

## Frischer Wind mit alten Klamotten Vintage-Konzepte werden zu Dauerangeboten in der Innenstadt

"Pop-up-Konzepte sind ein gutes Mittel zur Innenstadtbelebung. Sie minimieren Risiken für Jung-Unternehmen und sorgen auf der anderen Seite, bei der Kundschaft, für Abwechslung", sagt Hanau Oberbürgermeister Claus Kaminsky. Im Rahmen des Stadtentwicklungsprogramms "Hanau aufLADEN" experimentiert die Hanau Marketing GmbH (HMG) seit rund zwei Jahren mit kurzfristig wechselnden Mietern – mit großem Erfolg. "Trotzdem ist es natürlich unser Hauptziel, die Kurzfrist- zu Langzeitmietern zu machen und die Innenstadt damit nachhaltig zu bereichern", erläutert HMG-Geschäftsführer Martin Bieberle, dass die Stadt Pop-up-Konzepte nicht nur des Pop-up-Gedankens willens ansiedele. Umso größer ist bei ihm die Freude, dass es der HMG nun gelungen ist, die ersten Übergangs-Konzepte zu dauerhaften Anbietern in der Innenstadt zu machen: Die beiden Vintage- und Second-Hand-Geschäfte "Lotte im Glück" und "Second Vintage" bleiben den Hanauerinnen und Hanauern erhalten.

Valerie Ramme, Inhaberin von "Lotte im Glück", wird mit ihrem umfangreichen und handverlesenen Angebot von Second-Hand-Damenmode sogar ein langfristiges Mietverhältnis eingehen und dabei wiederum selbst Jungunternehmern eine kleine Show-Fläche als Pop-up zur Verfügung stellen: Sie übernimmt zum 1. September die Räumlichkeiten an der Rosenstraße/Ecke Nürnberger Straße, in denen sie in den letzten Monaten erste Erfahrungen im stationären Handel sammeln konnte. "Wir sind den Vermieter-Familien Mentzer und Daniels sehr dankbar, dass sie der jungen Unternehmerin nun die Chance geben, auf eigenen Beinen zu stehen. Und wir sind ihnen ebenfalls dankbar, dass sie sich auf das Abenteuer ‚Pop-up‘ als erste Eigentümer in Hanau eingelassen haben", lobt Hanau Oberbürgermeister. Mentzers und Daniels waren die ersten, die im September 2020 einen Mietvertrag mit der HMG schlossen; mit dem Ziel, die Räumlichkeiten wechselnden Betreibern zur Verfügung zu stellen. Vor fast genau zwei Jahren eröffnete Sanaz Ghorbani ihren Laden namens "VON & ZU", in dem hochwertige Accessoires für Hunde angeboten wurden. Sie legte gemeinsam mit den Vermietern damit den Grundstein für eine Erfolgsgeschichte.

Nach "VON & ZU" bezogen verschiedene Künstlerinnen und Künstler unter dem Namen "Vollkonzept" die rund 200 Quadratmeter großen Räume in 1a-Innenstadtlage, ehe Noah Naber Ende letzten Jahres das Trend-Thema "Vintage-Mode" nach Hanau brachte. Sein "Second Vintage" avancierte schnell zu einem beliebten Anlaufpunkt für junge und junggebliebene Menschen, denen Nachhaltigkeit und Modebewusstsein ein gleichzeitiges Anliegen sind. Ihm schloss sich auf Initiative der HMG Anfang dieses Jahres Valerie Ramme mit ihrem Konzept "Lotte im Glück" an – eine gelungene Zusammenarbeit, die jetzt zwar räumlich auseinandergeht und aktuell wegen Umbau- und Umzugsmaßnahmen geschlossen ist, dennoch eng miteinander verbunden bleiben wird.

Während Ramme die Räume an der Rosenstraße/Nürnberger Straße künftig alleine und dauerhaft bespielen wird, zieht es Noah Naber ins Forum Hanau. Sein "Second Vintage" wird dort die Räume der Modekette "Orsay" beziehen, die sich inzwischen aus dem gesamten deutschen Markt zurückgezogen hat. "Der neue Store hat eine fantastische Lage, um besonders junge Menschen mit meinen Vintage-Klamotten, Caps und Kameras zu erreichen. Er bietet außerdem genügend Fläche, mit weiteren Themen wie Möbel, Vinylplatten oder ähnlichem zu experimentieren. Ich bin der Hanau Marketing GmbH superdankbar dafür, dass sie mir nun auch diese neue Möglichkeit eröffnet hat", freut sich der Jung-Unternehmer, der seine Mode bis vor einem Jahr nur online vertrieb. HMG-Mitarbeiterin Susanne Schmitz hatte die Idee, "Second Vintage" und das Forum Hanau zusammenzubringen, um auszuloten, ob eine übergangsweise Nutzung der Orsay-Fläche so lange möglich ist, bis ein dauerhafter Nachmieter gefunden ist – und stieß beim Forum-Betreiber HBB auf offene Ohren. "Dass HBB dem Jung-Unternehmer nun diese außergewöhnliche Chance eröffnet, zeigt erneut, wie sich das Center-Management aktiv in

die Entwicklung unserer gesamten Innenstadt einbringt", unterstreicht Oberbürgermeister Kaminsky. "Seit Beginn der Zusammenarbeit hat sich immer wieder gezeigt, dass HBB nicht nur an sein Center, sondern an die gesamte Innenstadt denkt. Das eine funktioniert ohne das andere eben nicht", betont der OB, der auch auf das gerade abgeschlossene Projekt "Tatkraft" verweist, bei dem das Forum einen Ausbildungs-Pop-up-Store von Kreishandwerkerschaft, Agentur für Arbeit und der städtischen Wirtschaftsförderung nicht nur beherbergte, sondern auch tatkräftig unterstützte. "Wir sind als Stadt sehr froh und glücklich darüber, so einen engagierten Partner an unserer Seite zu haben – und bedanken uns ausdrücklich bei Diana Schreiber-Kleinhenz und Claudia Ullmann vom Center-Management. Sie und alle anderen Akteure der HBB sind echte ‚Komplizen‘ für unsere Sache", so Kaminsky.

Mit dem Wort "Komplizen" umschreibt die HMG in ihrem Prozess "Hanau auflADEN" Partnerinnen und Partner, denen es ebenfalls ein Herzensanliegen ist, die Innenstadt weiterzuentwickeln – und die bereit sind, dafür auch unorthodoxe, kreative Ideen auszuprobieren. Zum "Komplizen"-Netzwerk gehören auch Valerie Ramme, Noah Naber, die Betreiber der Pop-up-Gastronomie "Wirtschaft im Hof", Conny und Uwe Kannengießer, oder Elias Kolbe, Inhaber des "Ajoki" an der Johanneskirche. Sie alle schlossen sich für das zurückliegende Wochenende unter der Organisation der HMG zusammen, um erstmals einen Vintage-Markt in der Hanauer Altstadt auf die Beine zu stellen – und wurden dafür mit großem Zuspruch belohnt. "Kreative Menschen, die gemeinsam neue Dinge ausprobieren – das ist die DNA von ‚Hanau auflADEN‘", freut sich Bieberle über die gelungene "Komplizenschaft".

Zu den Verbündeten für die Weiterentwicklung der Innenstadt zählen aber auch die Immobilieneigentümer. "Wir wünschen uns noch mehr Inhaber wie die Familien Daniels und Mentzer, die verstehen, dass sie auch eine Verantwortung für den Erhalt des Kulturguts ‚Innenstadt‘ haben", erklärt Kaminsky. Eigentümerinnen und Eigentümer müssten verstehen, dass es nicht mehr "ausschließlich um den schnellen Euro" gehen könne, sondern dass sich "gute, nachhaltige, bereichernde Konzepte mittelfristig auszahlen – für die Stadt aber eben auch für die Gebäudebesitzerinnen und -besitzer", ergänzt der Oberbürgermeister.

Die HMG hat inzwischen mehrere Pop-up-Flächen angemietet und erfreut sich einer regen Nachfrage. Sie bietet Jung-Unternehmen dabei äußerst risikoarme Konditionen bei einer Untervermietung: Sie zahlen in den ersten drei Monaten nur zehn Prozent ihres Bruttoumsatzes als Miete und bei einer Verlängerung in den Monaten vier bis sechs 50 Prozent der Ursprungsmiete – jeweils zuzüglich der anfallenden Nebenkosten. Forum-Hanau-Betreiber HBB bietet die gleichen Konditionen für seinen Pop-up-Store im Untergeschoss. "Alle Akteure – sowohl die Betreiber als auch in die Immobilieninhaber – sind sehr, sehr zufrieden mit diesem Grundkonzept", erklärt Bieberle.

In der Lindenstraße betreibt Annika Borisov seit wenigen Monaten ihr "Little Finland" mit Spezialitäten aus ihrer Heimat. Noch frischer in der Hanauer-Pop-up-Landschaft sind Theresa und Till Pusch, die ihren geschmackvollen Lifestyle-Concept-Store "Wohnlust" erst vor kurzem an der Nürnberger Straße eröffnet haben. Und weitere "Komplizen" stehen bereits in den Startlöchern: So werden Petra und Jörg Leroy mit "Kulinarisches & Schönes" – unlängst noch Pop-up-Store-Betreiber – bald ihre neue Dependance im Modehaus "Müller-Ditschler" an der Rosenstraße eröffnen. Anfang September folgt die Familie Glück, die den Traditionsspielwaren-Laden "Brachmann" neu eröffnen wird. "Und es gibt noch viele weitere Interessenten an den ‚Hanau auflADEN‘-Konzepten, weshalb wir auch die weitere Anmietung von Pop-up-Flächen planen", kündigt HMG-Geschäftsführer Bieberle an.

Weitere Informationen zum Stadtentwicklungsprogramm "Hanau auflADEN" gibt es unter [www.hanauaufladen.jetzt](http://www.hanauaufladen.jetzt).

Dieser Meldung ist ein Medium zugeordnet:

Vintage (Copyright: Hanau Marketing GmbH)

[https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien\\_id=248633](https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=248633)