

Projekte überdenken

Eine Eishalle für 4,2 Millionen Euro und ein Stadtmarketing, das mit Steuermitteln finanziert werde, ist den Linken im Stadtrat ein Dorn im Auge. Bei einem Pressegespräch erläuterten Eckhardt Kaiser und Guido Hoyer, wieso sie gegen beide Projekte sind.

VON ANDREAS BESCHORNER

Freising – Kaiser knöpfte sich zunächst die CSU vor, die zwar ständig vom Sparen rede, dann aber vier Millionen und mehr für eine Eislaufhalle plus Umkleidekabinen ausgeben wolle. Auch die Linken seien dafür, dass die Stadt die Eisfläche so saniere, dass dort Schul- und Freizeitsport ausgeübt werden könne. Das große Aber: Eine teure Überdachung brauche man nicht. Schließlich sei Eislauf ein Freiluftsport. Man werde auch keinem Projekt zustimmen, das die jährlichen Defizite von derzeit 250 000 bis 270 000 Euro auf jeden Fall nicht geringer werden lasse. Im Gegenteil: Auf 375 000 Euro dürfte sich das Minus im Jahr dann belaufen – allerdings mit Abschreibung.

Vor allem wehren sich die Linken dagegen, dass man der Eishockeyabteilung des SEF aus Steuermitteln neue Umkleideräume „spendiert“. Für diese Maßnahme müsse das gelten, was auch für andere Sportvereine gelte: Zehn Prozent Zuschuss von der

Stadt, dazu ein Darlehen über zehn Prozent der Bausumme – basta. Man müsse auch hier einen hohen Anteil an Eigenleistung einfordern.

Und noch einen falschen und verfehlten Umgang mit Steuermitteln prangern die Linken an: ein Stadtmarketing, das nur mit Mitteln der Stadt finanziert werde. Steuergelder dürften nicht zur Werbung für private Geschäfte und Unternehmen verwendet werden und dürften außerdem nicht Organisationen oder Vereinen zur Verfügung gestellt werden, die dann über die Verwendung dieser Gelder entscheiden.

Die Vorschläge der Linken sehen so aus: Kulturmarketing sei Sache des Kulturamtes. Lieber solle man die Aktivitäten von Vereinen unter-

stützen. Liegenschaftsmarketing sei originäre Aufgabe der Verwaltung, dazu brauche man keinen privaten Trägerverein für ein Stadtmarketing, wie er teilweise im Gespräch sei. Leerstandsmarketing klinge zwar gut, nur habe darauf die Stadt „keinen oder fast keinen Einfluss“. Und Innenstadtmarketing sei in erster Linie Aufgabe der Unternehmen und Geschäfte in der Innenstadt.

Lediglich zur Förderung und Koordinierung dieser Maßnahmen könnten sich die Linken die Schaffung „einer halben Stelle“ vorstellen. Was aber an erster Stelle stehen müsse, sei ein „Imagewandel“ Freising. Denn, so Kaiser: „Freising ist zu konservativ, um attraktiv zu sein.“

Kritik an Heiliggeistspital-Stiftung

Die Linken kritisieren das Vorgehen der Heiliggeistspital-Stiftung, die durch Gründung der Heiliggeist-Dienste GmbH den öffentliche Tarifvertrag umgehe. Guido Hoyer zählte die Nachteile für die GmbH-Beschäftigten auf: Kein Urlaubs- oder Weihnachtsgeld, schlechtere Überstundenvergütung, geringerer Urlaubsanspruch – und, und, und. Wie Hoyer erläuterte, werde bei der GmbH der Tarif der AMP (Arbeitgeber Mittelständischer Personaldienstleister) angewendet, Tarifpartner sei die Christliche Gewerkschaft für Zeitarbeit und Personalservice-Agenturen CGZP.

Innerhalb der Leiharbeit-Branche – und nichts anders sei die Heiliggeist-Dienste GmbH – gebe es drei Arbeitgeberverbände, von denen zwei ihre Tarifvereinbarungen mit dem DGB abgeschlossen hätten. Nur eben die AMP nicht. Deren Tarifvertrag sei vom Arbeitsgericht Berlin als gesetzwidrig beurteilt worden.

Angesichts dieser Tatsachen stellen nun die Linken den Antrag an den Stadtrat, dass die GmbH als Vollmitglied dem kommunalen Arbeitgeberverband beitreten soll, um dem AMP-Tarif zu entkommen. Sollte der Stadtrat diesem Antrag zustimmen, müssten der OB und die im Stiftungsrat vertretenen Stadträte diesen Beschluss umsetzen.