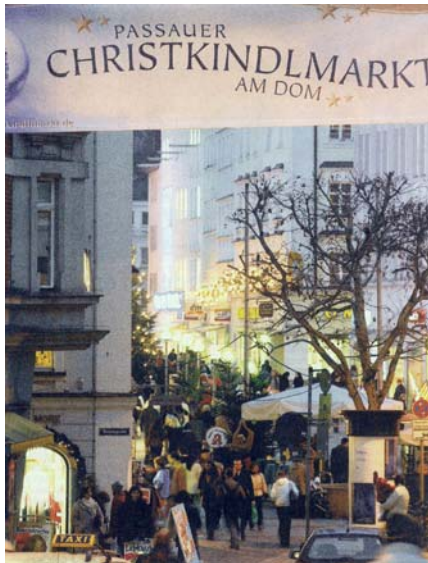


Passauer Neue Presse vom 16.12.2004

„Der Christkindlmarkt ist für uns ein Segen“

Einzelhandel und Gastronomie äußert sich zum Teil euphorisch über die Geschäftsbelebung – Imagegewinn für Stadt

(Von Helmuth Rücker)



Die Kritiker sind verstummt. Niemand mehr wünscht sich den Christkindlmarkt in die Nibelungenhalle zurück. Im Gegenteil: Die Reaktionen auf den Markt am Domplatz sind derart euphorisch, dass die ersten Passauer schon bedauern, dass der Christkindlmarkt nicht schon früher an den schönsten Platz, den Passau dafür bieten kann, verlegt worden ist. Andere überlegen angestrengt, wie sich die Anziehungskraft des Christkindlmarktes mindestens eine Woche verlängern lässt.

Die meisten Einzelhändler und Gastronomen, die die *PNP* gestern befragte, konnten ihre Begeisterung kaum in Worte fassen.

Die treffendste Formulierung fand Pia Schömig, die am Rindermarkt einen Papier- und Schreibwarenhandel betreibt: „Der Christkindlmarkt ist für uns ein Segen“, sagte sie. Die Laufkundschaft habe enorm zugenommen. Viele Besucher schauen neugierig in den Laden hinein und finden die eine oder andere Kleinigkeit. Das bestätigen auch alle anderen kleineren Geschäfte, ob sie Fruchtgummis oder Edelsteine, Pralinen oder Wachsbilder verkaufen.

Aber auch die größeren Geschäfte, sowohl in der Ludwigsstraße als auch in den vielen Nebengassen, freuen sich über mehr Kunden und mehr Umsatz. „Es lief noch nie so gut wie in diesem Jahr“, frohlockt Willi Simader. Auch K & L zählt sich zu den Top-Gewinnern, die von der Verlegung des Christkindlmarktes profitieren. „Vom ersten Tag des Christkindlmarktes an boomt es bei uns“, heißt es bei Douglas. „Die Verlegung war eine glorreiche Idee“, lobt man in der Tchibo-Filiale.

In den Lobgesang stimmen auch die gastronomischen Betriebe ein. Ob die Besucher vom Christkindlmarkt lediglich einen Tee oder Kaffee zum Aufwärmen suchen oder ein kulinarische Alternative zu den Halbmeterwürsten – Cafés, Bistros und Restaurants zeigen sich sehr zufrieden mit dem Geschäft, wengleich die Trattoria in der Luragogasse die Situation differenziert betrachtet: Das Haus sei voll, weil viele neue Gäste kämen, doch blieben die Stammgäste aus. „Keine Parkplätze“, lautet der Grund.

Rund 100 000 Besucher haben zwischenzeitlich den Christkindlmarkt besucht. „Darüber hinaus ist Passau mit der Postkarten-Idylle überall in den Medien präsent – das steigert unser Image auf Dauer“, ist Christiane Kickum vom Citymarketing überzeugt. Davon profitierte die ganze Stadt weit über die Weihnachtszeit hinaus.