

Hanau handelt.



hanau
marketing GmbH

09.02.2021

Hanau handelt.

Unsere DNA - da kommen wir her

Städte verändern sich. Ihr Aussehen verändert sich. Ihre Funktion verändert sich. Ihre Nutzer verändern sich. Auch die Innenstadt verändert sich. Aber ihre Kern-Funktion hat seit Jahrhunderten Bestand. Sie ist seit jeher als die Energiequelle anerkannt, wie sie bereits im antiken Griechenland durch die Agora ähnlich beschrieben wurde. Sie kennzeichnet den zentralen Versammlungsplatz und Bezugspunkt einer Stadt, der Austausch und soziales Miteinander fördert. Auch hier und heute gilt die Innenstadt als das bestimmende Merkmal einer selbständigen, handlungsfähigen Großstadt. Die aktuellen Herausforderungen sind ungeahnt komplex. Sie reichen von einer schier übermächtigen Konkurrenz des Online-Handels bis hin zu innerstädtischen Mietsteigerungen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Hanauer Innenstadt hat in den vergangenen Jahren ihr Gesicht nachhaltig verändert. Mit dem Wettbewerlichen Dialog ist es gelungen, die Attraktivität als Einkaufsstandort zu heben, was sich an stetig wachsenden Frequenzzahlen und an einem deutlichen Umsatzwachstum im Einzelhandel bemerkbar macht. Dennoch gibt es Probleme: die Konkurrenz durch den Online-Handel, leerstehende Geschäfte, sanierungsbedürftige Immobilien. Diese Aufgabenstellungen will die Stadt Hanau anpacken – mit einem „Maßnahmenbündel zur Stärkung der Innenstadt“.

Was sich konkret dahinter verbirgt, wird Martin Bieberle, Leiter des Fachbereichs Planen, Bauen und Umwelt, sowie Geschäftsführer der Hanau Marketing GmbH, der interessierten Öffentlichkeit vorstellen am

**Donnerstag, 20. Februar, 19 bis 21 Uhr,
im Kulturforum Hanau, Am Freiheitsplatz 18a, 63450 Hanau**

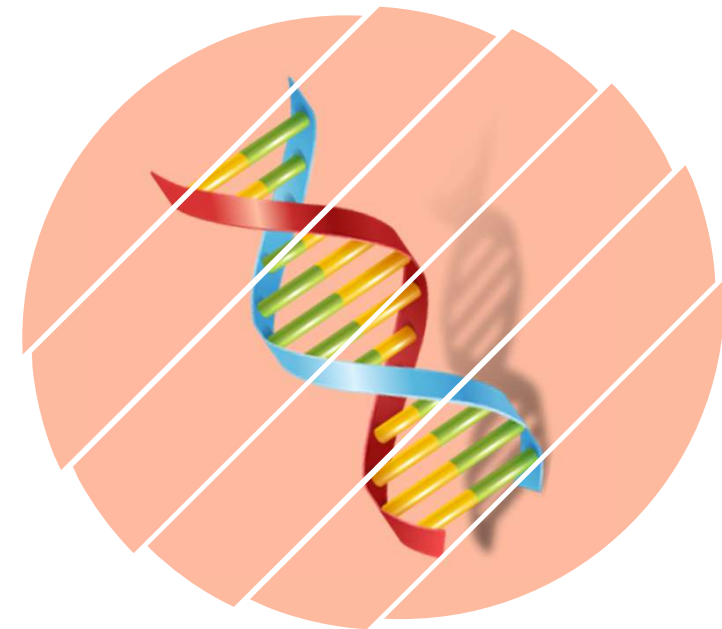
Im Fokus des Maßnahmenbündels steht zum einen, bestehende, florierende Geschäfte zu erhalten und zum anderen innovative Geschäftsideen und vielversprechende Konzepte nach Hanau zu holen. Mit Hilfe zahlreicher Partner sollen Existenzgründer dabei unterstützt werden, sich mit einem langfristig tragfähigen Einzelhandels- oder Gewerkekonzert im Stadtleben einzufügen. Zu diesem Programm wird Martin Bieberle einen Impuls-Vortrag halten und anschließend ausgiebig mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern über die geplanten Maßnahmen diskutieren. Wir freuen uns, wenn auch Sie an diesem Abend aktiv am Stadtforum teilnehmen.



Hanau handelt.

Unsere DNA - da kommen wir her

Die Ereignisse der vergangenen Monate haben die Ausgangslage nicht einfacher gemacht: Corona beeinflusst das Leben auf der ganzen Welt, der Terroranschlag vom 19. Februar 2020 das Hanauer noch zusätzlich. Um die grundsätzlich überaus positive Stadtentwicklung Hanaus zu festigen und erreichte Erfolge auszubauen, braucht es unbürokratische Umsetzungen spannender Ideen, Herzblut, Förderung, die Verwandlung leerer Läden und die Vernetzung relevanter Akteure vor Ort. Hanau definiert die Innenstadt als sozialen Treffpunkt und unabdingbaren Gemeinschaftsort für alle Bürger*innen neu. Hanau denkt mutig nach vorne, öffnet Räume zur Entfaltung. Hanau resigniert nicht. Hanau handelt. Gemeinsam. Entschlossen. Mutig. Mit Leidenschaft. Mit Augenmaß. Mit Komplizen. Für die Menschen. Für die Zukunft. Für unsere Stadt.



Hanau handelt. Gegen Corona - Phase I -



Phase I

Frühjahr/Sommer 2020

Sofortmaßnahmen:

- Aufklärung der Bevölkerung (eigene Informations-Webseite, Kommunikation auf allen Kanälen, Bürger-Telefone)
- Gesundheitsversorgung (Austausch Kliniken, Maskengebot und -pflicht, zentrale Anlaufstelle für Bedarfe med. Berufe)
- Versorgung der Bevölkerung (Lebensmittel-Hotline und Lieferservice, Hamster-Kauf-Verbot)
- Handel, Gastronomie & Wochenmarkt (Erlass Gebühren Miete, Mietstundungen, Hygiene-Beratung, Plattform www.hanau-vorfreude.de, Erweiterungsmöglichkeit Außengastronomie, Sondererlaubnisse Schausteller und Imbisse)
- Unternehmen (Steuerstundungen, Beratungsangebot zu Hilfskrediten und -programmen)

Coronavirus in Hanau

Bürgertelefon der Stadt Hanau: 06181/67660-2001

Lebensmittel-Notversorgung: 06181/67660-2002

Sozial-Hotline: 06181/67660-2003

Unter diesen Service-Nummern helfen wir Ihnen. Hinweis: Auch vor heute veröffentlichte Nummern gelten noch.

Phase I

Frühjahr/Sommer 2020

Sofortmaßnahmen:

- Arbeitnehmer (Beratungsangebot zur Kurzarbeit & Kündigung u.ä.)
- Mieter der Baugesellschaft (Mieterlass bis zu 35 Prozent)
- Kultur & Veranstaltungsbranche (Unterstützung Schauspieler der Festspiele, Veranstaltungstechniker sowie langjährige Partner, Aufbau „HanauDaheim – das Online-Festival“, „Corona-konformer“ Aufbau des Amphitheaters)
- Kinder/Familien (Erlass der Kita-Gebühren, Aufbau der Online-Kita)
- Soziale Einrichtungen (Fördermittel an die freien Träger zu 100 Prozent, auch wenn die Leistung nicht in vollem Umfang oder verändert erbracht wurde)
- Vereine und Freizeitbranche (Aufbau der Plattform „HanauDaheim“, Einbindung in Gutscheine-Portal „Hanau Vorfreude“)
- Teilhabe und Bildung (Unterstützung Hanau Pass-Inhaber, Aufstockung Bildungsoffensive, Bildungs- und Nachhilfegutscheine, digitale Teilhabe für Kinder und Jugendliche)



Die Hanauer Hilfspakete - Phase II -



Phase II



Die Grimmscheck-Aktion

- Die Grimmscheck-Aktion war ein voller Erfolg, die Maßnahme wurde von den Kunden sehr gut genutzt.
- Handel und Gastronomie profitierten mit einer Umsatzsteigerung
- Ausgabe von ca. 150.000 Grimmschecks
 - ca. 130.000 Prämien-Grimmschecks
 - über 18.000 Treue-Grimmschecks
 - über 1.600 Hanau Pass-Grimmschecks
- Insgesamt Grimmschecks ausgegeben im Wert von ca. **1,6 Mio. €**
- Voraussetzung für die Ausgabe der 130.000 Prämien-Grimmschecks war ein Umsatz von mind. 10,4 Mio. €, der vorab im Hanauer Handel und in der Gastronomie stattgefunden hat.

Durch die Grimmscheck-Aktion wurde mindestens ein Gesamtumsatz von über **12 Mio. €** in Hanau ausgelöst.



Phase II



Sonstige Aktionen

- Treue-Aktion Wochenmarkt: Grimmschecks im Wert von 37.500 Euro sowie Marktutensilien aus der Reihe „Hanauer Wochenmarkt...für die Umwelt“ ausgegeben
- Fahrrad-Parkplatz: Kostenloses bewachtes Fahrradparken an der Langstraße vom 10.9. bis 30.10.2020
- Günstiger Parken: Die Stadt kaufte 195.000 Parkrückvergütungstickets (Wert 1,00€), die bis Jahresende 2021 in den Parkhäusern der Hanauer Parkhaus GmbH gültig sind
- Günstiger Busfahren: Die Stadt kaufte ein Kontingent von 200.000 Bus-Gutscheinen (Wert 1,00€); Corona-bedingt fand die Aktion nur wenig Anklang (979 eingelöste Tickets)



Phase II

Hilfspaket für die Gastronomie im Winter

Zur Unterstützung der Gastronomie im Winter 2020/21 wurde ein Förderprogramm ins Leben gerufen, um die Betriebe in Hinblick auf die kalte Jahreszeit aufzurüsten. Bisher haben folgende Betriebe einen Antrag gestellt:

- Restaurant Delphi
- Konditorei & Café Schien
- Tanzschule Berné
- Hotel & Restaurant Birkenhof
- Place de Provence
- ARP Galerie
- Chococino
- Ruderei
- Ratskeller
- Mein MainLaden
- Obst und Gemüsehof Wurbs
- Come In
- Coffee Bay
- Al Camino
- Vereinte Martin Luther & Althanauer Hospitalstiftung Hanau
- Café Vian
- Frozen & Food
- Restaurant Qui
- Ellis Bistro

- Summe der bisherigen Förderbeträge: ca. 70.000,00€
- Programm muss nachgeschärft werden, da in Zeiten des Lockdowns nur geringe Investitionsbereitschaft bei der Gastronomie zu verzeichnen ist



Phase II

Hanau aufLADEN - Problemstellung

Schon vor der Corona-Pandemie gab es bedingt durch die grundsätzlichen Trends (insbes. wachsender Online-Handel) negative Entwicklungen in der Innenstadt zu verzeichnen – sowohl beim Besatz als auch bei den Immobilien. Deshalb wurde bereits 2019 unter der Überschrift „Hanau aufLADEN“ ein Maßnahmenbündel geschnürt, das angesichts des Terroranschlags und der Corona-Pandemie aber zeitweise zurückgestellt und überarbeitet werden musste. Ein Baustein: Pop-up-Konzepte.

Die Hanau Marketing GmbH mietet ab September 2020 die Geschäftsräume der ehemaligen Gerry-Weber-Filiale für zwei Jahre.

- Die Räumlichkeiten: 200qm in der Innenstadt, beste 1a-Lage
- Für die Betreiber Mietverträge über eine kurze Zeit; umsatzorientierte Miete



Phase II

Hanau aufLADEN - der erste Pop-up Store

- Erster Betreiber: „VON & ZU – Lifestyle für Hunde“ (10.09.2020 – 31.01.2021)
- Seit Anfang Dezember zusätzlich im Pop-up-Store: die Frankfurter Kreativagentur Bembel GmbH mit „Kaufrauscher“
 - „Hessische Klamodde und annern Kram“
 - Lizensierter Eintracht-Frankfurt-Fanartikel-Shop
- Seit Eröffnung 15 Interessenten aus verschiedenen Branchen für den Pop-up-Store: u.a. Kofferhersteller • Kinder-Mode • Damenoberbekleidung • Frankfurter Brauerei
- Am 01.03.2021 zieht ein neuer Betreiber ein: „Vollkonzept“
 - Verschiedene Handwerker und Designer mit Bezug zu Hanau zeigen und verkaufen ihre Produkte
 - Angebot verschiedenster Workshops und Kurse
 - Integrierter Arbeitsplatz für den Verkäufer im Shop



Phase II

Hanau aufLADEN - „Place de Provence“

Patricia Lachassine eröffnet am 05.10.2020 ihr neues Weinlokal „Place de Provence“ am Hanauer Marktplatz

- Ein uniques Konzept mit Alleinstellungsmerkmal für Hanau:
Delikatessen aus der Provence, typische Produkte der Region, wie Marmeladen, Nougat, Oliven, Makronen, Seife und Kerzen mit Lavendelaroma sowie mehr als 50 verschiedene Weine aus Frankreich
- Ausgefallenes und individuelles Angebot als Bereicherung für die Innenstadt und Aufwertung des Marktplatzes als gastronomischer Mittelpunkt
- Städtische Immobilie – daher muss die Stadt als Vorbild agieren:
 - Unterstützung und Beratung bei der planerischen Umsetzung des Konzeptes
 - Finanzielles Entgegenkommen bei den Mietkonditionen



Phase II

Hanau aufLADEN - „Wirtschaft im Hof“

Am 08.10.2020 eröffnete die „Wirtschaft im Hof“ – die erste Hanauer Pop-up-Gastronomie im Fronhof

- Die gesamte Infrastruktur wurde neu geschaffen, die Zubereitung von Speisen und Getränken erfolgt in einem als Gastrobereich umgebauter Seecontainer
- An sechs Tagen in der Woche ergänzt das neue, hessische Angebot die gastronomische Vielfalt in der Innenstadt
- Corona-konform können sich Gäste hier Gewächshäuser bzw. Holzhütten mieten
- Durch den bundesweiten Gastronomie-Lockdown kann sich die Wirtschaft im Hof nur knappe vier Wochen ausprobieren. Sobald es die Lage erlaubt, wird auch die „Wirtschaft im Hof“ ihren Betrieb wieder aufnehmen



Phase II

Das Hygieneteam

- Aufbau eines städtischen Hygiene-Teams ab Frühsommer 2020 zur Beratung von Gastronomie, Handel, Vereinen, Institutionen u.ä. sowie zur Einführung und konstante Begleitung des Hygiene-Checks
- Aufklärung der Bevölkerung mit breiten Kampagnen (auch in Fremdsprachen) und Beratung bei der Erstellung von Hygienekonzepten
- Kontrollen zur Einhaltung der Verordnungen
- Kontinuierliche Information über neue Verordnungslagen über Newsletter, Homepage, Blog, Social Media etc.
- Materialbeschaffung und -verteilung
- Begleitung Aufbau Impfzentrum
- Schulungen zur Hygiene



Phase II

Unterstützung sozialer Initiativen & gemeinnütziger Vereine

Neben den für 2020 zugesagten Fördermitteln in vollem Umfang, wurden die sozialen Initiativen und gemeinnützigen Vereine auch in Bezug auf Corona-
verursachte finanzielle Einbußen unterstützt.

- 18 soziale Initiativen haben ein Antragsformular (Download auf den städtischen Webseiten) mit einer detaillierten Auflistung der durch Corona verursachten finanziellen Probleme sowie zugehöriger Belegdokumente eingereicht. Der bewilligte Betrag beläuft sich auf ca. 272.700,00€
- Zusätzlich wurden 49 Anträge von gemeinnützigen Vereinen gestellt. Der bewilligte Betrag beläuft sich auf ca. 465.500,00€
- Die Gesamtsumme der Auszahlung beträgt somit ca. 738.200,00€.



Phase II

Teilhabe und Bildung

Der Hanau Pass wurde neu aufgelegt und für einkommensschwache Menschen (Senioren, Familien, Alleinerziehende, Kinder und Jugendliche) erweitert. Die Bewerbungsmaßnahmen des Hanau Passes in Verbindung mit der Grimmscheck-Aktion und der kostenlosen Teilnahme an VHS Kursen war ein voller Erfolg.

- Ende August gab es 530 gültige Hanau Pässe.
- Ab Oktober wurden 1.165 Hanauer Pässe ausgestellt – aktueller Stand: 1.777 Hanau Pass-Inhaber.
- Steigerung der ausgestellten Hanauer Pässe seit Start des Corona-Hilfspaketes um **335%**.
- Im Rahmen der Grimmscheck-Aktion wurden 1.605 Hanau Pass-Grimmschecks ausgegeben. Somit erhielten die finanziell schwachen Haushalte der Stadtgesellschaft eine Summe von 40.125,00€. Geld, das im nächsten Schritt in den Hanauer Handel und die Gastronomie fließt.



Phase II – die Hanauer Hilfspakete

Kosten

- | | | |
|-----------------|--|--|
| Hilfspaket I: | <ul style="list-style-type: none">• Grimmscheck-Aktion• „Hanau steht auf Hygiene“• Günstig Busfahren• Wochenmarkt Treue-Aktion• Digitalisierung• Kultur & Veranstaltungen | <ul style="list-style-type: none">• Werbekampagne, Organisation & Produktion• Günstig Parken in Hanau• Fahrrad-Parken in der Innenstadt• Hanau auf LADEN• Soziale Initiativen & gemeinnützige Vereine• Teilhabe und Bildung |
| Hilfspaket II: | <ul style="list-style-type: none">• Ausstattung Krisenstab• Maskenbau und –verteilung• Sicherheit Markt/Innenstadt• Hygieneteam | <ul style="list-style-type: none">• Bürgerversorgung• Rechtsberatung• Spuckschutz• u.a. |
| Hilfspaket III: | <ul style="list-style-type: none">• Grimmscheck-Aktion• Beratung zu geplanten Maßnahmen• Zuschüsse f. Hygiene-Auflagen• Gastronomie | <ul style="list-style-type: none">• Werbekampagne, Organisation & Produktion• Hilfe bei Genehmigungen u. Logistik• Zuschüsse / Unterstützung bei Veranstaltungen |

Plan: 13,50 Mio. €

Ist: 11,55 Mio. €

Phase II – die Hanauer Hilfspakete

„Eine starke Aktion für Hanau, toll für den Grimmscheck, der den Handel direkt vor Ort unterstützt.“
Stefan Gebauer, Klara, Café Central, Trude

„Die Grimmscheck-Aktion hat dem Handel in der schweren Zeit sehr geholfen. Die Kunden waren und sind begeistert.“
Mehmet Kandemir, 1. Vorsitzender des Hanau Marketing Vereins

„Es ist eine super Aktion, die von allen Kunden lobend aufgenommen wurde.“
Michael Bailly, Bailly Diehl

„Eine geniale Aktion und herausragendes Element der Kundenbindung sowie ein starker Benefit für den Handel.“
Dieter Dausien, Buchladen am Freiheitsplatz

„Die Aktion hat einen guten Aufschwung geleistet.“
Diana Schreiber-Kleinhenz, Forum Hanau

„Die gemeinsame Idee von Stadt und HMV hat meiner Ansicht nach voll eingeschlagen. Die Ziele **Innenstadt beleben** und Umsätze für den Handel generieren, sind erreicht.“
Gotthard Klassert, Vorsitzender Handelsausschuss, IHK Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern



Hanau handelt.
Der Plan für den Neustart
- Phase III -



Phase III

Hanau handelt. Adhoc-Maßnahmen bei Wiedereröffnung

- Kampagne „Wir haben offen“/Imagekampagne „Gesichter des Handels“
- Neuauflage der Grimmscheck-Aktion: Hanau belohnt Umsatz
- Auflage eines Sonder-Grimmschecks zur Unterstützung der Gastronomie
- Neuausrichtung und Intensivierung des Hygiene-Checks
- Fortsetzung Gebührenerlasse für Wochenmarkt und Außengastronomie
- Genehmigung von Straßenverkäufen zur Lager-Räumung
- Online-Outlet-Center
- Bereitstellung von Park-Rückvergütungs-Coupons
- Intensive Begleitung und Kommunikation in Richtung Handel („Kümmerer“)
- Subventionierung von Heraeus-Luftreinigern



Phase III

Hanau handelt. Adhoc-Maßnahmen bei Wiedereröffnung

Für Unternehmen, die Subventionen in Anspruch nehmen wollen, streben wir verpflichtende Teilnahmen an folgenden Maßnahmen an:

- Grimmscheck-Partnerschaft (kostenlos)
- Hygiene-Check (kostenlos)
- Online-Check (kostenlos)
- Einhaltung der Kernöffnungszeiten (10-18 Uhr/gilt nicht für Gastronomie)
- Teilnahme an Aktionen der Hanau Marketing GmbH (Aktionstage, Gastro-Nacht, Genussstouren etc./kostenlos)
- Nachhaltigkeits-Beratung (kostenlos/Kooperation mit Stabsstelle Nachhaltige Strategien geplant)
- Bereitschaft zur Mitgliedschaft im Hanau Marketing Verein



Phase III



Hanau handelt. Für den Handel. Hanau auFLADEN

Immobilien

Systemisch

- Vorkaufsrecht
- Immobilienentwicklung
- Quartiersentwicklung
- Planungsrecht
- „HU's Compagnie“ – der Entwicklungs-Fonds

Zukunftskonzepte

Dynamisch

- Freund:
Beratung und Subvention
- Ermöglicher:
Pop-up
- Vorreiter:
Die Stadt als Betreiber
- Newcomer:
Förderprogramm neuer
Konzepte

Bestand

Strategisch

- Hanau-Fit
- Online-Fit
- Hygiene-Fit
- Service-Fit
- Kommunikations-Fit
- GEPLANT: Nachhaltigkeits-Fit
- GEPLANT: Aufbau eines
Handels-Kompetenzzentrums

Komplizen-Netzwerk

Phase III

Hanau handelt. Hanau aufLADEN – Systemisch: rund um Immobilien

- Vorkaufsrecht
 - 2019 wurde das Vorkaufsrecht in Hanau beschlossen: offensives Instrument, um flexibler und schneller auf städtebauliche Missstände und Fehlentwicklungen reagieren zu können
- Immobilienentwicklung (inkl. Leerstands-Management, Datenbank)
- Quartiersentwicklung
- Planungsrecht
- „HU`s Compagnie“ – der Entwicklungs-Fonds

- Beispiel: „Hospitalstraße 19“
 - Die Immobilie in der Hospitalstraße 19 wurde durch das Vorkaufsrecht von der Stadt gekauft und wird ab Februar voraussichtlich an den Hanauer Künstler Michael Rautenberg (Rautie) vermietet
 - Hier entsteht seine Werkstatt sowie sein Atelier. Darüber hinaus bietet Rautie zukünftig auch Workshops für Kinder und Erwachsene an.



Phase III

Hanau handelt. Hanau aufLADEN – Dynamisch: für die Zukunft

Die Stadt entwickelt Ideen für die Zukunft und setzt sie um.

- Freund: Beratung und Subvention
- Ermöglicher: Pop-up
- Vorreiter: Die Stadt als Betreiber (KunstKaufLADEN)
- Newcomer: Förderprogramm für neue Konzepte

Beispiel: „KunstKaufLADEN - Tacheles“

(geplante Eröffnung April 2021, Nürnberger Straße 31-33, Dielmann)

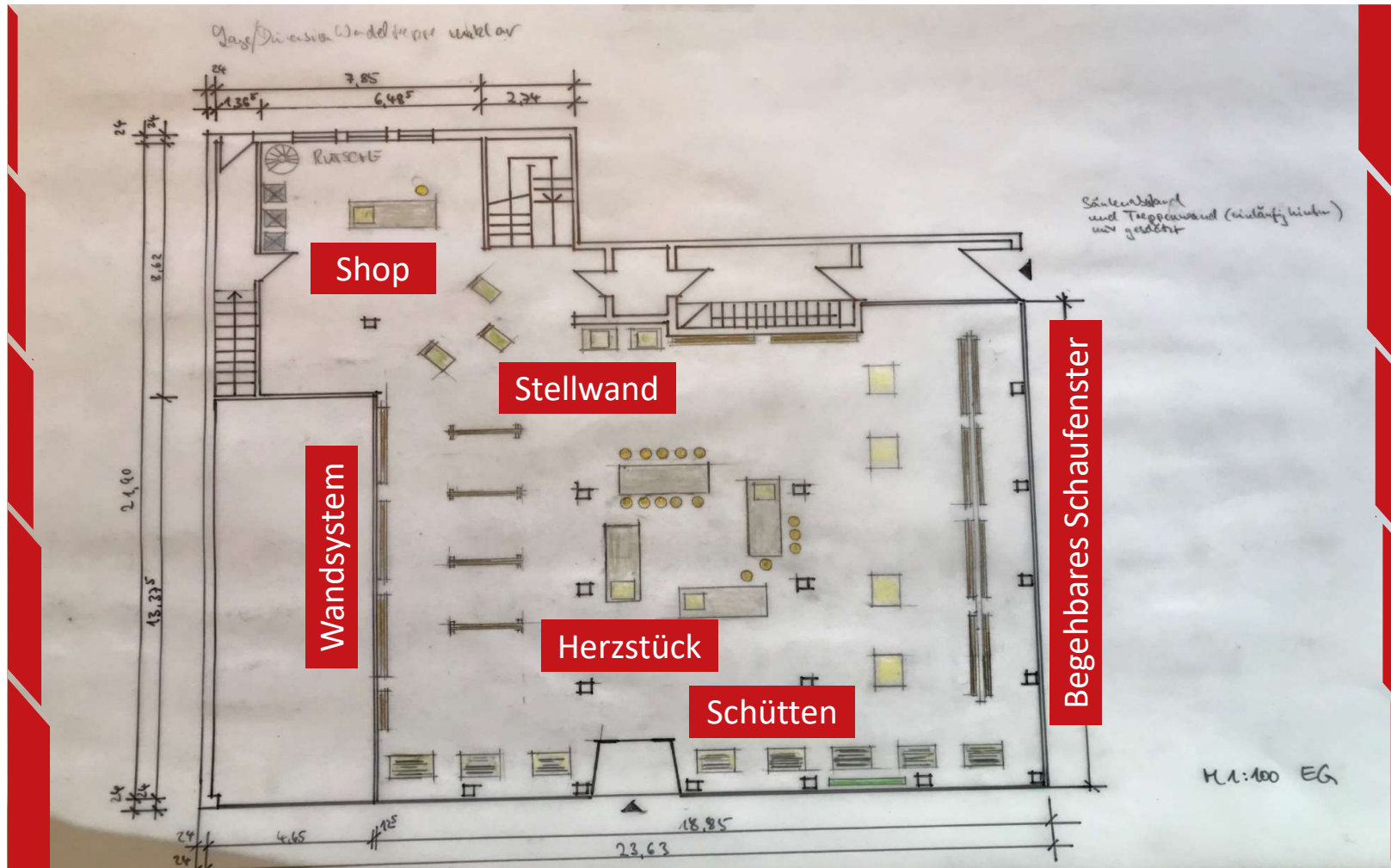
- Konzept:
 - Attraktives einzigartiges Angebot, „Hingucker“ in der City
 - Innenstadt erlebbar machen
 - Kunst (Bilder, Fotografien, Skulpturen) in einem Geschäft gebündelt zum Verkauf anbieten
 - Menschen in Berührung mit Kunst bringen
 - Unterstützung der lokalen/regionalen Künstler und Kunstvereine
 - Originale zu „kleinen“ Preisen anbieten: „Kunst für Alle“



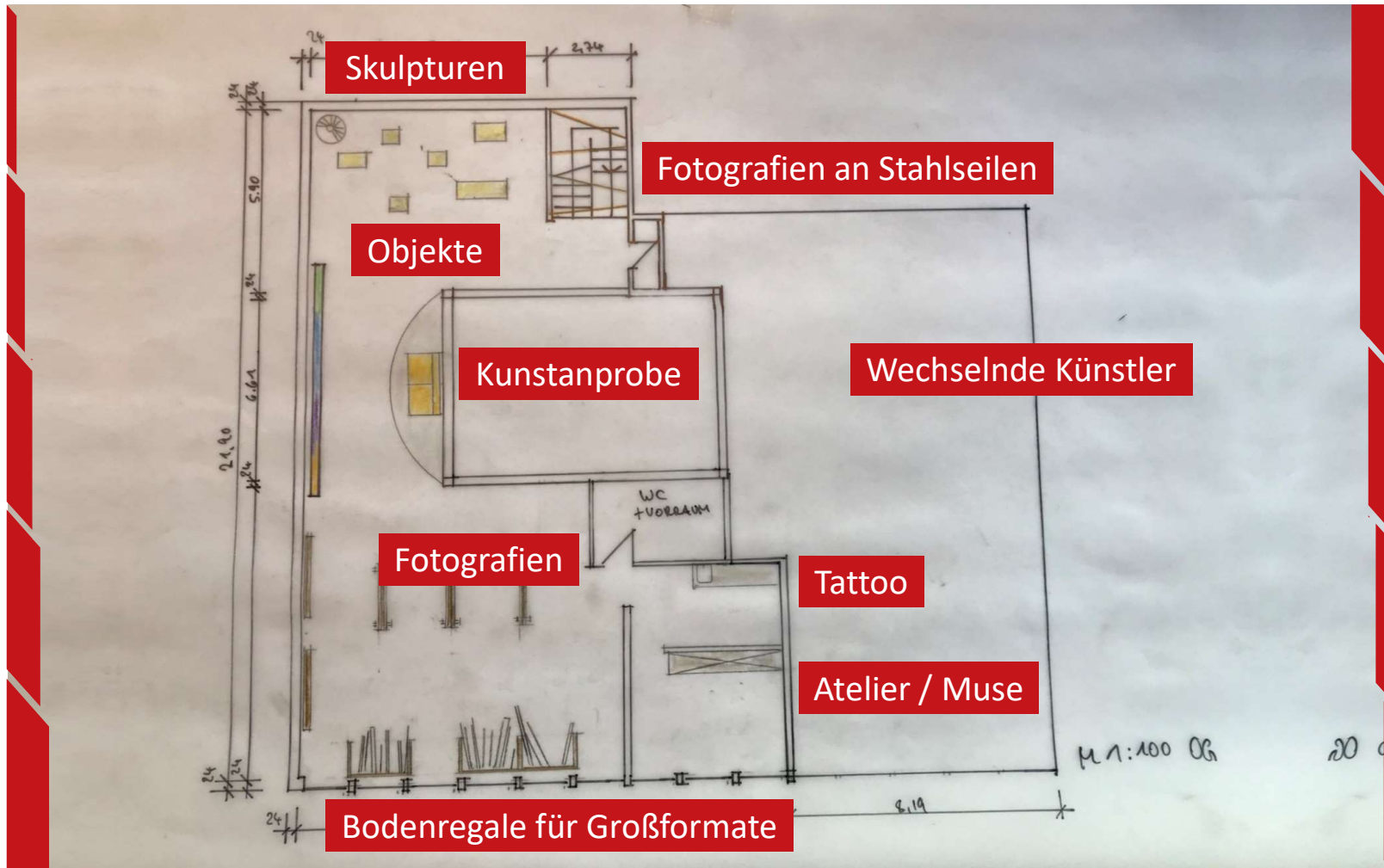
KunstKaufLADEN – so machen es andere



Tacheles KunstKaufLADEN – so wollen wir es machen



Tacheles KunstKaufLADEN – so wollen wir es machen



Phase III

Hanau handelt. Hanau aufLADEN – Dynamisch: Starthilfe

Die Hanau Marketing GmbH setzt sich bereits seit vielen Jahren für die Nachvermietung von freistehenden Geschäften in der Hanauer Kernstadt ein und fungiert als Vermittler zwischen Immobilienbesitzern und potentiellen neuen Ladenbetreibern.

Nun weitet die Stadtmarketinggesellschaft mit Hilfe von zahlreichen Partnern (HMV, IHK; Lenkungsgruppe Handel,...) dieses Angebot aus und möchte mit dem Konzept „**Newcomer Starthilfe**“ Existenzgründer dabei unterstützen, sich mit einem langfristig tragfähigen Einzelhandels- oder Gewerbeconcept im Stadtleben einzufügen.

Leistung:

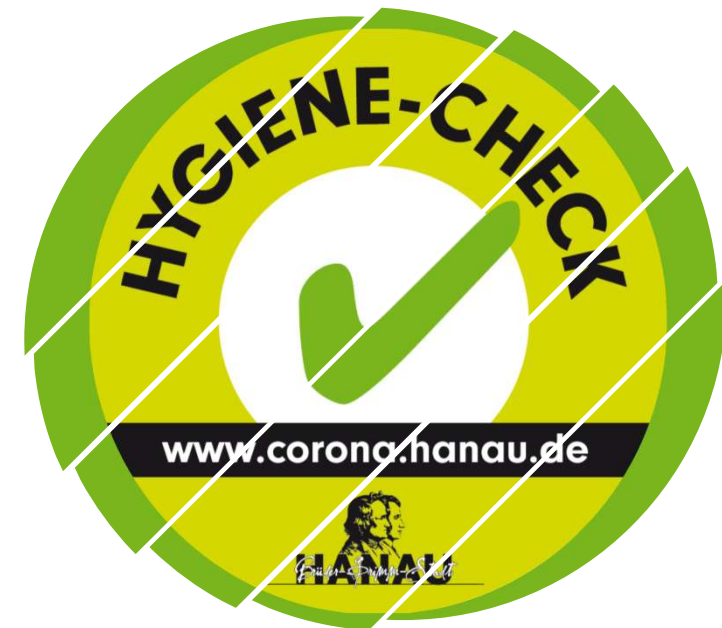
- In den ersten **18 Monaten** nach Eröffnung des neuen Geschäfts, erhält der Unternehmer einen Mietkostenzuschuss in Höhe von **25% der Netto-Kaltmiete** (maximal Gesamt 9.000€/ 500€ monatlich) sowie einmalig einen Werbekostenzuschuss von **1.000€**
- Begleitung der Eröffnung durch Pressemitteilungen der Stadt Hanau
- Über die werblichen Kanäle der Hanau Marketing GmbH wird die Eröffnung des neuen Geschäfts öffentlichkeitswirksam begleitet
- Bewerbung auf den stadteigenen Homepages (mind. rund 1 Mio. visits jährlich)
- Bewerbung in den social media Kanälen der Stadt Hanau
 - Facebook: Hanau erleben (25.000 Follower)
 - Instagram: Hanau erleben (5.000 Follower)
- Uvm.

Phase III

Hanau aufLADEN – Strategisch: zur Weiterentwicklung des Bestands

- Hanau-Fit: Werkzeugkasten mit allen Checks sowie Aktions-Angeboten (Grimmscheck etc.); HMG als Kümmerer und Wegweiser
- Online-Fit: Check und Unterstützung
- Hygiene-Fit: Check und Unterstützung (z.B. Luftreiniger)
- Service-Fit: Schulungen zur Verkaufs-Förderung (z.B. Schaufenster, Personal)
- Kommunikations-Fit: Ladenleerstands-Management, Datenbank & interne Kommunikation
- *GEPLANT: Nachhaltigkeit-Fit: Kooperation Stabsstelle Nachhaltige Strategien geplant*
- *GEPLANT: Aufbau eines Handels-Kompetenzzentrums*

Nach Corona ist eine aktuelle Bestandsaufnahme durch die CIMA geplant.



Phase III

Hanau aufLADEN – Strategisch: zur Weiterentwicklung des Bestands

Beispiel: Online-Check

Der Handel der Zukunft muss digital auffindbar sein, digital mit seinen Kunden kommunizieren können und auch über digitale Kanäle verkaufen. Wir erfinden das Rad nicht neu, sondern identifizieren die individuellen Bedarfe, geben dem Händler Werkzeuge an die Hand, sich selber weiterzuentwickeln, oder vermitteln ihm kompetente Dienstleister. Wir verstehen unsere Rolle als Wegweiser. Über Digital-Gutscheine fördern wir auch selber finanziell. Wir bilden auf diesem Weg ein Netzwerk, das im weiteren Verlauf die Option bietet, eigene Portale oder Online-Tools zu entwickeln.

Nächste Schritte ab Februar 2021

- Zentrale Beratung: Auffindbarkeit im Netz sicherstellen, Verbesserungsbedarfe identifizieren
- **UPGRADE:** „Online-Gutscheine“ für Adhoc-Maßnahmen (z.B. Aufbau einer Homepage)
- Aufbau einer Academy zur Schulung
- Ermittlung der Bedarfe für Hanau-Plattformen



Phase III

Hanau handelt. Hanau aufLADEN

Wir suchen Komplizen, die mit uns gemeinsame Sache machen wollen. Die Lust auf Hanau haben und leidenschaftliche Dienstleister sind. Die kreativ und innovativ sind. Die Mut haben, neue Wege auszuprobieren. Die keine Angst haben, zu scheitern. Die von Hanau überzeugt sind und mit Hanau groß werden wollen. Und die mit uns die Agora der Zukunft bauen wollen.

F.A.Z. - Rhein-Main

Samstag, 16.01.2021

Komplizen mit Leidenschaft

HANAU Einkaufserlebnisse der besonderen Art sollen die Innenstadt beleben. Die Stadt sucht Mitstreiter, damit Handel und Gastronomie die Pandemie überstehen. Von Luise Glaser-Lotz

Phase III

Hanau handelt. Hanau aufLADEN

Einer der Komplizen: NH ProjektStadt



Gesamtstrategie Innenstadt



Integriertes
Innenstadt-
entwicklungskonzept

100.000€

- ...



Kompetenzcenter
Vorkaufsrechte

300.000€

- ...



Digital Hub
Innenstadt

200.000€

- ...



Nutzungskonzept
Schlüsselimmobilie

50.000€

- ...



Kompetenzcenter
Leerstandsmanagement

300.000€

- ...



Hessischer Leitfaden
für Vorkaufsrechte

50.000€

- ...

1. Quartal 2021

2. Quartal 2021

3. Quartal 2021

4. Quartal 2021

Erarbeitung Konzeptskizzen

Grundlagenermittlung/Analyse-Phase

Erarbeitung Innenstadtentwicklungsk.

Einreichung
Förderanträge



Fördergelder:

CKP, aktive Kernbereiche, Innenstadtprogramme

Phase III

Hanau handelt. Für die Gastronomie

- Auflage Sonder-Grimmscheck: Bei der Grimmscheck-Aktion erhält jeder Kunde zusätzlich einen 5-Euro-Gutschein, nur in der Gastronomie einlösbar
- Finanzielle Förderung von baulichen Maßnahmen im Kontext Corona (Fortführung Maßnahmen aus Hilfspaket 3)
- Außengastronomie: Auch im Jahr 2021 werden die Gebühren für die ausgesetzt, Erweiterungen zudem unbürokratisch genehmigt
- Hygiene: Das Hygiene-Team begleitet die Wiedereröffnung intensiv und organisiert zusätzliche Hygiene-Ausrüstung; zudem wird die Anschaffung von Heraeus-Luftreinigern finanziell unterstützt
- Mietnachlässe in städtischen Immobilien
- Ausweitung Gastro-Nächte und Genusstouren (bei stärkerer finanzieller Beteiligung der HMG)



Phase III

Hanau handelt. Für den Wochenmarkt

Der Hanauer Wochenmarkt ist ein essentieller Frequenzbringer für die Innenstadt. Er bringt all das mit, was eine lebendige Innenstadt auszeichnet: Handel, Genuss, Interaktion, Austausch. Und er ist voller Menschen, die mit Leidenschaft arbeiten. Für ihre Sache. Für unsere Sache. Echte Komplizen.

Geplante Maßnahmen für 2021:

- Wiederholung der Treue-Aktion (vsl. im April)
Einlösung der Hefte gegen WoMa-Produkte und
Sonder-WoMa-Grimmschecks (5€ – analog Sonder-Gastro-Grimmscheck)
- Große Werbeaktion bei den Markt-Beschickern, so dass auch sie
Grimmscheck-Partner werden
- Übernahme Stromkosten
- Gebührenerlass für das ganze Jahr



Phase III

Hanau handelt. Für Musik und Kultur

- „Hanau macht Musik“: Es wird ein Pool aus Musikern gebildet, die für eine fixe Anzahl an Auftritten einen Gagen-Vorschuss erhalten. Aus diesem Konzert-Pool werden städtische Veranstaltungen (Innenstadt-Aktionstage, Gastro-Nächte etc.) bestückt. Zudem können im Einzelfall auch externe Veranstalter auf diesen Pool zugreifen.
- „Hanau Daheim - Online-Festival“: An der etablierten Reihe wird festgehalten. Dort, wo es bei den Zuschauerzahlen noch Einschränkungen gibt, sollen zusätzliche Übertragungen ins Internet geprüft werden
- Bauwagen/rollende Bühne: Es werden mobile Bühnen/rollende Veranstaltungs-Stätten angeschafft, die flexibel eingesetzt werden können und ohne großen Aufwand auch Vereinen und Nachbarschafts-initiativen für ihre Veranstaltungen zur Verfügung gestellt werden können
- Schausteller: Schausteller bekommen die Möglichkeit eines Volksfestes auf dem Marktplatz sowie längerfristiger Präsenz in der Langstraße



Phase III

Hanau handelt. Für Musik und Kultur

- Beratung/Unterstützung externe Veranstalter; insbesondere Vereine und Initiativen, werden bei der Durchführung geplanter Veranstaltungen intensiv begleitet (v.a. bei Hygienekonzepten) sowie ggf. auch bei der Programmgestaltung unterstützt (z.B. Stadtteilstefte)
- Neue Spielstätten; im gesamten Stadtgebiet sollen (neue) Veranstaltungsflächen definiert werden, die Corona-konform hergerichtet und verschiedenen Anbietern zur Verfügung gestellt werden (z.B. Platz an der Wallonisch-Niederländischen Kirche, Schlossgarten, Ellis Bistro, MainLaden etc.). Ziel ist es, möglichst viele dezentrale Angebote zu etablieren
- Vereine werden bei ihren Veranstaltungen intensiv begleitet, vor allem hinsichtlich des Hygiene-Konzepts. Sie können zudem auf die Infrastruktur der „mobilen Veranstaltungsstätte“ zugreifen und erhalten ggf. auch Unterstützung bei der Programmgestaltung.



Phase III

Hanau handelt. Jetzt.



**Im städtischen Haushalt
sind bereits 1,2 Millionen Euro
bereit gestellt worden.
Wir legen los. Jetzt.**

