Handel im Wandel: Altstadt wird süßer und touristischer

In der Salzburger Altstadt herrscht ein ständiges Kommen und Gehen. Viele Betriebe finden keine Nachfolger, mehr Gastro zieht ein. Ein Experte analysiert den Branchenmix.

BARBARA HAIMERL

SALZBURG STADT. Im Herzen der Salzburger Altstadt sprießen immer mehr Geschäfte aus dem Boden, die Schokolade anbieten – dazu kommen die Souvenirgeschäfte, die ebenfalls Süßes im Sortiment haben. Ein Shop der in Wien beheimateten Confiserie Heindl ist seit November 2025 am Kranzlmarkt zu finden, einen Monat davor hat der Schweizer Schokoladenhersteller Lindt in der Getreidegasse einen Laden eröffnet. Und das Schweizer Unternehmen Läderach ist seit dem Frühjahr 2024 ebenfalls mit einem Geschäft in der Getreidegasse vertreten. Nun eröffnet die österreichische Schokoladenmanufaktur Xocolat in der Goldgasse ihren ersten Shop in Salzburg, es ist der 14. Standort des Unternehmens.

SN: Wie viel Schokolade verträgt Salzburg, wo ja schon die Mozartkugeln omnipräsent sind?

Hannes Lindner: Salzburg verträgt durchaus mehrere Anbieter hochwertiger Schokolade, die ein Top-Angebot bereitstellen. Das erwarten sich die Leute auch von einer Altstadt wie in Salzburg. Kritisch sehe ich, dass den Profichocolatiers, die hohe Qualität bieten, viel Geld in den Ladenbau investieren und auch viel Miete bezahlen, von der Billigkonkurrenz in die Suppe gespuckt wird. In der Getreidegasse sieht man in Geschäften, die gerade nicht untervermietet werden können, als Platzhalter viele Süßwaren. Es bringt Sand ins Getriebe, wenn zu viel Monotonie herrscht. Jene, die Qualität bieten, tun mir leid, weil sie dadurch in Bedrängnis kommen.

SN: Noch ein Trend in der Salzburger Altstadt fällt auf: Wo Einzelhandelsgeschäfte, die etwa Mode oder Schuhe anbieten, zusperren, zieht so gut wie immer ein Lokal, ein Bistro oder ein Concept Store ein. Das ist nun auch beim einstigen Herrenmodengeschäft Schubert der Fall, dort kommt ein Coffeeshop.

Etliche alteingesessene Händler, die viele Jahre gut und erfolgreich gewirtschaftet haben, kommen ins Pensionsalter, finden aber keinen Nachfolger – die Makler laufen heiß. Es gibt derzeit wenige Leute, die sich für den Handel begeistern oder ein Geschäft übernehmen wollen. Das ist nicht nur in Salzburg so, das ist in ganz Österreich festzustellen. Händlern, die einen Nachfolger suchen, schwimmen die Felle davon, man kann die Nachfolger ja nicht herbeizaubern.

SN: Wie hoch ist mittlerweile der Anteil der Gastronomie in der Salzburger Altstadt?

Salzburg hat einen Gastronomieanteil von rund 30 Prozent, das ist wie auch in Innsbruck ein besonders hoher Wert. Normal sind im Schnitt zehn bis fünfzehn Prozent Gastronomie. Der hohe Anteil ist ein Zeichen dafür, dass an einem Standort die Frequenz hochkocht, und er zeigt das hohe Touristenaufkommen. Dieses Angebot wäre nie zu halten, wenn nicht so viele Menschen zu versorgen wären. Die Frage ist, wann der Kipppunkt erreicht ist.

SN: Viele Einheimische sehen diese Entwicklung mit Sorge. Sie vermissen zusehends inhabergeführte Geschäfte, wo sie für den Alltagsbedarf einkaufen können.

Diese Entwicklung ist auch auf den zunehmenden Onlinehandel zurückzuführen. Jenen, die sich über das Schwinden der Handelsgeschäfte aufregen, sage ich: „Kauft nicht so viel im Internet ein.“ Die zunehmenden Flächen für die Gastronomie sind auch eine Ausgeburt von E-Commerce. Es sind dadurch immer mehr Flächen in Stadtzentren verfügbar – die Gastronomie nutzt sie. Ich sehe die vielen Lokale nicht nur kritisch, es ist gut, dass Salzburg so quietschlebendig bleibt. Auch die Einheimischen treffen sich gerne in der Stadt und gehen essen.



SN/CHRIS HOFER

Die Salzburger Getreidegasse am Freitagnachmittag.

SN: Viele Einheimische gehen aber gar nicht mehr in die linke Altstadt, weil es ihnen dort zu turbulent und touristisch ist.

Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang die Entwicklung des Andräviertels und der Linzer Gasse in der rechten Altstadt, sie haben einen gewaltigen Schub gemacht und sind Orte, wo die Salzburger anzutreffen sind. Die Linzer Gasse hat auch gastronomisch nachgezogen. Den Einheimischen wird es vielleicht nicht so gefallen, aber mittlerweile zieht auch die Linzer Gasse zunehmend Touristen an.

SN: Standort + Markt führt ein Mal jährlich in 70 Städten, darunter in Salzburg, eine City-Retail-Erhebung durch. Zeigte sich in der Salzburger Innenstadt zuletzt im Einzelhandel eine Verschiebung hin zu einem stärkeren Angebot, das vor allem Touristinnen und Touristen anspricht?

Wir starten mit Jahresende die nächste Erhebung, die letzte stammt aus dem Dezember 2025 und wurde heuer im März veröffentlicht. In der A-Lage in der Getreidegasse, am Kranzlmarkt, am Alten Markt, in der Sigmund-Haffner-Gasse, auf dem Universitätsplatz und in der Judengasse ist die Zahl der Geschäfte seit 2020/21 mit 241 nahezu unverändert geblieben. Die Verkaufsfläche ist leicht gestiegen. Hinter dieser Stabilität steht ein klar erkennbarer Wandel im Branchenmix: Die Bekleidungsfläche ging um knapp sechs Prozent zurück, bleibt aber mit 43 Prozent Anteil die dominierende Branche. Zugleich wird die touristische Ausrichtung der Altstadt stärker sichtbar, das zeigt sich auch darin, dass Geschäfte mit speziellen Angeboten um 15 Prozent gestiegen sind und in A-Lagen einen Anteil von 22 Prozent haben. Dazu gehören Uhren, Schmuck, Bücher und spezialisierte Sortimente wie Geschenk- und Genussangebote. Die zuletzt beobachteten Confiseriekonzepte passen in dieses Bild.

Zur Person: Hannes Lindner ist der geschäftsführende Gesellschafter der Beratungsgesellschaft Standort + Markt mit Sitz in Baden bei Wien. Das Unternehmen ist auf Markt-, Standort- und Immobilienanalysen spezialisiert.



SN/STANDORT UND MARKT/LINDNER

LEO

Immer mehr Schokolade in der Salzburger Altstadt. Das mag den Touristen schmecken, aber so manchen Einheimischen stößt das bitter auf.

Patissier appelliert an die Konsumenten

BARBARA HAIMERL

SALZBURG-STADT. Seit November 2020 führt Konditormeister Gerald Baltram auf dem Müllner Hügel am Rand der Salzburger Altstadt nach vielen Stationen in der Spitzengastronomie eine Patisserie mit Schaukonditorei und Café. Naschkatzen finden dort auch handgemachte Pralinen. Was sagt der gebürtige Niederösterreicher zur Fülle an Schokogeschäften in der Altstadt?

„Grundsätzlich finde ich Wettbewerb gut. Er spornt einen auch dazu an, sich selbst immer wieder zu hinterfragen, die eigenen Produkte weiterzuentwickeln und sich zu verbessern“, meint Baltram. Die vielen Schokoladengeschäfte in der Altstadt spüre er allerdings nicht unmittelbar. „Ich denke, dass viele dieser Geschäfte stark auf Touristen und die entsprechenden Besucherströme ausgerichtet sind. Bei uns kommen zum Glück viele Stammkunden, die regelmäßig wiederkehren und nicht nur wegen eines einzelnen Produkts zu uns kommen.“

Generell sei in Österreich der Schokoladenkonsum in den vergangenen Jahren zurückgegangen. Das habe auch mit den notwendigen Preissteigerungen zu tun. „Mittlerweile pendelt sich die Nachfrage wieder etwas ein. Gleichzeitig verkaufen wir andere Produkte entsprechend stärker, sodass sich auch das Konsumverhalten unserer Kunden verändert hat.“ Er sei zum Glück nicht nur auf Pralinen fokussiert. „Ich denke aber, dass wir generell wieder bewusster darüber nachdenken sollten, was wir konsumieren.

Gerade bei Schokolade lohnt es sich, genauer hinzuschauen: Woher kommt der Kakao? Unter welchen Bedingungen wird er produziert und verarbeitet? Und wen unterstützen wir mit unserem Einkauf? Es mache durchaus einen Unterschied, ob man ein kleines, lokales Unternehmen unterstütze, das mit viel Handarbeit und Sorgfalt produziert, oder ein internationales Unternehmen mit industrieller Fertigung. „Am Ende sollte nicht nur der Preis oder die Menge entscheidend sein, sondern auch die Wertschöpfung, die hinter einem Produkt steckt“, meint Baltram.



Seit sechs Jahren führt Gerald Baltram seine Patisserie mit Café auf dem Müllner Hügel.

SN/DANIEL SCHROFNER