

Winzige Wörter, grosse Effekte

Die 11. Version von USALI kommt: MRP hotels erläutert wichtige Änderungen



Die amerikanischen Abrechnungsstandards bringen viele Hoteliers zum Nachrechnen. / Foto: Kurhan Fotolia

Wien/New York (25.7.2014). Im bekannten Rhythmus ist es nach acht Jahren wieder soweit: Die American Hotel & Lodging Association hat die neue Evolutionsstufe des "Uniform System of Accounts for the Lodging Industry" (USALI) vorgestellt. Es ist die 11. überarbeitete Version seit der Erstausgabe im Jahr 1926. Während sich auf den ersten Blick nichts Wesentliches in der Struktur des P&L (GuV) und dem Standard-Reporting ändert, sind die Anpassungen im Detail beachtenswert und berücksichtigen die Veränderungen der Hotelindustrie in der letzten Dekade. "Globalisierung" ist hier das Schlagwort. Michael Regner,

Partner der Beratungsgesellschaft MRP hotels in Wien, erläutert in diesem Gastbeitrag heute den aktuellen Stand.

"Was war an dem Standardwerk der Hotellerie für Reporting, Kostenrechnung, Benchmarking und Bilanzierung noch hinzuzufügen und zu verbessern? Nach Ansicht des amerikanischen Hotelverbands waren sechs Themen für die Überarbeitung von USALI relevant: Globalization, Technology, Cluster Service, Distribution Channels, Ratio Analysis und New Terminology.

Da die Darstellung und Diskussion aller Änderungen den hier möglichen Rahmen sprengen würde, beschäftigen wir uns zu jedem Themenpunkt mit einem Beispiel.

1. Globalization

USALI war und ist noch immer ein Accounting und Reporting-Standard für die USA. Folgerichtig ist USALI immer mit dem Hinweis erschienen, dass die darin beschriebenen Standards in den jeweiligen Ländern auf Kompatibilität mit den dortigen allgemein gültigen Accounting-Standards überprüft werden müssen und gegebenenfalls vom USALI-Standard abgewichen werden muss. Das ist und bleibt eine bis heute vorhandene Hürde in der Angleichung von Kennzahlen der Hotelindustrie auf internationaler Ebene (z.B. beim Umsatz-Split von Packages, Behandlung von Nachlässen und Kommissionen etc.). Hier ist in Europa durch die lokalen Bilanzierungsstandards und Umsatzsteuer-Regelungen weniger Kreativität in der Zuordnung von Umsätzen gegeben als in USA und Asien.

In der 11. Edition wurden Änderungen vorgenommen, die es leichter machen, USALI in die verschiedensten nationalen Accounting Standards (local GAAP) zu implementieren, dies inkludiert auch die Berücksichtigung von IFRS (z.B. Umbenennung von Net Income zu EBITDA).

Was bedeutet das im Detail? Trickereien und Auslegungsfragen zur Stützung von operativen Benchmarks, wie der Zimmerdurchschnittsrate (ADR), soll nun der Garaus gemacht werden. Ein Rabatt ist ein Rabatt und ist von Zimmerumsatz abzuziehen. In den USA kann nach USALI noch immer die Zimmerrate brutto (= ohne MwSt, aber vor Rabatt) verbucht werden und der Nachlass wird dann als Kommissionsaufwand klassifiziert.

Hohe ADRs, die bisher dieser Praxis geschuldet waren, werden zwangsläufig nach unten purzeln! Umsatzbezogene Management und Franchise Fees werden von einer niedrigeren Berechnungsgrundlage kalkuliert – die Eigentümer wird es freuen. Kaum zu glauben, die USA nähert sich hier Europa an – USALI wird tatsächlich global.

2. Technology

Neben der längst überfälligen Abschaffung der Abteilung "Telefon" als Operating Department wird dafür die Abteilung "Information and Telecommunicaton" als neue Kostenstelle in den "Undistributed Operating Expenses" (Overhead Costs) eingeführt.

Umsätze aus dem Bereich Telecommunications werden als "Minor Operating Department" geführt und in der Sektion "Miscellaneous Income" (ersetzt "Other Operating Departments") berichtet.

3. Cluster Service

Endlich wird die Weiterverrechnung von Kosten bei Cluster Services geregelt und die Benchmarks von Hotels werden nicht mehr durch Cluster- und Area-Positionen verfälscht. Bisher waren die Kosten von Area und Cluster-Positionen meist vollständig in der Abteilung verbucht, und die Weiterverrechnung der Kostenanteile wurde in "Rentals & Other Income" oder in der Sektion nach dem GOP geführt.

Nun wird für jede Abteilung ein Revenue-Konto "Cluster Service" eingeführt. Auf dieses Konto können direkt die Umsätze der Weiterverrechnung in der jeweiligen Kostenstelle gebucht werden. Die Kosten werden daher in der jeweiligen Abteilung reduziert und die Benchmarks werden korrekt und standardisiert ausgewiesen.



**Gastautor Michael Regner,
MRP hotels Wien.**

4. Distribution Channels

Bei den Markt-Segmenten orientiert man sich im Transient Bereich nun an den Distributionskanälen und damit am Revenue Management. Anstatt der Reisemotive (Corporate / Leisure / Government / Packages etc.) werden die Segmente jetzt der Raten-Struktur des modernen Pricings angepasst (z.B. Retail, Discount, Negotiated, Qualified, Wholesale). Die Revenue Manager haben sich hier augenscheinlich gegen den Verkauf durchgesetzt. Änderungen im Gruppenbereich sind marginal.

5. Ratio Analysis

Generell erkennt man in der 11. Ausgabe von USALI den Versuch, operative Kennzahlen global zu standardisieren und unterschiedliche Auslegungen zu unterbinden. Einige wurden genannt, wie die unterschiedliche Behandlung von Rabatten im Rooms-Bereich oder die Änderung von Payroll Cost zu Labor Cost. Speziell in dem Bereich der Ratio Analysis finden weitere Änderungen statt, die man genauer betrachten sollte.

Resort Fees:

International ist es fallweise üblich, dass in Resorts sogenannte Resort Fees (z.B. für Allinclusive-Packages) verrechnet werden. In der 11. Ausgabe wurde nun klar gestellt, dass diese Umsätze nicht dem Rooms-Umsatz zugeordnet werden dürfen. Wir können davon ausgehen, dass die berichteten Zimmerdurchschnittsraten von diesen Hotels substantziell sinken werden.

ADR:

Die Average Room Rate wird nun basierend auf verkauften Zimmern (Rooms sold) und nicht nach belegten Zimmern (Rooms occupied) berechnet.

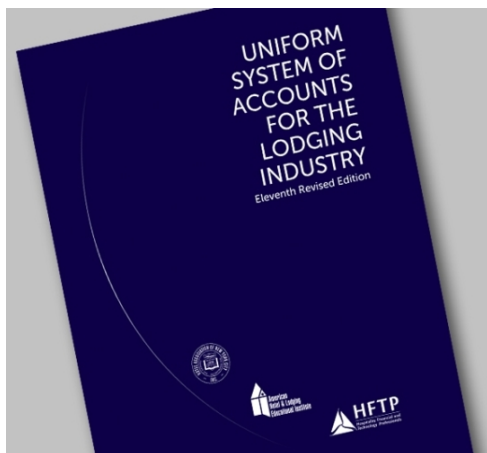
Food & Beverage:

Der aus unserer Sicht eingeschlagene Irrweg der Vergangenheit, "Food" und "Beverage" als getrennte Departments zu führen, wird rückgängig gemacht. Es ist nur noch ein "Food & Beverage Department" erlaubt – die Trennung ist optional als Unter-Reporting möglich.

Gleichzeitig wurde die Frage "Was ist ein Cover (Couvert)?" geklärt – nämlich mit der Abschaffung derselben. Ab sofort gilt "Customers served" als neue Kennzahl – egal ob gegessen wird oder nicht. Aufschläge wie z.B. Rooms Service Delivery Charges, Banquets Service Charges etc., dürfen nicht, wenn sie separat verrechnet werden, den F&B-Umsätzen zugerechnet werden, sondern müssen in F&B Other Revenue verbucht werden.

Revenue Manager:

Es wird klargestellt, dass die Kosten für den Revenue Manager in der Abteilung "Sales & Marketing" zu verbuchen sind und nicht in der Abteilung "Rooms".



6. New Terminology

Labor Cost:

Unter dem harmlos klingenden Punkt "New Terminology" verbergen sich massive Änderungen wie die Umbenennung von "Payroll Cost" zu "Labor Cost". Diese Änderung der Terminologie berücksichtigt den anhaltenden Trend zum Outsourcing. War es bisher leicht möglich, die Personalkosten in der Darstellung der Kosten durch Outsourcing zu drücken – bei gleichzeitiger Erhöhung der sonstigen Aufwendungen –, so wird dies nun unterbunden. Der gesamte "Personaleinsatz" (Personal-Aufwendungen sowie outgesourcte Leistungen) wird unter dem Titel "Labor Cost" aufgeführt. Wieder folgt man dem Grundsatz "no cheating allowed!"

Fixed Charges:

Die bisherigen "Fixed Charges" werden in "Non-Operating Income and Expenses" umbenannt. Diese Änderung reflektiert die Notwendigkeit von vielen Eigentümern, Umsätze und Kosten unterhalb des GOPs aufzuzeichnen, die nicht

Bekannt, begehrt und viel diskutiert: USALI.

direkt mit dem Hotelbetrieb zu tun haben.

Dem Trend folgend, dass immer mehr Eigentümer ihre Hotels von Asset und Performance-Managern betreuen lassen, wurde das Konto Asset Manager Fees in den "Non-Operating Income and Expenses" eingeführt. Ausserdem wurde der Abteilung ein Umsatzkonto hinzugefügt, um eventuelle Umsätze ausserhalb des Hotelbetriebs entsprechend verbuchen zu können.

Insgesamt gibt es einige Dutzend Änderungen und es lohnt sich allemal die "11th Revised Edition" zu ordern. Aber wen interessiert das? Die internationalen und in USA gelisteten Hotelketten werden wie immer als erste die Änderungen in den Reporting Standards implementieren.

Jetzt aber ist der richtige Zeitpunkt für Eigentümer und Asset Manager, um die Management-Verträge in die Hand zu nehmen und einer Überprüfung zu unterziehen. Mit grosser Wahrscheinlichkeit ist USALI als Reporting-Standard und zur Berechnung diverser erfolgsbasierender Faktoren definiert (z.B. Management Fees, Marketing Fees, umsatzbezogene Pacht u.v.m.). Aber welche Version hat Gültigkeit? Wurde im Vertrag ein Automatismus definiert, der immer die aktuelle Version vorschreibt, oder wurde der Standard einer bestimmten Version "eingefroren"? Im schlechtesten Fall sieht der Vertrag keine Regelung vor – und nicht alle Hotelketten und Betreiber folgen immer der aktuellen Version.

USALI ist heute der gängige Reporting Standard, der sich bei Banken und Hotelbewertungen als Grundlage durchgesetzt hat. Es lohnt sich also, sich mit der Thematik auseinander zu setzen. Die Änderungen werden ab 1. Januar 2015 gültig werden. Es besteht also noch genügend Zeit, sich auf die Änderungen einzustellen und das Accounting und Reporting bei Bedarf entsprechend anzupassen. Danach bleiben uns wieder ca. 8-10 Jahre, um uns an die neuen Standards zu gewöhnen, bis die "12th Revised Edition" erscheint."

Weitere Informationen zum Bestellen der neuen USALI-Ausgabe gibt es [unter diesem Link](#).

© HospitalityInside GmbH. Dieser Inhalt ist urheberrechtlich geschützt. Die Verwendung in Druckwerken oder die Veröffentlichung in digitalen Medien erfordert jeweils die schriftliche Zustimmung der HospitalityInside GmbH. Der Schutz der Inhalte ist ein wesentlicher Bestandteil zur Wahrung unseres redaktionellen Geschäftsmodells. Bei Verstössen stellen wir ein marktübliches Honorar in Rechnung. Rechtliche Schritte und Schadenersatzforderungen bleiben darüber hinaus vorbehalten.