

„Greater Region Business Days“

Zwei erfolgreiche Tage für die Großregion

Die Veranstalter der „GRBD“ schauen bereits in die Zukunft

VON KEVIN WAMMER

Die „Greater Region Business Days“ fanden auch dieses Jahr wieder statt. Während zwei Tagen haben sich Unternehmen aus der Großregion getroffen, um sich kennenzulernen, Kontakte zu knüpfen und an einzelnen Veranstaltungen teilzunehmen. Während zahlreicher Diskussionsrunden gingen Experten zusätzlich auf die Vor- und Nachteile der Region ein und erklärten, worauf es die nächsten Jahre ankommt.

Mit der Übergabe-Zeremonie der Türkei, das derzeitige Partnerland, an die Niederlande neigten sich die „Greater Region Business Days“ gestern Abend dem Ende zu. Auch die vierte Edition der von der „Chambre de commerce“ organisierten Fachmesse konzentrierte sich auf kleine und mittelständische Unternehmen in der Großregion, ging dieses Jahr aber häufiger über die Grenzen hinaus. Mit über 357 000 Betrieben und einer Wirtschaftsleistung von 353 Milliarden Euro blieb der Fokus aber dennoch auf der Großregion.

Während der zwei Tage wurden rund 3 000 Fachbesucher empfangen, die aus rund 40 Nationen stammten. Neben Ausstellern aus der Großregion waren dieses Jahr auch Stände aus fernen Ländern wie den Niederlanden, Indien, Slowenien, Österreich, China, Senegal, Kroatien und der Türkei zugegen. So stammte fast die Hälfte der Stände aus dem Ausland – letztes Jahr kam diese Zahl nur auf 27 Prozent.

Insbesondere die Türkei hatte dieses Jahr eine wichtige Stellung. Das türkische Kocaeli galt als Partnerregion für die GR Business Days und Ayhan Zeytinoglu, Präsident der Industriekammer von Kocaeli, war Ehrengast. „Im Oktober wird eine Delegation der Großregion, bestehend aus Unternehmen aus Luxemburg und aus dem Saarland in diese Region reisen“, erklärte Sabrina Sagramola, Koordinatorin der GR Business



Ayhan Zeytinoglu und Michel Wurth reichten den symbolischen Stab während der Übergabe-Zeremonie an Petrus Wouterus Kok, Botschafter der Niederlande, weiter. (FOTO: ANOUK ANTONY)

Days und „Head of European Affairs and Greater Regions“ der luxemburgischen Handelskammer.

Die Zusammenarbeit stärken

Das Ziel der „GR Business Days“ war auch dieses Jahr wieder, die Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Wirtschaftsakteuren der Großregion zu intensivieren. So unterstreicht beispielsweise der „b2fair Matchmaking Bereich“ dieses Unternehmen. Der Bereich ermöglichte es Besuchern und Ausstellern Profile anzulegen, um anschließend Gleichgesinnte oder interessante Gesprächspartner zu finden. „Insgesamt haben sich fast 350 Kontakte aus 24 Län-

dern eingetragen und es fanden rund 3 800 Meetings statt“, verdeutlichte Niels Dickens, Projektmanager der GR Business Days.

Die Organisatoren der „GR Business Days“ versuchten dieses Jahr mit dem „Start-up Village“ etwas Neues. Der Bereich gab 48 jungen Unternehmen aus der Großregion, England und den Niederlanden die Möglichkeit, sich mit einem Stand zu präsentieren. Die „Speed Demo Arena“ ermöglichte es ihnen zusätzlich, ihre Firma während jeweils drei Minuten auf einer Bühne vorzustellen. Während drei dieser Präsentationen war auch eine Jury anwesend, die besonders interessante Start-

ups mit einem Preis ausgezeichnet hat.

Zeit, eine Bilanz zu ziehen

Nach den zwei Tagen gilt es für die „Chambre de commerce“, eine Bilanz zu ziehen. „Wenn die Unternehmen zufrieden sind, sind wir es auch. Und sie scheinen es zu sein“, freut sich Sagramola. Auch Carlo Thelen, Hauptgeschäftsführer der Handelskammer, zeigt sich zufrieden, bleibt dennoch vorsichtig: „Allgemein sind wir zufrieden, das Konzept stimmt. Es ist eine Messe à la carte, die Besucher konnten sich genau das aussuchen, was zu ihnen passt. Wir müssen nun schauen, ob die Qualität der

entstandenen Kontaktaufnahmen auch stimmt und warten das Feedback der Firmen ab.“

Doch auch die Großregion selbst hat noch zu tun. „Wir hinken als Großregion in der Vermarktung hinterher“, verdeutlichte Helma Kuhn-Theis, Repräsentantin des Saarlands, während einer Diskussionsrunde über die Herausforderungen. „In Europa gibt es viele Großregionen. Wir müssen uns also fragen, ob der Name an sich noch passt. Auch für die „Greater Region Business Days“ sollten wir uns intern überlegen, ob der Name geändert werden sollte“, fährt Carlo Thelen fort. Dennoch: Am 15. und 16. Juni 2016 ist es wieder soweit.