

Kaufhaus, Kulturzentrum, Kommunikation

Tacheles KunstKaufLADEN im Zentrum von Hanau eröffnet

„Dieses spannende und ungewöhnliche Kaufhaus hat schon vor seiner offiziellen Eröffnung neugierige Blicke auf sich gezogen. Der KunstKaufLADEN bereichert unsere Stadt“, freut sich Oberbürgermeister Claus Kaminsky über den Start für den neuen Pop-up-Laden in der Nürnberger Straße. Er ist Teil und neuer Leuchtturm des Stadtentwicklungsprogramms „Hanau aufLADEN“, mit dem die Stadt Leerstand und Abwärtsentwicklungen in der Innenstadt entgegenwirkt. Das Tacheles ist zum einen ein Kunstkaufhaus, in dem mehr als 1300 Werke angeboten werden, zum anderen ist es ein Ort der Begegnung und des Austauschs, der bei Lesungen, Malkursen oder Tattoositzungen Hanauerinnen und Hanauer zusammenbringen soll.

„Mit dem Tacheles haben wir einen neuartigen Treffpunkt mitten in Hanau geschaffen, der deutlich macht: Die angestrebte Aufwertung der Innenstadt funktioniert“, stellt der Oberbürgermeister fest. „Jetzt, wo mit den Lockerungen der Corona-Einschränkungen Einkaufen und Erleben in Hanau wieder möglich sind, ist der KunstKaufLADEN gleich ein doppeltes Symbol für den Aufbruch.“

Im Tacheles können Kunstfans Werke verschiedener Genres erwerben, von Malerei über Fotografie und Grafik bis zu Skulpturen, Keramiken und Designobjekten. Wer selbst aktiv werden will, kann Farben, Pinsel und Leinwände kaufen. „Zudem bieten wir ein großes Sortiment an Spraydosen für Graffiti-Künstlerinnen und -künstler an. Parallel suchen und vermitteln wir geeignete Wandflächen, die legal besprüht werden können. Dafür beziehen wir alle notwendigen Entscheidungsträger wie Stadt, Soziokultur, Ordnungsamt und natürlich Eigentümerinnen und Eigentümer mit ein. Wir wollen der zumeist illegal agierenden Szene zeigen: Wir zeigen euch gemeinsam erlaubte Wege in die Öffentlichkeit“, erklärt Martin Bieberle, Geschäftsführer der Hanau Marketing GmbH, die den KunstKaufLADEN mit Unterstützung des städtischen Fachbereichs Kultur betreibt. Das Angebot sei essenzieller Bestandteil des Tacheles-Konzeptes; man übernehme damit eine soziale und kulturelle Aufgabe und könne so auch zur Verschönerung des Stadtbildes beitragen, so Bieberle und Martin Hoppe, Fachbereichsleiter Kultur der Stadt Hanau.

Im Tacheles verkaufen auf 400 Quadratmeter Fläche mehr als 130 Kunstschafter ihre Werke, zu 80 Prozent stammen sie aus Hanau und der Region. „Wir haben aber auch Werke aus Leipzig und von einem Kulturpreisträger aus Osnabrück“, erzählt Engin Dogan, Storemanager des Kunstkaufhauses. Preislich ist für jedes Budget etwas im Angebot, die Werke kosten zwischen 30 und maximal 500 Euro, zehn Prozent entfallen davon als Provision. „In Hanau und Umgebung gibt es eine beeindruckend große Szene, die im Untergrund brodelt, nicht alle Hobbykünstler sind organisiert und gerade in Corona-Zeiten sind wahre Schätze entstanden. Bei uns stehen diese Schätze jetzt zum Verkauf“, erklärt Dogan.

„Kunst zu betrachten und zu kaufen, soll nicht mit einer Hemmschwelle verbunden sein“, erläutert Dogan den großen Unterschied zu herkömmlichen Galerien. „Wir haben Werke für alle Geschmäcker, bei uns verkaufen Künstlerinnen und Künstler mit den unterschiedlichsten Hintergründen und aus unterschiedlichen sozialen Schichten. Unser Roter Faden ist, dass es bei der Hängung keinen roten Faden gibt; das Attraktive ist die Mischung“, so Dogan. So könne das Werk einer Profi-Malerin, die schon in Hongkong ausgestellt hat, neben dem eines Hobbymalers aus Kesselstadt hängen. „Und damit man erahnen kann, wie sich ein Gemälde im eigenen Wohnzimmer machen könnte, haben wir im zweiten Stock eine Kunst-Anprobe eingerichtet, das #TachelesSofa: Kaufinteressierte können das ausgewählte Bild an einer leeren Wand über einem Sofa auf sich wirken lassen“, erzählt der Storemanager. Denn im Erdgeschoss seien die Werke sehr eng gestellt. Dogan: „Kunst braucht aber

Raum, um zu wirken.“ Neben dem Verkauf fertiger Werke vermittelt das Kaufhaus auch Auftragsarbeiten.

Das Tacheles mache den Kunstkauf nicht zu einem langwierigen Großprojekt, sondern zu einer angenehm spontanen Sache, also etwas, das man auch mittwochs oder samstags nach dem Wochenmarktbesuch machen könne, erläutert Dogan. Alle Mitarbeitenden verstehen etwas von Kunst und können Auskunft zu Werken und Techniken geben. Engin Dogan selbst ist freischaffender Maler und Kalligraph. Er leitete bereits eine Galerie in Offenbach, ein offenes Atelier in Istanbul und eine Agentur für Kunst im öffentlichen Raum in Aschaffenburg.

Das Tacheles – dessen Name eine Referenz an das bekannte ehemalige Kunst- und Veranstaltungszentrum in Berlin ist – bietet auch Raum für junge Künstlerinnen und Künstler, die kein eigenes Atelier haben, was auch Stadtverordnetenvorsteherin Beate Funck freut, der die Nachwuchsförderung neben der etablierten Hanauer Kunstszene am Herzen liegt: „Die Mitglieder der 15 Hanauer Kunstvereinigungen beteiligen sich stark an dem neuen Angebot und werden sicher gute Multiplikator*innen weit in die Region sein.“

„Wir wollen hier einen lebendigen Treffpunkt etablieren, bei dem Kunstschaffende und Kunstkaufende in Dialog kommen. Wir bieten Workshops und Seminare rund um Kunst und liefern Inspirationen und Utensilien für jedermann zum Selbermachen“, ergänzt Dogan. „Mit Lesungen unterstützen wir den lokalen Buchhandel, und natürlich bekommen Besucherinnen und Besucher bei uns auch eine Tasse Kaffee.“

Im Tacheles gibt es zudem eine Veranstaltungswand: Im Zwei-Wochen-Rhythmus können ausgewählte Künstlerinnen und Künstler exklusiv eine Fläche bespielen. Für die dort ausgestellten Werke gilt die Preisgrenze von 500 Euro nicht. Vorgestellt werden die jeweiligen Kunstschaffenden mit einem eigens erstellten Profil mit Video und Interview. Darüber hinaus sollen Projekte im öffentlichen Raum gefördert werden und Dogan will einen Künstlerpool bilden, um Haus- und Fassadengestaltung sowie Innenraumgestaltung anzubieten.

„In Hanau bin ich auf eine sehr offene Haltung getroffen, was Kunst und generell neue Ideen betrifft“, berichtet Engin Dogan. „In anderen Städten argumentiert man oft gegen Windmühlen, hier geben die Entscheidungsträgerinnen und -träger selbst sehr positive Impulse und man wird richtig in einen Sog des Aktivseins hineingezogen.“

Das Einrichten des Tacheles in dem leerstehenden Gebäude an der Nürnberger Straße war möglich durch die 2019 beschlossene Vorkaufsrechtssatzung. Diese sichert der Stadt Einfluss auf die Immobiliengeschäfte in der Innenstadt; sie ist wichtiger Bestandteil des Programms Hanau aufLADEN. „Die Immobilie an der Nürnberger Straße ist ein Musterbeispiel dafür, welche positiven Effekte dieses Vorkaufsrecht hat“, sagt Martin Bieberle. Der neue Eigentümer habe sich für die Idee sofort begeistern können und habe günstige Mietkonditionen ermöglicht. „Die Innenstadtentwicklung hängt zum wesentlichen Teil auch von den Immobilienbesitzern ab, bei denen wir werben, dass es nicht immer um schnelle Gewinnmaximierung gehen sollte. Mittel- und langfristig zahlen sich faire Mietkonditionen aus, weil sie so auch spannende Konzepte ermöglichen, die unsere Innenstadt auf Dauer bereichern werden“, erläutert der Oberbürgermeister.

Mit dem Stadtentwicklungsprogramm „Hanau aufLADEN“ versucht die Stadt auf verschiedenen Wegen Einfluss auf den Besatz in der Innenstadt zu nehmen: Sie fördert neue Konzepte mit einem Mietzuschuss, vermittelt Pop-up-Flächen für das kurzfristige Erproben von Geschäftsideen oder knüpft Kontakte zu Immobilienbesitzern. „Unsere Innenstädte werden sich weiter verändern, aber sie werden nach wie vor der Mittelpunkt des urbanen Lebens sein. Dementsprechend brauchen wir neue, innovative Ideen zur Nutzung der Ladenflächen“, sagt Bieberle. „Wir sind da für alle Ansätze offen.“

Der KunstKaufLADEN Tacheles ist montags bis samstags von 10 bis 18 Uhr geöffnet. Interessierte Künstlerinnen und Künstler, die dort ebenfalls ihre Werke verkaufen wollen, können sich über die Homepage www.tacheles-hanau.jetzt melden. Etwa alle sechs Monate soll das Sortiment gewechselt werden.

Hintergrundinformation

„Hanau aufLADEN“: Das Programm zur Re-Vitalisierung der Hanauer Innenstadt

Die Kernfunktion von Innenstädten ist seit Jahrhunderten unverändert: Die Agora, der Marktplatz, dient als zentraler Versammlungsort, als Energiequelle. Seit Jahrhunderten verändern sich Städte und Innenstädte auch immer – ihr

Aussehen, ihre Funktion und die Menschen, die dort zusammenkommen. In den letzten Jahren haben die Veränderungen rasant zugenommen – durch den Boom des Online-Handels, durch Immobilienspekulationen, durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie. Der stationäre Handel verliert an Bedeutung, auch große Marken und Filialisten ziehen sich aus den Innenstädten zurück. In der Folge stehen immer mehr Läden leer, der vorhandene Besatz wird qualitativ schlechter.

Damit Innenstädte attraktiv bleiben, stehen die Verantwortlichen vor der Herkulesaufgabe, den Leerstand zu füllen und gleichzeitig den Besatz aufzuwerten. Und sie müssen ganz neue Funktionen für die Innenstädte definieren und ermöglichen. Um diese Aufgabe zu bewältigen und die bisherigen Erfolge des Stadtumbaus zu festigen, hat Hanau das Stadtentwicklungsprogramm „Hanau aufLADEN“ aufgelegt – „mit breiter Zustimmung über die Parteigrenzen hinweg“, wie Oberbürgermeister Claus Kaminsky bemerkt. Das Programm unterstützt mit konkreten Maßnahmen bestehenden Handel und Gastronomie, fördert neue, kreative Geschäftsmodelle und besondere Läden. Und es leitet eine grundsätzliche Neuausrichtung der Innenstadt-Nutzung ein. „Wir werden diese Veränderungen als Stadt aktiv mitgestalten. Wir wollen neue Ideen ermöglichen, Raum zum Ausprobieren schaffen, Beweger unterstützen“, verdeutlicht Hanaus Oberbürgermeister.

Als wichtigen Baustein des Gesamtkonzeptes hat die Stadt Hanau bereits im Jahr 2019 eine Vorkaufsrechtssatzung beschlossen, die ihr Einfluss auf die Immobiliengeschäfte in der Innenstadt sichert. Sie hat sich damit einen Zugriff auf strategisch wichtige Immobilien gesichert. „Die Innenstadtentwicklung hängt zum wesentlichen Teil auch von den Immobilienbesitzern ab, bei denen wir dafür werben, dass es nicht immer um schnelle Gewinnmaximierung gehen sollte. Mittel- und langfristig zahlen sich faire Mietkonditionen aus, weil sie so auch spannende Konzepte ermöglichen, die unsere Innenstadt auf Dauer bereichern werden“, unterstreicht Kaminsky. Einer der weiteren Effekte: Die Stadt kommt vor dem Verkauf mit den potenziellen neuen Besitzern in Kontakt und kann so frühzeitig Einfluss auf die geplante Entwicklung nehmen.

„Hanau aufLADEN“ umfasst ein Bündel an Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Innenstadt und auch der Stadtteilzentren und hat seinen Ursprung im Prozess „Zukunft Hanau“ mit dem Bürgerwochenende im März 2019. Kernpunkt des Programms ist es, kreativen Unternehmen Raum in Hanaus Innenstadt zu geben und damit das Einkaufs- und Erlebnisangebot zu erweitern. Jungunternehmerinnen und -unternehmer bekommen die Chance, ungewöhnliche Geschäftsideen unbürokratisch umzusetzen. Das Ziel: Hanaus Innenstadt mit neuen, frischen Ideen „aufzuladen“ und damit ihre Attraktivität zu erhalten beziehungsweise weiter zu steigern – zum Beispiel mit einem begrenzten, provisorischen Umwandeln leerstehender Ladenflächen in Pop-up-Stores, temporären Läden, die für einen bestimmten Zeitraum im Stadtbild „aufpoppen“.

Erstes Projekt des Hanauer Pop-up-Konzepts ist der den Namen des Programms aufgreifende „HanauAufLADEN“ in der Nürnberger Straße. Mit „Von & Zu – Lifestyle für Hunde“ entstand hier im September 2020 ein Laden für Hundebesitzer*innen, der mit Qualität, Nachhaltigkeit und Zukunftspotenzial eine Handelsnische besetzte. Dieser erste Pop-up-Store zeigte, wie innovativer Handel unkompliziert und kurzfristig möglich wird und setzte den Startschuss für die Kampagne zur Vitalisierung der Innenstadt. Im März 2021 hat ein neuer Betreiber im „HanauAufLADEN“ Einzug erhalten: „Vollkonzept“. Verschiedene Hanauer Schmuckkünstler*innen und Designer*innen haben sich zusammengeschlossen, um ihre Arbeiten – Schmuck, Gemälde, Fotografien, Accessoires und Möbel – auszustellen und Kreativworkshops anzubieten. Die Nachfrage nach der rund 200 Quadratmetern großen Fläche in 1a-Lage ist groß – der Laden, den die Hanau Marketing GmbH angemietet hat, ist bis Frühjahr 2022 untervermietet. Die Betreiber profitieren dabei von stark umsatzbezogenen Mieten.

Der Hanauer Pop-up-Gedanke erreichte um Herbst 2020 auch die Gastronomie und wandelte den Fronhof in der Altstadt zu einer Kulturwirtschaft mit modularem Außengelände. Im gleichen Zeitraum eröffnete am Marktplatz das Weinlokal „Place de Provence“, für deren Betreiberin die Hanau Marketing GmbH im Rahmen des Programms „Hanau aufLADEN“ eine Rundum-Betreuung bot – von der Suche nach einer geeigneten Fläche über die Verhandlungen mit dem Vermieter bis hin zum Innenausbau. Sowohl die „Wirtschaft im Hof“ als auch das „Place de Provence“ profitieren dabei von einer weiteren städtischen Grundhaltung: Da, wo die Stadt beziehungsweise ihre Gesellschaften selber Vermieterin ist, räumt sie großzügige Konditionen ein.

Anfang Juni 2021 eröffnete im ehemaligen Schuhhaus Dielmann an der Nürnberger Straße der Tacheles KunstKaufLADEN, ein Kunstkaufhaus, das neben Werken vor allem regionaler Kunstschaffender auch Malutensilien sowie Workshops, Seminare und Lesungen anbietet. Hier tritt die Stadt erstmalig selbst als Betreiberin eines Pop-up-Ladens auf: Verantwortlich ist die städtische Hanau Marketing GmbH (HMG).

Unter der Überschrift „Hanau aufLADEN“ finden sich aber nicht nur Ideen für neue Einzelhandelskonzepte, sondern auch Hilfsangebote zur Unterstützung des Bestands. Die Corona-Pandemie hat deutlich gezeigt: Vor allem der stationäre Handel muss bereit sein, sich neu auszurichten. Das gilt insbesondere für das Thema Online: Händler*innen müssen im Netz zu finden und in der Lage sein, über die neuen Medien mit ihren Kund*innen zu kommunizieren. Unter dem Dach des Programms „Hanau aufLADEN“ hat die HMG daher das Unterstützungsprojekt „Upgrade“ gestartet: Bei einem Online-Check analysieren Experten die digitalen Angebote interessierter Händler*innen. Daraus leiten sie dann Handlungsempfehlungen und Verbesserungsvorschläge ab. Der Check ist für die Teilnehmenden kostenlos, etwaige Maßnahmen zur Verbesserung des Online-Auftritts unterstützt die HMG finanziell.

Darüber hinaus umfasst „Hanau aufLADEN“ ein Förderprogramm, die „Newcomer-Starthilfe“, mit dem die Stadt neue, innovative Geschäftskonzepte mit bis zu 10.000 Euro unterstützt, auch in den Stadtteilen. Anfang Juni 2021 wurden die ersten drei Anträge genehmigt: Ein Lederwarenfachgeschäft sowie zwei Gastronomien profitieren von einem Miet- und Werbekostenzuschuss.

Die effektive Unterstützung neuer Geschäftsideen und neuer Unternehmer*innen in Hanau, macht die beschlossene Vorkaufsrechtssatzung möglich. Sie ist die Kern-Säule des Programms „Hanau aufLADEN“. Die Innenstadtentwicklung hängt zu einem großen Teil auch von Immobilienbesitzern ab, bei denen die Stadt für faire Mietkonditionen wirbt, da diese auch spannende Geschäftsideen ermöglichen, die die Innenstadt auf Dauer weiter bereichern. Die Stadt Hanau fördert neue Konzepte mit Mietzuschüssen, vermittelt Flächen und bringt Immobilienbesitzer mit Nutzenden zusammen. Dies alles mit dem Ziel, die Innenstadt als Energiequelle lebendig zu halten und zu gestalten.

Mehr Infos unter www.hanauaufladen.jetzt