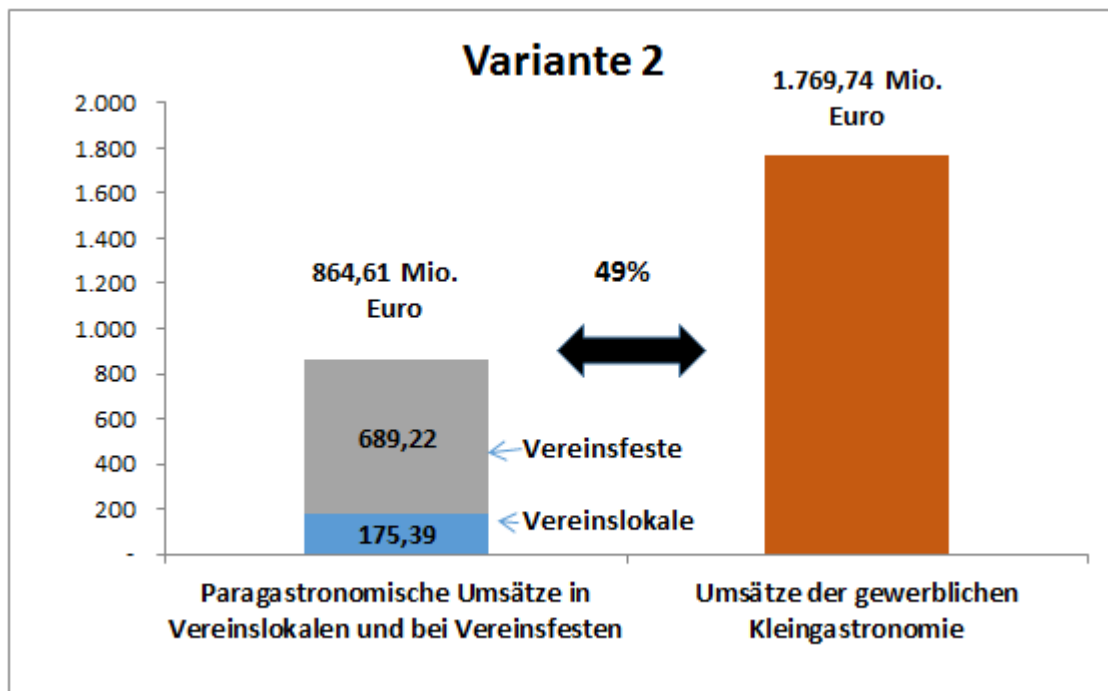
⁷ Berechnet aus USt. für Speisen in der Gastronomie von 10% und USt. Getränke 20%.

Abbildung 3: Paragastronomische Umsätze nach Variante 1 versus Umsätze der gewerblichen Kleingastronomie (0-9 Beschäftigte)



Anmerkung: Als „Kleingastronomie“ werden Gastronomiebetriebe mit 0-9 Beschäftigten bezeichnet.
Quelle: Eigene Darstellung.

Abbildung 4: Paragastronomische Umsätze nach Variante 2 versus Umsätze der gewerblichen Kleingastronomie (0-9 Beschäftigte)



Anmerkung: Als „Kleingastronomie“ werden Gastronomiebetriebe mit 0-9 Beschäftigten bezeichnet.
Quelle: Eigene Darstellung.