



**STADTHOF
HANAU**

**KAUFHOF GEHT –
STADTHOF KOMMT**



Mit der Übergabe des ehemaligen Kaufhof-Gebäudes in unsere Hände starten wir eine neue Phase unserer Innenstadtentwicklung, mit klaren Zielen, in Eigenregie und voller Tatendrang.

Claus Kaminsky
Oberbürgermeister Stadt Hanau

-
- 1 HINTERGRUND**
 - 2 VISION**
 - 3 KONZEPT**
 - 4 WIR & IHR**
 - 5 KONDITIONEN**
 - 6 DESIGNS**
 - 7 HANAU**
 - 8 KONTAKT**

INNENSTADT NEU GEDACHT

Darum geht es

Nach Bekanntgabe der Kaufhof-Schließung in Hanau hat die Stadt einstimmig über alle Parteigrenzen hinweg innerhalb von 6 Monaten entschieden, das Gebäude zu kaufen, um die Entwicklung der Innenstadt weiterhin selbst in die Hand zu nehmen.

Warum wir das machen

- Seit Jahren steht das Stadtentwicklungsprogramm HANAU aufLADEN für „Handeln statt Reden“.
- Mit vielen Projekten sind wir bereits mittendrin in der Zukunft unserer Stadt.
- Wir haben ein Umfeld erschaffen, in dem wir uns etwas trauen können.



WIR MACHEN DER STADT DEN HOF

Unsere Vision

Der neue Stadthof Hanau wird ein Ort für Menschen, die mit der Schließung des Kaufhofs etwas verloren haben, und für Menschen, die einen „Kauf-Ort“ ganz neu erleben wollen.

Gleichzeitig wird der Stadthof eine Experimentierfläche für die Innenstadt von morgen, in der sich Handel, Gastronomie, Kultur, Bildung und Sport ergänzen und sich mit Blick auf die Besucherfrequenzen gegenseitig beleben.





KAUFHAUS

RELOADED

VOM KLASSIKER ZUM ZEITGEIST

GUTES SOLL BLEIBEN – ABER BESSER!

Das Konzept

Der Kaufhof in Hanau war in vielerlei Hinsicht bis zum Schluss erfolgreich. Produkte vieler Wareensegmente wurden gebraucht, geliebt und gekauft. Darauf bauen wir auf, indem wir gezielt Lieblingssegmente auswählen und auf das nächste Level setzen.

Das **2.0** für die Extraportion

- **Kreativität**
- **Überraschung**
- **Gefühl**
- **Sinnhaftigkeit**
- **Genuss**
- **Erlebnis**

DAS
KAUFHAUS
2.0

WIR WOLLEN EUCH. EURE VISION. EUER 2.0!

Wir wollen euch anstiften, mit uns gemeinsame Sache zu machen und den Kaufhof von gestern zum Stadthof von morgen zu verwandeln. Wenn ihr Hanau-Komplizen werden wollt und

- **als Mensch, Unternehmen oder Institution Teil eines Pionierprojekts mit möglicherweise zukunftsweisender Bedeutung für viele weitere Städte sein wollt,**

- **kreative Konzepte habt, die ihrer Zeit bisher voraus waren, die in Schubladen liegen und auf diesen Moment gewartet haben,**

- **innovative Ideen habt aus Handel, Gastronomie, Handwerk, Fun & Act, Bildung & Wissen, für Kunst, Kultur und allem, was dazwischen liegt,**

- **Lust habt auf Veränderung und risikoarmes Ausprobieren,**

- **den Mut habt, mit uns schon heute neue, menschenbewegende und sinnstiftende Konzepte für die Innenstadt von morgen zu realisieren,**

dann lasst uns gemeinsam Stadtgeschichte schreiben!

16.000 M² STADTLEBEN

Das ehemalige Kaufhof-Gebäude in 1-a-Innenstadtlage ist seit fast 70 Jahren für die Menschen und den Einzelhandel ein prägender Ort, der durch unser gemeinsames Engagement jetzt neu aufgeladen wird:

- **16.000 m² auf 5 Etagen, davon 2.000 m² im EG & 4.000 m² im UG**
- **direkter Tiefgaragenzugang im UG**
- **mehr als 4.000 Parkplätze fußläufig in 5 bis 10 Minuten**
- **sehr gute ÖPNV-Anbindung**
- **barrierefreie Zugänge**
- **komplette Infrastruktur**
- **2 × wöchentlich Hessens größter und vielleicht schönster Wochenmarkt direkt gegenüber**

Verortet in einer Stadt, die sich quasi neu erfunden hat und so stark wächst wie keine andere Stadt im Rhein-Main-Gebiet.



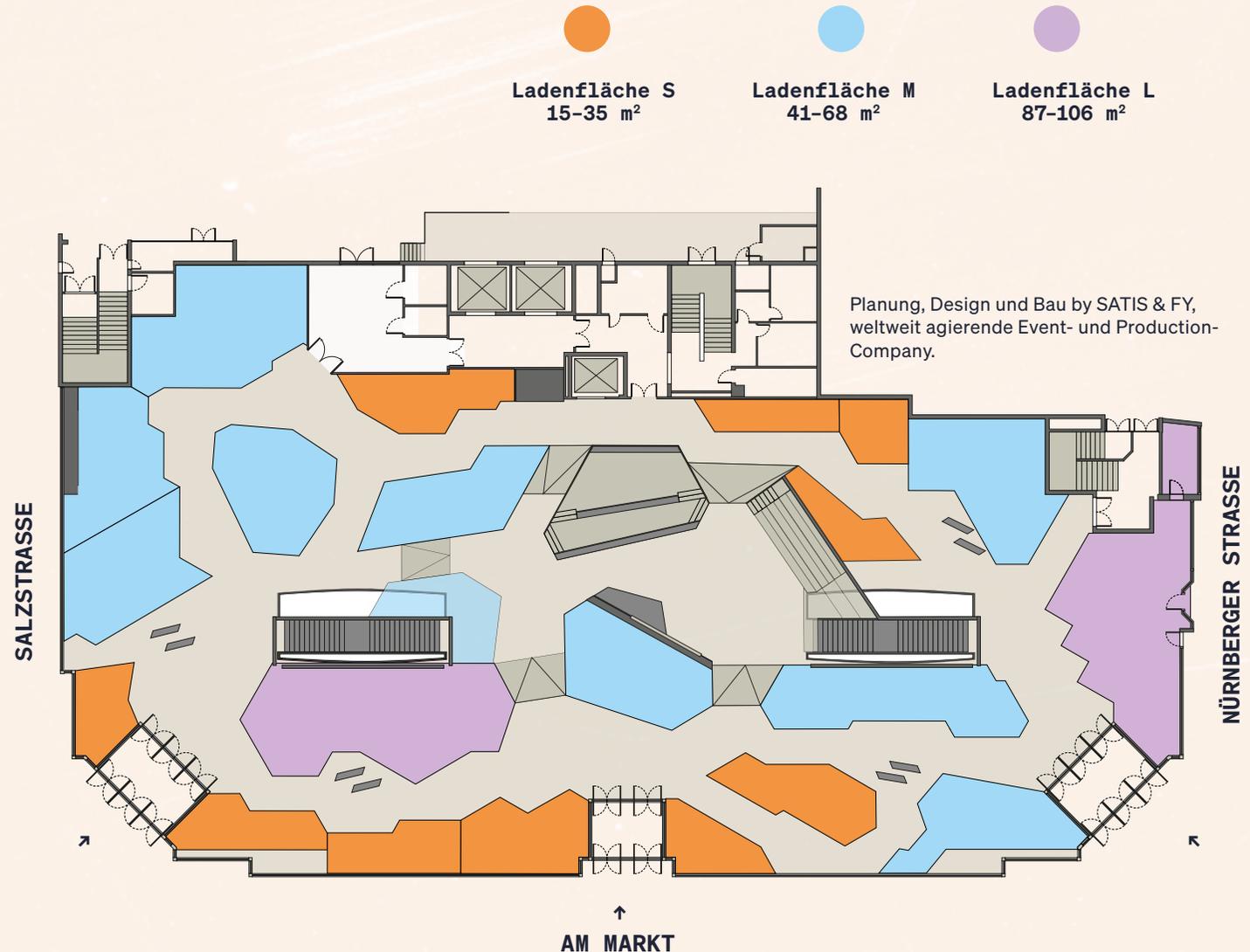
ALLES BEGINNT IM ERDGESCHOSS

- 2.000 m² Fläche

- 22 Stores

- individuelles Design

Mit risikoarmen Mietkonditionen, mit Produkten und Kulinarik, die Hanau und die Rhein-Main-Region lieben, wollen und brauchen.



EINLADENDE KONDITIONEN

Wir wollen auch bei den Mietkonditionen neue Standards setzen:

- mit zeitlich anpassbaren und flexiblen Mietverträgen ab 6 Monaten
- mit experimentierfreundlichen Mieten
- mit kreativen Präsentationsflächen
- mit ungewöhnlicher Flächenplanung
- mit einem kreativen und motivierten Betreiber an der Seite, der Lust auf gemeinsames Weiterentwickeln hat
- mit einem professionellen Team an der Seite, das Probleme löst und Marketing kann



SHOP-DESIGNS



DIE AGORA IM HERZEN DES GESCHEHENS

- mit kleiner Bühne für Lesungen, Kulturevents, Tastings, Produktvorstellung u. v. m.
- mit Tagesbar für Drinks und Snacks
- zum Begegnen
- für den Rückzug
- zum Aufladen
- zum Treffen
- ein öffentlicher, konsumfreier Raum



THE BASEMENT

ÜBER DEN KELLER INS EG

UNSER VERSTÄNDNIS VON „ERLEBNIS-HANDEL“

Standard-Definition „Erlebnis-Handel“:

Erlebnis in Handel integrieren

2.0-Definition „Erlebnis-Handel“:

Handel in Erlebnis integrieren

**ERLEBNIS-
HANDEL
2.0**

WIR WOLLEN NOCH MEHR ACTION

Das UG – erweiterte Zielgruppen:

- **Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene**
- **Männer, Eltern, Großeltern, u. v. m**
- **Ergänzend zum EG**
- **Nutzungsrecht UG: nur Handel**
- **Niedrige Deckenhöhen**
- **Keine klassischen Freizeitangebote möglich**
- **Keine Gastro / Bar / Club Möglichkeiten**

DER PLAN: EIN NEUE FORM VON ERLEBNIS-HANDEL



SPASS HABEN – MIT BAGGERN SPIELEN – DANN BAGGER KAUFEN

BEISPIEL*



*Weitere Beispiele für Erlebnis-Handel in einer persönlichen Präsentation

FEUER GEFANGEN?

Dann lasst uns gemeinsam neu denken, Standards brechen und Pionierarbeit leisten.

„BARCELONA, NANTES, HANAU...“

Aspekte, ZDF

Wusstet ihr, dass Hanau medial als Best-Practice in einem Atemzug mit den progressivsten Städten Europas genannt wird? Wir wollen weiterhin Unmögliches ermöglichen und mit euch gemeinsam Schlagzeilen machen.



Kaufhof Hanau als Leuchtturm-Projekt bei WDC 2026

Das Rhein-Main-Gebiet wird 2026 „World Design Capital“ – Bis Jahresende soll das Programm stehen



Frankfurt/Hanau – Eine ganze Region als Welthauptstadt: Zumindest, wenn es um das Thema Design geht, dürfen sich Frankfurt und das Rhein-Main-Gebiet als erste deutsche Metropolregion in zwei Jahren mit diesem Titel schmücken.

Mit bis zu 4,5 Millionen Besuchern bei den geplanten zahlreichen Veranstaltungen rechnet Matthias Wagner K, der Direktor des Frankfurter Museums für Angewandte Kunst. Mit der Unterzeichnung des Vorhabens an diesem Dienstag in Hanau durch Vertreter der World Design Organization (WDO) und Projektbeteiligte sollen die Planungen in eine neue Phase gehen, sagte Wagner K, der das Programm für 2026 koordiniert.

Es seien schon zahlreiche Ideen eingereicht worden, verriet er schon jetzt. Nach der Zeremonie an diesem Dienstag starte die Planung in eine neue Phase. Bewerbungen mit neuen oder bearbeiteten Ideen seien weiterhin möglich. „Zum Jahresende soll dann das Programm fest-

stehen“, kündigte er an. Die Veranstaltungsreihe steht unter dem Motto „Design for Democracy. Atmospheres for a better life“ (Design für Demokratie. Atmosphären für ein besseres Leben).

Beteiligt werden laut Matthias Wagner K zahlreiche Städte und Kreise aus dem gesamten Rhein-Main-Gebiet. Auch die rheinland-pfälzische Landeshauptstadt Mainz werde einbezogen.

Der Koordinator kündigte eine Reihe von Großveranstaltungen an, darunter auch einen „Young Design Campus“ für junge Leute aus aller Welt und einen „Monat des Designs“, der nicht nur in Rhein-Main, sondern in ganz Hessen begangen werden soll. Zu den Handlungsfeldern gehören nach seinen Worten unter anderem die Bereiche Wohnen, Gesundheit und Sport.

Ein Schwerpunkt werde unter anderem auf der Gestaltung öffentlicher Plätze liegen. So sei der Roßmarkt in Frankfurt ein Beispiel für einen nicht gelungenen Platz. Er sei nicht einladend, werde von den meisten Menschen



Wie lässt sich eine leerstehende Kaufhof-Filiale wie diese hier in Hanau gelungen revitalisieren? Auch damit beschäftigt sich die Design-Initiative. FOTO: DPA

schnell überquert und wieder verlassen. Die Beschaffenheit öffentlicher Räume sei aber bedeutsam für die Begegnung von Menschen und damit auch für die Stärkung der Demokratie.

Ein weiteres interessantes Thema bei der „World Design Capital 2026“ werde die Umgestaltung des ehemaligen Kaufhofs in Hanau sein, sagte Wagner K. Die Stadt hatte das

Areal gekauft und will das denkmalgeschützte Gebäude in Eigenregie weiterentwickeln und für andere Funktionen über das reine Einkaufen hinaus öffnen.

Die WDO mit Sitz im kanadischen Montreal würdigt seit 2008 Städte oder Regionen für ihren effektiven Einsatz von Design in der wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und ökologischen Entwick-

lung. Bislang wurden unter anderem Turin (Italien), Seoul (Südkorea), Helsinki (Finnland) und Kapstadt (Südafrika) ausgezeichnet.

Für 2024 wurden die Städte San Diego (USA) und Tijuana (Mexiko) ausgewählt. Das Rhein-Main-Gebiet setzte sich im Rennen um die Austragung in zwei Jahren gegen die saudi-arabische Hauptstadt Riad durch. 494

DER STADTHOF IST IN ALLER MUNDE



»Eine Stadt kauft
ein Kaufhaus.«

Frankfurter Allgemeine Zeitung



»Ein Leuchtturm für
die Innenstadt.«

Hit Radio FFH



»Das Labor für die
Zukunft steht in Hessen.«

Frankfurter Rundschau



»Experimentierfeld für die
Innenstadt der Zukunft.«

Frankfurter Allgemeine Zeitung



»Ex-Kaufhof soll
„Leuchtturm in der
Innenstad“ werden.«

Die Zeit



»Hanau als Vorbild für die
Mainzer Innenstadt.«

Allgemeine Zeitung Mainz



»Ein starkes Stück
städtische Identität.«

Hanauer Anzeiger



»Transformation
eines Kaufhauses.«

Main Echo



»Stadt Hanau hat den Klotz
einfach gekauft.«

ZDF



»Altes Kaufhaus
wird bunt!«

Frankfurter Allgemeine Zeitung



STADTHOF HANAU

HANAU IN ZAHLEN

- **Rund 100.000 Einwohner**
- **15 % Bevölkerungszuwachs in den vergangenen zehn Jahren**
- **35.000 Berufseinpender**
- **Investitionen in die Innenstadtentwicklung: 500 Mio. Euro zwischen 2008 und 2015**

- **2,2 % Leerstandsquote in der Innenstadt**
- **141,4 Einzelhandelszentralität (Zentralitätskennziffer)**
- **ca. 850 Mio. Euro Einzelhandelsumsatz**
- **6,15 Mio. Euro Fördergelder von Bund und Land zur Innenstadtentwicklung**

Eingebettet in die Metropolregion Frankfurt Rhein-Main, mit 75 Kommunen und insgesamt rund 2,4 Mio. Menschen.



DIE PROJEKT- MEILENSTEINE

GEPLANTE MEILENSTEINE:

Sommer 2024:

Entscheidung Ausschreibung Generalplaner

Sommer 2024:

Umbau des Erdgeschosses

Herbst 2024:

Einzug der Brüder Grimm Berufsakademie ins 3. OG (Zwischennutzung)

13.3.2025:

Wiedereröffnung des Erdgeschosses

13.3.2025:

UG als Spielraum zum Ausprobieren verschiedener Konzepte

2025:

Start der Kernsanierung

2026/2027:

Eröffnung der Bildungsetage

BISHERIGE MEILENSTEINE:

März 2023:

Der Galeria-Kaufhof-Karstadt-Konzern gibt die Aufgabe des Standorts Hanau zum 31. Januar 2024 bekannt

25.9.2023:

Beratung im Struktur- und Umweltausschuss der Stadt Hanau über den geplanten Ankauf des Gebäudes

16.10.2023:

Entscheidung in der Stadtverordnetenversammlung: einstimmiges Votum zum Ankauf der Immobilie durch die Stadt Hanau

30.10.2023:

Bürgerversammlung im Congress Park Hanau

13.1.2024:

Letzter Öffnungstag Kaufhof Hanau

18.3.2024:

Schlüsselübergabe an die Stadt Hanau, Fassaden-Gestaltung durch satis&fy

29.4.2024:

Präsentation des neuen Namens und des Erdgeschoss-Designs



22.5.2024:

Bürgerversammlung im „Stadthof Hanau“



24.-26.5.2024:

Bürgerwochenende im „Stadthof Hanau“

WIR NEHMEN'S PERSÖNLICH

Ihr habt spannende Ideen, innovative Konzepte und neue Läden für den Stadthof Hanau? Labels, Pop-ups, Kulinarik?

Her damit! Werdet Teil unserer Innenstadt-Revolution und profitiert von Spirit, Lage, Konditionen, Raum und Zeit! Lasst uns verabreden, ins Gespräch kommen und die Vision Stadthof Hanau jetzt gemeinsam in Wirklichkeit verwandeln:



Katrin Raddatz

Hanau Marketing GmbH

+49 (0) 6181 428 9480

katrin.raddatz@hanau-marketing-gmbh.de



Susanne Schmitz

Hanau Marketing GmbH

+49 (0) 6181 295 1610

susanne.schmitz@hanau-marketing-gmbh.de

KOMMT MIT UNS IN KONTAKT

© Stadt Hanau | Stand: 08/2024

Fotos:

Stadt Hanau/Medienzentrum Stadt Hanau/Privat

Renderings: satis&fy AG

Gestaltung: Urban Media Project





**STADTHOF
HANAU**

WWW.STADTHOF-HANAU.DE