

Frage vom 27.03.2025, F 3135

Betreff:

Vom 11. bis 14. März 2025 präsentierte sich die Stadt Frankfurt am Main auf der internationalen Immobilienmesse MIPIM in Cannes.

Ich frage den Magistrat, mit welcher Storytelling-Kampagne, mit welchen Narrativen und welchem internationalen Logo für eine effektive, konkurrenzfähige, zielgerichtete Vermarktung Frankfurts auf internationalem Parkett geworben wurde.

Antwort des Magistrats:

Vom 11. bis 14. März 2025 präsentierten sich die Stadt Frankfurt und die Metropolregion RheinMain mit einem gemeinsamen Stand auf der Marché International des Professionnels de l'Immobilier, MIPIM.

Der Messeauftritt der Mainmetropole unter dem Logo „Frankfurt RheinMain“ zog auch in diesem Jahr zahlreiche internationale und nationale Gäste an. Die FrankfurtRheinMain GmbH und ihre Gesellschaften sind seit Jahren Premiumpartner des Gemeinschaftsstandes und nutzen die Gelegenheit, sich mit Fachbesuchern auszutauschen. Besonders geschätzt wird die vertrauensvolle Atmosphäre, in der sich Experten zu den Herausforderungen und Chancen des Immobilienmarktes austauschen. Anhand der Präsentationen von 14 Standpartnern erhielten die Besucher einen umfassenden Eindruck davon, warum Frankfurt am Main und die Region selbst in herausfordernden Zeiten eine hohe Stabilität und Attraktivität für Projektentwickler und Investoren bieten.

Die MIPIM zählt zu den wichtigsten internationalen Investment-Messen und bietet eine zentrale Plattform, um für internationale Investitionen zu werben. Aktuelle Marktentwicklungen und Zukunftsfragen stehen dabei stets im Fokus.

In diesem Jahr setzte Frankfurt RheinMain mit Paneldiskussionen und Fachvorträgen gezielt auf zukunftsweisende Themen. Im Mittelpunkt standen die umfangreichen Investitionen in den Wohnungsbau sowie die Weiterentwicklung der Frankfurter Innenstadt. Ein weiteres Kernthema bildete die langfristige Entwicklung der Skyline auf Basis des aktuellen Hochhausrahmenplans. Darüber hinaus wurden Frankfurt am Main als Tech- und Digitalstandort sowie die Ernennung als World Design Capital 2026 hervorgehoben. Im Vorjahr lag der Fokus auf der erfolgreichen Standortentscheidung der EU zur Ansiedlung der AMLA in Frankfurt.

Frankfurt am Main ist nicht nur ein bedeutender Finanzplatz, sondern zählt auch zu den führenden Immobilienmärkten im Herzen Europas. Die Stadt überzeugt mit wirtschaftlicher Stabilität und hoher Standortqualität - selbst in herausfordernden Zeiten. Ziel des Messeauftritts ist es, Frankfurt nicht nur als Stadt der Skyline, sondern als vielseitigen, innovativen und zukunftsfähigen Wirtschaftsstandort zu präsentieren.

Dieses Bild wurde durch die jüngsten Auszeichnungen im europäischen Städtewettbewerb von fDi Intelligence eindrucksvoll untermauert. Die Stadt wurde in den „Large Cities“ und „Economic Potential“ als Siegerin ausgezeichnet. Zudem erreichte Frankfurt in der Kategorie „Business Friendliness“ den dritten Platz. Auf diese Ehrungen fanden bereits eine breite mediale Beachtung, unter anderem in der Financial Times, der Frankfurter Allgemeine Zeitung und Frankfurter Neue Presse.

Antragstellende Person(en):
Stadtv. Dr. Veronica Fabricius

Vertraulichkeit: Nein