

Metropolregion FrankfurtRheinMain steht im Regen

Nach der Hessenwahl droht Attentismus/EU-Wettbewerber sind aktiver und warten nicht auf uns/Weiteren Imageschaden verhindern

Rüdiger Wiechers, Stadtrat Bad Vilbel und Beauftragter für Wirtschaftsförderung

Mit den Ergebnissen der Hessenwahl wurde der Metropolregion FrankfurtRheinMain ein denkbar schlechter Dienst erwiesen: Befürchtete wirtschaftsferne Regierungskonstellationen und/oder eine quälende Phase mit fruchtlosen Debatten um anzustrebende Koalitionsbündnisse verschrecken schon jetzt die Unternehmenslandschaft - und zwar sowohl die ansässige wie die die auswärtige: Die einen überlegen, ob sie weiterhin hier bleiben sollen und die anderen zweifeln an der Attraktivität des Standorts. Hinzu kommt die Ungewissheit über einen weiteren, zügigeren Ausbau der Infrastruktur. Dabei hängt FrankfurtRheinMain schon jetzt hinter der internationalen Entwicklung zurück und müsste eigentlich dringend die Anstrengungen intensivieren. Und wer kümmert sich um eine bessere Koordination des Marketingauftritts nach innen und außen? Ohne „Wiesbaden“ wird das nichts! Dabei kann man es auf einen Punkt bringen:“ Wenn FrankfurtRheinMain einen Husten hat, bekommt Hessen eine Lungenentzündung“. Daher an dieser Stelle nochmals meine Argumentation pro Metropolregion:

O Die EU-Entwicklung wird künftig immer stärker von seinen g r o ß e n M e t r o p o l r e g i o n e n (Amsterdam, Brüssel, Hamburg, London, Mailand, München, Paris, Wien und hoffentlich auch FrankfurtRheinMain) bestimmt: Wirtschaftswachstum, Innovationskraft und Kultur sind die Schrittmacher. Diese Perspektiven sind jüngst auch maßgeblich im Rahmen der deutschen EU-Ratspräsidentschaft gefördert worden (Charta von Leipzig): Es bildet sich ein intelligentes Netzwerk von europäischen Metropolregionen, die zugleich in intensivem Wettbewerb untereinander stehen. Die EU antwortet damit (sog. „Lissabon-Strategie“) offensiv auf die Herausforderungen der globalisierten Welt im Wettstreit mit den beiden wachstumsstarken Regionen Nordamerika und Asien.

Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass sich inzwischen neben den „großen“ Metropolregionen auch mittelgroße Metropolregionen herausputzen. Zu nennen sind hier in Deutschland u. a.: Hannover, Köln, Leipzig, Nürnberg. Ein aktuell leuchtendes Beispiel ist Stuttgart, eine 2 Mio-EW-Metropolregion, die 4,8 Mrd. EURO äußerst marketingwirksam und unter Nutzung aller Fördermöglichkeiten in ihre strategische Stadtentwicklung "Stuttgart 21" investiert.

○ Vor diesem Hintergrund muss die **M e t r o p o l r e g i o n FrankfurtRheinMain** bestehen. Sie hat dazu grundsätzlich ein beachtliches Potential: Rd. 4 Mio. EW, über 5.000 qkm Fläche (Größenordnungen, die Metropolregionen mitbringen müssen; das allein beweist schon, dass Frankfurt für sich genommen mit 248 (!) qkm und 600.000 EW keine Chance hat, sich zu behaupten), eine exzellente geografische Lage, vorzügliche Verkehrsverbindungen (Zusammenfluss von Rhein und Main - d. h. Verbindungen nach Basel/Wien/Rotterdam -, größtes Autobahn-Magistralen-Kreuz und wichtigster Bahnknoten - d. h. Verbindungen nach Skandinavien, Südeuropa, Warschau/Berlin, Brüssel/Paris -, Drehkreuz des Luftverkehrs - d. h. weltweite Verbindungen -), Europäischer Internetknoten, (noch) wichtiges Finanz- und Börsenzentrum, großer Messeplatz, Standort zahlreicher Hochschulen und Forschungsinstitutionen, vorzügliche Freizeit- und Kultureinrichtungen und vielfältige, zielgruppengerechte Wohnstandorte.

Allerdings - und das ist fatal - werden diese Vorzüge überhaupt nicht hinreichend wahrgenommen ("Die Metropolregion bringt ihre PS nicht auf die Piste"). Das belegen übereinstimmend alle aktuell vorliegenden Studien, Umfragen und Gutachten, nach denen FrankfurtRheinMain hinsichtlich Wachstum, Firmenansiedlung, Wohnungsbau etc. vergleichsweise schwächelt. Der Grund: Die Region FrankfurtRheinMain hat kein positiv aufgeladenes Image wie z. B. in Deutschland die Metropolregionen München (seit neuestem mit dem Transrapid „Deutsches Shanghai“) und in zunehmendem Masse Hamburg (mit ihrer „Elbphilharmonie“). Aus traditionellem kommunalen Kirchturmdenken (s. jetzt wieder das „Tauziehen“ um den Börsenstandort) und - was noch schlimmer ist - aus mangelnder politischer Einsicht der Landespolitik geht nichts zusammen. „Wiesbaden“ hängt immer noch einer "Hessen-Philosophie" nach (s. die doch naiven Aktivitäten einer "Hessenagentur" zur Vermarktung von „Hessen“ mit eher peinlichen "Hessen-Devotionalien"); obwohl ein Hessen-Begriff international nicht vermarktbar ist, das schaffen nur die Bayern mit Lederhosen, Hofbräuhaus und Oktoberfest weltweit!).

○ Erforderlich ist es daher in Hessen dringend, seine wichtigste anerkannte Stärke, die Metropolregion FrankfurtRheinMain, als Markenbegriff emotional aufzuladen und erfolgreich ins globale Rennen zu schicken (Motto: "Die Stärken stärken"). Dann bleibt auch für „Hessen als Ganzes“ der finanzielle Spielraum, um die übrigen hessischen Regionen wirtschaftlich abzufedern.

Derzeit vermittelt das Erscheinungsbild von FrankfurtRheinMain freilich eher einen gegenteiligen, tristen Eindruck: Einen treffenden Beleg bieten die Auftritte auf den wichtigen Immobilienmessen "MIPIM", Cannes, und "Expo Real", München, auf denen die Metropolregion FrankfurtRheinMain mit beschämenden, nicht einmal gemeinschaftlichen Standkonzepten antritt und im Reigen der Metropolregionen nicht wahrgenommen wird.

Es gilt also die **K r ä f t e z u b ü n d e l n**, eine Markenstrategie zu entwickeln und konsequent umzusetzen. Ansätze dazu (freilich überhaupt nicht stringent betrieben) sind mit der vor einiger Zeit gegründeten Marketinggesellschaft "FrankfurtRheinMain International Marketing of the Region" grundsätzlich zwar vorhanden, die Kräfte müssten aber auf eine Initiative hin konzentriert werden (und zwar mit geballter Kraft). Angesichts der „kommunalen Kleinteiligkeit“ wird allerdings wohl zusätzlich nichts

anderes übrig bleiben, als dass die Landesregierung einen fühlbaren Betrag in die Hand nimmt und die Metropolregion voranbringt (s. Stuttgart, Hamburg, München und andere europäische Metropolregionen, die übrigens auch Brüsseler Quellen anzuzapfen verstehen). Wichtig ist m. E. noch festzuhalten: Es sollte darauf verzichtet werden, kommunalpolitische Strukturen im Rhein-Main-Gebiet verändern zu wollen, das würde nur die Kräfte auf Jahre mit sich selbst beschäftigen. Gebraucht wird neben Investitionsmitteln ein Themen-Ansatz, der öffentliche und private Initiativen vor Ort unter einer gemeinsamen "Dachmarke" freisetzt.

Ich bleibe dabei: So wie es eine IBA - die ja nun auch schon über zwei Jahre (typisch für unsere Metropolregion) kraftlos diskutiert wird - m. E. glänzend schaffen kann (s. das erfolgreiche aktuelle Projekt in Hamburg), da sie sichtbar für die Menschen und Akteure in FrankfurtRheinMain selbst und für die Investoren und Interessenten weltweit ein Signal des Aufbruchs bedeutet. Und alle interessierten Gemeinden können sich aktiv und nach Kräften mit herausragenden Projekten beteiligen. Hier belebt Konkurrenz das Geschäft! Die polyzentristische Struktur der Metropolregion FrankfurtRheinMain kommt ihr hierbei zu Gute. Die Region mit den vielen unterschiedlichen Kernen ist kreativ, dynamisch und international, hier finden sich immer Akteure mit der Bereitschaft, um die besten Lösungen zu konkurrieren. In einem Wettstreit um die besten Ideen können die Leitthemen und Modellprojekte einer IBA umgesetzt werden. Eine IBA trägt dazu bei, Ideen, Experimentierfreude und den Wunsch nach Zusammenarbeit in der Region zu fördern und damit die Region qualitativ besser zu vernetzen: Nach dem Motto „lokal verantwortlich vor Ort handeln und vereint mit der Metropolregion gewinnen“. Es entsteht gewissermaßen automatisch ein „Wir-Gefühl“. Erforderlich ist natürlich ein „spektakulärer“ Ansatz, von einem kleinen Initiativkreis marketingwirksam angegangen. Wir müssen es nur wollen!
