

Referat: „Altstadtmarketing“

Referent Bürgermeister Dr. Heinz Schaden (Salzburg): Schönen guten Tag! Ich bitte um Nachsicht für diese organisatorischen Pannen. Es liegt nicht am Vorsitzenden, so viel steht fest. Ich freue mich, dass es trotzdem möglich ist, dass ich Ihnen ein bisschen über das Altstadtmarketing in Salzburg berichten kann.

Ich möchte das in drei Teilen tun und ganz kurz schildern: Woher kommen wir? Was war der Ausgangspunkt? Zweiter Teil: Was ist Status quo? Dritter Teil: Wohin soll die Reise gehen?

Zum Ausgangspunkt oder zur Ausgangslage: Wir hatten in der Stadt Salzburg in der Innenstadt in der Vergangenheit ein ziemliches organisatorisches Durcheinander. Wer die Altstadt von Salzburg kennt, weiß, die Salzach fließt mitten durch. Es gibt eine rechte und eine linke Hälfte, nicht politisch zu verstehen, sondern nur räumlich.

Die Kaufmannschaft, die Wirtschaftstreibenden in der rechten Altstadt waren anders organisiert als jene in der linken Altstadt. Beide hatten Vereine, in denen sie versuchten, ihre Interessen zu bündeln, allerdings mit einigen gravierenden Nachteilen. Beide Vereine waren sehr klein, waren finanziell kaum dotiert, es gab keine Unterstützung durch die Stadt Salzburg, und vor allem, es gab eines, was an sich tödlich ist in so einer Situation, in der ja die Innenstädte bekanntlich mit den Peripherien, mit den großen Handelsstrukturen in den Peripherien in einem immerwährenden Konkurrenzkampf liegen: In dieser Situation haben sich beide Vereine noch dazu gegenseitig bekriegt und haben versucht, sich das Wasser abzugraben. Es waren Eifersüchteleien da und Gegensätze da. Es war zum Beispiel nicht möglich, eine Weihnachtsbeleuchtung – das war zu der Zeit, als ich dann begonnen habe, ihnen seitens der Stadt ein bisschen unter die Arme zu greifen – links und rechts der Salzach gleich zu gestalten. Es musste auf der einen Seite anders ausschauen als auf der anderen Seite. Daran kann man erkennen, wie unzulänglich diese Struktur war.

Auf Grund der Tatsache, dass eben dieser Konkurrenzdruck durch die großen Zentren, die natürlich auch in der Stadt Salzburg und im Umland der Stadt Salzburg entstanden sind – begrifflich vielleicht bekannt: Airport Center, Europark –, immer größer wurde, war irgendwann einmal eine Situation eingetreten, in der der Kaufkraftabfluss aus der Altstadt einen Punkt erreicht hatte, wo dann der gemeinsame Schmerz größer war als die trennende Einstellung, und man hat sich dazu entschlossen: Versuchen wir es doch gemeinsam!

Es gab zunächst einmal gemeinsame Sitzungen und gemeinsame Besprechungen, letztlich dann auch eine gemeinsame Weihnachtsbeleuchtung, die wirklich Symbolcharakter hatte in der Form, dass wir sie über die Staatsbrücke gespannt haben. Ergebnis des Ganzen war dann – im Jahre 2000 war es schließlich so weit –, dass es aus diesen beiden einander konkurrierenden Vereinen heraus die Gründung einer gemeinsamen GmbH mit einer gemeinsamen Geschäftsführerin gegeben hat. Diese ist eine Leihgabe aus Bruck an der Mur, für die ich mich sehr herzlich bedanke, Herr Kollege. Wir haben damals über einen Personalberater ganz gezielt Headhunting, wie das so schön heißt – das klingt so nach Großwildjagd –, also Personalsuche betrieben und sind in der Person der Inga Horny fündig geworden, die bis dato in Bruck der Mur durchaus, wie ich glaube, zur Zufriedenheit ihrer dortigen Dienstgeber, tätig war

Jedenfalls seit dem Jahr 2000 gibt es jetzt diese GmbH, gibt es auch einen vertraglich zugesicherten Zuschuss der Stadt Salzburg – ich rede jetzt noch in Schilling, weil der Vertrag in Schilling abgeschlossen wurde – in der Größenordnung von 5 Millionen Schilling jährlich, mit der Verpflichtung der Wirtschaft, diesen Betrag zu verdoppeln. Das funktioniert zwar nicht so, wie es erhofft war, aber es funktioniert ausreichend. Diese GmbH führt also nun die Geschäfte für das Altstadtmarketing, für die Altstadt.

Jetzt muss man das wieder ein bisschen definieren: Was ist die Altstadt in Salzburg? Das ist in etwa das Kerngebiet zwischen dem Festungsberg und dem Kapuzinerberg. Wer die Stadtlandschaft Salzburgs vor dem geistigen Auge hat, weiß, dass das von der Größenordnung her flächenmäßig sicherlich der Grazer Altstadt entspricht und eine Struktur hat, die natürlich all jene Schwächen aufweist, die die Stadtkerne heutzutage aufweisen. Es gibt gewisse Verödungstendenzen, Traditionshäuser hören zu arbeiten auf, oft allerdings nicht aus Umsatzgründen, sondern oft auch aus den Gründen, die Ihnen aus Ihren Städten und Gemeinden wahrscheinlich auch geläufig sind. Es ist halt oft lukrativer, an jemanden zu vermieten, als selber einen Einzelhandel weiterzuführen. Diese Tendenz ist gerade an einem Standort wie der Innenstadt von Salzburg ganz stark, weil dort sehr viele große Marken ein Schaufenster im wahrsten Sinn des Wortes haben wollen, damit sie zur Festspielzeit – und das ist ja dreimal im Jahr bei uns: Ostern, Pfingsten und Sommer – und überhaupt das ganze Jahr über präsent sind. Diese großen Marken und auch die teilweise gar nicht so spektakulären Marken wie Kaffeemarkenartikler – nicht Kaffeehäuser, sondern diese großen Firmen – und die Fischmarkenartikler, um hier keine Namen zu nennen, drängen diese Traditionsbetriebe systematisch vom Markt, und zwar einfach dadurch, dass sie höhere Mieten zahlen.

In diese Situation hinein haben wir versucht, hier etwas gegenzusteuern, wobei ich sage: Diese Stadtmarketing GmbH ist zwar der erste Schritt in die richtige Richtung, kann aber nicht der finale Schritt sein, denn sie hat eine ganz zentrale Schwäche, und diese zentrale Schwäche ist die Unverbindlichkeit, ist die Freiwilligkeit all dieser Vereinigungen. Wir haben zwar eine GmbH, aber der Mittelzufluss – und deshalb vorhin meine Einschränkung bei der Aussage, dass die Wirtschaft die Beträge der Stadt verdoppelt – in diese GmbH beruht auf Freiwilligkeit. Sie kennen dieses Problem wahrscheinlich auch von Ihren Städten sehr gut. Es gibt da wirklich engagierte Kaufleute, die mit Leib und Seele Altstadtkaufleute sind, die wirklich für diese Altstadt etwas tun wollen und Arbeitszeit, Engagement und Geld dazu beitragen, aber es gibt auch sehr viele, und das sind dann wiederum sehr häufig die so genannten Filialisten, eben jene, die mit ihren Mieten die Traditionsbetriebe verdrängen, die sagen. Uns ist das Wurscht. Wir haben sowieso unsere übergeordnete Markenwerbung, wir sind in Film, Funk und Fernsehen vertreten. Was brauchen wir Stadtmarketing?

Also an dieser Struktur der Freiwilligkeit und der finanziellen Unzulänglichkeit krankt das und auch an der Tatsache, dass eben auch eine Geschäftsführerin, die sich wirklich sehr bemüht und engagiert, natürlich nicht diese Durchgriffsmöglichkeiten hat wie ein Geschäftsführer in einem Einkaufszentrum. Dort werden mit dem Mietvertrag ja nicht nur unter Umständen Gratisparkplätze mitfinanziert, sondern auch eine gemeinsame Werbung und ein gemeinsamer Zentrumsmanager, der den Mietern sagt, was sie zu tun und zu lassen haben. Dort gibt es also ein sehr starkes Durchgriffsrecht des Managements, während es dieses Durchgriffsrecht in so einer Altstadt GmbH überhaupt nicht gibt. Da kann die Geschäftsführerin nur freundlich ersuchen, drängen, unter Umständen lästig sein, immer wieder Druck machen, aber sie kann es nicht wirklich exekutiv durchsetzen.

Deswegen ist es eigentlich seit langem mein Bemühen und jetzt auch das Bemühen der Wirtschaftskammer in der Stadt Salzburg dieser Unverbindlichkeit, dieser Freiwilligkeit eine verbindliche Struktur zu geben, und zwar in der Form eines Altstadtverbandes. Zu einem Altstadtverband kommt man allerdings nicht so rasch. Ein Altstadtverband, der nach dem Strickmuster des Salzburger Fremdenverkehrsgesetzes konstruiert sein muss, der dann verpflichtende Mitgliedschaft und verpflichtende Beiträge kennt, kann nicht von der Stadt Salzburg einfach eingesetzt werden oder per Gemeinderatsbeschluss beschlossen werden, sondern bedarf einer landesgesetzlichen Regelung, die wiederum zur Voraussetzung hat, dass sich die betroffenen Kaufleute und Wirtschaftstreibenden in der Salzburger Altstadt dazu entschließen.

Vor dieser Situation stehen wir jetzt nach jahrelangen Verhandlungen. Die Gespräche mit den Wirtschaftstreibenden, mit der Wirtschaftskammer begannen bereits 1998. Sie haben fast ein Jahr gedauert und haben damals schon zu einem Gemeinderatsbeschluss geführt, in dem sich die Stadt Salzburg verpflichtet hat, dass sie, wenn es zur Gründung dieses Verbandes und damit auch zu einem erhöhten Beitragsaufkommen, Mittelaufkommen kommt, im Gegenzug diese Beträge – die Schätzungen lagen damals bei etwa 8 Millionen Schilling pro Jahr – ihrerseits zu verdoppeln. Das wären also statt jetzt 5 Millionen pro futuro 8 Millionen Schilling gewesen.

Wir haben uns darüber hinaus verpflichtet, jenen Teil der Ortstaxe, die im Verbandsgebiet anfällt, ebenfalls diesem Altstadtverband zukommen zu lassen, und wir sind darüber hinaus als Stadt eine freiwillige politische Verpflichtung eingegangen, indem wir gesagt haben: Wenn ihr das macht – und ich halte das für absolut sinnvoll und notwendig, dass das passiert –, dann geben wir euch im Gegenzug Mitspracherechte bei den zentralen Anliegen, die, glaube ich, in allen Städten immer gleich sind, also ein Mitspracherecht bei den Verkehrsregelungen und bei sonstigen wirtschaftsrelevanten Entscheidungen des Salzburger Gemeinderats, die das Verbandsgebiet betreffen. Mitsprache kann natürlich nicht im stadtrechtlichen Sinne verstanden werden, also dass es da jetzt irgendwelche Gemeinderäte aus dem Verband heraus gibt, aber jedenfalls soll es ein Konsultationsrecht respektive eine Konsultationspflicht der Stadt geben, damit wirklich nicht gegen, sondern im Interesse des Verbandes entschieden wird.

Wir sind jetzt vor einer sehr spannenden Situation. Nach sehr langen Diskussionen und auch einem politischem Hin und Her, wie groß denn das Verbandsgebiet sein soll – zwischenzeitig hätte es schon die gesamte Stadt Salzburg umfassen sollen –, sind wir jetzt wieder in der Situation, dass es nur um die Altstadt geht, also um die Fläche, die im Altstadtschutzgesetz genau definiert ist. Voraussetzung für das Tätigwerden des Salzburger Landtages ist die Durchführung einer Urabstimmung, die gewisse Quoren erfüllen muss. Es muss mindestens ein Drittel aller betroffenen Betriebe daran teilnehmen, davon muss wiederum mehr als die Hälfte – zumindest 50 Prozent plus 1 – für die Verbandsgründung sein.

Das wird gar nicht so leicht sein, vermute ich einmal, denn trotz dieses stark empfundenen Konkurrenzdrucks durch die großen Zentren ist meine Beobachtung im Augenblick die, dass es zwar unter den langjährigen Aktivisten der Kaufmannschaft, der Wirtschaftstreibenden ein sehr hohes Bewusstsein und auch eine sehr hohe Bereitschaft gibt, im kommenden Herbst diese Urabstimmung zu machen und ihre Leute zu motivieren, mit Ja

zu stimmen, aber ich orte darüber hinaus, also abseits dieses Kreises von echten Aktivisten und jenen, die das höchste Problembewusstsein haben, nach wie vor eine gewisse Indifferenz. Aus diesem Grund bin ich mir zur Stunde nicht sicher, ob diese notwendigen Quoren erfüllt werden. Kommt das nicht zustande, wird der Landesgesetzgeber nicht tätig, dann wird es keinen Altstadtmarketingverband oder Altstadtverband geben. Ich hoffe, dass es nicht so ist.

Die Kaufmannschaft, die Wirtschaftstreibenden selber und die Wirtschaftskammer – ich bin da natürlich auch immer gerne dabei – haben jetzt mit Informationsveranstaltungen für die, die es betrifft, also für die Wirtschaftsbetriebe begonnen. Da versuche ich immer wieder vor allem diese Botschaft hinüberzubringen: Jawohl, die Stadt Salzburg hat sich per Gemeinderatsbeschluss verpflichtet, das Verbandsaufkommen verdoppeln, sie stellt die Ortstaxe zur Verfügung, sie gibt euch Mitspracherechte.

Ich bin auch bereit, eine rechtsverbindliche Vereinbarung über die Funktionsperiode hinaus zu schließen, denn klarerweise sagen die Leute: Diesen Gemeinderat, diesen Bürgermeister haben wir jetzt, aber was ist in zehn Jahren? Das kann natürlich keiner wissen, und deshalb habe ich gesagt, ich bin gerne bereit, dass wir über diesen noch zu definierenden Zeitraum, seien es zehn, fünfzehn Jahre, einen regelrechten Vertrag abschließen, mit dem sich die Stadt selber bindet, damit auch für den Vertragspartner, für die Verbandsmitglieder in Zukunft wirklich diese Sicherheit besteht. Auf der anderen Seite besteht natürlich auch für die Stadt ein Anspruch, den klarerweise würde sie dann, wenn sich der Verband wieder auflöst, nicht mehr automatisch Geld zur Verfügung stellen.

Solche Dinge können sicher getan werden, aber ich glaube, eine wesentliche Voraussetzung ist eben diese straffe, verbindliche Organisationsform, wo einerseits Mittel zufließen und andererseits geregelte Verhältnisse und Spielregeln insofern herrschen, als – ich sage es jetzt einmal so – Abstimmungsergebnisse der Verbandsorgane verbindlich sind für alle, als Entscheidungen der Geschäftsführung in ihrem Pouvoir verbindlich sind für alle, sodass es in Zukunft nicht mehr so sein kann, dass diejenigen, die wenig aktiv sind – es gibt sogar ein unschöneres Wort, nämlich Trittbrettfahrer – letztlich jenen im Weg stehen, die sich engagieren, die etwas tun wollen für die Salzburger Altstadt und für die Kunden und für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dort.

Das ist, in aller Kürze, Stand der Dinge in Salzburg. Ich ersuche noch einmal um Nachsicht für den leicht improvisierten Charakter meines Vortrages und wünsche jetzt eine interessante Diskussion. – Danke.