

Pressemitteilung von Mittwoch, 8. Februar 2023 Stadt Hanau

Hanaus Innenstadt immer attraktiver / Umfrage liefert Impulse für anstehende Aufgaben
Bundesweite Untersuchung von Stadtzentren bestätigt Bemühungen / Handel, Parken,
Wochenmarkt schneiden sehr gut ab / Verweildauer steigt / Nachholbedarf bei Sauberkeit
und Möglichkeiten zum Verweilen

Hanau. Das Kölner Institut für Handelsforschung (IFH) hat bundesweit eine Umfrage zu Innenstadt-Themen durchgeführt und Passanten befragt. „Die Erhebung zeigt: Unsere Hanauer Innenstadt erfreut sich wachsender Beliebtheit“, sagt Oberbürgermeister Claus Kaminsky.

"Dass wir mit unserem Handeln, gemeinsam mit vielen langjährigen und neuen Händlerinnen und Händlern, Gastronomen und weiteren Komplizen, auf dem richtigen Weg sind, zeigen viele Werte. Unser Stadtentwicklungsprogramm Hanau auFLADEN steht vorbildhaft für das konkrete Umsetzen und Ausprobieren neuer Ideen. Wir sind im Schicksalsjahrzehnt für unsere Innenstädte, auch in Hanau. Sich auf dem guten Zeugnis auszuruhen, ist nicht geboten, sondern die einzelnen Ergebnisse sind sehr genau zu bewerten und mit unseren Überlegungen abzugleichen. Die Umfrageergebnisse liefern dafür wichtige Impulse", so Kaminsky.

"Vitale Innenstädte" nennt sich die vom Handelsverband Deutschland (HDE), dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK), dem Deutschen Städte- und Gemeindebund (DStGB) und der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V. (bcsd) unterstützte Untersuchung, die als größte Passanten-Befragung Deutschlands gilt. Von September bis November 2022 haben 111 Städte unterschiedlicher Größe an dieser Analyse teilgenommen, darunter zum Beispiel Millionenstädte wie Köln und Hamburg, vor allem aber Groß- und Mittelstädte wie Hannover, Mannheim und andere. In Hessen und dem Rhein-Main-Gebiet wurden Passanten in Kommunen wie Gießen, Fulda, Aschaffenburg und eben auch Hanau umfangreich befragt, wieso sie die jeweilige Innenstadt besuchen, was sie positiv oder negativ finden und was ihnen fehlt.

Bei der IFH-Umfrage antworteten 58 Prozent der in Hanau Befragten, ob die Attraktivität in der Innenstadt zugenommen habe, mit "ja". Der Bundesdurchschnitt liegt hier bei 39 Prozent. "Das ist ein Spitzenwert, und das ist eine absolute Bestätigung für das 2019 von der Hanau Marketing GmbH aufgesetzte und mit Leben erfüllte Stadtentwicklungsprogramm Hanau auFLADEN", ordnet Joachim Stamm, Aufsichtsratsvorsitzender der Hanau Marketing GmbH ein: "Die Inhalte unseres Programms werden bundesweit von anderen Stadtmarketing-Spezialisten beachtet, dazu von Landes- und Bundesförderprogrammen unterstützt. Umso mehr dürfen wir uns jetzt freuen, dass offenbar auch die Besucherinnen und Besucher der Innenstadt unsere Bemühungen wahrnehmen und positiv bewerten", so Stamm.

In der Hanauer Innenstadt überwiegen laut der Umfrage deutlich die positiven Bewertungen. Mit "gut" oder "sehr gut" wurden dabei Punkte wie "fußgängerfreundlich", "fahrradfreundlich", "Anbindung mit öffentlichem Nahverkehr", "Sitz- und Verweilmöglichkeiten" bewertet. Nicht ganz so positive Ergebnisse, aber immerhin noch ein "befriedigend", gab es im Durchschnitt bei Punkten wie "Sicherheit", "Sauberkeit", "Stadtgrün" und "Familienfreundlichkeit". "Wir nehmen das natürlich ernst und werden uns intensiv mit diesen Punkten beschäftigen. Genau diese Themen hatten wir uns für das Jahr 2023 aber ohnehin auf die Agenda gesetzt", so der Oberbürgermeister. So liefen derzeit zum Beispiel die Planungen, wie der Parkplatz an der Langstraße auf der Rathaus-Rückseite zu einem attraktiven Verweilraum umgestaltet werden kann, der Aufenthaltsmöglichkeiten mit grünen Elementen bieten soll. Auch Spielangebote für Kinder sollen dort geschaffen werden. Die Gastronomie, die zahlreichen Sonderaktionen und kulturellen Veranstaltungen in der Hanauer Innenstadt haben in der Befragung einen Spitzenwert erreicht. Durchweg positiv sehen die Befragten auch den Mix der Geschäfte, der nicht zuletzt durch innovative

Angebote im Rahmen des städtischen Programms Hanau auflADEN vielfältiger und interessanter geworden ist. Ein "sehr gut" oder "gut" gab es für fast alle Branchen, von Bekleidung über Schmuck und Uhren bis hin zu Büchern, Elektronik und Lebensmitteln. Bei der Bewertung der innerstädtischen Parkmöglichkeiten schneidet Hanau besser ab als der Durchschnitt und verbessert sich im Vergleich zur Umfrage von vor fünf Jahren erheblich – die Zufriedenheits-Schulnote verbesserte sich in diesem Punkt von 3,3 auf 2,8. Auch mit den angebotenen Busverbindungen sind die Befragten sehr zufrieden. Das deckt sich damit, dass mehr als ein Viertel der Besucher den öffentlichen Nahverkehr genutzt haben – weit mehr als im Durchschnitt der vergleichbaren Städte. Zugenommen hat gegenüber der letzten Befragung die Zahl derjenigen, die mit Fahrrad, E-Bike oder zu Fuß in die City gekommen sind. Parallel dazu hat der Anteil derjenigen, die mit dem Auto in die Stadt gefahren sind, von 36 auf 31,8 Prozent abgenommen. Vergleichbar große Städte haben hier einen Wert von 44,7 Prozent, und im Bundesdurchschnitt kommen 42,7 Prozent mit dem Auto in die Innenstadt.

Die meisten Befragten gaben an, in Hanau zu wohnen: Rund 65 Prozent stammen aus der Brüder-Grimm-Stadt, was auch den Durchschnittsdaten vergleichbarer Städte entspricht. 35 Prozent kommen von außerhalb, neben naheliegenden Orten im Westen wie Mühlheim oder Hainburg meistens aus dem Main-Kinzig-Kreis von Maintal bis Wächtersbach und Bad Orb, sowie aus dem Kahlgrund.

Bei der Frage nach den Besuchsgründen ist der absoluten "Branchengewinner" gegenüber der letzten Befragung die Gastronomie. Gaben 2018 noch 20 Prozent der befragten Passanten an, unter anderem wegen eines Besuchs in Restaurant oder Café in die Stadt gekommen zu sein, waren es bei der jüngsten Befragung satte 43 Prozent. Deutlich verbessert hat sich auch der Anteil derjenigen, welche die City wegen des Einkaufsangebotes schätzen. 2018 waren es 55 Prozent, die zum Einkaufen in die Stadt gekommen waren, 2022 fast 65 Prozent, womit Hanau über dem Durchschnitt ähnlicher Städte liegt. "Hier zeigt sich deutlich, dass die Anstrengungen, die Handel, Gastronomie und Stadt in diesen Bereichen gemacht haben, erfolgreich sind", sagt HMG-Aufsichtsratsvorsitzender Stamm. Immer mehr Besucher würden den Einkaufsbummel mit einem Besuch in der Gastronomie oder einer Veranstaltung verbinden. Daraus ließen sich auch die Zahlen zur gestiegenen Attraktivität erklären.

Diese wirkt sich offensichtlich auch auf die Aufenthaltsdauer aus. Während die Zahl der Kurzbesucherinnen und -besucher laut Umfrageergebnis sinkt, die weniger als zwei Stunden in der Stadt verweilen, ist die Zahl derjenigen, die mehr als zwei Stunden in der Innenstadt bleiben, von 34 auf 49 Prozent gestiegen. Hanau liegt damit deutlich über den Durchschnittswerten der anderen befragten Städte. Allerdings zeigt sich bei der Befragung auch ein seit Jahren erkennbarer Trend: Rund 26 Prozent der Befragten (2018: 19 Prozent) gaben an, verstärkt im Internet einzukaufen und deshalb seltener zum Einkaufen in die Stadt zu fahren, womit Hanau sich auf dem Durchschnittsniveau anderer Städte bewegt.

Bei den Themen "Sauberkeit" und "Sicherheit" schneidet Hanau mit der Gesamtnote "befriedigend" schlechter ab als andere Städte in dieser Größe. Auch in Sachen "Stadtgrün" bleibt Hanau mit seinem Durchschnittswert hinter anderen Städten zurück. Fast 50 Prozent der Befragten gaben an, einen Besuch in der Innenstadt nicht an Freunde und Bekannte weiterzuempfehlen – damit liegt Hanau im Bundestrend (53 Prozent). Nur jede vierte Stadt (24 Prozent), so die IFH-Erhebung, kann sich über eine hohe Weiterempfehlungsrate freuen. Bei einem Punkt sind sich die Befragten einig: Der Hanauer Wochenmarkt ist der absolute Quotensieger. 91 Prozent stellen dem mittwochs und samstags stattfindendem Markt, mit "sehr gut" oder "gut" ein Spitzenzeugnis aus. Lediglich ein Prozent finden den Markt "verbesserungswürdig", knapp acht Prozent bewerten ihn mit "geht so". Das drückt sich auch in der Durchschnittsnote für den Hanau-Besuch aus: Am ersten Befragungstag Donnerstag liegt sie bei 2,8, am zweiten Befragungstag Samstag bei 2,3. Daraus ergibt sich eine Gesamt-Durchschnittsnote für die Brüder-Grimm-Stadt von 2,6, was eine leichte

Verbesserung gegenüber der letzten Befragung im Jahr 2018 bedeutet (2,7). Die 2022er-Durchschnittsnote vergleichbarer Städte liegt bei 2,4.

Eine weitere Erkenntnis für den Hanauer Wochenmarkt: Rund 35 Prozent der Befragten wünschen sich veränderte Öffnungszeiten (von 8 bis 16 oder 10 bis 18 Uhr). Die aktuellen Öffnungszeiten des Wochenmarkts von 7 bis 14 Uhr halten rund 14 Prozent für richtig.

"Die Umfrage zeigt vor allem, dass unsere Angebote, die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt zu steigern, angenommen werden. Hanau ist robust, dynamisch und agil. Das ist ein Erfolg, den sich unsere Hanau Marketing GmbH mit der entschlossenen und einmütigen Rückendeckung der Kommunalpolitik sowie der Unterstützung aller Ämter, Eigenbetriebe und Gesellschaften auf die Fahne schreiben kann. Ich danke auch den Händlerinnen und Händlern sowie Gastronomen, Dienstleisterinnen und Dienstleistern, die den Menschen in Hanau und unseren vielen Gästen gute Gründe liefern, unsere Innenstadt zu besuchen und zu erleben", so das Fazit von Oberbürgermeister Claus Kaminsky. "Bei allen positiven Entwicklungen wissen wir aber natürlich, dass es weiterer Anstrengungen bedarf. Wir werden in unseren Bemühungen, die Innenstadt weiterzuentwickeln, nicht nachlassen." Hinweis: Mehr zur Umfrage unter www.ifhkoeln.de

Dieser Meldung ist ein Medium zugeordnet:

Hanau, Innenstadt, Umfrage 2023 (Copyright: Stadt Hanau / Hanau Marketing GmbH)
https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=256684

Pressekontakt: Dominik Kuhn, Telefon 06181/ 18000 – 820

Kontaktdaten:
Stadt Hanau
Öffentlichkeitsarbeit
Am Markt 14-18
63450 Hanau