
FDP Hanau

FDP HANAU FORDERT: INNENSTADT MUTIG TRANSFORMIEREN – STATZ LOBT KURS DER HANAU MARKETING GMBH BEI „HANAU AUFLADEN“

28.11.2025

Die FDP Hanau und ihr designierter Oberbürgermeisterkandidat Henrik Statz haben sich bei einem Besuch der Hanau Marketing GmbH im Stadthof Hanau über die bisherigen Erfolge und Herausforderungen des Programms „Hanau aufLADEN“ informiert. Geschäftsführer Daniel Freimuth präsentierte den Mitgliedern der FDP-Stadtverordnetenfraktion und den Ortsbeiräten ein umfassendes Update über die Entwicklung der Innenstadt und die Wirkung der seit 2020 umgesetzten Maßnahmen.

Erfolgsprogramm mit überregionaler Strahlkraft

„Hanau aufLADEN“ hat sich längst weit über die Stadtgrenzen hinaus einen Namen gemacht. Das Programm gilt bundesweit als Vorreiter für innovative Innenstadtentwicklung. Zu den Bausteinen gehören: Marketing- und Unterstützungsangebote für bestehende Händler, die Anwerbung neuer Konzepte, die u. a. über Popup Stores erprobt werden, eine Vorkaufsatzung, die Trading-Down-Effekten und spekulativer Zweckentfremdung entgegenwirkt, sowie der Erwerb und Betrieb des früheren Kaufhofs als „Stadthof Hanau“. Freimuth betonte, dass diese Maßnahmen inzwischen „regelmäßige Anfragen aus anderen Städten“ auslösen, die von Hanau lernen wollen.

Statz: „Nicht klassische liberale DNA – aber genau der richtige Weg“

Henrik Statz zeigte sich beeindruckt von der strategischen Klarheit und dem Mut, den die Hanau Marketing GmbH und die städtischen Verantwortlichen an den Tag legen. „Als

Libérale vertrauen wir grundsätzlich auf funktionierende Märkte. Aber wir befinden uns in einem kritischen Transformationsjahrzehnt, in dem Städte wie Hanau nicht abwarten dürfen, bis der Markt es richtet“, so Statz. „Der Erwerb der Kaufhofimmobilie oder das konsequente Ziehen des Vorkaufsrechts sind keine klassischen Instrumente unserer DNA – aber in dieser Lage absolut zielführend. Die positive Entwicklung gibt dem Team von Daniel Freimuth und Martin Bieberle recht.“

Innenstadt im Wandel – Mut, Qualität und Identifikation gefragt

Statz machte deutlich, dass „die Hanauer Innenstadt noch an vielen Stellen die Folgen des Wiederaufbaus nach dem Zweiten Weltkrieg sichtbar trägt.“ Viele Gebäude seien in die Jahre gekommen, gleichzeitig fehle es häufig an Geld, an Mut oder leider auch an Identifikation mit dem Standort. „Der Kampf um Aufenthaltsqualität und Anziehungskraft ist ein Dauerbrenner. Aber Hanau stellt sich diesem Kampf mit ungewöhnlicher Einigkeit und strategischer Weitsicht.“

Der Kauf der Kaufhofimmobilie sei ein Risiko gewesen – „aber eines, das von einer breiten Mehrheit der Bürgerschaft getragen wurde.“ Heute arbeite das Team im Stadthof an mehreren Themen gleichzeitig. Der Aufbau eines hochwertigen Betriebs ist der Grundbaustein, die Entwicklung attraktiver Formate für mehr Frequenz sowie bauliche Ertüchtigung des Gebäudes für potenzielle Ankermieter seien zusätzliche Herausforderungen mit hoher Komplexität.

„Ziel ist es, das Projekt Schritt für Schritt in wirtschaftliche Stabilität zu bringen, ohne seine öffentliche Bedeutung zu verlieren. Das verlangt einen Kraftakt – und alle Beteiligten wissen das“, so Statz.

Wirtschaftlichkeit und Stadtqualität ausbalancieren

In Zeiten zurückhaltenden Konsums und gesättigter Märkte sei Kreativität gefordert. „Stadt muss mehr denn je Erlebnisraum sein“, erklärt Statz. Das bedeute: Transformation auf Sicht fahren, Risiken streuen, keine wirtschaftlichen Harakiri-Strategien, aber entschlossen handeln, wenn Chancen entstehen. Gleichzeitig müsse Hanau akzeptieren, dass 2025 durch auslaufende Bundesfördermittel weniger Aktionen möglich sein könnten. „Umso wichtiger ist es, die Kernbausteine stabil zu halten und strategisch klug zu priorisieren.“

Politische Kultur: Einstimmigkeit als Standortvorteil

Freimuth hob hervor, dass „Hanau bundesweit heraussticht“, wenn es um politische Geschlossenheit geht: „Wenn ich in anderen Städten erzähle, dass unsere Beschlüsse – selbst zum Kauf der Kaufhofimmobilie – einstimmig gefasst wurden, ernte ich meist Unglauben.“ Diese Einigkeit sei ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die aktuelle Dynamik.

Statz: „Wir müssen die Vernetzung weitertreiben – und Regeln konsequent durchsetzen“

Abschließend formulierte Statz klare politische Prioritäten: „Wir gewinnen den Kampf um die Innenstadt nur, wenn wir Eigentümer, Händler, Dienstleister und Investoren noch enger vernetzen. Die Prozesse laufen auf Hochtouren – aber da geht noch mehr.“ Genauso wichtig sei die konsequente Durchsetzung klarer Regeln für Ordnung und Sauberkeit, die Nutzung des öffentlichen Raums, Gehwege, Verkehre und Erreichbarkeit. „Die beste Innenstadtstrategie bringt nichts, wenn das Umfeld nicht stimmt. Regeln müssen gelten – sie müssen sichtbar und für alle durchgesetzt werden.“ Die FDP Hanau unterstützt daher ausdrücklich den eingeschlagenen Kurs der Hanau Marketing GmbH und der Stadt Hanau: „Mut zur Transformation, Mut zur Qualität, Mut zur Innenstadt. Genau das braucht Hanau jetzt.“