

Pressemitteilung von Montag, 21. Februar 2022 Stadt Hanau

Hanau aufLADEN nimmt 2022 richtig Fahrt auf Stadtentwicklungsprogramm wird ausgeweitet: Farbe für die Stadt, pralles Programm in der City und eine neue Anlaufstelle

Die geplante Übernahme des Traditionshauses Spielwaren Brachmann, mehr Farbe an Häusern, Brücken und auf Straßenpflastern, Urban Gardening und neue Märkte sowie ein pralles Programm an Veranstaltungen, das an jedem Wochenende Lust darauf machen soll, das Leben in Hanau zu genießen: Mit einem ganzen Bündel an neuen Projekten will die Hanau Marketing GmbH (HMG) die Belebung der Innenstadt vorantreiben. Das Stadtentwicklungsprojekt "Hanau aufLADEN" nimmt - ausgestattet mit Fördergeldern von Bund und Land - in diesem Jahr richtig Fahrt auf. Die entsprechenden Planungen sind am Montag dem Magistrat vorgestellt worden. "Wir sind stolz darauf, mit dem prämierten Programm sichtbar für jeden bereits sehr viel bewegt zu haben und wollen unser Engagement in Sachen Re-Vitalisierung der Innenstadt deshalb weiter ausbauen", sagt Hanaus Oberbürgermeister Claus Kaminsky. Ein weiterer Meilenstein soll die Einrichtung eines Kompetenzzentrums für Handel, Digitalisierung und Immobilien werden – eine stationäre Anlaufstelle für alle Akteure der Innenstadt, die sich für die Zukunft neu aufstellen wollen.

"Wir werden nicht nachlassen, unsere Innenstadt mit frischen Ideen fit für die Zukunft zu machen und legen dabei unseren Schwerpunkt darauf, innovative Firmen-Gründerinnen und -Gründer zu unterstützen und Bestandsunternehmen zu stärken", meint der Oberbürgermeister. Ihnen soll mit dem neuen Kompetenzzentrum eine Anlaufstelle für Beratung, Betreuung und Schulung angeboten werden, um die Instrumente von ‚Hanau aufLADEN‘ noch besser anwenden zu können. Die Eröffnung ist für das zweite Halbjahr 2022 geplant.

Das Kompetenzzentrum soll dem Handel und der Gastronomie in der Stadt auch Seminare, Coachings und Workshops anbieten und nicht zuletzt die von der HMG selbst betriebenen Läden bei der Konzeptentwicklung unterstützen. Mitwirken beim Aufbau der zentralen Anlaufstelle und bei der Einzelhandelsentwicklung insgesamt wird mit Norbert Schalinsky künftig ein ausgewiesener Experte der Branche und profunder Kenner der Stadt. Schalinsky bringt jahrzehntelange Handelserfahrung mit, unter anderem als Geschäftsführer mehrerer Filialen der Elektronikhandelskette Saturn, und als langjähriger Vorsitzender des Hanau Marketing Vereins, der Interessensvertretung des Einzelhandels, eine große Hanau-Verbundenheit. "Wir sind froh, künftig mit Norbert Schalinsky einen absoluten Fachmann an unserer Seite zu haben", begrüßt HMG-Aufsichtsratsvorsitzender Joachim Stamm die Personalie "als Glücksfall für die Stadt".

"Sowohl die Förderprogramme für Neuansiedlungen als auch die nachhaltige Bestandspflege zeigen, dass wir mit unserem Konzept auf dem richtigen Weg sind", erklärt Hanaus Oberbürgermeister. Beispielhaft für das erfolgreiche Engagement im Rahmen des Stadtentwicklungsprojekts nennt er die neu entstandenen Pop-up-Stores, die aktuell und künftig von der HMG selbst betriebenen Läden - wie den KunstKaufLADEN Tacheles, der am 14. März mit neuem Sortiment wiedereröffnet, und das vor dem Aus bewahrte Spielwarengeschäft Brachmann - oder die nach städtischer Vermittlung erst kürzlich abgewendete Filialschließung von C&A. "Es mag merkwürdig klingen – aber wir spüren ein stetig wachsendes Interesse am Standort Hanau, auch von großen Filialisten", berichtet Kaminsky: "Das ist für uns ein klarer Beleg, dass wir mit dem Maßnahmenbündel absolut auf dem richtigen Weg sind."

Beratung, Betreuung und Unterstützung finden beim Stadtentwicklungsprogramm "Hanau aufLADEN" alle angehenden und bestehenden Einzelhandels- oder Gastronomiebetriebe. Ein Beratungsgespräch kann jederzeit per Mail an kontakt@hanauaufladen.jetzt vereinbart werden. Das umfassende Programm fußt grundlegend auf den drei Säulen Neuansiedlungen, Bestandspflege und Immobilienmanagement. Dabei werden vielfältige Instrumente genutzt, die innerhalb der Hanau Marketing GmbH von einem Experten-Team unter der Geschäftsführung

von Martin Bieberle und der operativen Leitung von Daniel Freimuth und Kristine Todt koordiniert werden. Das Stadtentwicklungsprogramm wird über die gesamte Unternehmung Stadt Hanau hinweg gedacht und bearbeitet, so sind verschiedene städtische Fachabteilungen oder Gesellschaften wie die Baugesellschaft oder die BauProjekt insbesondere bei den Immobilienfragen involviert.

Kernelement des Projekts ist die bereits 2019 beschlossene Vorkaufsrechtssatzung. Sie bewirkt, dass die Stadt von geplanten Immobilienverkäufen in Kenntnis gesetzt wird und ermöglicht es ihr, auf die künftige Nutzung Einfluss zu nehmen. Ziel ist es, Leerstand zu vermeiden und die Angebotspalette im Sinne einer vielfältigen Einkaufsstadt zu beeinflussen und auszurichten. "Bei der Vorkaufsrechtssatzung geht es nicht darum, den Markt zu stören, sondern gemeinsam mit Eigentümerinnen und Eigentümern Ideen zu entwickeln, wie ihre Immobilie und damit die Innenstadt aufgewertet werden kann. Eigentümer brauchen in ihrer Ansiedlungsstrategie Weitsicht und sollten die Gesamtstrategie einer Stadt unterstützen", erklärt Simon Roth, der bei der BauProjekt Hanau GmbH zuständig für Immobilienthemen und Gebäude-Förderprogramme ist. Optionen im Sinne der Stadtgestaltung gibt es dann viele: Bei Bedarf vermittelt Roth das City-Konjunktur-Programm, mit dem die Sanierung von Gebäudefassaden gefördert wird, was wiederum auf das komplette Umfeld ausstrahlt. Andere Möglichkeiten sind Anmietung oder Kauf der Immobilie durch die Stadt, falls keine geeignete Nachnutzung im Raum steht oder Leerstand droht. Auch können Vereinbarungen mit Käufern über die zukünftige Entwicklung des Gebäudes getroffen werden.

Seit 2021 ist Hanau eine von 14 Modellstädten, die gemeinsam mit dem IFH Köln im "Stadtlabor für Deutschland: Leerstand und Ansiedlung" eine digitale Plattform entwickeln. Das Ziel ist es, durch einen ganzheitlichen Überblick zu Leerständen, Immobilienstruktur, angebotenen Gewerbeflächen und möglichen Anbietern ein proaktives Ansiedlungsmanagement auf Basis eines Innenstadtkonzeptes zu bekommen. Um das umsetzen zu können, ist der Dialog zwischen allen Akteuren der Innenstadt essenziell.

Für die Nachnutzung aktiviert die Hanau Marketing GmbH ihr großes und beständig wachsendes Netzwerk aus Firmen, Freelancern, Unternehmern und Institutionen, die augenzwinkernd als "Komplizen" des Projektes tituliert werden – Kreative, Innovationsbereite, Mutige, die mit der Stadt im Sinne der Stadtentwicklung gemeinsame Sache machen wollen. Darüber hinaus gibt es mit Susanne Schmitz eine "Headhunterin für neue Ladenkonzepte". Sie sucht und findet passende Betreiber für innovative Ladenkonzepte, spricht mit geeigneten Bewerberinnen und Bewerbern und entwickelt mit ihnen und weiteren einen individuellen Umsetzungsplan. Das kann ein Start-up mit einer frischen Ladenidee, ein etablierter Einzelhändler, der über eine weitere Filiale nachdenkt, oder ein Online-Business sein, das sich stationär ausprobieren möchte. Interessenten dafür werden von Schmitz und ihrer Kollegin Hülya Günel immer mit offenen Armen empfangen. Einer Steinheimer Junggründerin, die sich mit einem Online-Handel für Secondhand-Markenkleidung erfolgreich selbstständig gemacht hatte, konnte die HMG erst kürzlich nach intensiver Beratung und der Entwicklung eines individuellen Konzepts zum stationären Pop-up-Laden in der Innenstadt verhelfen. Dabei hatte die Junggründerin Valerie Ramme, Inhaberin von "Lotte im Glück", eigentlich einen ganz anderen Baustein von "Hanau aufLADEN" angefragt – eine Analyse ihres Online-Auftritts. Bei der Konzeptbesprechung stellte sich heraus, dass ein stationärer Laden für sie Sinn machen könnte, wenn sie ihn zusammen mit einem Partner betreibt. Der wurde ihr mit Noah Naber vermittelt, dem Inhaber des ebenfalls auf hochwertige Second-Hand-Klamotten spezialisierten Pop-up-Ladens "Second Vintage". Beide bestücken nun gemeinsam das Geschäft an der Nürnberger Straße 28, wechseln sich in der persönlichen Präsenz vor Ort ab und erschließen so effektiv neue Kundenkreise. "Ein Modell, das sich künftig auch aus eigener Kraft tragen könnte", freut sich Schmitz für die Junggründer und das entstandene attraktive Angebot in der Einkaufsstadt Hanau.

Mit dem Konzept der Pop-up-Stores bietet "Hanau aufLADEN" die Möglichkeit, zu subventionierten Mieten Ladenkonzepte für einen begrenzten Zeitraum bei einem deutlich minimierten wirtschaftlichen Risiko auszuprobieren. Die Konditionen sind dabei immer gleich: Fällig werden in den ersten drei Monaten als Mietzahlung außer den Nebenkosten zehn Prozent des Bruttoumsatzes, womit die Fixkosten erfolgsabhängig und tragbar werden. Als zweites Fördermodul gibt es die Möglichkeit der Starthilfe, bei der Miet- und Marketingzuschüsse bis zu 10 000 Euro bei einer langfristigen Laden-Anmietung möglich sind. In beiden Fällen werden die Inhaberinnen und Inhaber nicht allein gelassen: "Wir beraten und begleiten sie weiterhin, auch dann, wenn sich die Läden fest etabliert haben, zum Beispiel mit konzeptionellem Feintuning", erklärt Schmitz.

Im Idealfall erweist sich das neue Ladenkonzept als Erfolg und siedelt sich dauerhaft in Hanau an. Für alle "Alteingesessenen" gibt es dann weitere Förderprogramme und Aktionen, wie zum Beispiel den "Grimmscheck", einen stadtweit gültigen Einkaufsgutschein. Beim so genannten Upgrade-Programm, einem weiteren Instrument von "Hanau aufLADEN", können Betriebe ihren Online-Auftritt von Expertenteams kostenfrei prüfen lassen und erhalten konkrete Verbesserungsvorschläge, um im Internet besser wahrgenommen zu werden.

Um die Frequenzen in der Innenstadt hoch zu halten und die Aufenthaltsqualität zu steigern, entwickelt die HMG stets neue Veranstaltungen und Aktionen. Für die kommenden Monate ist ein Programm unter der Überschrift "Hanau macht Lust auf das Leben" geplant, das von Ende März bis Anfang Oktober an jedem Wochenende abwechslungsreiche Veranstaltungen offeriert – bekannte Formate wie die Künstler-Märkte, die Reihe "Hanau macht Musik" oder Autshows und Fahrradaktionstag, aber auch neue. So etabliert die HMG in Zusammenarbeit mit dem städtischen Spielmobil an verschiedenen Samstagen eine "Kinder-Meile" in der Langstraße, legt das Wochenmarkt-Kochen wieder auf oder will mit ihrem KunstKaufLADEN Tacheles unter der Überschrift "Hanau macht Kunst" dafür sorgen, dass die Stadt bunter wird. Geplant sind hier Live-Painting-Events in der Innenstadt, die künstlerische Gestaltung von Fassaden oder die Bemalung von Straßenpflastern. Darüber hinaus wird es in der Altstadt eine ganze Reihe neuer Märkte geben, zum Beispiel zu den Themen Garten und Vintage. Die HMG will dabei an die guten Erfahrungen des Künstlerweihnachtsmarkts "Wintergold" anknüpfen und gemeinsam mit den Betreibern der Pop-up-Gastronomie "Wirtschaft im Hof" weitere neue Konzepte zur Innenstadtbelebung ausprobieren.

Informationen zum Stadtentwicklungsprogramm "Hanau aufLADEN" gibt es unter www.hanauaufladen.jetzt, Informationen zu den geplanten Veranstaltungen in der Innenstadt unter www.hanau-erleben.de.

Dieser Meldung sind folgende Medien zugeordnet:

AufLADEN 01 (Copyright: Hanau Marketing GmbH/David Seeger)
https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=240867

AufLADEN 02 (Copyright: Hanau Marketing GmbH/David Seeger)
https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=240869