

HANAU

NEU GEDACHT

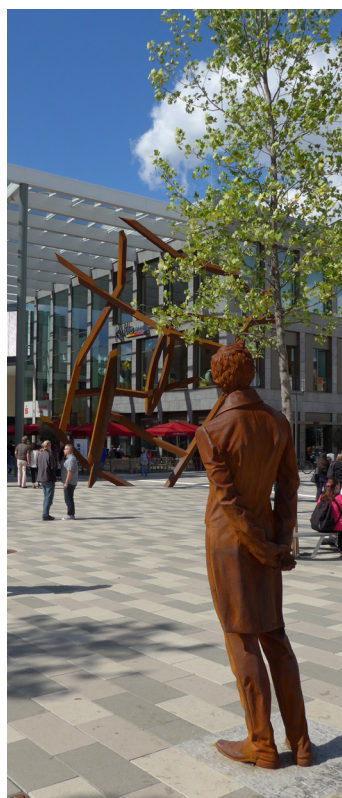
PERSPEKTIVEN FÜR DEN WIRTSCHAFTSSTANDORT

BILDUNG

URBANITÄT

ZIRKULÄRE
WIRTSCHAFT

2025



HERAUSFORDERUNGEN UND ANREGUNGEN: ZITATE AUS DER ONLINE-BEFragung VON HANAUER UNTERNEHMEN

HERAUSFORDERUNGEN (Online-Befragung: Auswahl aus 83 Nennungen)

- ❑ ... zu überleben
- ❑ Spagat zwischen menschlich gefragter individueller Beratung und Digitalisierung
- ❑ Beschäftigung wird sinken, entsprechend verliert die Gesellschaft Kaufkraft
- ❑ Dem Online-Handel fundierte persönliche Beratung und handwerkliche Dienstleistungen entgegenhalten und die Kunden motivieren, faire Produkte im Ort zu kaufen
- ❑ Den Verlust im klassischen Handel mit dem Online-Handel auszugleichen bzw. zu steigern
- ❑ Qualifizierte Mitarbeiter für den Standort Hanau zu gewinnen und zu halten
- ❑ E-Mobilität, Vernetzung
- ❑ Digitalisierung in der Weiterbildung
- ❑ Die seitens der Stadt zu erwartenden Kosten, Beiträge, Gebühren für die Erschließung unseres Standortes werden, sollten sie tatsächlich erhoben werden, das Ende unserer Unternehmung bedeuten
- ❑ Sinkende Ausgaben der öffentlichen Hand wegen gesunkener Einnahmen durch Corona

ANREGUNGEN (Online-Befragung: Auswahl aus 59 Nennungen)

- ❑ Etwas mehr Kommunikation, Vernetzung, Netzwerke bilden
- ❑ Ausbau IT Infrastruktur – auch innerhalb der Stadtverwaltung
- ❑ Konsequenter für Sauberkeit und Ordnung sorgen, um den Kunden mehr Sicherheit und Verweilqualität zu garantieren
- ❑ Kunden dazu bewegen im Ort einzukaufen und neue Zielgruppen etablieren
- ❑ Die positive, zukunftsorientierte Gestaltung der Innenstadt in Bezug auf Ordnung und Sauberkeit, um den Kunden eine „Verweilqualität“ zu garantieren
- ❑ Hanau muss dringend an seinem Image feilen, um neue Käuferschichten für die Stadt zu gewinnen
- ❑ Wir brauchen mehr Freiraum für Gestaltung, wie zum Beispiel im kulturellen Bereich
- ❑ Ausreichende Gespräche laufen bereits in eine positive Richtung. Die Stadt Hanau ist stets bemüht, positive Lösungen zu finden
- ❑ Klarere Kommunikationsstrukturen und -kultur innerhalb der Verwaltung, verlässliche Verwaltungsarbeit (in großen Teilen gut, in anderen stark verbesserungswürdig)

GRUNDLAGEN

Im September 2020 hat L-Q-M Marktforschung GmbH im Auftrag der Stadt Hanau Unternehmen aus allen Branchen online zu ihren Herausforderungen während der Corona-Pandemie befragt. Die Fragen betrafen die aktuelle Entwicklung und eine Einschätzung von Umsatz, Beschäftigtenzahl, Digitalisierung, Investitionen in den nächsten Jahren sowie eine Bewertung des Wirtschaftsstandorts. Darüber hinaus konnten Wünsche an Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing geäußert werden. 119 Unternehmen haben sich beteiligt. Parallel wurden 11 Geschäftsführer*innen von Unternehmen zu den gleichen Themen persönlich interviewt.

► Die Ergebnisse sind in den folgenden Grafiken und im Text zusammengestellt. ◀

HANAU 2025: NEU GEDACHT WAS MIR FÜR DEN WIRTSCHAFTSSTANDORT HANAU WICHTIG IST

Sehr geehrte Unternehmerinnen und Unternehmer,

wie werden wir zukünftig in Hanau arbeiten, wie leben, wie uns bilden und fortbewegen? Das sind einige der Fragen, die mich in dieser kritischen Zeit umtreiben und nun neu gedacht werden müssen, weil es „ein weiter so wie bisher“ nicht geben kann.

Denn dieses Jahr ist insbesondere für Hanau kein einfaches Jahr: Das rassistisch motivierte Attentat am 19. Februar hat vieles verändert, und wir wissen aktuell nicht wie die Corona-Pandemie sich entwickeln wird. Nachdem die Stadt Hanau mit der Hanau Wirtschaftsförderung GmbH und der Hanau Marketing GmbH zunächst alle Kräfte für die schnelle Unterstützung der Unternehmen bei der Krisen-Bewältigung mobilisiert hat, ist nun der Zeitpunkt gekommen, wieder strategisch und langfristig zu denken mit dem Ziel, den Zukunftsstandort Hanau zu sichern. Dabei geht es nicht um Utopien, sondern um einen konkreten Handlungsrahmen für die beste für uns alle erreichbare Zukunft.

Zusammen mit Unternehmen aus allen Branchen haben wir uns mit den drängenden Fragen zur künftigen Beschäftigung, der Digitalisierung und zu innovativen Zukunftsprojekten befasst. Hierfür gilt allen Beteiligten mein ausdrücklicher Dank.

Drei Themen sind mir bei der künftigen Ausrichtung des Wirtschaftsstandortes Hanau besonders wichtig:

- Bildung
- Urbanität
- Zirkuläre Wirtschaft

Sie sind mir wichtig, weil sie eine Perspektive für die Bürger*innen in der künftig kreisfreien Großstadt Hanau aufzeigen, um Beschäftigung, Wohlstand und Wohlfahrt zu sichern, weil sie das wichtigste Thema überhaupt – nämlich Bildung – in den Vordergrund stellen und auf den besonderen Stärken unserer hiesigen Wirtschaft aufbauen. Einige Projekte in diesen Themenfeldern haben wir bereits angestoßen.

Lassen Sie uns gemeinsam die kommende Zeit der „Neuen Normalität“ gestalten und den Weg für ein lebenswertes wirtschaftsstarkes Hanau gehen. Entsprechende Perspektiven sind hier zusammengestellt – über Ihre Vorschläge und Ideen hierzu freuen wir uns besonders.

Claus Kaminsky
Oberbürgermeister der Stadt Hanau



INHALT

■ Herausforderungen und Anregungen: Zitate aus der Online-Befragung	2
■ Hanau 2020: Wie es ist	4
■ Hanau 2025: Was ändert sich	7
■ Zukunft Bildung	9
■ Zukunft Urbanität	10
■ Zukunft Zirkuläre Wirtschaft	11
■ Herausgeber und Bearbeitung	12

HANAU 2020: WIE ES IST

EIN BLICK AUF DEN WIRTSCHAFTSSTANDORT

Vieles ist in den Monaten der Corona-Pandemie abhandengekommen: Die Lust beim Shoppen zu verweilen, das Tüfteln im Team an einem effizienteren Produktionsprozess, der Spaß zusammen mit Freund*innen ein neues Restaurant auszuprobieren oder die Freude, eine Aufführung der Brüder-Grimm-Festspiele zu genießen.

Viele Angebote sind dank der Flexibilität und Widerstandsfähigkeit der Unternehmen und mithilfe der staatlichen Unterstützungsangebote gemildert, erweitert bzw. neu entwickelt worden. Doch welche neuen Angebote bleiben, welche Unternehmen die Krise nicht bewältigen können oder was wieder wird wie zuvor, lässt sich heute noch nicht sagen. Zu viele Bereiche sind betroffen und noch ist nicht klar, wie die Pandemie sich entwickelt.

Der Umfang der Themen, die Covid-19 beeinflusst und die sich verändern werden, wird in unten stehender Übersicht aufgezeigt und gibt das Gerüst für die hier aufgezeigten Perspektiven.

Gegenstand ist ein Blick auf ausgewählte Indikatoren zur Betroffenheit der Hanauer Unternehmen, gefolgt von ausgewählten Beispielen für Neuerungen, die jetzt Alltag geworden sind und den künftigen Weg weisen. Den Abschluss bilden drei Perspektiven für die künftige Entwicklung des Wirtschaftsstandorts Hanau.

Aus Veränderungen ergeben sich immer wieder neue Chancen. Diese muss man ergreifen und nutzen.

Bernd Schuchhardt
Geschäftsführer
Dunlop Tech GmbH

THEMEN, DIE COVID-19 BEEINFLUSST UND DIE SICH VERÄNDERN WERDEN

Universal	
<ul style="list-style-type: none">Digitale TransformationGlobaler Wettbewerb	<ul style="list-style-type: none">GesundheitsfürsorgeNachhaltigkeit
Wirtschaft, Beschäftigte, Innovation	Kommunen, Einwohner*innen, Urbanität
<ul style="list-style-type: none">Arbeitsformen (z. B. Home Office)Aus- und WeiterbildungFachkräftebedarfFlächenbedarf, StandortnachfrageGeschäftsmodelle, BranchenentwicklungMobilitätsverhalten / DienstreisenNeue MärkteUmsatz und InvestitionenWettbewerbsfähigkeitWissens- und Innovationsmanagement	<ul style="list-style-type: none">Kinder- und JugendalltagKommunikation untereinanderKultur, Kunst, EventsKundenverhalten im Einzelhandel, Restaurants, TourismusMobilitätsverhaltenReisetätigkeit / TourismusSchulbildungSozialer Zusammenhalt, WohlfahrtSteuereinnahmen

HANAU 2020: WIE WIRKT DIE CORONA-PANDEMIE

HANAU: DIGITAL UND IM HOMEOFFICE

Während in Hanau, wie auch andernorts, viele Kunst- und Kulturschaffende, Restaurants und Hotels ihre Existenz bedroht sehen, verzeichnen der Online-Handel, Unternehmen mit Angeboten rund um die Digitalisierung und die Gesundheitswirtschaft eine große Nachfrage. Trotzdem die Krise alle unvorbereitet getroffen hat, haben über die Hälfte der befragten Unternehmen binnen kürzester Zeit ihre Geschäftsfelder angepasst und neue Angebote entwickelt – vom Lieferdienst oder Online-Training über die Produktion von Bauteilen für Atemtherapiegeräte bis hin zur UV-Desinfektion. Glücklicherweise hat sich dabei die Abhängigkeit von internationalen Lieferketten bisher nicht als grundlegendes Hemmnis erwiesen. Hier ein Blick auf zwei Themen, die jetzt besonders ins Licht treten.

Digitale Transformation: Deutschland erlebt – ausgelöst durch die Corona-Pandemie – einen Digitalisierungsschub. Die digitale weltweite und unternehmensinterne Vernetzung von Menschen über Videokonferenzen ist gang und gäbe, verbunden mit einem Rückgang des Verkehrsaufkommens zum Arbeitsplatz und der Reisetätigkeit. Die sehr gut ausgebaute digitale Infrastruktur in Hanau hat dies begünstigt.

Homeoffice: Die meisten Unternehmen haben – sofern die Tätigkeiten dies erlaubten – binnen weniger Tage nach dem Lockdown für die Mitarbeiter*innen die technischen Voraussetzungen für Homeoffice geschaffen. Vielerorts wurde auch die Kernarbeitszeit erweitert, um flexibles Arbeiten zu Hause zu ermöglichen. Neuesten Erhebungen zufolge führt diese Arbeitsform zu einer Erhöhung der Produktivität. Als problematisch hingegen wird von den Mitarbeiter*innen die fehlende persönliche Kommunikation im Team und im Vertrieb oder auf Messen der persönliche Kontakt zum Kunden gesehen.

Digitalisierung, Onlinehandel, Nachfolgeregelung – die Aufgaben sind anspruchsvoll, aber nicht unlösbar. Die Weichenstellungen und Entwicklungsperspektiven der Stadt Hanau betrachte ich dabei als ein unterstützendes Element.

Dieter Dausien

Inhaber

Buchladen am Freiheitsplatz

„Weiter so“ ist der falsche Weg!

Stefan Gebauer

Geschäftsführer

Central Gastronomie GmbH

ERGEBNISSE DER ONLINE-BEFragung

ENTWICKLUNG IN DER PANDEMIE-ZEIT

63 % 15 22 (n=116)

Umsätze

23 % 52 25 (n=114)

Investitionen

30 % 57 13 (n=115)

Beschäftigtenzahl

■ gesunken ■ gleich ■ gestiegen

KURZARBEIT – GESCHÄFTSMODELL

22 % 62 16 (n=119)

Kurzarbeit

58 % 39 3 (n=119)

Anpassung Geschäftsmodell

14% 83 3 (n=119)

Neue Geschäftsfelder

■ ja ■ nein ■ weiß nicht

HANAU 2020: WIE WIRKT DER STANDORT

HANAU: ZUKUNFTSFÄHIG UND WELTOFFEN

Wie gut oder wie schlecht Unternehmen die Krise bewältigen, hängt von der Branche und dem Geschäftsmodell, der Beweglichkeit, finanziellen Hilfen, staatlichen Auflagen wie auch vom Standort ab.

Entspricht die digitale und verkehrliche Infrastruktur den Anforderungen von Unternehmen, Beschäftigten und Kund*innen? Gibt es Entwicklungsperspektiven für Erweiterungen oder Verlagerungen? Sind schulische, kulturelle und Wohnungsangebote ausreichend, um Fachkräfte anzuziehen? Wie steht es um das Image?

Weltoffenheit steht bei der Bewertung des Images von Hanau mit rd. 70 % ganz weit vorn. Über die Hälfte der befragten Unternehmen bewertet Hanau als zukunftsfähig – wesentlich ausgelöst durch eine breite Branchenstruktur und die High-Tech-Branche Materialtechnik.

Innovativer Materialtechnikstandort: Werkstoffe aus Hanau finden sich überall: in Handys, Kfz (z. B. Reifen, Katalysatoren, Reparaturmilch), der Medizin (z. B. Herzschrittmacher, pharmazeutische Wirkstoffe), in Beschichtungen für geräuscharme Flugzeugturbinen. Zum Standort gehört auch die Herstellung von vakuumtechnischen Anlagen u. v. m. Die ausgeprägte Forschungskompetenz der Unternehmen ist Basis für eine Vielzahl von Innovationen, die auf dem globalen Markt führend sind.

Zentrales Einkaufszentrum: Im östlichen Teil der Region FrankfurtRheinMain zieht Hanau mit einer Zentralitätskennziffer von 140 % mehr Kaufkraft an als abfließt. Der Einzelhandel ist breit aufgestellt – vom inhaber*ingeführten Modegeschäft über Spezialgeschäfte bis zum Warenhaus. Zusammen mit Restaurants und kulturellen Angeboten bildet Hanau ein urbanes Zentrum.

Das Jahr 2020 hat der ganzen Welt eine harte Probe auferlegt: Covid-19. Ganz Deutschland wurde vor neue und große Herausforderungen gestellt, und der 19. Februar hat Hanau erschüttert. Dennoch werden wir gestärkt aus dieser historischen Krise herauskommen. Für die VAC und ihre Mitarbeiter ist und bleibt Hanau unser Heimatstandort!

Dr. Erik Eschen
Chief Executive Officer &
Managing Director
VACUUMSCHMELZE
GmbH & Co. KG

ERGEBNISSE DER ONLINE-BEFragung

STANDORTBINDUNG HANAU

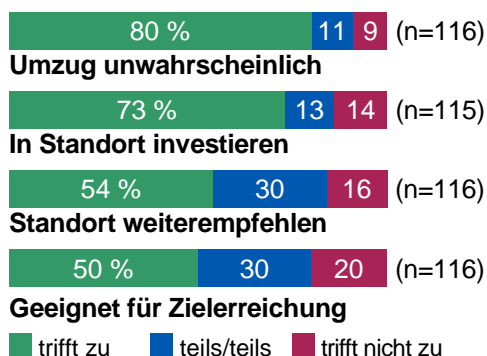
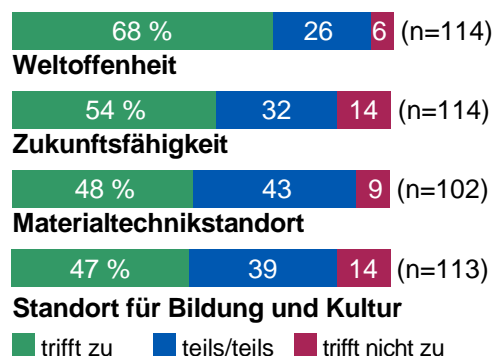


IMAGE WIRTSCHAFTSSTANDORT



HANAU 2025: WAS ÄNDERT SICH I

TREIBER: DIGITALE TRANSFORMATION UND NACHHALTIGKEIT

Als wichtige Treiber der künftigen Entwicklung schätzen die befragten Unternehmen gesteigerte Investitionen in Digitalisierung und Nachhaltigkeit ein. Traditionelle Märkte werden durch Plattformen verändert. Neue Techniken und Arbeitsmethoden verkürzen Innovationszyklen, und zirkuläre Wirtschaftsansätze sind Antworten auf Klimawandel und Ressourcenknappheit. Für die Hanauer Unternehmen ergeben sich daraus eine Vielzahl von Herausforderungen, einige werden hier kurz skizziert.

Nachhaltigkeit 2025: Die Beachtung der Umweltwirkungen in Produktion, Handel und Dienstleistung ist nicht neu. Die Befragten sehen eine weiter zunehmende Nachfrage nach nachhaltig produzierten Produkten und veganen Gerichten in Restaurants. Die Hanauer Materialtechnik-Unternehmen erhöhen die Ressourceneffizienz bei Produktionsprozessen und arbeiten beispielweise an Komponenten, die für die Nutzung von Wasserstoff als zukünftiger Speicher- und Antriebstechnologie benötigt werden.

Digitale Transformation 2025: Bei 56 % der befragten Unternehmen sind digitale Geschäftsprozesse in Administration und Verwaltung fest verankert mit einer Wachstumserwartung von 16 Prozentpunkten bis 2025. Der größte Zuwachs wird mit 21 Prozentpunkten von heute 46 % in der Kundenkommunikation gesehen. Im Vertrieb/Verkauf ist eine Steigerung von heute 39 % um 15 Prozentpunkte geplant. Die befragten Produktionsunternehmen intensivieren die weltweite Vernetzung der Produktionsprozesse über Unternehmens- oder Ländergrenzen hinweg. Zu lösende Herausforderungen liegen beim Management der Schnittstellen und Daten, der Cyber-Sicherheit sowie dem Wissens- und Innovationsmanagement.

Kundenverhalten und Kaufbereitschaft 2025: Im Einzelhandel ist die Sorge groß, ob es gelingt, die Menschen wieder in die Geschäfte zu holen. Viele Kund*innen haben Online-Angebote genutzt, einige ihren Konsum reduziert, so dass viele Einzelhändler*innen mittelfristig von geringeren Umsätzen ausgehen. Verschiedene Strategien werden nun entwickelt: Kund*innen begeistern mit einzigartigen und differenzierten Produkten, Click and Collect: Online-Bestellung – Abholung im Einzelhandelsgeschäft oder Nutzung von Influencern.

Die Herausforderungen in den nächsten Jahren in der Bewältigung von Umweltthemen, der Pandemie und des Strukturwandels der Automobilindustrie sind immens und werden einiges an Kraftanstrengung brauchen. Diese sind nur im Miteinander zu lösen, in dem die Balance bei Belastungen auf einem Niveau bleibt, wo Wirtschaftlichkeit und damit Arbeitsplätze erhalten werden.

John Ries

*Director Manufacturing
Hanau Tire Plant
Goodyear Dunlop Tires
Germany GmbH*

Als mittelständisches Tankstellenunternehmen, das seit 70 Jahren in Hanau ansässig ist, versuchen wir für Stabilität zu sorgen und sind offen für alle nachvollziehbaren, positiven Marktveränderungen. So unterstützen wir die Anstrengungen der Stadt Hanau, die Alltags-tauglichkeit von Wasserstoff als zukünftigen Treibstoff durch den Bau einer Wasserstofftankstelle voranzutreiben und mitzutragen.

Holger Förster

*Geschäftsführer
MTV Förster GmbH & Co. KG*

HANAU 2025: WAS ÄNDERT SICH II

TREIBER: WETTBEWERB

Als eine der großen künftigen Herausforderungen schätzen die Hanauer Unternehmen den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit ein. Bei den global tätigen Unternehmen wird vor allem der Wettbewerb mit China im Zukunftstechnologiemarkt gesehen. Im Einzelhandel ist es der Wettbewerb durch den Online-Handel. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, plant jedes vierte Unternehmen Investitionen am Standort in neue Produkte sowie kosten- und ressourceneffiziente Prozesse, gefolgt von der Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter*innen. Daraus resultiert ein Bedarf an Flächen und an Fachkräften.

Flächenbedarf 2025: Die Befragung ergibt ein differenziertes Bild: Abnahme des Büroflächenbedarfs durch Mischung von Home- und Präsenzoffice und sogenannte Shared Desks, Reduzierung von Einzelhandels- und Gastronomieflächen; Zunahme durch IT, Lager, Showrooms. In der Produktion erfordern neue Produktlinien neue Flächen, die oft durch Umstrukturierungen auf dem Firmengelände gewonnen werden können. Kleine und mittlere Betriebe suchen zumeist kleinteilige GE-Flächen. Einige Unternehmen behalten die Abstandsflächen bei und geben trotz Homeoffice keine Flächen auf.

Fachkräftebedarf in der Produktion 2025: Die Stärken der Hanauer Produktionsunternehmen sind ihre weltweit geschätzten innovativen Produkte und ihre Fachkräfte. Aktuell werden allerdings nur vereinzelt Fachkräfte gesucht, vor allem IT-Spezialisten oder Facharbeiter wie Mechatroniker oder Chemikanten. Die Pandemie wird jedoch nur als Atempause gesehen, so dass es künftig wieder schwer sein wird, dem starken Fachkräftemangel zu begegnen. Um Talente zu gewinnen, wachsen nachhaltige Geschäftskonzepte an Bedeutung.

■ Mit einem attraktiven Einkaufsstandort, wie Hanau, bleiben wir gegenüber dem Online-Handel wettbewerbsfähig. Allerdings muss der stationäre Handel ebenso auf den digitalen Markt setzen. Für die Zukunft sehe ich den stationären Handel nur noch in Verbindung mit dem digitalen Handel.

Diana Schreiber-Kleinhenz
Centermanagerin Forum Hanau
Centermanagement GmbH &
Co. KG

HANAU 2025: NEU GEDACHT

Der Wirtschaftsstandort Hanau ist gut aufgestellt. Doch hat die Erfahrung mit der Pandemie vielfältige Potenziale offengelegt, um Krisen künftig besser zu bewältigen. Zudem erfordern die brennenden Herausforderungen wie der Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit zusammen mit Umweltkrise und digitaler Transformation und nicht zuletzt der knappen Stadtkasse eine klare Ausrichtung in Richtung sozialer, wirtschaftlicher und ökologischer Nachhaltigkeit. Vor diesem Hintergrund werden drei Zukunftsfelder **BILDUNG, URBANITÄT** und **ZIRKULÄRE WIRTSCHAFT** für die künftige Entwicklung Hanaus vorgeschlagen. Sie zahlen auf die Herausforderungen Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Arbeitsplatzsicherung und lebenswerte Großstadt ein. Wichtig ist, dass sie im Miteinander von Unternehmen, Stadt und Bürger*innen zu gestalten sind. Die Umsetzung erfordert Mut und kann Hanau weiteren Schwung für die nächsten Jahre verleihen.

HANAU 2025: ZUKUNFT BILDUNG

PERSPEKTIVE: ERWEITERUNG DER KOMPETENZEN

Fachliche, fachübergreifende und soziale Kompetenz	
Digitale Kompetenz	Lern-Kompetenz
Basis	
Kulturwandel	Wissens- und Innovationsmanagement

Kompetente und gut ausgebildete Fachkräfte sind die Basis für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und damit auch für die Wirtschaftskraft von Hanau. Die Anforderungen an Bildung und Kompetenz haben sich durch die Digitalisierung und jetzt verstärkt durch Covid-19 grundlegend gewandelt – gleich ob es sich im Handel um den Umgang mit E-Commerce oder bei den global tätigen Unternehmen um die digitale Zusammenarbeit mit ausländischen Firmen handelt. Basis bilden Digital Workplaces sowie Wissens- und Innovationsmanagementsysteme. Ebenso wichtig wie die digitale Unterstützung am Arbeitsplatz ist der Kulturwandel im Unternehmen. So werden Mitarbeiter*innen zunehmend selbst verantwortlich für die Weiterentwicklung ihrer Kompetenzen fachlich, fächerübergreifend und sozial. Kontinuierliche, flexible und maßgeschneiderte Bildungsangebote schaffen die Voraussetzungen. Sie entsprechend auszurichten, ist eine der zukunftsentscheidenden Aufgaben von Bildungsträgern, Stadt und Unternehmen.

PROJEKTE

BGBA – Studiengang Innovationsmanagement: Das vorrangige Qualifikationsziel des ausbildungsintegrierten Studiengangs ist die Entwicklung der Schnittstellenkompetenz für zunehmend komplexere unternehmerische Aufgaben. Innovationsmanager*innen sind die Bindeglieder zwischen Forschung, technischer Entwicklung, Produktion, Marketing und Vertrieb, Controlling und der Unternehmensführung.

Lehrerfortbildung digital: Die vhs Hanau hat ein Online-Schulungskonzept für Lehrkräfte entwickelt, um sie bei ihrer Arbeit mit digitalen Lern- und Kommunikationsplattformen zu unterstützen. Grundlage des Fortbildungskonzepts ist der „Europäische Referenzrahmen für Digitale Kompetenzen von Lehrenden (DigCompEdu)“, dessen Ziel es ist, digitale Kompetenzen im Kontext ihrer Tätigkeit als Lehrende zu stärken.

Im Jahr 2025 sehen wir die Stadt Hanau als das Kompetenzzentrum für Materialtechnik – speziell im Bereich Wasserstofftechnologien – in Deutschland. Gemeinsam mit den ansässigen forschenden und produzierenden Unternehmen wird die Region Hanau besonders für ihre Fachkräfte bekannt sein.

Dr. Bernhard Fuchs
Vorstand
Umicore AG & Co. KG

HANAU 2025: ZUKUNFT URBANITÄT

PERSPEKTIVE: KREISFREIE GROSSSTADT

Weltoffenheit	Inter-nationalität	Städtisches Leben
Städtebauliche Dichte	URBANITÄT	Kunst und Kultur
Mobilitätsangebote		Soziale, techn., IT-Infrastruktur
Gutes Wohnen und Arbeiten		Einzelhandel und Märkte
Innovationskraft	Vernetzung	Bürgersinn

Städtisches Leben, gute Verkehrsanbindung, hohe Innovationskraft, Weltoffenheit und Bürgersinn – Hanau erfüllt bereits heute viele Kriterien für eine zukunftsfähige Großstadt. Jetzt auf dem Weg zur Kreisfreiheit gilt es, präsenter in der Region zu werden, das städtische Leben mit Kunst, Kultur, Handel, Gastronomie, Wohnen und zukunftsfähigen Arbeitsplätzen weiterzuentwickeln – kurz: Die Stadt ein Stück weit neu zu erfinden. Der bisherige Weg, den Stadtbau gemeinsam mit den Bürger*innen zu gehen, hat sich bewährt. Die Chancen einer selbstständigen Großstadt gilt es zu nutzen und mit besonderen Projekten zu untermauern. Hier eine Auswahl.

PROJEKTE

Gewerbegebiet am Hauptbahnhof: Direkt am Mobilitäts-Hub Hauptbahnhof sind das „Haus rund um das Erwerbsleben“, Hotel- und Büronutzungen geplant. Zudem stehen die Verlagerung des Wertstoffhofs und Busdepots sowie die Entwicklung des Heraeus-Quarzglasgeländes an. Im Zusammenhang soll die Beziehung zwischen Hauptbahnhof und Innenstadt über die Business Triangle-Entwicklung verbessert werden.

HanauAufLaden: Die beim Stadtbau eingeleiteten Maßnahmen zur Attraktivität der Innenstadt müssen verstetigt werden. Über die Vorverkaufsrechtssatzung hat sich die Stadt eine Einflussnahme auf die Immobiliengeschäfte gesichert. Bei Lagen von strategischer Bedeutung wird sie als Mieterin/Eigentümerin Einzelhandel und Gastronomie ansiedeln (u. a. verstärkt Pop-up-Stores).

Rechenzentrumsstadt: Hanau ist auf dem Weg, seine Infrastrukturangebote um eines der größten Rechenzentren Europas auf dem Gelände der ehemaligen Großauheim-Kaserne (25 ha) zu erweitern. Mit weiteren Rechenzentrumsbetreibern werden aktuell Gespräche geführt.

Innerstädtisches Leben muss spürbar gemacht werden von Persönlichkeiten des Handels und einem interessanten Gastronomie- und Dienstleistungsangebot. Auch die kulturelle Lebendigkeit und das Freizeit- und Vereinsleben müssen für unsere Stadt aktiv und vielseitig bestehen bleiben.

Michael Bailly
Geschäftsführer
Bailly Diehl Textil GmbH

NEUE DATEN VON HANAU

96 984	99 359	
Einwohner		
09.2020	12.2020	
gem. Meldeamt		
47 925		
Soz.vers. Beschäftigte 12.2019		
39,0 %	38,2	22,8
Dienstleist. / Produktion / Handel		
5 527 Mio. €	57 561 €	
Bruttoinlandsprodukt 2018		
insgesamt	je Einwohner	

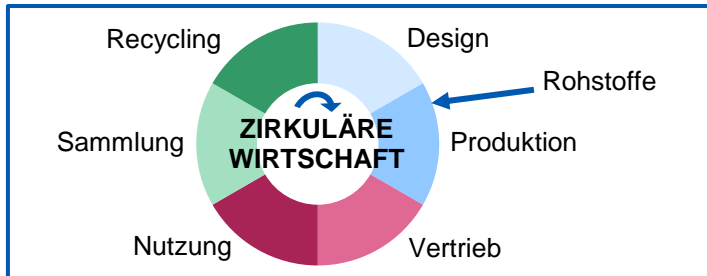
ANTEILE HANAU AM MKK

23,7 % Einwohner
34,3 % Soz.vers. Beschäftigte
36,1 % Bruttoinlandsprodukt

Quelle: Statistik Bund/Land Hessen

HANAU 2025: ZUKUNFT ZIRKULÄRE WIRTSCHAFT

PERSPEKTIVE: NACHHALTIGE WIRTSCHAFT



Nachhaltiges Wirtschaften bedeutet ressourceneffizient zu wirtschaften. Im Zentrum steht das Modell der zirkulären Wirtschaft: Materialien werden nicht weggeworfen, sondern verbleiben in möglichst geschlossenen Kreisläufen. Produkte werden so designt, konstruiert und hergestellt, dass sie sich nach Gebrauch in ihre Bestandteile zerlegen lassen und als Rohstoffe wiederverwendet werden können. Insbesondere haben Hanauer Unternehmen zirkuläre Prozesse aufgebaut, in denen z. B. Edelmetalle recycelt und wieder eingesetzt werden. Ziel der neuen Fraunhofer-Einrichtung IWKS in Hanau ist es, eine geschlossene Kreislaufwirtschaft zu etablieren.

Zirkuläres Wirtschaften bietet hohes und vielfältiges unternehmerisches Potenzial für viele Branchen, sei es in der Supply Chain als Dienstleister oder in Branchen wie der Bauwirtschaft und vielen anderen mehr.

PROJEKTE

Materialtechnik in Hanau zuhause: Ohne Fachkräfte keine innovativen Produkte, keine zirkuläre Wirtschaft und keine Zukunft des Materialtechnikstandortes Hanau. Um den Standort zu profilieren und Fachkräfte zu gewinnen, hat die Hanau Wirtschaftsförderung GmbH zusammen mit sechs Materialtechnik-Unternehmen und der IHK die Kampagne „Materialtechnik in Hanau zuhause“ gestartet: www.hanau.materialtechnik.de.

Wasserstoffstadt: Wasserstoff wird künftig zu einer wichtigen umweltfreundlichen Energiequelle – insbesondere überall dort, wo Strom gefragt ist: In Kfz, in Handys, der Heizungs- und Klimatechnik bis hin zur industriellen Produktion. Wasserstoff ist damit auch eine wichtige Komponente der zirkulären Wirtschaft. Hanauer Materialtechnikunternehmen arbeiten z. B. an Katalysatoren für die Produktion von Wasserstoff. Ziel von Stadt, Unternehmen und des Netzwerks Materials Valley ist es, Hanau als führenden Wasserstoff-Standort hinweg in Hessen zu etablieren.

Aus Hanau in die Welt!

Jan Rinnert

Vorsitzender der Geschäftsführung – CEO

Heraeus Holding GmbH

Ich erlebe die Stadt Hanau als äußerst industriefreundlich und wünsche mir, dass dies auch in den kommenden Jahren so bleibt und wir auch weiterhin auf eine partnerschaftliche Zusammenarbeit bauen können. Dies ist äußerst wichtig für uns, gerade auch vor dem Hintergrund einer Weiterentwicklung des Industrieparks und wenn wir an neuen nachhaltigen Konzepten wie der zirkulären Wirtschaft arbeiten.

Kerstin Oberhaus

Standortleiterin Industriepark Wolfgang

Evonik Operations GmbH

HERAUSGEBER UND BEARBEITUNG

HERAUSGEBER

Stadt Hanau
Am Markt 14-18
63450 Hanau
www.hanau.de

REDAKTION

Erika Schulte
Hanau Wirtschaftsförderung GmbH
Hessen-Homburg-Platz 7
63452 Hanau
T 06181 295 8092
erika.schulte@hanau.de

Doris Krüger-Röth
Stadt- und Regionalentwicklung
Mittlerer Schafhofweg 24
60598 Frankfurt am Main
T 069 6313892
d.krueger-roeth@t-online.de

ONLINE-BEFragung

L-Q-M Marktforschung GmbH
Ute Kerber, Yannick Sprinke
Augustinergäßchen 6
55116 Mainz
T 06131 97212-16
ute.kerber@L-Q-M.de
www.l-q-m.de

DANKE

Wir bedanken uns sehr herzlich bei unseren Interviewpartner*innen und bei allen Teilnehmer*innen der Online-Befragung für ihre Zeit und die vielen wichtigen Informationen und Vorschläge zu Hanau 2025 – neu gedacht. Diese waren eine wertvolle Grundlage.

FOTOGRAFIEN

Joachim Haas-Feldmann, Stadt Hanau
Kreishandwerkerschaft Hanau
Doris Krüger-Röth
Umicore AG & Co. KG

TITELGESTALTUNG

Ariane Schwarz, ariane schwarz design

Stand: 31.12.2020

© Hanau Wirtschaftsförderung GmbH 12/2020