

Künstlicher Schnee und Döner-Verbot

Bayerns Städte müssen sich anstrengen, um ihre Weihnachtsmärkte attraktiver zu gestalten, aber die kommunalen Finanzen profitieren kaum davon

Von Brigitte Grosse

... Wie wichtig die Atmosphäre eines Weihnachtsmarktes ist, zeigt das Beispiel Passau. Hier hat man den Christkindlmarkt vor vier Jahren von der inzwischen abgerissenen Nibelungenhalle auf den Domplatz verlegt – mit durchschlagendem Erfolg. „Zu Zeiten der Nibelungenhalle sind wir höchstens auf 150 000 Besucher gekommen“, schätzt Peter Kratzer von der städtischen Event GmbH, die den Markt organisiert.

Im ersten Domplatz-Jahr strömten hingegen schon 240 000 Gäste, im vergangenen Jahr waren es sogar 320 000. „Eine regelrechte Völkerwanderung“ sei von den Parkplätzen in der Altstadt hinauf zum Dom unterwegs, hat Stadtmarketing-Leiter Josef Rosenberger beobachtet – was vielleicht nicht nur an Kunsthandwerk und am guten Essen und am Kulturprogramm lag, sondern auch daran, dass unter den Schuhen der Besucher immer Schnee knirschte, selbst wenn das Thermometer 10 Grad über null anzeigte. Die Event GmbH ließ nämlich jeden Tag 6 Kubikmeter Eisabraum aus der Eishalle herankarren.

Die städtischen Finanzen profitieren von dem Besucheransturm übrigens nicht unbedingt, zumindest nicht direkt. „Ertragsbringend“ sei der Passauer Christkindlmarkt noch nicht, räumt Peter Kratzer ein. Zahlen will er nicht nennen. Aber 2009 werde man wohl in die „Refinanzierungsphase“ kommen. Allerdings ließen sich wohl nur die wenigsten Märkte gewinnbringend betreiben, meint Kratzer.

In Nürnberg schafft man es immerhin, die Kosten zu decken, während man in Augsburg jährlich ein Minus von 20 000 Euro verbucht. Aber man dürfe hier „nicht nur auf die nackten Zahlen schielen“ betonen alle Verantwortlichen, sondern müsse auch andere Faktoren in die Rechnung einbeziehen, den Imagegewinn zum Beispiel und die Tatsache, dass man in einer eher tourismusschwachen Zeit zahlreiche Besucher anlocken kann.

In Passau zeigt sich das besonders bei der Kabinenschiffahrt. Immer mehr Donaukreuzfahrt-Schiffe steuern Passau gezielt an, vor allem wegen des Christkindlmarkts, sagt Josef Rosenberger: „Das bringt Frequenz in die Stadt und ist ein Werbefaktor für die Stadt und die Region.“