

Region Offenbach braucht ein aktives internationales Standortmarketing - FrankfurtRheinMain GmbH stärken und weiterentwickeln

Im Interesse der regionalen Wirtschaft und des Standorts Region Offenbach muss es weiterhin ein gemeinsames internationales Standortmarketing für die gesamte Metropolregion FrankfurtRheinMain geben. Die IHK Offenbach am Main setzt als Mitgesellschafter (über das IHK-Forum Rhein-Main) auch in Zukunft auf die Zusammenarbeit in der FrankfurtRheinMain GmbH - International Marketing of the Region (FRM GmbH). Mit großer Sorge nehmen wir die Austritte von mehreren Gesellschaftern aus der FRM GmbH in den vergangenen Monaten zur Kenntnis.

Anforderungen an ein internationales Standortmarketing

- Internationales Standortmarketing muss aktiv und professionell auf potenzielle Investoren zugehen und die Standortvorteile der Region zielgruppengerecht aufbereiten. Voraussetzung hierfür sind gut vernetzte Mitarbeiter und ein ausreichendes Budget.
- Internationales Standortmarketing muss auf einen Raum Bezug nehmen, der internationale Bedeutung hat. Der Wirtschaftsraum FrankfurtRheinMain, maßgeblich definiert durch den Einzugsbereich des Flughafens Frankfurt, muss im Fokus der internationalen Aktivitäten stehen. Ein Marketing, das sich allein auf einzelne Städte oder einen Teil der Region bezieht, greift zu kurz.
- Die Arbeit der neu gegründeten Hessen Trade and Invest GmbH kann das Marketing für die Region FrankfurtRheinMain nicht ersetzen. Eine Marke „Hessen“ hat international keine Relevanz. Zudem ist eine Landesgesellschaft zu weit entfernt von den Standorten und Akteuren in der Region.

Erfolgsstory der FRM GmbH fortsetzen

- Die Kooperation in der FRM GmbH muss fortgesetzt werden. Die FRM GmbH ist eine gemeinsame Erfolgsstory, um die uns andere Regionen beneiden und die wir nicht leichtfertig aufs Spiel setzen dürfen.
- Die FRM GmbH ist heute sehr gut aufgestellt. Die Mitarbeiter sind weltweit vernetzt. Mit Büros und Aktivitäten im Ausland wurde in den vergangenen Jahren sehr professionelle Arbeit geleistet und die Region FRM aktiv und erfolgreich im Ausland beworben.

Internationales Standortmarketing weiterentwickeln

- Strukturen und Aufgaben der FRM GmbH müssen weiterentwickelt werden. Die Arbeit der FRM GmbH muss wieder auf eine breite regionale Basis gestellt werden.
- Die Schnittstellen zu den lokalen Wirtschaftsförderungen und zum Land müssen noch klarer definiert und die Zusammenarbeit intensiviert werden.
- Die FRM GmbH darf inhaltlich nicht überfrachtet werden. Eine behutsame Aufgabenergänzung ist sinnvoll. Hierbei sollte der Nutzen für die Gesellschafter im Fokus stehen.
- Die inhaltliche Ausrichtung der Gesellschaft muss sich an fachlichen Aspekten und einer Analyse der Zielbranchen und Zielregionen orientieren. Hierfür braucht die Gesellschaft fachlich qualifizierte, vor allem aber kleine und schlagkräftige Entscheidungsgremien.