

## 16. Wahlperiode

---

### Antrag

der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen

### **Gesetz über die Erhebung einer Abgabe zur Förderung des Tourismus in Berlin**

Das Abgeordnetenhaus wolle beschließen: Gesetz über die Erhebung einer Abgabe zur Förderung des Tourismus in Berlin

Das Abgeordnetenhaus hat das folgende Gesetz beschlossen:  
Gesetz über eine Tourismusabgabe im Land Berlin (Tourismusabgabengesetz)

#### **Artikel I** **Einführung der Tourismusabgabe**

##### **§ 1 Abgabepflichtige und Zweckbestimmung**

(1) In Berlin wird eine Tourismusabgabe erhoben. Zahlungspflichtig sind natürliche und juristische Personen, denen aus dem Tourismus in der Stadt unmittelbar oder mittelbar besondere wirtschaftliche Vorteile entstehen. Personen oder Unternehmen die für ihren Betrieb öffentliche Mittel erhalten, werden von der Abgabe ausgenommen, ebenso Einrichtungen des Landes und der Bezirke.

2) Die Abgabe dient der teilweisen Deckung der Aufwendungen Berlins für die Tourismuswerbung und -förderung sowie für infrastrukturelle Kosten des Tourismus.

(3) Abgabepflichtig sind Hotel- und Beherbergungsbetriebe mit mehr als 10 Übernachtungsplätzen sowie gastronomische Einrichtungen und Vermieter von Räumen für Tagungen, Kongresse und Veranstaltungen mit einem Jahresumsatz aus Gastronomie und Vermietung von mehr als 500.000 Euro. Sofern gastronomische und Vermietungseinkünfte in einem Beherbergungsbetrieb entstehen, ist die Abgabeschuld mit der Zahlungspflicht für die Übernachtungen abgegolten.

(4) Ausgenommen sind Jugendherbergen und Schullandheime, Ferien- und Schulungsheime sowie Sanatorien und Rehabilitationseinrichtungen.

##### **§ 2 Abgabeschuldner**

(1) Abgabeschuldner sind diejenigen natürlichen und juristischen Personen, die Inhaber eines im Land Berlin gelegenen Betriebes des Beherbergungsgewerbes oder eines gastronomischen Betriebes sind.

Die Drucksachen des Abgeordnetenhauses können über die Internetseite

[www.parlament-berlin.de](http://www.parlament-berlin.de) (Startseite>Parlament>Plenum>Drucksachen) eingesehen und abgerufen werden.

(2) Im Falle eines Inhaberwechsels haftet der neue Inhaber für rückständige Beträge seines Vorgängers neben diesem als Gesamtschuldner.

### **§ 3 Abgabenhöhe**

(1) Die Abgabe wird pro Übernachtung erhoben. Sie beträgt pro Übernachtung 2 Euro. Für Übernachtungen für die ein Preis bis zu 75 Euro inkl. Umsatzsteuer und Frühstück vom Betrieb verlangt wird, ermäßigt sich die Abgabe auf 1 Euro pro Übernachtung.

(2) Für gastronomische Einrichtungen beträgt die Abgabe für die den Jahresumsatz von 500.000 Euro übersteigenden Umsatzbetrages 0,5 Prozent.

(3) Der Senat wird ermächtigt, die Höhe der Abgabe nach frühestens 3 Jahren unter Berücksichtigung der Veränderung der Lebenshaltungskosten anzupassen.

(4) Für neueröffnete Betriebe in den ersten 2 Betriebsjahren halbiert sich der jeweils zu zahlende Betrag.

(5) Betrieben, die im Jahresabschluss zum zweiten mal hintereinander ein negatives Betriebsergebnis aufzuweisen haben, kann die Abgabepflicht erlassen werden.

### **§ 4 Verwendungszweck der Tourismusabgabe**

Die Abgabe ist für folgende Maßnahmen zweckgebunden:

- die Förderung von herausragenden Kulturprojekten. Hierfür sind mind. 30% der Gesamteinnahmen aufzuwenden.
- 20% der Abgabe werden der für Kultur zuständigen Senatsverwaltung zur ergänzenden institutionellen Absicherung wesentlicher Einrichtungen des Berliner Kulturlebens zur Verfügung gestellt.
- die Aufrechterhaltung des Geschäftsbetriebs der BTM GmbH. Für diese Aufgaben dürfen max. 7,5% der jährlichen Einnahmen verwendet werden.
- alle Formen des Stadtmarketings.
- Förderung von Veranstaltungen, Events, Kongressen und Tagungen, die zur Belebung des Tourismus in Berlin wesentlich beitragen durch Bürgschaften oder Zuschüsse.

### **§ 5 Rücklagenbildung**

(1) Freie Rücklagen dürfen in Höhe von maximal 50% eines Jahresetats gebildet werden. Darüber hinausgehende Beträge sind an den Landeshaushalt abzuführen.

(2) Zweckgebundene Rücklagen für die Förderung einzelner Veranstaltungen dürfen auf Grundlage von vertraglichen Bindungen entsprechend des Finanzbedarfs dieser Veranstaltungen gebildet werden.

### **§ 6 Entstehen der Abgabepflicht**

(1) Die Abgabepflicht entsteht mit dem Beginn der Geschäftstätigkeit des Beherbergungsbetriebes und endet mit der nicht nur vorübergehenden Schließung des Betriebes.

(2) Veranlagungszeitraum ist das Kalendervierteljahr.

(3) Betriebe, die auf Basis der Belegungszahlen des Vorjahres bis zum 31.3. eines jeden Jahres eine Vorauszahlung für das laufende Kalenderjahr leisten, können auf die vierteljährliche Veranschlagung verzichten und eine Schlussabrechnung bis zum 28.2. des Folgejahres vornehmen.

### **§ 7 Anzeigepflicht**

(1) Der Abgabeschuldner ist verpflichtet, der für die Durchführung dieses Gesetzes zuständigen Stelle die für die Festsetzung der Abgabe erforderlichen Angaben über die Anzahl der Übernachtungen zu machen und auf Verlangen entsprechende Nachweise vorzulegen. Die Angaben sind jeweils spätestens 2 Wochen nach Ende eines Quartals zu übermitteln.

(2) Kommt der Abgabeschuldner seiner Anzeigepflicht nicht, nicht richtig oder nicht vollständig nach, kann die Höhe der Abgabe geschätzt werden.

### **§ 8 Zuständigkeitsübertragung, Beauftragung**

(1) Die Festsetzung und Einziehung der Abgabe einschließlich deren Zwangsvollstreckung und deren Verwendung für Zwecke dieses Gesetzes werden der Berlin Tourismus Marketing GmbH durch öffentlich-rechtlichen Vertrag übertragen.

(2) Die für den Tourismus zuständige Senatsverwaltung hat die Fachaufsicht über die ordnungsgemäße Erhebung und Verwendung der Mittel. Sie ist Widerspruchsbehörde.

(3) Die Berlin Tourismus Marketing GmbH hat der Aufsichtsbehörde einen jährlichen Rechenschaftsbericht abzugeben, der die Verwendung der Mittel aus der Abgabe gesondert ausweist.

(4) Der Senat wird ermächtigt, den Empfänger der Mittel auf dem Verordnungswege zu verändern, sofern die entsprechenden Aufgaben auf einen anderen Träger übergehen.

### **§ 9 Entscheidung über den Mitteleinsatz**

(1) Es wird ein Vergabebeirat gebildet, der über wesentliche Ausgaben der BTM GmbH berät. Dem Beirat gehören 2 VertreterInnen des Hotel- und Gaststättenverbandes, je ein/e VertreterIn der für Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur zuständigen Senatsverwaltungen und 1 Vertreter der Geschäftsführung der BTM GmbH an. Der Beirat legt der Geschäftsführung der BTM GmbH einen Vorschlag zur Mittelverwendung vor. Die Geschäftsführung der BTM GmbH kann davon nur auf Grund rechtlicher Bedenken oder auf Weisungen der für die BTM GmbH zuständigen Senatsverwaltung abweichen.

2) Die Geschäftsführung der BTM GmbH entscheidet eigenständig über den Verwaltungs- und Personalhaushalt der BTM GmbH sowie über Maßnahmen und Projekte mit einem Volumen bis zu 150.000 Euro für den Bereich des Stadtmarketings. Maßnahmen und Projekte im Bereich des Stadtmarketings mit einem Etat von mehr als 150.000 Euro sowie Zuschüsse und Bürgschaften nach § 4 Satz 3 und 4 werden von der Geschäftsführung der BTM GmbH auf Basis des Votums des Beirats nach Absatz 1 Satz 4 entschieden. In diesen Fällen hat der/die VertreterIn der Senatsverwaltung für Wirtschaft ein Vetorecht.

### **§ 10 Transparenz der Mittelverwendung**

(1) Maßnahmen und Projekte, die nach § 9 Abs. 1 dem Beirat zur Entscheidung vorgelegt werden, werden halbjährlich dem Abgeordnetenhaus zur Kenntnisnahme vorgelegt.

(2) Der Wirtschaftsplan der BTM GmbH wird dem Abgeordnetenhaus jährlich rechtzeitig vor Beginn des Haushaltsjahres zur Beschlussfassung vorgelegt. Die Verwendung der Mittel aus den Eigeneinnahmen der BTM GmbH und aus den Beiträgen der Gesellschafter unterliegen dabei nicht der Zustimmung des Abgeordnetenhauses.

(3) Die Festsetzung, Einziehung und bestimmungsgemäße und wirtschaftliche Verwendung der Abgabe unterliegen der Prüfung durch den Rechnungshof von Berlin.

## § 11 Technische Umsetzung

Der Senat wird ermächtigt, die notwendigen Regelungen der Erhebung, der Ableistung der Zahlungspflichten sowie weitere Regelungen zur technischen Umsetzung im Verordnungswege zu erlassen.

## Artikel II Inkrafttreten

Dieses Gesetz tritt am 1.7.2007 in Kraft.

### *Begründung:*

Allgemein:

Der Tourismus ist der boomende Wirtschaftsbereich in Berlin. Die letzten Jahre haben bewiesen, wie ein gutes Marketing verbunden mit attraktiven Veranstaltungen und guten Angeboten zu einer erheblichen Belebung des Tourismus in der Stadt beitragen kann. Der Tourismus in Berlin dürfte einen Jahresumsatz von über

6 Mrd. Euro erbracht haben. Jahr für Jahr gibt es erhebliche Zuwächse des Tourismus in Berlin. Tourismus ist damit der stärkste Wirtschaftszweig der Stadt.

Dieser Wirtschaftsbereich muss ausgebaut werden. Die Hotelkapazitäten in Berlin werden in erheblichem Umfang erweitert und es steht zu befürchten das der Zuwachs an Touristen mit dem Zuwachs an Bettenkapazität nicht standhält, wenn die Tourismuswerbung nicht intensiviert wird und nicht regelmässig attraktive Veranstaltungen in die Stadt geholt werden. Angesichts weltweiter Konkurrenz auf dem Kongress- und Tagungsmarkt und auch bei der Vergabe von Großveranstaltungen sind dafür oftmals Zuschüsse oder zumindest Bürgschaften unvermeidlich.

Der Berliner Landeshaushalt kann weitere Ausgaben für diese Aufgaben nicht mehr leisten. Außerdem erscheint es angemessen, diejenigen, die von den Touristen wirtschaftlich am meisten profitieren, auch an den Kosten der Tourismuswerbung zu beteiligen.

Am 17.7.2003 titelt die Welt „Tourismus-Chef fordert Kurtaxe für Berlin“ Gegen diese Forderung gab es damals erhebliche Proteste aus den Reihen des Beherbergungsgewerbes. Hintergrund dieser Proteste waren Befürchtungen, dass die Tourismusabgabe im Haushaltsloch versickern würde, nicht aber für die Verstärkung von Aktivitäten der Tourismuswerbung zur Verfügung stünde. Diese Befürchtungen räumen wir mit dem hier vorgelegten Gesetz aus, das eine zweckgebundene Tourismusabgabe vorsieht.

Aus der Tourismusabgabe stünden der Berlin-Tourismus-Marketing GmbH rund 30 Mio. Euro an zusätzlichen Einnahmen zur Verfügung. Entfallen würde der jährliche Zuschuss des Landes in Höhe von 2,5 Mio. Euro und es würden die Förderungen einzelner Veranstaltungen in den verschiedenen Etats des Senats entfallen. Diese Mittel summierten sich in den vergangenen Jahren auf Summen zwischen 2 und 5 Mio. Euro jährlich. Die Abgabe würde also zu einer erheblichen Erhöhung der Mittel für Tourismuswerbung führen. Gleichzeitig würden die Entscheidung über die Mittelverwendung über die Einbeziehung eines Beirats unter Beteiligung des Landes Berlin und des Hotel- und Gaststättengewerbes eine direktere Einflussnahme der zukünftigen Finanziere auf künftige Schwerpunktsetzungen der Tourismuswerbung ermöglichen. Durch die Einbindung des Senats und regelmäßige Informationspflichten gegenüber dem Parlament ist eine öffentliche Transparenz der Mittelverwendung sichergestellt.

## Einzelbegründungen

Zu § 1: In § 1 wird geregelt, wer eine Tourismusabgabe zahlen muss. Betriebe mit 10 oder weniger Übernachtungsplätzen sind ausgenommen, da in diesem Fall der finanzielle Ertrag in keinem angemessenen Verhältnis zum Verwaltungsaufwand stünde. Ebenso ausgenommen sind Betriebe die einem Bildungsauftrag dienen oder der gesundheitlichen Versorgung zuzuordnen sind. Das Oberverwaltungsgericht Berlin hat mit Urteil vom 15. Februar 1994 das damalige Berliner „Gesetz über die Erhebung einer Abgabe der Beherbergungsbetriebe zur Förderung des Tourismus“ für rechtswidrig erklärt. Als Begründung wurde darauf festgestellt: „Das TFG beschränkt den Kreis der Beitragspflichtigen auf die Beherbergungsbetriebe, denen – das ist unbestritten – am deutlichsten Vorteile in Form von erhöhten Verdienst- und Gewinnmöglichkeiten durch den Tourismus in Berlin anwachsen. Unmittelbaren Nutzen aus dem Tourismus ziehen aber auch Veranstalter von Ausstellungen, Messen und Kongressen, Stadtrundfahrtunternehmen, Fluggesellschaften, Inhaber von Geschäften in Großhotels und Andenkenläden, Betreiber von Ausflugs-gaststätten und viele andere mehr. ... Gesichtspunkte erhebungs- oder verwaltungstechnischer Schwierigkeiten dürften es auch unter Berücksichtigung der besonderen Verhältnisse einer Großstadt wie Berlin nicht rechtfertigen, diese zahlreichen Unternehmen bzw. Personengruppen von vornherein vollständig von der Beitragspflicht auszunehmen. ...etwaigen Unterschieden in der Teilhabe an den Vorteilen kann durch die Festlegung verschiedener Maßstabseinheiten, bestimmter Quoten, Regionalklassen oder ähnliches Rechnung getragen werden, wobei dem Gesetzgeber hinsichtlich der durch den Beitrag abzugelenden Vorteile ein nicht unbeträchtlicher Schätzungsspielraum zusteht,...Diesem Urteil wird mit der hier vorgelegten Definition und Eingrenzung der Abgabepflichtigen Rechnung getragen. Gastronomische Einrichtungen, Vermieter von Räumen für Kongresse und Veranstaltungen werden ebenso wie Beherbergungsbetriebe Abgabepflichtig. Unterschiedliche Bagatellgrenzen sollen sicherstellen, dass der Verwaltungsaufwand nicht die Einnahmen übersteigt und das Kleinbetriebe deren Gewinn durch den Tourismus nur sehr begrenzt messbar ist, nicht mit finanziellen Forderungen konfrontiert werden, die ev. über ihren Einnahmen aus der Tourismuswirtschaft liegen. sichern“

Zu § 2: In § 2 wird der Begriff des Abgabeschuldners definiert und es werden Regelungen für den Fall eines Betreiberwechsels getroffen.

Zu § 3: Hier wird die Höhe der Tourismusabgabe geregelt. Dies wird differenziert nach der Höhe der Übernachtungspreise. Damit soll verhindert werden, dass eine spürbare Preiserhöhung in einzelnen Segmenten des Berliner Bettenangebots zu einem Ausbleiben von Übernachtungsgästen führt. Bei einem Übernachtungspreis von bis zu 75 Euro ist die vorgeschlagene Erhebung einer Abgabe von 1 Euro nicht so deutlich spürbar, dass potentielle Gäste von einer Übernachtung absehen würden. Bei einem Übernachtungspreis von über 75 Euro ist diese Gefahr auch bei einer Abgabenhöhe von 2 Euro ebenso auszuschließen. Die Staffelung dient dem Schutz der preislich günstigeren Betriebe. Insgesamt bringt die von uns vorgeschlagene Staffelung einen Betrag bei gleichbleibender Übernachtungszahl einen Betrag von über 30 Mio. Euro ein.

In Verordnungsermächtigungen wird der Senat ermächtigt eine Veränderung der Abgabehöhe unter Berücksichtigung der allgemeinen Preisentwicklung vorzunehmen. Dies dient der Verfahrensvereinfachung und soll einfache Preisanpassungen ohne Gesetzgebungsverfahren ermöglichen.

Für neugegründete Betriebe wird eine zweijährige Frist bis zur Erhebung der Abgabe eingeführt, um gerade bei kleineren Betrieben die oftmals finanziell schwierige Startphase zu erleichtern. Betrieben, die zwei Jahre nacheinander mit negativen Jahresabschlüssen beenden kann die Abgabe erlassen werden. Dies soll sicherstellen, dass vorhandene wirtschaftliche Schwierigkeiten nicht noch durch die Abgabe vergrößert werden..

Zu § 4: Durch die Zweckbindung der Einnahme für Zwecke der Tourismuswerbung wird sichergestellt, dass es nicht zu einer zusätzlichen steuerähnlichen Ab-

gabe kommt und die von den Beherbergungsbetrieben bzw. den Touristen aufzubringenden Mittel nicht zur Gesamtdeckung des Haushalts dienen. Die Bereitstellung der Mittel für Aufgaben und in die Verantwortung der BTM GmbH sichert die Verausgabung im Bereich der Tourismuswerbung.

Es wird klargestellt, dass nur ein begrenzter Anteil der Mittel für die Verwaltungstätigkeit der Gesellschaft selber verwendet werden darf. Damit wird der Einsatz des größtmöglichen Teils der Einnahme für Zwecke der Tourismusförderung gesichert. Gleichzeitig werden die Zwecke des Mitteleinsatzes abschließend definiert.

Um auch die Einwerbung von Großveranstaltungen zu ermöglichen deren Zuschussbedarf nicht innerhalb eines Jahresetats der BTM GmbH abgedeckt werden kann wird die Bildung von zweckgebundenen Rücklagen ermöglicht. Die Bildung freier Rücklagen ist in der Höhe begrenzt und soll eine größere Flexibilität bei der Planung von Kampagnen und Aktivitäten ermöglichen.

Die Definition des Stadtmarketings ist offen formuliert und lässt den Spielraum sich jeweils den sich verändernden Bedürfnissen und fachlichen Anforderungen an eine wirksame Tourismuswerbung anzupassen. Hierunter fallen natürlich auch Anzeigen, Filmwerbungen und Journalistenreisen.

Die Bindung von 30% der Mittel für den Bereich der herausragenden Kulturprojekte soll die besondere Bedeutung dieses Bereichs für die Tourismusentwicklung in Berlin deutlich machen und einen klaren Schwerpunkt der Imagebildung definieren. Zusätzlich stehen 20% der Einnahmen direkt der Senatsverwaltung für Kultur zur Stärkung der kulturellen Einrichtungen zur Verfügung.

Zu § 5: Um auch kostenträchtige Veranstaltungen oder Aktivitäten unterstützen zu können ohne damit andere Maßnahmen im entsprechenden Jahr aus finanziellen Gründen unmöglich zu machen muss eine zweckgebundene Rücklage ermöglicht werden, deren Höhe sich an den voraussichtlich zu finanzierenden Ausgaben für das gewünschte Projekt orientiert.

Gleichzeitig werden auch freie Rücklagen ermöglicht um unnötige Ausgaben einzuschränken, die sonst nur stattfinden würden, um den Etat auszuschöpfen. Die Höhe dieser Rücklagenbildung wird allerdings begrenzt, da die eingehenden Gelder ja grundsätzlich auch für die Tourismuswerbung verausgabt werden sollen.

Zu § 6: Hier werden die Zeiträume der Abgabepflicht und die Veranlagungszeiträume definiert. Die gewählte vierteljährliche Veranlagung ist notwendig um einen kontinuierlichen Mittelzufluss zu gewährleisten und damit auch über das ganze Jahr hinaus handlungsfähig zu sein. Gleichzeitig vermindert diese Frist aber den Verwaltungsaufwand gegenüber einer monatlichen Veranlagung. Eine weitere Verlängerung des Veranlagungszeitraumes würde bei der Finanzierung der Gesellschaftsaktivitäten die Notwendigkeiten von Überbrückungskrediten hervorrufen und damit zusätzliche Kosten verursachen. Die Betriebe erhalten allerdings die Möglichkeit einer jährlichen Abrechnung und damit einer Reduzierung des Verwaltungsaufwandes, wenn dies mit einer Vorauszahlung auf Basis der Übernachtungszahlen des Vorjahres verbunden wird. Auch damit kann die Liquidität für den Bereich der Tourismuswerbung sichergestellt werden.

Zu § 7: Es werden Meldepflichten und Sanktionen geregelt.

Zu § 8 und 9 :Die §§ regeln die Übertragung der Aufgaben der Tourismuswerbung an die Berlin Tourismus Marketing GmbH, fach-aufsichtliche Fragen, Rechenschaftslegung, sowie Verfahrensfragen. Mit der Übertragung der Aufgabe an die BTM GmbH bei gleichzeitiger Einrichtung eines Beirats zur Fertigung von Entscheidungsvorlagen für die Mittelverwendung wird sichergestellt, dass die im Bereich der Tourismuswirtschaft tätigen Institutionen wesentlich an der Konzeptionierung und praktischen Gestaltung der Tourismuswerbung Berlins beteiligt werden. Falls die Aufgabe der Tourismuswerbung auf eine andere Organisation als die BTM GmbH übergeht, wird der Senat ermächtigt, die notwendigen Veränderungen im Rahmen einer Verordnung vorzunehmen. Damit

wird in solchen Fällen ein rein verfahrenstechnisch verursachtes Gesetzgebungsverfahren vermieden.

Für finanziell aufwendigere Kampagnen und Projekte sowie die Unterstützung von Veranstaltungen ist die Zustimmung eines Beirates notwendig. Damit wird sichergestellt, dass diejenigen, die die Mittel aufbringen auch bei der Schwerpunktsetzung der Mittelverwendung an den Entscheidungen beteiligt werden. Gleichzeitig wird damit für die größtmögliche Transparenz des Verfahrens und der Mittelvergabe in den Kreisen der Abgabepflichtigen gesorgt.

Das Vetorecht des/r VertreterIn der Senatsverwaltung für Wirtschaft soll sicherstellen, dass diese öffentlichen Mittel nicht ohne Abstimmung mit dem Land oder gegen die Interessen des Landes ausgegeben werden.

Zu § 10: Da es sich bei der Weiterleitung der Mittel an die BTM GmbH faktisch um eine zuwendungsähnliche Leistung des Landes an diese Gesellschaft handelt, muss die Verwendung der öffentlichen Mittel gegenüber dem Parlament transparent gemacht werden. Gleichzeitig wird sichergestellt, dass sich die Beschlussfassung des Parlaments nicht auf die Eigeneinnahmen der Gesellschaft (im Jahr 2002 rund 6, 4 Mio. Euro) und auf die Beteiligungen der Gesellschafter bezieht.

Berlin, den 13. März 2007

Eichstädt-Bohlig Ratzmann Schruoffeneger  
und die Mitglieder der  
Fraktion Bündnis 90/Die Grünen