

16.03.2010 – 09:00 Uhr

Hamburg als europäische Umwelthauptstadt auf Erfolgskurs: Strategie für die Investorenwerbung ausgezeichnet

Hamburg (ots) -

Hamburg hat europaweit die beste Strategie für die Investorenwerbung. Das ist das Ergebnis des "European Cities und Regions of the Future Ranking", das das Foreign Direct Investment Magazine (Fdi) aus London alle zwei Jahre durchführt. Gewürdigt wird damit die Entscheidung Hamburgs, sich in der Investorenwerbung konsequent als den Standort in Europa zu positionieren, in dem Wachstum und Umwelt am besten zusammen passen. Die Auszeichnung wurde heute aus Anlass der MIPIM, der bedeutendsten Gewerbeimmobilienmesse der Welt, in Cannes verliehen.

"Hamburg hebt sich in der Werbung um ausländische Investitionen durch eine klare Strategie und eine zukunftsweisende Vision vom Wettbewerb ab. Besonders beeindruckt war die Jury, wie in Hamburg die wirtschaftliche Entwicklung gefördert, Investoren unterstützt und Schlüsselbereiche wie die erneuerbaren Energien weiter ausgebaut werden", begründet Courtney Fingar, Chefredakteurin des Fdi Magazine, die Entscheidung der Jury. Hamburgs Erster Bürgermeister, Ole von Beust, freute sich: "Hamburg ist als einer der größten Häfen der Erde kein Ökoparadies, aber wir wollen immer wieder zeigen, dass Wirtschaftsentwicklung und Umweltschutz sehr wohl zusammenpassen. Wir nehmen die umweltpolitischen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts an und setzen sie aktiv um. Die gute Bewertung im "European Cities und Regions of the Future Ranking" bestärkt uns, diesen Weg weiter zu gehen".

Nachhaltigkeit ist für die Immobilienwirtschaft auf der MIPIM das übergreifende Thema. Hamburg präsentiert sich deshalb in Cannes als Europäische Umwelthauptstadt 2011. Immobilienunternehmen, Institutionen, Investoren und Projektentwickler zeigen, dass in Hamburg Wachstum und Umwelt keine Gegensätze sind. Schon heute sind in Hamburg z. B. Büroimmobilien ohne Nachhaltigkeitsanspruch kaum zu vermarkten. Beim Thema "Green Building" hat die Hansestadt als die Nase weit vorn. Nicht nur in der Hafencity bekommen die sogenannten Gold-Zertifikate für besonders nachhaltige Gebäude eine zunehmende Bedeutung, auch in der Hamburger Innenstadt und in der City Süd wird mit Umwelt-Zertifikaten um Mieter und Investoren geworben.

Einzelheiten zur Untersuchung gibt es im Internet unter www.fdimagazine.com. Das Fdi Magazine gehört zur Financial Times Ltd. Mehr Informationen zum Wirtschaftsstandort Hamburg finden sich unter www.hamburg-economy.de

Pressekontakt:

Hamburg Marketing GmbH
Guido Neumann
Tel.: +49-40-41 11 10 - 617
guido.neumann@marketing.hamburg.de
www.mediarelations.hamburg.de