

Verliert die „Bettensteuer“ ihren Schrecken?

Münster - Eine Bettensteuer führe zu Unmut bei den Hotelgästen und zu Wettbewerbsverzerrungen, sagt Renate Dölling vom Hotel- und Gaststättenverband. Die Debatte über die Hotelsteuer steht im Zusammenhang mit einer Entwicklung, die Münster Marketing zu schaffen macht, denn immer mehr Übernachtungsgäste buchen im Internet.

Von Klaus Baumeister

Es gibt Vokabeln, die geistern immer wieder durch die Politik: Kulturförderabgabe ist so ein Wort. Nicht ganz so freundlich ausgedrückt handelt es sich hierbei um eine Bettensteuer für Hoteliers. Während einige deutsche Städte diese Steuer als Reaktion auf den ermäßigten Mehrwertsteuersatz für Hotelübernachtungen eingeführt haben, verliefen entsprechende Debatten in Münster bislang im Sande.

Doch die Zeiten ändern sich: Als der Links-Politiker Rüdiger Sagel das berühmt-berüchtigte Wort am Dienstagabend im Aufsichtsrat von Münster-Marketing zu Sprache brachte, gab es erstaunlich viel Wohlwollen. Man müsse die Kulturförderabgabe wie eine Kurtaxe betrachten, meinte die SPD-Bürgermeisterin Beate Vilhjalmsson. „Die zahlt man ja auch.“

Auf jeden Fall sah sich Renate Dölling vom Hotel- und Gaststättenverband gestern schon mal genötigt, einen Pflock einzuschlagen: „Wir sehen das sehr kritisch.“ Die Bettensteuer führe zu Unmut bei den Hotelgästen – und zu Wettbewerbsverzerrungen, „wenn manche Kommunen sie einführen, andere aber nicht“.

Die Debatte über die Hotelsteuer steht im Zusammenhang mit einer Entwicklung, die Münster-Marketing zu schaffen macht. Während die Übernachtungszahlen dank der hohen Attraktivität Münsters im vergangenen Jahr einen Rekordwert erreichte, verdient Münster-Marketing als zentrale städtische Einrichtung zur Vermittlung von Hotelzimmern immer weniger Geld. Der Grund: „Die Kunden buchen im Internet“, erklärte Marketing-Chefin Bernadette Spinnen.

Die Kulturförderabgabe, so klang es in der Politik an, könne als „Instrument der ausgleichenden Gerechtigkeit“ dienen.

Doch so einfach ist der Punkt nicht, wie der CDU-Finanzpolitiker Robert Otte befand. Sollte die Abgabe als reguläre Steuer eingeführt werden, „müsste sie an den Haushalt der Stadt abgeführt werden“. Womit nicht klar sei, welcher Anteil für Münster-Marketing abfalle.

Für den Hotel- und Gaststätten-Verband ist derweil die Sache auch juristisch nicht abgearbeitet. Angesichts unterschiedlicher Urteile in Deutschland zur Kulturförderabgabe, „streben wir eine höchstrichterliche Entscheidung an“, so Renate Dölling. Sprich: Noch für einige Zeit haben die Juristen das Sagen.

