

Kinzigbogen als Kannibale?

Opposition und Hanau Marketing Verein melden Bedenken an – Klasse statt Masse

Hanau (mum). Gerade mal eine Woche ist es her, dass der Magistrat einen Investor für das schon tot geglaubte Projekt Kinzigbogen aus dem Hut zauberte. Nach dem ersten Schreck haben nun die Oppositionsparteien und der Hanau Marketing Verein tief Luft geholt und melden sich zu Wort.

Dass sie das alle nicht so toll finden, wird kaum jemanden überraschen, auch wenn Oberbürgermeister Claus Kaminsky in weiser Voraussicht der möglicherweise meckernden Innenstadt bereits in der Magistrats-Pressekonferenz verbal die gelbe Karte zeigte. Nur die Untertöne der einzelnen Wort- und Schriftbeiträge sind ein bisschen unterschiedlich.

So schreibt zum Beispiel der Vorsitzende der Linksfraktion, Jochen Dohn, in seiner Pressemitteilung, für ihn sei die Entwicklung des ehemaligen Gleisbauhofs nicht nur eine Überraschung, sondern vor allem eine Gefahr, die den Nutzen überlagern würde, „da dies zu einem weiteren Ladensterben in der Innenstadt führen wird.“ Die Freude des Magistrats und der Kleeblattkoalition könne die Linksfraktion nicht teilen, so Dohn weiter: „Die Frage, ob es überhaupt eine Nachfrage nach einem weiteren Einkaufszentrum gibt, wird ja schon lange nicht mehr gestellt. Auch die Hanauer Liste, in der innenstadtrelevante Sortimente aufgelistet werden, ist schon lange im Mülleimer gelandet. Das selbe Schicksal teilen auch die Gutachten, die vor einem Ausbluten der Innenstadt warnen“, wettet der Linken-Chef weiter, „das Sortiment ist zwar schon vielfach vorhanden, aber die derzeitige Hanauer Koalition handelt lieber nach dem Motto: Für jede frei Ecke ein Einkaufszentrum – koste es was es wolle.“

Was kommt zuerst?

Die Hanauer CDU stößt prinzipiell ins gleiche Horn und fordert eine „Konzentration auf das Wesentliche. Nur könne man das,

so der Vorsitzende der Unionsfraktion, Dieter Hog, in der aktuellen Hanauer Stadtentwicklungspolitik nicht erkennen. Projekte in den Randlagen seien nicht förderlich für die gebeutelte Innenstadt. „Der Kinzigbogen wird in seiner Größe und mit seinem Angebotssortiment den Einzelhandel in der Innenstadt spürbar schwächen. Anders lautende Beschwichtigungen aus dem Hanauer Rathaus sind hier wenig glaubhaft“, so Hog. Als Bürger der Stadt müsse man sich verwundert fragen, woher die ganze Kaufkraft kommen solle. Dieter Hog und sein Vize, Christoph Göbel, warnten vor einem „Einzelhandels-Kannibalismus“, bei dem die Innenstadt den Kürzeren ziehen werde. Und was sagen diejenigen dazu, die Tag für Tag in eben jenen Läden der Innenstadt stehen? Gotthard Klassert, Vorsitzender des Hanau Marketing Vereins (HMV) äußert sich für dessen Vorstand erstmals auf HANAUER ANZEIGER-Anfrage zum Thema Kinzigbogen: „Dass der Kinzigbogen kommt, war dem Vorstand des HMV bekannt. Dies hat uns Martin Bieberle stets in unseren Vorstandssitzungen zu verstehen gegeben. Nur über den Zeitpunkt waren wir nicht informiert. Den Zeitpunkt empfinden wir aber auch als nicht glücklich gewählt.“ Klassert weiter: „Vor ein paar Jahren haben sich die die Verantwortlichen aus dem Hanauer Rathaus, Gedanken um die Zukunft der Hanauer Innenstadt gemacht und kamen zu dem Entschluss, dass hier dringend Handlungsbedarf besteht.“

Das habe der HMV genauso gesehen und die Initiative befürwortet, ebenso wie die Priorisierung der Maßnahmen, die zunächst eine Entwicklung der Innenstadt, dann das Postcarré und als Letztes den Kinzigbogen vorsah. „Nun sieht das alles ein wenig anders aus: Die Innenstadtentwicklung steht jetzt an letzter Stelle.“ Der Hanau Marketing Verein meldet ebenfalls Bedenken gegen die zu erwartenden mehr als 70 000 Quadratmeter zusätzlicher Ver-

kaufsfläche an und ärgert sich über das Zeitfenster: „Während in der Innenstadt 2012 die Bagger endlich anrücken und der Umbau beginnt, sind die aufgeführten Zentren bereits in Betrieb, mit vielen kostenlosen Parkplätzen.“

„Hier tut sich was!“

Die City-Einzelhändler fordern daher den Magistrat der Stadt auf, den Wettbewerblichen Dialog zügig voran zu bringen und vor allem keine Abstriche zu machen. „Wichtig ist aus unserer Sicht, dass die Qualität und Architektur der neuen Innenstadt die entscheidende Rolle spielen. Während in den geplanten Einkaufszentren, Masse im Vordergrund steht, muss in der Innenstadt Klasse umgesetzt werden“, so Gotthard Klassert. Im übrigen müsse sich das auch in der geplanten Gastronomie auf dem Marktplatz wiederfinden. „Dieser sollte bis spätestens 2012 fertig gestellt sei, um dem Hanauer Umland zu zeigen: Hier tut sich was!“

Auf seiner „To do-Liste“ für den Magistrat hat der HMV aber noch weitere Punkte zur Erledigung rot markiert. Dazu gehört zum Beispiel die Belegung des geplanten Literaturquartiers auf dem Freiheitsplatz, die Umsetzung des Brüder-Grimm-Kulturzentrums und des Hotels sowie eine grundlegende Verbesserung der Parkhausqualität. „Nur wenn diese Faktoren realisiert werden, hat der Einzelhandel eine Chance, sich dem neuen Wettbewerb erfolgreich zu stellen um die schwierige Bauphase zu überstehen. Eine Langzeitbaustelle kann dem Einzelhandel bis zu 30 Prozent Rückgang bescheren. Wir fürchten nicht den Wettbewerb, wir wollen nur die gleichen Rahmenbedingungen.“ Der Hanau Marketing Verein betonte, nicht nur rumkrakeelen zu wollen, sondern den Magistrat in all seinen Vorhaben für die Schaffung eines schönen Hanau zu unterstützen: „Nun, Herr Oberbürgermeister, sind Sie gefordert.“