

Anfrage BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN für den Haupt- und Finanzausschuss am 07.07.2025 zum TOP Ö 6 – Erhebung einer Steuer auf Übernachtungen in Beherbergungsstätten

In der Sitzung des HFA am 17.02.2025 wurde besprochen, dass die Verwaltung zunächst mit den Beherbergungsbetrieben ins Gespräch kommt und sich deren Sorgen und Nöte anhört, bevor der Politik erneut ein abschließender Vorschlag für die Erhebung einer Beherbergungssteuer unterbreitet wird. In der Beschlussvorlage zu diesem TOP sind nun vier Alternativen zur Umsetzung einer solchen „Bettensteuer“ aufgezeigt. Uns ergeben sich zu dem vorgelegten Beschlussvorschlag noch folgende Fragen:

1. Gab es in den Gesprächen mit den Hoteliers ein Ergebnis bzw. einen Konsens zur weiteren Vorgehensweise? Wenn ja, wie sah dieses bzw. dieser aus?
2. Gibt es eine Effizienz-Berechnung oder eine Kosten-Leistungs-Rechnung auf Basis von Übernachtungszahlen (2023 oder 2024), wie sich Kosten und Nutzen einer umsatzabhängigen (prozentualen / gestaffelten) Bettensteuer gegenüberstehen?

Welche der Alternativen A – C wäre die mit dem geringsten Aufwand für alle Beteiligten?

Wurde auch die Alternative ein fester Betrag (z. B. 2,00 EUR) pro Kopf und Tag geprüft? Und wenn ja, warum fand diese Alternative dann keine Berücksichtigung?

3. Dürfte eine Beherbergungssteuer im Außenverhältnis umbenannt werden oder einen „Beinamen“ erhalten, wie z. B. Kultur- und Tourismusförderabgabe, damit dieser Namen so als Aufwandsposition von den Beherbergungsunternehmen auf der Rechnung ausgewiesen werden könnte?
4. Sind die Beherbergungsbetriebe zwingend Steuerschuldner oder könnten per Satzung auch die Gäste als juristische Steuerschuldner und die Beherbergungsbetriebe als „Einzugsstelle“ benannt werden?

(Anm.: Die Bettensteuer würde den Brutto-Übernachtungspreis erhöhen. Wir könnten so dem Wunsch der Beherbergungsbetriebe entsprechen, die sich für sie daraus ergebenden erhöhten Folgekosten zu vermeiden.)

5. Müssten bei einer Umbenennung (siehe Punkt 3) die Einnahmen ausschließlich in Kultur und Tourismus fließen? Wenn ja:

Wie müsste eine entsprechende Verwendung nachgewiesen werden?

Wäre es möglich, die Einnahmen dieser Abgabe (evtl. teilweise?) direkt an Wedel Marketing für ihre kulturellen und touristischen Aktivitäten weiterzuleiten? Welche Voraussetzungen müssten hierfür gegebenenfalls geschaffen werden?

(Anm.: Im Gegenzug könnte der städtische Zuschuss an WM entsprechend reduziert werden und der Verwaltung entstünden keinerlei Kosten für die Nachverfolgung der ordnungsgemäßen Verwendung der eingenommenen Gelder.)

6. Es gibt offenbar Städte, die eine Steuer für die Vermietung von Ferienwohnungen direkt bei den Buchungsplattformen (z. B. AirBnB) bei der Buchung abziehen und an die Gemeinde überweisen lassen. Ist dieses bekannt und wäre das für Wedel ein gangbarer Weg?

Wir bitten um Beantwortung der Fragen vor Beschlussfassung.

Für die Fraktion Bündnis 90/ Die Grünen

Dagmar Süß, Thomas Wöstmann, Karin Blasius

Neues Stadtbild & Belebung der Innenstadt

*Wedel Marketing:
Fokus auf Innenstadtentwicklung bei weitgehender Fortführung
bisheriger Vereinsaktivitäten*

07. Juli 2025, 18.30 Uhr, Rathaus

1. Zusammenfassung

Wedel Marketing als zentraler Akteur in den Bereichen Event- Kultur- und Tourismusmarketing wird zukünftig **bisherige Maßnahmen weitestgehend beibehalten**, bisheriges Tätigkeitsfeld „**Interessen der lokalen Wirtschaft**“ soll neuer Schwerpunkt im Verein werden.

Themen:

- „Aufenthaltsqualität“,
- sog. „Quick Wins“ aus dem Innenstadtentwicklungskonzept (IEK) sowie
- Errichtung einer digitalen Plattform für mehr Sichtbarkeit und digitale Kommunikation

Warum ist jetzt der richtige Zeitpunkt?

- **keine Kapazitäten** bei Stadt und Verein für die Umsetzung des IEK vorhanden
- dringender **Handlungsbedarf** in der Bahnhofstraße (zunehmender Leerstand)
- eine **engagierte Bürgermeisterin**, **motivierte Sponsoren** und eine **potenzielle Förderung** als **Chance**

2. Ausgangslage

Status quo:

- Jährlicher Stadtzuschuss von 95.000 € → Gesamtvolumen der realisierten Projekte und Maßnahmen mehr als doppelt so hoch (finanziert durch Mitgliedsbeiträge und Sponsorengelder)
- Schwerpunkt bisher auf Event-, Kultur- und Tourismusmarketing
- Projekte für lokale Wirtschaft bereits umgesetzt (verkaufsoffene Sonntage und „Wedel Gutschein“)
→ Dank befristeter Sponsorengelder bis Ende 2025!

Herausforderung:

- Entwicklung der Leerstände → ernsthafte Bedrohung für Attraktivität und wirtschaftliche Stabilität
- Fehlende personelle und finanzielle Kapazitäten → Keine gezielte und wirksame Umsetzung des IEK
- Wertvolle Impulse bleiben ungenutzt → Verlust an Lebendigkeit und Funktionalität in der Innenstadt

Potenzial:

Vielversprechendes Entwicklungspotenzial vorhanden, das genutzt werden kann:

- Grundsätzliche **Förderbereitschaft der AktivRegion** für eine Neuausrichtung im Bereich Innenstadtbelebung zur Unterstützung der Wirtschaftsförderung **als Chance**, strukturelle Mittel in relevante Maßnahmen zu lenken
- **Engagiertes Netzwerk** im Verein aus Wirtschaft und ehrenamtlichen Mitgliedern mit der **Bereitschaft** die Weiterentwicklung **aktiv zu unterstützen**

Parallel dazu **klarer Bedarf** bei lokalen Unternehmen nach professioneller **digitaler Sichtbarkeit** (zielgruppengerechte Präsentation von Angeboten, Veranstaltungen und Besonderheiten)

→ Das Zusammenspiel aus Förderung, Unterstützerkreis und wirtschaftlichem Bedarf bildet eine starke Grundlage für zukunftsfähige Maßnahmen!

3. Zielsetzung

Ganzheitliche Stärkung des Stadtimages:

- Sichtbarere, attraktivere und zukunftsfähigere Positionierung der Stadt als moderner Wohn- und Wirtschaftsstandort
- Zentraler Baustein: **Gezielte Belebung der Innenstadt**, von der die gesamte Stadtgesellschaft profitiert
- Schaffung einer **neuen, leitenden Stelle**, die als „**Kümmerer**“ fungiert:
 - Enge Zusammenarbeit mit Verwaltung (insbesondere Wirtschaftsförderung)
 - koordinierende Funktion (stärkt bestehende Netzwerke aus EigentümerInnen, MieterInnen, Gewerbetreibenden und weiteren lokalen AkteurInnen – und baut diese systematisch aus)
 - Ziel: Gemeinsam mit diesen Partnern sichtbare Maßnahmen aus dem IEK von „Stadt + Handel“ Schritt für Schritt in die Umsetzung bringen

Zukünftiger Aufbau einer modernen, digitalen Plattform „MOIN WEDEL“ als kommunikatives Zentrum der Stadt:

- Informations- und Beteiligungsangebot für BürgerInnen, Unternehmen und Gäste (in enger Zusammenarbeit mit Bürgermeisterin Julia Fisauli-Aalto und Wirtschaftsförderer Manuel Baehr)
- Wedel.de weiterhin als Verwaltungsportal & „MOIN WEDEL“ als Bühne für Stadtleben, Wirtschaft, Veranstaltungen und digitale Begegnung

4. Business Case: Kosten und Einnahmen alt und neu

Einnahmen (Euro)	2024	2025 p	2026
Zuschuss Stadt	90.000	95.000	135.000
Mitgliedsbeiträge & Förderbeiträge	78.000	78.000	80.000
Sponsoring & sonst. Einnahmen (Veranstaltungen, Anzeigen, Kunstdrucke)	42.000	37.000	100.000
Sonstiges & Aktivregion ab 2026	5.000	3.000	27.000
Gesamt*	215.000	213.000 45%	342.000 39%
Kosten (Euro)			
Personalkosten	110.000	110.000	190.000
Kosten für die Stadt (Buchhaltung, Bürokosten, Mitgliedschaften etc.)	16.000	16.000	16.000
Umsatz- und weitere Steuern	39.000	39.000	65.000
Veranstaltungen (2025 ohne Kulturnacht)	40.000	27.000	40.000
Lokale Wirtschaft (u.a. Verkaufsoffene Sonntage, Gemeinschaftswerbung Gewerbetreibende)	21.000	10.000	20.000
Sonstige Sachkosten (u.a. Ausgaben für Tourismus & Kultur)	24.000	24.000	25.000
Gesamt	250.000	226.000	356.000
Vereinsergebnis	-35.000	-13.000	-14.000

* Der Prozentwert zeigt den Anteil des städtischen Zuschusses an den Gesamteinnahmen. Zusätzliche ehrenamtliche Leistungen, die Wedel Marketing erbringt, sind hierbei nicht berücksichtigt

5. Nutzen für die Stadt Wedel

Sichtbare Wirtschaftskraft & Neuansiedlung

- Potenzielle Ansiedlung von Unternehmen sowie (Fest-)Halten der vorhandenen: Mit einer modernen digitalen Präsenz wirkt **Wedel nach außen sichtbar attraktiv** – besonders für inhabergeführte Konzepte, Start-ups und regionale Spezialisten
- **Digitaler Marktplatz als Einstiegshilfe:** Neue UnternehmerInnen finden zukünftig auf „MOIN WEDEL“ direkt Sichtbarkeit, Kontakte, Anschluss – und ein Netzwerk.

Standortvorteil für ArbeitnehmerInnen

- Mehr als ein Wohnort: Wedel zeigt online und offline, dass es hier mehr gibt als Elbe und eine gute Anbindung an die Metropolregion Hamburg – nämlich **Lebensqualität, Austausch, Angebote und echtes Miteinander**
- Klönschnack als digitales Wohnzimmer: News, Menschen, Geschichten – **emotionales Stadtleben wird sichtbar** gemacht, gerade für jene, die neu nach Wedel kommen oder über einen Umzug nachdenken

Unsere ehrenamtlichen Mitglieder – Einsatz, der wirkt

- „Mach Gutes – und zeig es“ ist unser Prinzip: Ob Kultur, Sport, Veranstaltungen, soziales Engagement – was in Wedel geleistet wird, wird digital professionell begleitet und verbreitet → Das **motiviert, inspiriert** und zieht weitere MitmacherInnen an
- **Multiplikation durch Reichweite:** Über „MOIN WEDEL“ erreichen gute Aktionen mehr Menschen – BürgerInnen, Gäste, Unternehmen → Ehrenamt trifft Sichtbarkeit, Veranstaltungen treffen Zielgruppen

Digitalisierung mit Wirkung – und Refinanzierung

- Die Plattform „MOIN WEDEL“ soll zukünftig Unternehmern, Sponsoren und Dienstleistern einen **echten Gegenwert** in Form von digitaler Sichtbarkeit, Buchungen und Interaktion bieten
- **Refinanzierung durch Nutzung:** Durch Anzeigen, Unternehmensprofile, Themenpartnerschaften, Events etc. refinanziert sich das System langfristig mit
- Die **Verwaltung wird entlastet** und hat dann, wie andere Städte auch, eine attraktive Verwaltungsseite

*Herzlichen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit!*



www.wedelmarketing.de



[instagram.com/moinwedel](https://www.instagram.com/moinwedel)



[facebook.com/wedelmarketing](https://www.facebook.com/wedelmarketing)

