

Hanau gewinnt an Attraktivität

Handel macht höhere Umsätze, aber Angebotsqualität ist verbesserungsfähig: Stadt Hanau zieht Zwischenbilanz zum Innenstadt-Umbau

Von Reinhold Schlitt

HANAU ■ Die Entwicklung Hanaus als Einkaufsstandort sei auf einem insgesamt guten Weg. Die neuen innerstädtischen Einzelhandelsprojekte hätten zu einer „höheren Bindung der Bevölkerung im Einzugsgebiet“ geführt. Die Gesamtverkaufsfläche habe in der Innenstadt zugenommen und der Bruttoumsatz des Einzelhandels sei gestiegen. Zu diesen Ergebnissen kommt die Münchner Beratungsgesellschaft für Einzelhandels- und Standortentwicklung CIMA. Aber die Qualität der Angebotsstruktur lässt nach Meinung der Experten in einigen Bereichen noch erheblich zu wünschen übrig.

CIMA begleitet die Stadt Hanau seit 2007 mit Analysen und Entwicklungsvorschlägen zur Einzelhandelsentwicklung. Zusammen mit der Gesellschaft „Hanau Marketing“ präsentierte das Unternehmen am Donnerstagabend Analysen zum gegenwärtigen Stand des Einzelhandels in der Brüder-Grimm-Stadt (wir berichten kurz). Eingeladen hatten der Struktur- und Umweltausschuss der Stadtverordnetenversammlung und der Ortsbeirat Innenstadt.

Michael Seidel von der CIMA ging anhand der von ihm präsentierten Zahlen davon aus, dass Hanau von Händlern und Investoren wieder zunehmend als „attraktiver Einkaufsstandort“ eingeschätzt wird. Dies zeigten die neuen innerstädtischen Einzelhandelsprojekte



Forum Hanau

Nach eineinhalb Jahren Betrieb zeichnet der Manager der HBB-Betreiber-Gesellschaft des Forum Hanau, André Stromeyer, ein überwiegend positives Bild: Das Forum habe seinen Einzugsbereich rund um den Freiheitsplatz gestärkt, die Bibliothek und der neugestaltete Busbahnhof seien absolute Pluspunkte. Leider sei das Angebot im Textilbereich schwächer geworden. Diese Lücke füllt nun unter anderem die Firma TK maxx mit einer Verkaufsfläche von 1500 Quadratmetern. Von einigen Mietern im Gastronomiebereich will sich das Forum trennen. Auch soll der untere Gastronomiebereich nun eine einheitliche Möblierung und insgesamt mehr Sitzplätze erhalten. Die zu den Obergeschossen hin offenen Sitzbereiche sollen durch Schirmkonstruktionen geschützt werden.

Das Forum im Herzen Hanaus übt den jüngst präsentierten Zahlen zufolge eine Sogwirkung aus. Es hat laut Stadt maßgeblichen Anteil daran, dass es im Einzelhandel wieder bergauf geht. ■ Archivfoto: Häsler

Umfrage: Wie attraktiv ist Hanau?

Schulnote: 2,7: 525 Befragte konnten in Schulnoten ihre Meinung zur Attraktivität Hanaus als Einkaufsstadt zum Ausdruck bringen: Ihre durchschnittliche Note lautet 2,7. In anderen befragten und vergleichbaren Städten gab es 2,6.*

Die Stadt hat gewonnen: 80 Prozent der Befragten glauben, dass Hanau in den letzten Jahren an Attraktivität gewonnen habe. Die überwiegenden Gründe: neue Innenstadt, Forum und neue Geschäfte.

Kann mir vorstellen, hier einzukaufen: 51,6 Prozent der Befragten konnten sich 2016 vorstellen, in Hanau einzukaufen. 2008 lag dieser Wert noch bei 20,9 Prozent.

Mehr Kurzzeitparker: Die Zahl der Kurzzeitparker lag Ende 2016 bei 1,5 Millionen. (2014: 1,1 Millionen.; 2015: 1,3 Millionen.)

Was das Parken kosten darf: Im Mai 2016 sagten 40 Prozent der Befragten, für das Parken in der Innenstadt 1 Euro/Stunde bezahlen zu wollen. 23 Prozent wür-

den 1,50 Euro und 15 Prozent der Befragten 2 Euro für akzeptabel halten.

*Das Institut für Handelsforschung hat 2016 eine bundesweite repräsentative Befragung zum Thema „Einkaufen“ durchgeführt. Hanau wurde mit 31 Vergleichsstädten in der Größenordnung zwischen 50 000 und 100 000 Einwohnern verglichen. Die anderen Fragen wurden von „Hanau Marketing“ gestellt.

der eine größere Rolle. Die CIMA macht dies daran fest, dass die Zahl der umliegenden Kommunen, aus denen Käufer nach Hanau kämen, zwischen 2013 und 2016 deutlich gestiegen sei und das Einzugsgebiet vergrößert hätten.

Seidel mahnte jedoch, die Entwicklung im Umland mit seinen Einkaufszentren, aber auch den rasant wachsenden Online-Handel nicht aus den Augen zu verlieren: „Hier erwarten wir auch zukünftig große Herausforderungen.“ Mit Blick auf die zunehmende Digitalisierung müssten die Einzelhändler sich „viel einfallen lassen, um die Attraktivität des stationären Handels zu sichern“. Dazu zählt er freilich auch, dass die Händler ihr Vor-Ort-Sortiment online präsentieren müssten. Auch hält er die Qualität des Warensortiments für „ausbaufähig“, was einige der anwesenden Geschäftsleute zu der Kritik an der Vielzahl von Handyläden, Ein-Euro-Läden und „Nagellackstudios“ verleitete.

Der Ladenleerstand ist aktuell leicht zurückgegangen. Nach Angaben von „Hanau Marketing“ liegt die Zahl ge-

genwärtig bei 31, im Jahre 2012 waren es 46 Läden, in denen es keinen Verkaufsbetrieb mehr gab.

Eher kritisch erwähnte der CIMA-Repräsentant die Verlagerung und den Verlust einiger Geschäfte, darunter Großfilialisten wie Taifun, Quick-Schuh, Weltbild und Zero, aber auch lang ansässiger Geschäft wie Baby Brachmann oder Peter Hahn. Allerdings habe es mit Häusern wie Müller-Ditschler, Schuh-Dielmann, Rituals, Cecil und Action auch interessante Zugewinne gegeben.

Ihre insgesamt optimistische Prognose speisen die Stadtentwickler sowie auch Hanau Marketing unter anderem aus Entwicklungen seit 2013 aus der Anzahl der Geschäfte, der Gesamtverkaufsfläche sowie des gesamten Brutto-Umsatzes der Händler. Dazu ein paar Zahlen:

Betriebe: Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe ist von 2013 bis 2016 wieder gestiegen, von damals 312 auf jetzt 352, wobei 51 Betriebe auf das neue Forum am Freiheitsplatz entfallen. Damit hat sich die Gesamtzahl zwar erhöht, die Zahl der Innenstadtbetriebe außerhalb des Forums ist aber (teils auch durch Standortverlagerungen) um elf gesunken. Im langfristigen Vergleich schließt die Gesamtzahl der Geschäfte jedoch allmählich wieder an die von 2005 an. Damals gab es 360 Betriebe.

Verkaufsfläche: Die gesamte Innenstadt-Verkaufsfläche ist 2016 einschließlich des Forums Hanau auf rund 77 000 Quadratmeter gewachsen und liegt damit deutlich über der des Jahres 2013, wo es gut 56 000 Quadratmeter waren.

Allerdings geht auch dieser Zuwachs überwiegend auf das Forum zurück, das allein 15 900 Quadratmeter Verkaufsfläche hat. Die sogenannten 1A-Lagen (die ranghöchsten von vier Lagentypen – gemessen unter anderem an Park- und Zufahrtsmöglichkeiten, Nahverkehrsanbindung und der Umgebungsstruktur) haben durch das Forum und den neuen Busbahnhof leicht zugenommen.

Bruttoumsatz: Hierunter verstehen die Fachleute den Wert der verkauften Waren, von dem aber noch Preisnachlässe und Ähnliches sowie die Umsatzsteuer abgehen. Dieser Wert lag 2016 im Innenstadt-Einzelhandel mit insgesamt fast 275 Millionen Euro so hoch wie seit 2005 nicht mehr. Allein das Forum wies 2016 nach Angaben der CIMA einen Bruttoumsatz von knapp 53 Millionen Euro aus. Unterm Strich haben auch die Geschäfte außerhalb des Forums etwas zugelegt: von rund 219 Millionen Euro im Jahr 2013 auf knapp 222 Millionen Euro im Jahr 2016. Allerdings ist hierbei nicht berücksichtigt, dass einige Geschäfte ins Forum abgewandert sind.

ZITIERT

„Die Aufgabe der Zukunft ist es, lebendige Innenstädte zu schaffen und die Leute weg vom PC zu locken“... Hanau hat mit dem Stadtumbau einen ersten Schritt getan.“

Gottfried Klassert (Optiker Klassert & Seliger)

„Am besten lief es für uns, als der Freiheitsplatz Baustelle war, denn damals durften wir Waren an den Bauzaun hängen. Jetzt dürfen wir nichts mehr in die Fußgängerzone stellen.“

Michaela Vay (Wohnsinn)

„Ich konnte meinen Umsatz seit dem Stadtumbau um 30 Prozent steigern.“

Memet Kademir (Glam-Mode)

„Der Stadtumbau ist gelungen und der Markt trägt zur Besucherfrequenz bei. Sorgen machen mir jedoch der zunehmende Ladenleerstand und auch der geplante Wegfall von Parkplätzen an der Wallonisch-Niederländischen Kirche.“

Ramona Ettrich (Galeria Kaufhof)

„Die Qualität der neuen belegten Geschäfte wird – auch im Forum – immer schlechter. Der Umbau war notwendig, aber er ist noch lange nicht die Rettung der Innenstadt.“

Dieter Dausien (Buchladen am Freiheitsplatz)

„Ich wünsche mir, dass die Fachhändler besser untereinander kooperieren und sich gegenseitig Kunden schicken. Die Arbeit der Hanau-Marketing GmbH schätze ich sehr.“

Hans Wegerhoff (Intersport Beike)

JÜRGEN WAHLRECHTSANWALT
Kanzlei für Medizin- und Versicherungsrecht

Ihr Fachanwalt für Medizinrecht und Versicherungsrecht in Hanau

Versicherung zahlt nicht?

Als Spezialist auf dem Gebiet des Versicherungsrechts beraten wir Sie professionell und kompetent

- » Berufsunfähigkeitsversicherung / Berufsunfähigkeitszusatzversicherung
- » Unfallversicherung
- » Krankenversicherung
- » Lebensversicherung
- » Gebäudeversicherung
- » Haftpflichtversicherung
- » und in allen anderen Bereichen des Versicherungsrechts



Alles

für Ihr

Recht!

Ärztepfusch? - Wir helfen!

Wenn Sie einen Gesundheitsschaden davon getragen haben, wissen wir was zu tun ist

- » Anfordern und Sichten der Behandlungsakte
- » Begutachtung durch einen medizinischen Sachverständigen
- » Verhandlung mit dem Arzt und seiner Haftpflichtversicherung
- » Klageerhebung bei Gericht

Jürgen Wahl - Rechtsanwalt
Fachanwalt für Medizinrecht
Fachanwalt für Versicherungsrecht
Mediator, Europajurist (Univ. Würzburg)

Am Frankfurter Tor 11
63450 Hanau
Tel. 06181 / 70333-00
Fax 06181 / 70333-09

kanzlei@versicherungsrecht-hanau.de
www.versicherungsrecht-hanau.de

