

Der Vollbremsung für die Innenstadt entgegenwirken  
HMV nimmt sich selbst und die Bundes-Politik in die  
Verantwortung

Die Hanau Marketing GmbH verschickt diese Pressemitteilung des Hanau Marketing Vereins  
in Kooperation.

„Dass der Bund seine finanziellen Bemühungen für eine attraktive Innenstadt einstellt, ist kein gutes Zeichen“, bewertet Mehmet Kandemir, Vorsitzender des Hanau Marketing Vereins (HMV), das Auslaufen des Förderprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ zum 30. November. In den vergangenen Jahren waren insgesamt rund fünf Millionen Euro aus Berlin an die Stadt Hanau geflossen, um die Folgen der Corona-Pandemie zu lindern und die Transformation der Innenstädte mitgestalten zu können.  
"Wir haben in Hanau gezeigt, dass dieses Fördergeld zielgerichtet und zukunftsweisend eingesetzt worden ist. Ein sehr geringer Leerstand, etliche Aktionen im Straßenraum, sehr gute Frequenzen und die Entwicklung des ehemaligen Kaufhofs sprechen eine klare Sprache", stellt Kandemir fest.

Auch dem HMV sei bewusst, dass Bund, Länder und Kommunen sparen müssten, das Programm aber gänzlich einzustellen, sei der falsche Weg. Kandemir: "Das ist wie ein Vollbremsung für die Bemühungen, unsere Innenstädte attraktiv und lebendig zu halten." Dass Innenstädte eine wichtige Funktion für die Gesellschaft hätten, sei inzwischen unbestritten, so der HMV-Vorsitzende. Es gebe wenige Orte und Anlässe, die alle Altersklassen, alle sozialen Schichten und alle Bevölkerungsgruppen noch so umfassend ansprechen könnten: "Ich geh in die Stadt" ist ein Satz, den von Alt bis Jung, von Arm bis Reich immer noch jeder kennt und sagt." Dass Leerstand auch ökonomische Folgen hat, habe gerade erst eine Untersuchung des Instituts für Handelsforschung (IFH) gezeigt: Demnach verursache jedes leere Geschäft im Schnitt mehr als 12.000 Euro an Steuerausfällen für die jeweilige Kommune.

Der Hanau Marketing Verein, der mehr als 160 Unternehmen aus Handel, Gastronomie und Dienstleistungsbranche sowie private Unterstützer vereint, sei sich dabei seiner eigenen Verantwortung bewusst. "Wir haben in den vergangenen Jahren erheblich von den Förderprogrammen profitiert, deshalb werden wir uns jetzt auch selber stärker finanziell engagieren", erklärt der Vorsitzende. Er und seine Kolleginnen und Kollegen aus dem Vorstand – Karl-Georg Wolff, Britta Hoffmann-Mumme, Jens Fischer und Klaus-Peter Reinert – haben in den vergangenen Wochen deshalb viele Gespräche geführt – sowohl mit der Politik als auch mit den Mitgliedern. Es sei ein "herausragendes Signal, auch an die Politik", dass sich drei Unternehmen spontan bereit erklärt haben, ihre Beiträge aufzustocken, um das vielfältige Aktionsangebot in der Hanauer Innenstadt weiterführen zu können. "Unser herzlicher Dank gilt dem Forum Hanau, der Sparkasse Hanau sowie dem Modehaus Müller-Ditschler, die allesamt Sonderzahlungen im Jahr 2026 in Aussicht gestellt haben", zeigt sich der HMV-Vorstand erfreut. "Wir hoffen, dass weitere Mitglieder diesem guten Beispiel

folgen werden." Im Rahmen der für den 11. November geplanten Jahreshauptversammlung werde man dafür jedenfalls werben.

Mit den Jahresbeiträgen trägt der HMV maßgeblich dazu bei, dass Aktionen in der Innenstadt organisiert und beworben werden können – von "Hanau räumt die Lager" über den Märchen-Aktionstag bis hin zum Black Weekend. Darüber hinaus fließen Beitragsgelder in die unter der Dachmarke "LOKALhelden" gebündelten Aktionen für die Gastronomie, in Straßenkonzerte, Auftritte der beliebten Stelzenläufer oder den Stadtgutschein Grimmscheck, der für alle teilnehmenden Betriebe nach wie vor kostenfrei ist. Umgesetzt werden die verschiedenen Aktionen und Kampagnen von der Hanau Marketing GmbH (HMG). In das von der HMG betreute Stadtentwicklungsprogramm "Hanau aufLADEN", das unter anderem die Ansiedlung von Pop-up-Stores, das aktive Anwerben von neuen Konzepte für die Innenstadt oder diverse Beratungsleistungen für Handel und Gastronomie beinhaltet, war ein Großteil der Fördergelder aus dem Programm "Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren" geflossen. "Gemeinsam ist es uns gelungen, Hanau als Paradebeispiel für Innenstadtentwicklung zu positionieren. In diesen Bemühungen wollen wir nicht nachlassen", zeigt sich Kandemir entschlossen. Es sei deshalb "immens wichtig", dass Bausteine wie die Einführung eines City-Managers, das Aufwerten des öffentlichen Raums in der Innenstadt oder die mannigfaltigen Aktionen in den Einkaufsstraßen beibehalten würden.

Der HMV plant überdies, seine Aktionen für die Mitglieder auszubauen. So soll es weiterhin einen Zuschuss für eine Beteiligung am Cashback-Parken geben, in dessen Rahmen sich Kundinnen und Kunden bei teilnehmenden Betrieben einen Teil der Parkgebühren rückerstattet lassen können. "Mit diesem Instrument kann jeder seinen Kundinnen und Kunden etwas Gutes tun und sich für den Einkauf bedanken. Deshalb werden wir das als HMV weiterhin unterstützen", kündigt Kandemir an. Gemeinsam mit City-Manager Norbert Schalinsky will der Vereinsvorstand in den kommenden Wochen noch stärker für ein Engagement im HMV werben. Kandemir: "Der HMV ist stark. Wir sind uns unserer Verantwortung für eine vitale Innenstadt bewusst. Und wir setzen darauf, dass auch die Politik – egal ob auf kommunaler, Landes- oder Bundesebene – weitere Anstrengungen unternehmen wird, um sie als lebendige Orte zu erhalten."

Dieser Meldung sind folgende Medien zugeordnet:

Hanau, Innenstadt (Copyright: Stadt Hanau / Moritz Göbel)  
[https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien\\_id=308558](https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=308558)

Hanau, Innenstadt (Copyright: Stadt Hanau / Moritz Göbel)  
[https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien\\_id=308559](https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=308559)

Pressekontakt: [oeffentlichkeitsarbeit@hanau.de](mailto:oeffentlichkeitsarbeit@hanau.de)

Kontaktdaten:  
Hanau Marketing GmbH  
Presse-Kontakt: Daniel Freimuth

Telefon: 06181/4289480

Am Markt 14-18

63450 Hanau