

Pressemitteilung von Dienstag, 10. Mai 2022 Stadt Hanau

„Feuerwerk an guten Nachrichten“ für die Innenstadt Stadt sieht sich mit Instrumentarium von „Hanau aufLADEN“ auf Kurs - Privater Betreiber übernimmt Spielwaren Brachmann

Oberbürgermeister Claus Kaminsky spricht von "einem Feuerwerk an guten Nachrichten", die durch das Zünden der nächsten Stufen im Stadtentwicklungsprogramm "Hanau aufLADEN" erzielt werden konnten. Allen voran die Nachricht, dass für das Hanauer Traditionsgeschäft Spielwaren Brachmann schneller als gedacht ein privatwirtschaftlicher Betreiber gefunden werden konnte, der das operative Geschäft nahtlos vom Vorbesitzer übernehmen wird. Daneben feiern dieser Tage mehrere neue und innovative Pop-up-Stores Premiere, die nicht nur Hanaus Einkaufsvielfalt "aufladen", sondern wie das ungewöhnliche Gemeinschaftsprojekt "Tatkraft" – im weitesten Sinn eine Erlebnisstätte für Ausbildungsberufe - gar kein klassisches Ladengeschäft sind. Und schließlich kann dank den Instrumenten des Programms in den nächsten Wochen und Monaten eine ganze Reihe von Leerständen an prominenter Stelle in der City mit spannenden Neuansiedlungen beendet werden.

Bei einem Netzwerkabend der Hanau Marketing GmbH in der "Wirtschaft im Hof" mit rund 200 Gästen aus Einzelhandel, Gastronomie, Kulturbranche, Immobilieneigentümern und Interessierten -- liebevoll "Komplizentreffen" genannt – bekräftigte Kaminsky: "Hanau wird, auch wenn es dafür keine Blaupause gibt, weiterhin mit seinem Stadtentwicklungsprogramm engagiert anpacken und Neuland betreten, um Einfluss auf die Innenstadtentwicklung zu nehmen. Ich sage es drastisch und geradeaus: Dass unsere Innenstadt nicht verödet, nicht verwahrlost oder gar stirbt, ist unsere Aufgabe." Dazu gehöre auch, wie es im Falle von Spielwaren Brachmann geplant war, ein Traditionsgeschäft zeitweise in Obhut der Stadt zu nehmen, um es im Sinne einer lebendigen Innenstadt vor dem Aus zu retten, weil der Inhaber keinen Nachfolger finden konnte.

Noch besser sei es natürlich, wenn es dazu erst gar nicht kommen müsse – und genau das sei nun durch das innovative Instrumentarium des Stadtentwicklungsprogramms "Hanau aufLADEN" möglich geworden. Allein die Berichterstattung über den Plan, dass mit der HMG eine städtische Gesellschaft temporär selbst Betreiberin des Spielwarenladens werden wollte, hatte für Aufmerksamkeit gesorgt - nicht nur beim Bund der Steuerzahler, der nach Ansicht der Stadt ungerechtfertigte Kritik übte, sondern auch bei Spielwarenhändler Ralph Glück, der das seit über 175 Jahren bestehende Geschäft jetzt übernehmen wird. "Dieses Beispiel zeigt, wie das Stadtentwicklungsprogramm im Zusammenspiel mit dem Vorkaufsrecht im Idealfall wirkt und die gewünschten Effekte erzielt", freut sich Kaminsky über die Zusammenarbeit zwischen der Hanau Marketing GmbH und dem Spielzeugexperten, der bereits in Nidderau und Karben Fachgeschäfte betreibt.

Die HMG wird die von der städtischen BAUprojekt GmbH erworbene Immobilie an den neuen Betreiber zu Start-up-Konditionen untervermieten und zuvor mit der Expertise des Fachhandelsverbandes Vedes umbauen. Betreiber Ralph Glück erhält einen Mietvertrag, der sich am Bruttoumsatz orientiert und damit für ihn in der Startphase das wirtschaftliche Risiko minimiert. Er übernimmt den Warenbestand und Teile des Personals. Nach zwei Jahren, so der Plan, soll sich das neue Spielzeuggeschäft etabliert haben und Glück den Mietvertrag zu normalen Konditionen direkt mit der BAUprojekt schließen. Eine ähnliche Dynamik erhofft sich der Oberbürgermeister auch für die Kober-Immobilie in der Hanauer Altstadt, für die die Stadt über die Baugesellschaft ebenfalls das Vorkaufsrecht gezogen hat.

Kräftig Bewegung gibt es auch bei den Pop-up-Stores. Mit dem "Tatkraft" eröffnet am Montag, 16. Mai, im ersten Obergeschoss des Forums Hanau "kein Ladengeschäft für eine Ware, sondern ein Angebot für die Zukunft Hanaus" kündigt der Oberbürgermeister an. Das "Tatkraft" ist ein Gemeinschaftsprojekt von Kreishandwerkerschaft und Bundesagentur für Arbeit, das in

Rekordzeit mit Unterstützung der Hanau Wirtschaftsförderung und der HMG umgesetzt wurde. Junge Leute können dort bis Ende Juli Ausbildungsberufe kennenlernen, an Aktionstagen oder Workshops teilnehmen, Speeddating-Termine absolvieren, sich in Kurz-Praktika ausprobieren oder ihre Bewerbungsunterlagen überprüfen lassen. "Das von allen Beteiligten entwickelte Konzept bietet die Möglichkeit, sich mitten in der Stadt über seine ganz persönliche Zukunft zu informieren und dabei aktiv Hand anzulegen, zum Beispiel beim Dachdecken oder Fliesenlegen, beim Schreinern oder der Installation von Sanitäranlagen", lobt Kaminsky die Umsetzung dieser Idee und dankt auch Centermanagerin Diana Schreiber-Kleinhenz "für die tatkräftige Unterstützung". Es gehe bei der Gestaltung einer vielfältigen Innenstadt eben nicht allein um Ladengeschäfte, sondern auch um neue Ideen und Konzepte, ergänzt der Oberbürgermeister, die Frequenz in die Innenstadt bringen würden. Kaminsky: "Eines unser Leitmotive heißt: ‚Der Handel braucht neue Nachbarn‘ – und genau das wird mit dem ‚Tatkraft‘ umgesetzt."

Ein schönes Beispiel, wie verschiedenen Gründern zur Umsetzung ihrer Geschäftsidee verholfen und das Innenstadt-Angebot vielfältiger werden kann, sieht Kaminsky auch in dem Projekt Pop-up-Store in der Lindenstraße. Dort hat die Hanau Marketing GmbH drei Unternehmensgründerinnen mit völlig verschiedenen Einzelkonzepten zusammengebracht und als Experiment "zusammengesetzt". Es handelt sich um die Betreiberin eines finnischen Cafés, die Initiatorin eines Sprachsalons und eine Schneiderin, die sich auf das Upcycling von Kinderbekleidung spezialisiert hat. Alle drei laden künftig ihre Kundschaft in einen gemeinsam betriebenen Pop-up-Store. "Hanau stemmt sich innovativ und voller Tatkraft, mit Leidenschaft und Mut gegen Laden-Leerstand und belebt mit frischen Ideen unsere Innenstadt", freut sich HMG-Aufsichtsratsvorsitzender Joachim Stamm.

Das zeigt sich auch im Ende des Leerstands an vielen prominenten Lagen in der Innenstadt und der Neuansiedlung von Unternehmen. So wird der aktuelle Leerstand im ehemaligen Bistro "Place de Provence" am Marktplatz bald beendet. Die HMG hat zusammen mit dem Eigentümer Hanau Infrastruktur Service (HIS) ein Nachfolgeunternehmen gefunden. Der neue Betreiber, mit dem in Kürze die Vertragsunterzeichnung ansteht, wird in dem modernen Bau an dieser prominenten Lage ein Pizza-Konzept umsetzen.

Der Pop-up-Laden "LEROY'S Kulinarisches & Schönes" hat den temporären Laden an der Nürnberger Straße/Ecke Rosenstraße planmäßig verlassen und wird voraussichtlich im Juni mit einem "Shop in Shop"-Konzept im ersten Stock des Modehauses Müller-Ditschler in der Rosenstraße weitermachen. Geplant ist auch, die Fläche vor dem Modehaus mit Aktionen zu "bespielen", insbesondere an den Wochenenden. "Dieser Umzug zeigt auch, dass wir Pop-ups nicht des Pop-up-Willens machen, sondern dass wir diese Konzepte langfristig an Hanau binden wollen", unterstreicht der Oberbürgermeister. Als neuen Pop-up-Store-Mieter für die Immobilie Nürnberger Straße 35 konnte die HMG das Unternehmen Wohnlust gewinnen, das bereits erfolgreich in Fulda ein Geschäft für Wohnaccessoires, Wohntextilien, Lampen und ausgesuchte Möbel betreibt. Die Eröffnung ist im Juli vorgesehen.

Der Mietvertrag für die Pop-up-Stores "Secondvintage" und "Lotte im Glück", die sich einen Laden an der Nürnberger Straße 28 teilen, ist um drei Monate verlängert worden. Beide aus dem Online-Handel kommenden Junggründer, Noah Naber und Valerie Ramme, halten an einem stationären Store-Konzept fest, benötigen aufgrund der wegen Corona reduzierten Umsätze aber noch etwas Zeit, um es wirtschaftlich tragfähig zu machen.

In die frühere "Papeterie" an der Nürnberger Straße 38, die derzeit umgebaut wird, zieht ab August ein Blumenladen ein. Zwei Frankfurter Junggründerinnen wollen dort ein neues, nachhaltiges Konzept umsetzen – die HMG wird das Projekt mit Instrumenten aus dem Programm Hanau auFLADEN unterstützen. Bereits eröffnet hat das direkt dahinter im Hof gelegene Restaurant "MULLINO vino & panino". "Mit dem Eigentümer der Immobilien, Michael Bailly, arbeiten wir sehr eng und vertrauensvoll zusammen – er steht stellvertretend für ein neues Netzwerk aus Immobilieneigentümern, die sich ihrer gesamtgesellschaftlichen

Verantwortung für die Entwicklung der Innenstadt bewusst sind. Wir sind sehr froh darüber, dass dieses Netzwerk wächst und dass wir zu vielen inzwischen ein Vertrauensverhältnis aufgebaut haben", erläutert Bieberle. Der Geschäftsführer der HMG freut sich auch darüber, dass Filialisten die Stadt neu entdecken. So hat die Drogeriekette DM unlängst am Marktplatz expandiert und den Leerstand der ehemaligen Metzgerei Zeiss beseitigt. Zudem hat die Supermarkt-Kette Tegut vor kurzem am Hauptbahnhof ihren ersten Teo-Markt im Rhein-Main-Gebiet eröffnet – eine rund um die Uhr geöffnete Filiale, die ohne Personal auskommt. "All das zeigt, dass wir mit unserem Stadtentwicklungsprojekt ‚Hanau aufLADEN‘ bedeutend mehr richtig als falsch machen", stellt Kaminsky abschließend fest. Mehr Informationen zum Stadtentwicklungsprojekt und den verschiedenen Förderangeboten gibt es unter www.hanauaufladen.jetzt.

Dieser Meldung sind folgende Medien zugeordnet:

Komplizentreffen 01 (Copyright: Hanau Marketing GmbH)
https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=244748

Komplizentreffen 02 (Copyright: Hanau Marketing GmbH)
https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=244749