

Pressemitteilung von Montag, 06. August 2024



Standortwerbung in Reinkultur

Hanau. „Hanau aufLADEN“ und das Projekt Stadthof sorgen bundesweit für Resonanz. Mannheim, Heringen, Bensheim, Bremerhaven, Aachen, Frankfurt – die Liste an kommunalen Delegationen, die in diesem Jahr die Stadt Hanau besucht haben oder noch besuchen werden, ist lang. Sie alle eint ein Ziel – zu erfahren, wie sich die Stadt Hanau für eine attraktive Innenstadt einsetzt. "Unser Stadtentwicklungsprogramm ‚Hanau aufLADEN‘ genießt inzwischen deutschlandweit eine hohe Reputation. Und weil die Rettung der Innenstädte kein kommunaler Wettstreit, sondern eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe ist, teilen wir unsere Ideen, unsere Erfahrungen und unsere Konzepte selbstverständlich mit Kolleginnen und Kollegen aus anderen Städten", sagt Hanaus Oberbürgermeister Claus Kaminsky.

Vor allem die Entwicklungen rund um den ehemaligen Kaufhof sorgen bundesweit für Aufsehen. So war Hanau vor kurzem Gastgeber für ein Austauschtreffen verschiedener Städte, die sich – wie Hanau – ebenfalls dazu entschlossen haben, ihr Schicksal in die eigene Hand zu nehmen und ein leerstehendes Kaufhaus selber zu erwerben. Unter der Regie der TU Dortmund sowie der Ruhr Uni Bochum und der Landmarken AG trafen sich Vertreter aus Leverkusen, Bremerhaven, Fulda und Offenbach im Stadthof Hanau, um Erfahrungswerte bei der Transformation der Großimmobilien auszutauschen. Daniel Freimuth, Geschäftsführer der Hanau Marketing GmbH, und Simon Roth von der BAUprojekt Hanau GmbH stellten die Pläne für den ehemaligen Hanauer Kaufhof vor. Nur etwas mehr als ein Jahr nach der Schließung soll das Gebäude am 13. März 2025 wiedereröffnen – in städtischer Regie und mit einem Mix aus Handel, Bildung, Kultur und Erlebnisraum. Die Pläne erläuterte Stadtentwickler Martin Bieberle unter anderem auch auf der Fachmesse "Real Estate Arena" in Hannover.

Das Tempo und die Entschlossenheit, mit der Hanau die Immobilie im Sinne einer attraktiven Innenstadt entwickeln will, wird allenthalben gelobt. So auch bei einer Fachtagung in Trier, zu der die Initiative "Die Stadtreter" eingeladen hatte. Oder bei einem Besuch von Studierenden der Frankfurt University of Applied Science – nahezu 50 angehende Stadtplaner ließen sich zeigen, dass Hanau in der Stadtentwicklung neue Wege geht.

Auch in der Bundes- und Landespolitik hat sich das Stadtentwicklungsprogramm "Hanau aufLADEN" inzwischen einen Namen gemacht. Der Bundestagsabgeordnete Alexander Bartz aus dem Münsterland, der für die SPD im Wirtschaftsausschuss des Bundestags sitzt, ließ sich bereits mehrfach Konzepte aus Hanau erläutern – im September wird er der Brüder-Grimm-Stadt einen Besuch abstatten mit dem Ziel, zu eruieren, ob sich aus dem Hanauer Programm bundesweite Initiativen ableiten lassen. Ebenfalls für September hat sich das "Bündnis Innenstadt" des Landes Hessen zu einem Besuch angekündigt, um sich vor Ort über das Stadthof-Konzept zu informieren, für das das Land Fördermittel aus dem Programm "Zukunft Innenstadt" zur Verfügung gestellt hat.

Dass Fördergelder in Hanau sinnvoll verwendet werden, davon überzeugte sich auch eine Besuchergruppe des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR), das im Auftrag des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen das Programm "Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren" betreut. Aus dem Förderprogramm werden bis Ende 2025 rund fünf Millionen Euro nach Hanau überwiesen. Aufgrund der

Vielfältigkeit der damit finanzierten Maßnahmen, die von Pop-up-Stores über die Kaufhof-Entwicklung bis hin zum Service-Center und dem Straßenkunstwerk in der Salzstraße reichen, ist Hanau als eine von zehn Kommunen ausgewählt worden, anhand derer Fallstudien erstellt werden. "Wenn man bedenkt, dass in Deutschland rund 250 Kommunen an dem Bundesprogramm teilnehmen, ist das schon eine Anerkennung, dass wir uns in Hanau besonders um die Weiterentwicklung der Innenstadt kümmern", ordnet Oberbürgermeister Kaminsky ein.

"Hanau ist so etwas wie die Benchmark in Sachen Citymarketing und Stadtentwicklung", lobte Jan-Bernd Röhlmann, Landesvorsitzender der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland (bcsd), unlängst bei der Geburtstagsfeier der Hanau Marketing GmbH. Die bcsd hat die Brüder-Grimm-Stadt deshalb auch als Gastgeberstadt für die diesjährige Stadtmarketingbörse auserkoren, zu der Ende September rund 200 Stadtmarketingakteure und Kommunal-Vertreter aus dem ganzen Bundesgebiet erwartet werden. Sie werden sich drei Tage lang nicht nur mit den Konzepten aus Hanau, sondern allgemein mit der Bedeutung von vitalen Innenstädten befassen.

Unmittelbar nach den Sommerferien steht das Stadtentwicklungskonzept "Hanau aufLADEN" aber nicht nur bei der Stadtmarketingbörse im Fokus. Es steht auch auf der Tagesordnung des IHK-Handelstages Nordrhein-Westfalen in Gelsenkirchen (30. August) oder beim IHK-Forum Stadtmarketing in Hannover (12. September). Auf der Agenda steht Hanau auch beim "Trendforum Retail", das am 25. und 26. September in Frankfurt stattfindet – rund 50 Experten aus Handel-, Projekt- und Stadtentwicklung werden in dessen Rahmen eine "Store Tour" durch die Brüder-Grimm-Stadt machen.

Das Projekt Stadthof steht dann wiederum im Mittelpunkt des Hanauer Messestands bei der größten Immobilien- und Projektentwicklungsmesse Europas, der EXPO Real in München. Dort werden Oberbürgermeister Claus Kaminsky sowie die Geschäftsführer der Hanau Marketing GmbH, Martin Bieberle und Daniel Freimuth, die Pläne vorstellen. Dass Hanau und sein Stadtentwicklungsprogramm inzwischen sogar über die Bundesgrenzen hinaus wahrgenommen werden, verdeutlicht auch eine Einladung ins österreichische Wels, wo Freimuth "Hanau aufLADEN" Ende November im Rahmen einer weiteren Fachtagung vorstellen wird.

"All diese Einladungen zu Kongressen und Messen unterstreichen nachdrücklich, dass unsere Anstrengungen für eine attraktive Innenstadt eine hohe Anerkennung genießen", stellt Hanaus Oberbürgermeister fest, "Dass Hanau bundesweit als innovativ, mutig und tatkräftig wahrgenommen wird, ist von immensem Wert für den Standort. Es hilft, weitere Unternehmen auf Hanau aufmerksam zu machen, die hier dann im Idealfall Steuern zahlen und weitere Kaufkraft nach Hanau ziehen." Die Bemühungen, die Hanau in der Stadtentwicklung unternahme, zahlten sich dann auch finanziell aus. Die große Resonanz dokumentiere auch, dass alle Städte und Regionen hart um ihre Innenstädte ringen. Wechselseitig von den Erfolgen aber auch von den unausweichlichen Fehlschlägen lernen, sei eine Stärke der kommunalen Familie, so Kaminsky.

Dieser Meldung ist ein Medium zugeordnet:

Besuche Stadtmarketing (Copyright: privat)

https://www.presse-service.de/medienarchiv.aspx?medien_id=283495

Kontakt Daten:
Hanau Marketing GmbH
Presse-Kontakt: Daniel Freimuth

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