

## Standpunkte: Welche Investoren bringen Hanau nach vorne?

Entscheidend ist, dass es zur Belebung der Innenstadt beiträgt

Die Gestaltung des Freiheitsplatzes war über Jahrzehnte Gegenstand von öffentlichen Auseinandersetzungen und Diskussionen. Dabei wurden viele Ideen und Pläne entwickelt, häufig im Auftrag der Stadt Hanau. Die Umsetzung scheiterte in der Regel jedoch an fehlenden finanziellen Mitteln.

Der zurzeit in Hanau stattfindende Wettbewerbliche Dialog bietet nun erstmals eine reale Möglichkeit, ein attraktives Konzept zur Gestaltung des Freiheitsplatzes zu entwickeln und umzusetzen. Hierbei sehen alle Pläne der noch verbliebenen vier Investoren die Überbauung des Freiheitsplatzes mit einem Einkaufszentrum vor. Ein Einkaufszentrum dient zum einen sicher der Refinanzierung des Investors. Aus der Sicht der Stadt Hanau aber vor allen Dingen aus Sicht des ansässigen Einzelhandels soll der Bau eines Einkaufszentrums in erster Linie dem Zweck dienen, mehr Kunden aus dem Umland nach Hanau zu locken. Das Potenzial hierfür ist ohne Zweifel vorhanden, wie sich insbesondere an verkaufsoffenen Sonntagen regelmäßig zeigt. Denn an

verkaufsoffenen Sonntagen findet sich ein Publikum ein, das unter der Woche in der Hanauer Innenstadt meist nicht anzutreffen ist. Damit auch die Innenstadt von der erhöhten Kundenfrequenz profitiert, muss das Einkaufszentrum bereits architektonisch so gestaltet sein, dass es einen Kundenaustausch mit den in der Innenstadt ansässigen Geschäften ermöglicht. Ein rein introvertiertes Konzept, wie es im Rahmen des Wettbewerblichen Dialogs auch vorgestellt wurde, wird vom Einzelhandel abgelehnt. Aus der Sicht des Verbandes wäre ein solches introvertiertes Konzept ein absolutes Ausschlusskriterium. Dabei spielt es aus unserer Sicht keine Rolle, zu wie viel Prozent die Fläche des Freiheitsplatzes von einem Einkaufszentrum in Anspruch genommen wird. Entscheidend ist, dass es zur Belebung der Innenstadt beiträgt, mehr Kunden in die Hanauer Innenstadt zieht und die Innenstadt von dieser Ansiedlung profitiert. Darüber hinaus ist ein besonderes Augenmerk auch auf die dort vertretenen Sortimente zu richten. Denn es macht im Ergebnis wenig



Sinn, wenn sich dort überwiegend Geschäfte einmieten, die bereits in der Innenstadt vorhandene Sortimente führen. Es wäre daher wichtig, dass im Einkaufszentrum möglichst nur Warengruppen geführt werden, die das Innenstadtangebot ergänzen.



Da die Stadt Hanau Eigentümer des Areals ist, muss sie durch entsprechende Vertragsgestaltung auf den Investor bzw. Betreiber in diesem Sinne einwirken. Das Einkaufszentrum darf ferner keine Barriere zur Altstadt bilden. Dies ist durch entsprechende Wegeführung und Architektur sicherzustellen. Insbesondere die auf dem Freiheitsplatz zu erstellenden Gebäude müssen schon rein optisch eine erkennbare Verbindung zwischen Alt- und Neustadt herstellen. Weiterhin sollte, ebenfalls durch entsprechende Wegeführung, beginnend ab dem Einkaufszentrum ein „Rundlauf“ für die Besucher organisiert werden, der alle Fußgängerbe-

reiche mit einbezieht. Bauliche Barrieren durch das Einkaufszentrum auf der Südseite des Freiheitsplatzes, die diesem Ziel entgegenstehen könnten, müssen auf jeden Fall vermieden werden. Dem geplanten Bau einer Tiefgarage unter dem Freiheitsplatz stimmen wir mit der Maßgabe zu, dass die oberirdisch wegfallenden Parkplätze nicht nur ersetzt werden, sondern mindestens die doppelte Anzahl neu geschaffen wird. Dies erfordert allerdings intelligente Lösungen für den zu- und abfließenden Verkehr.

Der Busbahnhof muss, wenn auch in möglicherweise verkleinerter Form erhalten bleiben. Er ist optisch ansprechend zu gestalten und muss sich verkehrstechnisch in das Gesamtverkehrskonzept am Freiheitsplatz einfügen. Ein gelungenes Lichtkonzept für den Innenstadtbereich sollte das gesamte Projekt abrunden.

### Heinz-Jürgen Sohn

- seit 1985 Geschäftsführer im Einzelhandelsverband Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern e.V., jetzt Unternehmerverband Hessischer Einzelhandel Mitte-Süd e.V., im Verband zuständig unter anderem für die Bereiche Stadtentwicklung und Landesplanung.
- 63 Jahre, wohnhaft in Hammersbach,
- verheiratet, drei erwachsene Kinder

Plätze fördern die Identität und die Integrationsfähigkeit einer Stadt

Die Interessengemeinschaft Hanauer Altstadt (IGHA) richtet einige Wünsche an den „Wettbewerblichen Dialog“: Sie wünscht sich eine Verbesserung der Wohn- und Aufenthaltsqualität in der Hanauer Altstadt. Des Weiteren soll ein Hotelneubau im südlichen Bereich des Schlossplatzes entstehen. Im westlichen Bereiches des Schlossplatzes möchte die IGHÄ, dass ein Brüder-Grimm-Zentrum entsteht. Die historischen Gebäude der Stadt Hanau dürfen nicht verkauft werden und es soll eine kreative Gestaltung der Altstadt-Plätze (Schlossplatz, Altstädter Markt, Marienkirchplatz, Bonhoefferplatz und Johanneskirche) umgesetzt werden. Die IGHÄ möchte, dass der Turm der alten Johanneskirche eine Haube bekommt und dass es eine bessere Anbindung der Neustadt an die Altstadt gibt. Gewünscht wird, dass der Freiheitsplatz frei von ruhendem Verkehr werde. Damit würde der Platz geschaffen für einen urbanen Freiheitsplatz mit möglichst wenig Bebauung. Der Einzelhandel in Hanau soll eine nachhaltige Ergänzung durch Einkaufszentren bekommen und eine Reaktivierung der zu erwartenden Handelbranche Karstadt entstehen. Die IGHÄ hat die geplante Bebauung des Freiheitsplatzes ermittelt: MAB

bebaut 42% des Freiheitsplatzes, 3W 55%, HBB 32%, ECE bebaut 23% und entsorgt zusätzlich kostenlos die Handelsbrache Karstadt. Diese Zahlen scheinen für den Magistrat der Stadt Hanau nicht bedeutend zu sein, denn laut Martin Bieberle ist „die Platzgröße nur ein Scheindiskurs und wird bei der Entscheidung kein Kriterium sein“. Diese Auffassung teilt die IGHÄ nicht, denn Plätze fördern die Identität und die Integrationsfähigkeit einer Stadt. Der Hanau Marketing Verein (HMV) begrüßt den Vorschlag des Investors 3W bei einer 55%igen Bebauung des Freiheitsplatzes sowie das Verkaufs-Risiko der historischen Stadtbibliothek zugunsten eines Hotels. HMV unterstützt 3W, weil er angeblich kein introvertiertes Einkaufszentrum bietet. Der erfahrene City-Manager Jörg Plieschke aus Heilbronn (vier Einkaufszentren im Innenstadtbereich) ist überzeugt, dass es nur introvertierte Einkaufszentren gibt. Viel wichtiger erscheint Plieschke die Professionalität des Betreibers eines Einkaufszentrums, da von dessen Marketingwissen der örtliche Einzelhandel profitieren und sich positionieren kann, wenn er sie nutzen würde. Professionalität misst sich an Referenzen und die sind im Fall Hanau sehr unterschied-



### Werner Bayer

- Vorsitzender der Interessengemeinschaft Hanauer Altstadt (IGHÄ), unabhängig.
- Musikalienhändler
- Jahrgang 1941
- Patchwork-
- Familienvater,
- 1. Wohnsitz: Marktstr. 5, Hanau
- Leiter verschiedener Bands unter anderem Sugarfoot Stompers

lich. Manche Investoren haben keine deutschen Referenzen (3W), andere Investoren können 80 Zentren in der BRD vorweisen. In Heilbronn (120000 Einwohner) wurde vor einem Jahr ein viertes Einkaufszentrum eröffnet. Seitdem gibt es keine Ladenschließung und keinen Ladenleerstand mehr, dies bezieht sich auf 1a, b und 1c-Lagen. Die Erkenntnis „Je breiter das Warenangebot einer Stadt umso größer und tiefer wird ihr Einzugsgebiet“ möchte die IGHÄ umsetzen und empfiehlt als nächsten Schritt des Wettbewerblichen Dialogs die beiden Investoren HBB und ECE.