

Pressemitteilung von Montag, 27. Februar 2023 Stadt Hanau

„Wir sind für die neuen Herausforderungen gewappnet“ Stadtentwicklungsprogramm „Hanau aufLADEN“ trägt Früchte – Viele neue Maßnahmen für 2023 – Hohe Dynamik bei Neuansiedlungen

"Die Herausforderungen, vor denen unsere Innenstadt, vor denen Handel und Gastronomie stehen, werden sicherlich nicht kleiner. Aber wir sind dank unseres Programms ‚Hanau aufLADEN‘ gewappnet", sagt Hanaus Oberbürgermeister Claus Kaminsky. Zu den nach wie vor schwierigen Rahmenbedingungen, die sich in gestörten Lieferketten, hohen Energiekosten und Kaufzurückhaltung ausdrückten, geselle sich laut OB auch der grundlegende Strukturwandel im Einzelhandel. "Die erneute wirtschaftliche Schiefelage des Galeria-Kaufhof-Karstadt-Konzerns steht sinnbildlich dafür, dass erhebliche Veränderungen auf die Innenstädte zukommen werden", so Kaminsky. Auch wenn die Zukunft des Hanauer Hauses am Marktplatz nach wie vor ungeklärt ist, gelte es für die Stadt vorausschauend zu agieren. Kaminsky: "Wir machen unsere Hausaufgaben und bereiten uns auf alle Eventualitäten vor. Dafür steht unser Stadtentwicklungsprogramm. Denn wir glauben an die Zukunft der Innenstädte. Und wir sehen es als unsere Pflicht an, diese mitzugestalten." Ende 2019 hat die Stadt Hanau das Programm "Hanau aufLADEN" zur Stärkung der City gestartet. Es umfasst unter anderem eine Vorkaufsrechtsatzung, um Einfluss auf den Immobilienmarkt nehmen zu können und diverse Förderprogramme, die die Ansiedlung von Jung-Unternehmen und Start-ups unterstützen. Eine weitere Säule bildet eine leidenschaftliche "Komplizenschaft", die Menschen, die den Standort voranbringen wollen, in einem kreativen Netzwerk bündelt. Die Regie des Programms führt die Hanau Marketing GmbH (HMG), die die Arbeit innerhalb der Unternehmung Stadt Hanau Ämter- und Abteilungsübergreifend sowie die städtischen Gesellschaften integrierend koordiniert und vorantreibt. "Hanau aufLADEN" ist bundesweit zu einem Musterbeispiel geworden, wie Städte die Entwicklung ihrer Innenstädte in die Hand nehmen können", freut sich der HMG-Aufsichtsratsvorsitzende Joachim Stamm. Er ist sich mit Oberbürgermeister Kaminsky einig: "Auch wenn möglicherweise der eine oder andere Stolperstein vor uns liegt, werden wir in unseren Anstrengungen, eine vitale, vielfältige und lebenswerte Innenstadt zu erhalten, nicht nachlassen. Für das Image und das Selbstverständnis einer modernen, selbstbewussten Stadt ist die Innenstadt von herausragender Bedeutung."

Vier neue Pop-up-Flächen

Dass das Stadtentwicklungsprogramm "Hanau aufLADEN" fruchtet, zeigt sich etwa in der überregionalen Aufmerksamkeit, den Fördermittelzusagen von Bund und Land und den jüngsten Ergebnissen der bundesweiten Innenstadt-Untersuchung "Vitale Innenstädte", die Hanau bei vielen Parametern eine Verbesserung bescheinigt hat, sondern vor allem am nach wie vor geringen Leerstand. "Die Leerstandsquote liegt in der Hanauer Innenstadt trotz der vielen Krisen der letzten Monate und Jahre im geringen einstelligen Bereich. Das ist außergewöhnlich", zieht der Oberbürgermeister einen Vergleich zu anderen Städten, die oft wesentlich mehr Leerstand zu verkraften hätten. Hier zahlen sich offenbar die verschiedenen Förderprogramme aus, die in Hanau initiiert wurden. So konnten sechs von insgesamt acht Anbietern, die sich im Rahmen des Pop-up-Programms der HMG um eine risikoarme Testphase bewarben, inzwischen als dauerhafte Konzepte in Ladenlokalen etabliert werden. Die drei Ursprungs-Pop-up-Stores der HMG sind inzwischen allesamt weitervermietet worden. "Deshalb haben wir inzwischen drei neue Flächen angemietet", erläutert Stamm. An der Salz-, der Rosen- und der Lindenstraße können sich Jung-Unternehmen aktuell ausprobieren – und zahlen in den ersten drei Monaten nur zehn Prozent ihres Bruttoumsatzes als Miete (zuzüglich Nebenkosten). Ein Grundkonzept, das nun auch andere städtische Gesellschaften übernehmen: So bietet beispielsweise die Hanau Parkhaus GmbH derzeit eine über 200 Quadratmeter große Fläche im Parkhaus Nürnberger Straße zu den gleichen, risikoarmen Konditionen an.

Neue Konzepte können sich in Hanau ferner um die sogenannte Newcomer-Starthilfe bewerben – ein Zuschuss von bis 10.000 Euro für Miet- und Werbekosten. Mehr als ein Dutzend Unternehmen konnte die HMG inzwischen dank dieses Instruments in Hanau ansiedeln, darunter auch drei Konzepte, die sich zunächst als Pop-up in der Brüder-Grimm-Stadt ausprobiert hatten. "Das ist unsere idealtypische Förderkette – erst mit geringem Risiko als Pop-up ausprobieren, dann einen langfristigen Mietvertrag abschließen und dafür die Starthilfe beantragen", umreißt Stamm das Ineinandergreifen der Maßnahmen. Neue Konzepte und Silent Disco in der Altstadt Für eine weitere Dynamik bei der Neuansiedlung hat zuletzt das mit Unterstützung des Bundeswirtschaftsministeriums entwickelte Ansiedlungs-Tool "LeAn" gesorgt. Dieses war unter Regie des IFH Köln von 14 Projektkommunen, darunter Hanau, entwickelt worden, um den Städten ein neues Instrument an die Hand zu geben, Immobiliendaten zu verwalten und sie schneller mit potenziellen Mietern zusammenzubringen. "'LeAn` ist für uns Gold wert. Mithilfe dieses neuen Instruments konnten wir bereits mehrere Flächen innerhalb weniger Wochen vermitteln", erklärt Kaminsky. Nach der Ansiedlung des Spielwarenladens "Wünsch Dir was" an der Nürnberger Straße folgten über "LeAn" die Vermittlung der Gastronomie-Fläche am Schlossplatz (dort zieht das indische Restaurant Soul Tikka ein) sowie der Handtaschen-Designerin Funda Tanjo am Altstädter Markt, die im Frühjahr ihren Showroom samt Werkstatt eröffnen wird.

Überhaupt bewegt sich in der Altstadt derzeit einiges. Für weitere Gastronomieflächen im künftigen Haus des Jugendrechts sowie am Altstädter Markt befindet sich die HMG zusammen mit der Baugesellschaft Hanau als Vermieterin in guten Gesprächen mit potenziellen Nutzern. Zudem werden im Fronhof und in der Kanzlei neue Veranstaltungen und Formate geplant – so zum Beispiel eine Silent-Disco am Samstag, 6. Mai. Abstand nehmen musste man indes vom Wunsch, in der Kober-Immobilie am Altstädter Markt, die die Baugesellschaft im Rahmen der städtischen Vorkaufsrechtsatzung erworben hatte, wieder einen Metzger anzusiedeln. "Das Interesse war absolut da, wir haben mit vielen innovativen Betreibern gesprochen – am Ende ist es aber immer an der fehlenden Frequenz in der Lage gescheitert", berichtet HMG-Geschäftsführer Martin Bieberle. "Trotzdem haben auch diese Gespräche gezeigt, wie attraktiv der Standort Hanau inzwischen ist." In enger Abstimmung mit der Baugesellschaft sucht die HMG jetzt für die Kober-Immobilie nach einem anderen Konzept.

Neuer Ankermieter im Forum Hanau

Dass Hanau inzwischen ein Begriff für ansiedlungswillige Händler und Gastronomen ist, zeigt sich auch an anderer Stelle. So konnte das Forum Hanau gerade einen weiteren Vertrag für eine große Fläche mit einer bekannten Kette unter Dach und Fach bringen – der Name ist allerdings noch nicht öffentlich. "Hanau kann sich da auf eine großartige Neuigkeit und eine echte Bereicherung des Innenstadt-Angebots freuen", kündigt der Oberbürgermeister an. Weitere neue Geschäfte siedeln sich in der Sternstraße (Anteplioglu Baklava) und in der Rosenstraße an, ein neues Café eröffnet zudem in der Nürnberger Straße neben dem KunstKaufLADEN Tacheles. Mit der Vitaminbar und Brettwerk in der Rosenstraße und Tom Tailor im Forum werden in den kommenden Wochen aber auch einige Geschäfte schließen. Für Porzellan Clemens am Marktplatz wird zudem derzeit ein Nachfolger gesucht. "Der Einzelhandel hat es nach wie vor alles andere als leicht. Die Lage ist sehr fragil, es wird immer wieder auch Schließungen geben", ordnet der OB ein und ergänzt: "Wir haben in Hanau aber trotz allem noch eine hohe Nachfrage. Das ist alles andere als selbstverständlich in der gegenwärtigen Situation." Eine bemerkenswerte Entwicklung ist auch in der Salzstraße zu verzeichnen: Dort haben innerhalb kürzester Zeit ein Baby-Spa, ein persisches Restaurant, eine Musikschule und ein Hausarzt eröffnet. "Das steht quasi stellvertretend für unsere Annahme, dass der Handel neue Nachbarn braucht. Nicht jedes leerfallende Geschäft muss auch zwingend wieder mit Handel besetzt werden. Der Mix ist entscheidend für die Attraktivität einer Innenstadt", erklärt Bieberle. Dass auch zeitweise leerstehende Flächen ein Potenzial haben, zeigt die HMG gerade ebenfalls in der Salzstraße: Die Fläche des

ehemaligen Nähzentrums Bergmann wird gerade mit einer Übergangs-Kunst-Ausstellung unter dem Namen "Tacheles Off Spaces" bespielt. Ein neues Konzept der HMG, auf das auch andere Immobilienbesitzer zurückgreifen können, wenn sie Leerstand aufwerten wollen. Servicecenter entsteht im ehemaligen Dielmann Im KunstKaufLADEN Tacheles an der Nürnberger Straße, den die HMG selber betreibt, stehen unterdessen Veränderungen an: Die ehemalige Schuhhaus-Dielmann-Fläche, auf der seit gut zwei Jahren Kunstwerke verkauft werden, soll künftig das "Service- und Beratungs-Center Innenstadt" beherbergen. Dort will die HMG – ähnlich einer Kundeninformation in Einkaufszentren – eine zentrale Anlaufstelle für die Kundinnen und Kunden schaffen. "Wir wollen dort nicht nur Serviceleistungen wie Gepäckaufbewahrung, Regenschirmverleih oder Geschenkeeinpacken anbieten, sondern auch eine Kinderbetreuung wie man sie etwa aus den Ikea-Häusern kennt", umreißt HMG-Chef Bieberle die Pläne. Zudem soll das Center auch verschiedene Beratungsleistungen für die Innenstadttakteure bieten, so sind unter anderem Nachhaltigkeits- und Schaufensterberatungen für den Handel, aber auch ein Gastro-Check und die Teilnahme Hanaus am Programm "Ebay – Deine Stadt" vorgesehen. "Mit dem Service- und Beratungs-Center schaffen wir eine zentrale Anlaufstelle für alle Themen, die die Hanau Marketing GmbH bearbeitet", ergänzt Stamm.

Das Center wird künftig auch als Information für alle Fragen rund um den Stadtgutschein Grimmscheck dienen, den die HMG Ende vergangenen Jahres in das digitale Zeitalter überführt hat. "Nach einigen Anlaufschwierigkeiten ist der ‚Grimmscheck‘ nun wieder so attraktiv wie vor der Umstellung", meint Bieberle. Zahlreiche große Partner wie H&M, C&A, Saturn und ganz neu die Drogeriekette DM mit ihren beiden Innenstadtfilialen bereichern nun das Netzwerk aus mehr als 100 Akzeptanzstellen. Für das Jahr 2023 plant die HMG eine weitere Neuerung beim Grimmscheck: Er kann dann von Arbeitgebern dazu genutzt werden, ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit geringem Aufwand steuerfreie Sonderleistungen ("Kleiner Sachbezug") zukommen zu lassen. "Das wird ein sehr gutes Instrument zur Mitarbeiter-Bindung und -Gewinnung", meint Oberbürgermeister Kaminsky: "Und gleichzeitig ist es ein starkes Bekenntnis zum Standort, denn diese Boni können eben nur in Hanau ausgegeben werden."

Neue Funktionen für (ehemalige) Parkplätze Auf der Agenda des Stadtentwicklungsprogramms "Hanau aufLADEN" für das Jahr 2023 stehen auch Verbesserungen der Aufenthaltsqualität. Die Ergebnisse der Umfrage "Vitale Innenstädte" haben bestätigt, dass Hanau Nachholbedarf in den Bereichen Sauberkeit, Grünflächen und Verweilqualität hat. Im Fokus der geplanten Maßnahmen stehen hier das Areal rund um den Schlossplatz, die Langstraße auf dem Abschnitt Hammer- bis Fahrstraße samt des dort gelegenen Parkplatzes und die Salzstraße. "Wir wollen zeigen, dass man solche Bereiche auch ohne langfristige Planungsprozesse und mit überschaubarem finanziellen Aufwand entwickeln kann", erklärt Kaminsky und verweist hier auf die gesammelten Erfahrungen aus dem Fronhof. Klar ist für ihn auch, dass sich die Attraktivität eines Innenstadtbesuchs auch an besonderen Erlebnissen festmacht: "Unser Wochenmarkt ist hier das wichtigste Gut. Er ist ein absoluter Publikumsmagnet. Deshalb müssen wir ihn stärken und behutsam weiterentwickeln", stellt der Oberbürgermeister klar. Dem verstärkten Wunsch nach späteren Öffnungszeiten will die Stadt mit dem Probelauf eines Feierabendmarkts nachkommen – er soll, in Ergänzung zu den beiden gewohnten Markttagen, von Mai bis September einmal im Monat donnerstags von 16 bis 21 Uhr an der Wallonisch-Niederländischen Kirche stattfinden. Darüber hinaus setzt die HMG ihre Innenstadttaktionen fort, die sie 2022 erstmals unter der Dachmarke "Hanau macht Lust" gebündelt hat: Von Ende März bis Anfang Oktober wird es an jedem Wochenende ein besonderes Innenstadterlebnis geben. Das Spektrum reicht hier von diversen Märkten, über Live-Straßenkonzerte, Kunstaktionen und Kinderprogrammen bis hin zu Sport-Events wie einem großen Basketballturnier auf dem Freiheitsplatz. "Wir werden in unseren Bemühungen, Hanaus Innenstadt vielfältig, erlebnis- und abwechslungsreich zu gestalten, nicht nachlassen. Wir haben uns für die kommenden Monate wieder viel vorgenommen", unterstreicht der Oberbürgermeister. Dazu passt auch,

dass die Internetseite zum Stadtentwicklungsprogramm gerade komplett neugestaltet wurde. Unter www.hanauaufladen.jetzt finden Interessierte alle Informationen zum Projekt in frischer, neuer Form.

Dieser Meldung sind folgende Medien zugeordnet:

Forum Hanau (Copyright: Hanau Marketing GmbH)
https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=257406

Tacheles (Copyright: Hanau Marketing GmbH)
https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=257405

Fronhof (Copyright: Hanau Marketing GmbH)
https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=257404

Kontaktdaten:
Hanau Marketing GmbH
Presse-Kontakt: Daniel Freimuth

Telefon: 06181/4289480
Am Markt 14-18
63450 Hanau