



Presseinformation

2. Februar 2024/dk

Gewächshaus der Ladenkonzepte in Hanau „Die Innenstadt von morgen haben wir ab sofort“

Hanau setzt auf neuen Ansatz bei der Stadtentwicklung /
Dreizehn kleine Labels, Start-ups und Manufakturen ziehen
in den „Hanau auflADEN“

Hanau. „Das ist der nächste Meilenstein bei der Weiterentwicklung unserer Innenstadt. Er folgt dem gelebten Komplizen-Gedanken der mutigen Menschen, die bereits in Hanau Handel, Gastronomie und Dienstleistungen anbieten und damit Einkaufs- und Aufenthaltsqualität hochhalten und steigern“, begrüßt Oberbürgermeister Claus Kaminsky die Eröffnung des neuesten Innenstadt-Projekts: „Das Gewächshaus der Ladenkonzepte“ bietet Neuansiedlungen innovative Chancen.

Mit dem ganzheitlichen und bundesweit beachteten Stadtentwicklungsprogramm „Hanau auflADEN“ fördert Hessens kleinste Großstadt seit Jahren mit verschiedenen Maßnahmen bestehenden Handel und Gastronomie. Darüber hinaus werden neue Geschäftsmodelle in den wenigen noch leerstehenden Ladenlokalen von Jung- und Neuunternehmerinnen und -Unternehmern erprobt, die meisten sind mittlerweile zur Dauermiete in Hanau. „Newcomer-Förderung, Vorkaufsrechtssatzung, ein intaktes Miteinander, Pop-up-Stores, Ansiedlungsmanagement mit der LeAn-Datenbank, persönliche Kontakte, ein bundesweit positives Medienecho und Kalt-Akquise unserer Headhunterin für neue Ladenkonzepte, Susanne Schmitz, sind Bausteine für die Attraktivierung des Handels- und Lebensstandortes Hanau“, sagen Martin Bieberle und Daniel Freimuth, Geschäftsführer der Hanau Marketing GmbH (HMG), unter deren Federführung Hanau auflADEN entwickelt wurde und weiterentwickelt wird. „Pop-up-Stores, leerstehende Läden, die von der Stadt gemietet und an neue, frische Konzepte zu einem kleinen, umsatzbezogenen Obolus weitervermietet werden sind ein erfolgreiches Modell, da die meisten Betreiber nach der Pop-up-Zeit von drei bis sechs Monaten als Hauptmieter in Hanau bleiben“, so Schmitz.

„Das nun gestartete ‚Gewächshaus der Ladenkonzepte‘ entstand aus der Fragestellung: Wie können wir weitere leichte und effiziente Möglichkeiten für Neuansiedlungen einrichten?“, sagt Susanne Schmitz, die die Idee entwickelt hat:

Wir bieten den sogenannten ‚Stadtgewächsen‘ einen Raum: unser Gewächshaus.“ Es befindet sich im neuen „Service-Center Hanau auflADEN“ in der Nürnberger Straße 31-33, dem ehemaligen KunstKaufLADEN Tacheles in der Hanauer Innenstadt. „Auf 100 Quadratmetern bieten wir Platz für neue Ideen. Hier werden monatsweise Start-ups, Manufakturen, kleine Labels, Künstlerinnen und Künstler, Designerinnen und Designer sowie Menschen, die bisher ausschließlich im Onlinehandel tätig waren, ihre Waren und Dienstleistungen, bisher unbekannte oder für Hanau neue Produkte präsentieren. Dies inklusive Betreuung und Verkauf durch Fachpersonal, in einem einzigartigen Ambiente, mitten in der Hanauer Innenstadt“, so Schmitz.



hanau |
marketing GmbH

Hanau Marketing GmbH
Schlossplatz 3
63450 Hanau

Tel.: (0 61 81) 428 – 9480

E-Mail:
info@hanau-marketing-gmbh.de
Websites:
www.hanau-marketing-gmbh.de
www.hanauaufladen.jetzt
www.hanau-erleben.de



Pressemitteilung der Stadt Hanau



Der Magistrat

Vom „Gewächshaus“ in den Hanauer Handel

„Mit ‚Stadtgewächse‘ bietet die Hanau Marketing GmbH nun ein weiteres, einzigartiges Ansiedlungs-Modul an, das auch Hanau-interessierten Unternehmen einen Experimentierraum bietet, die keine zusätzlichen Personal- oder Zeitkapazität haben, keinen ganzen Pop-up-Laden füllen können oder zu weit weg wohnen“, erklärt Daniel Freimuth, Geschäftsführer der HMG das neue Akquise-Tool. „Uns war es wichtig, die Hemmschwelle zur Neuansiedlung noch niedriger zu setzen als bisher.“

In dem „Gewächshaus“, so die Idee, werden zukünftige Ladenbetreiberinnen und -betreiber, Pop-up-Aspiranten, Sortimente für bestehende Läden, Komplizen für und in Hanau „aufgezogen“. „Die Logik entspringt der Natur: Wird aus einem Sämling, also einer Idee, eine wachsende Pflanze, kann sie in ein eigenes Ladenlokal umgetopft werden oder von einem Hanauer Geschäft ins Sortiment aufgenommen werden“, sagt Schmitz. Wir bieten damit im ‚Service-Center Hanau aufLADEN‘ eine ganz neue Komponente, in dem wir den Ort für Austausch, des voneinander Lernens und für das Knüpfen von Kooperationen zur Verfügung stellen. Es ist nicht nur eine Miniatur-Messe für mögliche Geschäftsgründungen, sondern die Produkte und Angebote kann man direkt vor Ort kaufen oder online bestellen“, so die Projektverantwortliche der HMG.

Anfang Dezember eröffnete das „Service-Center Hanau aufLADEN“: Es bietet Kundeninformationen, Gepäckaufbewahrung, dreimal wöchentlich Kinderbetreuung, Ravensburger Spielwelt, Geschenk-Einpackservice, Bollerwagen-Verleih oder kostenfreie Trinkwasserstation und ist Anlaufstelle für den Stadtgutschein Grimmscheck, der an mehr als 150 Akzeptanzstellen als Zahlungsmittel genutzt werden kann. „Handel, Gastronomie und Immobilienbesitzerinnen und -besitzer informieren wir zudem hier konkret über das Stadtentwicklungsprogramm Hanau aufLADEN“, so die HMG-Geschäftsführer. Gefördert werden sowohl das „Service-Center Hanau aufLADEN“ als auch das „Gewächshaus“ mit Mitteln aus dem Programm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen.

„Es ist eine weitere starke Pionier-Story aus Hanau für Hanau. Dass wir als Kooperationspartner den Hessischen Handelsverband und die bundesweit vernetzte Innenstadt-Initiative ‚Die Stadttreter‘ gewinnen konnten, um sie auf den Weg zu bringen, hilft sicher allen Beteiligten. Der Handel braucht neue Nachbarn – im Gewächshaus können sie gedeihen“, freut sich HMG-Aufsichtsratsvorsitzender Joachim Stamm. Er betont, dass die Konzepte im „Gewächshaus“ vor allem davon profitierten, dass sie kein eigenes Personal stellen müssen. Stamm: „Verkauf und Beratung erfolgen über das HMG-Personal des Servicecenters. Damit lösen wir eines der größten Probleme, das Jung-Unternehmen bei Eintritt in das stationäre Geschäft haben.“

Größeninklusive Modelabels, German-Design-Award-Gewinner und Edelsteinwasserbar

Zum Auftakt ziehen am 1. Februar dreizehn Konzepte ins Gewächshaus ein: „Vidar Sport“ bietet natürliche Sportkleidung aus Holz- und Algenfasern. Die international agierende größeninklusive Mode-Expertin Michaela Leitz bietet exklusive Workshops für den aufgeschlossenen Mode-Einzelhandel an und ist verantwortlich für die Akquise drei junger Plus-Size-Labels, die sich in den kommenden drei Monaten im Gewächshaus präsentieren werden: Neben Christine Chlench, die sich mit ihrer selbstbewussten Slow-Fashion-Kollektion von den klassischen Größen verabschiedet und die Styles in den eigenen Größen 1-6 anbietet. Ebenso das junge Label „Call me Bina“,



Pressemitteilung der Stadt Hanau



deren Designs flexibel geschnitten sind und für Kleidergrößen von 32 bis 56 in Hessen produziert werden. Designerin und Visionärin Tanja Ronaghi, die ihr Handwerk an der Hochschule für Gestaltung HfG in Offenbach gelernt hat, bringt ausdrucksstarke Mode, die sich durch viele Kombinationsmöglichkeiten auszeichnet, nach Hanau. Die Designerin hat mit Rapper Samy Deluxe Mode kreiert.

Ebenfalls im „Gewächshaus“ wird die Hanauer Marke „Cleverbelt“ zu finden sein, die mit dem Behinderten-Werk Main-Kinzig zusammenarbeitet und jüngst mit dem German Design Award 2024 ausgezeichnet wurde und hier das in Hanau handgefertigte Gürtelsystem zeigt und vertreibt. Andreas Gieck, der für Joop, Eduard Dressler, Mustang, MAC und andere Marken Produktdesigns entworfen hat, kommt mit nachhaltigen Taschen, die bisher nur auf Kreativ-Märkten zu finden waren. Schmuckdesignerin und Künstlerin Jennifer Sauer bietet mit „Anderswelten“ kreative Ringe und weitere, zum Teil mystische Schmuckstücke aus dem wilden Hunsrück an.

Die Zwillingsschwestern Kira und Sophie Bernauer freuen sich „Teil eines so einzigartigen Experiments zu sein“ und darauf, ihre extravaganten, handgefertigten Glas- und Keramikobjekte vorzustellen. Die beiden Offenbacherinnen, die wie Valerie Bender und Marvin Bernauer an der Hochschule für Gestaltung HfG Offenbach ausgebildet wurden, bringen als Quartett ihren selbstgemachten „offenbleiben Limoncello“ aus Offenbach mit. Er wird ohne Zusätze und künstliche Aromen, dafür nachhaltig und regional, hergestellt. Einen neuartigen Apfelwein-Aperitif bieten Philipp Mörschel und Christian Holzschuh, die sich aus gemeinsamen Hanauer Schulzeiten kennen, unter dem Label „Apfeltau“ an. Während der Corona-Zeit gründeten sie im Stadtteil Steinheim ein Start-up, das traditionelle Apfelweinkultur mit neuartiger Herstellungstechnik verbindet. „RS-Köstlichkeiten“ kommt mit selbstgemachten Leckereien aus dem Taunus, und „VitaJuwel“ bietet führt Edelsteinwasser in 14 verschiedenen Mischungen in der Brüder Grimm-Stadt an. Weitere Informationen zu den dreizehn Stadtgewächsen gibt es im „Gewächshaus für Ladenkonzepte“ und online unter <https://hanauaufladen.jetzt/projekte/stadtgewaechse/>.

„Stadtentwicklung ist eine dauerhaft spannende Aufgabe. In den vergangenen Jahren haben Immobilien-Spekulationen, Corona-, Kaufhaus- und Energiekrise, Onlineboom und Inflation für Konsumflaute und Ladenleerstände gesorgt. Unsere Innenstädte stehen im Schicksalsjahrzehnt und erfordern mutiges und kreatives Handeln. Wir gehen das für die Bürgerinnen und Bürger an – und haben ab sofort die Innenstadt von morgen in Hanau“, sagt Oberbürgermeister Kaminsky und betont: „Ich bin mir sicher, dass die Bürgerinnen und Bürger und Gäste unserer Stadt sowie die Hanauer Händlerinnen und Händler sehr aufmerksam die neuen Angebote unter die Lupe nehmen werden. Hanau bleibt spannend.“

