



Der Wirtschaftsstandort Fürth Image und Perspektive

Auftraggeber:

IHK Nürnberg für Mittelfranken, Geschäftsstelle Fürth und Stadt Fürth, Referat für Wirtschaft, Wissenschaft, Stadtentwicklung und Liegenschaften

Juli 2017

1. Ziel und Aufgabenstellung	3
2. Konzeption der Studie	4
3. Ergebnisse	5
3.1 Das Eigenbild der Stadt	5
3.2 Das Fremdbild der Stadt	7
3.3 Qualitative Experteninterviews	8
3.3.1 Struktur der befragten Experten	9
3.3.2 Charakteristika des Wirtschaftsstandortes Fürth	10
3.3.3 Imagemerkmale	11
3.3.4 Imageveränderungen	12
3.3.5 Jüngste besondere wirtschaftliche Leistungen in Fürth	13
3.3.6 Eigener Beitrag der Unternehmen zum Erfolg	14
3.3.7 Persönlichkeiten gestern und heute	15
3.3.8 Das Wirtschaftswunder – eine Bewertung	15
3.3.9 Chancen für den Wirtschaftsstandort Fürth	16
3.4. Der Wirtschaftsstandort Fürth in der SWOT-Analyse	18
3.4.1 Stärken	18
3.4.2 Schwächen	19
3.4.3 Chancen	19
3.4.4 Risiken	20
3.5 Fazit und Ausblick	21

1. Ziel und Aufgabenstellung

Die Stadt Fürth vermeldet in den letzten Jahren vermehrt erfreuliche Nachrichten: In verschiedenen Leistungsvergleichen zwischen den deutschen Städten hat sie sich als Wirtschaftsstandort deutlich nach vorne geschoben und überholt dabei mehrfach sogar die große Nachbarstadt Nürnberg. Eine positive Zustandsbewertung, die Oberbürgermeister Dr. Thomas Jung und Wirtschaftsreferent Horst Müller auf dem Internetportal der Stadt unterstreichen: „*Unsere ortsansässigen Firmen und Betriebe sind sehr gut aufgestellt und auch bestens für die künftigen Herausforderungen gerüstet.*“ Die Stärke und das Rückgrat der Fürther Wirtschaft sind laut IHK-Gremiumsvorsitzenden Dr. Christian Bühler und Geschäftsführer Gerhard Fuchs ganz klar die mittelständischen, familiengeführten Unternehmen. Dank deren Solidität und Innovationskraft habe die Kleeblattstadt auch die einschneidenden Niedergänge von Weltfirmen wie Grundig und Quelle weitgehend unbeschadet verkraften können. Dies beweisen unter anderem zwei wichtige Indikatoren für wirtschaftliche Stabilität eindrucksvoll: Die Arbeitslosenquote, die sich seit der Quelle-Krise im Oktober 2009 fast halbiert und das Gewerbesteueraufkommen, das sich nahezu verdoppelt hat.

Die Stadt Fürth und die IHK Nürnberg für Mittelfranken, mit ihrer Geschäftsstelle Fürth, sieht darin aber keineswegs einen Grund für ein Zurücklehnen oder ein Nachlassen in den Bemühungen zur weiteren Entwicklung der Fürther Wirtschaft. Ein wichtiger Impulsgeber für ein Engagement neuer Unternehmen in Fürth ist dabei das von der Stadt ausgehende Image.

Ziel der hier vorliegenden Studie war in erster Linie die sachliche Feststellung des bestehenden Images des Wirtschaftsstandortes Fürth, die Feststellung wodurch bzw. mit welchen Mitteln dieses Image bis heute getragen wird und daraus Erkenntnisse abzuleiten, wie das Image des Standortes weiter verbessert werden kann. Durch die Einbeziehung von Unternehmerstimmen ist es darüber hinaus auch gelungen, Hinweise zu bekommen, wie der Wirtschaftsstandort Fürth weiterentwickelt werden könnte.

2. Konzeption der Studie

Zunächst befasst sich die Studie mit dem Eigen- und Fremdimage der Stadt. Dabei wurde noch kein enger Fokus auf das Thema Wirtschaft gelegt. Dies geschah von dem Hintergrund, dass das wirtschaftliche Treiben in einer Stadt von vielen Faktoren abhängt. Nicht nur harte (Steuern, Infrastruktur, Arbeitskräftepotenzial, ...) sondern zunehmend weiche Standortfaktoren (Einkaufsmöglichkeiten, Kulturangebot, Sicherheit, Wohnungsmarkt, Bildungsangebot) beeinflussen die wirtschaftliche/gewerbliche Attraktivität einer Stadt. Das methodische Herangehen zur Aufdeckung dieses Images fußt in dieser Studie auf einem Desk-Research-Ansatz. Hierzu wurden Pressemitteilungen, Internetartikel der Stadt und verschiedene Zeitungsarchive herangezogen.

Der 2.Schritt ist eine Evaluierung der bisherigen Ergebnisse durch die maßgeblichen Wirtschaftskräfte der Stadt. Hierzu wurden von der Fürther Wirtschaftsförderung und der IHK Geschäftsstelle Fürth rd. 50 Persönlichkeiten der Fürther Wirtschaftstreibenden ausgewählt und im Rahmen von qualifizierten Experteninterviews um ihre Einschätzung zum Image und zum wirtschaftlichen Erfolg der Stadt gebeten.

Diese qualifizierten Interviews wurden von Vertretern des Wirtschaftsreferates und der IHK persönlich geführt und auf Basis eines leitenden Fragebogens inhaltlich festgehalten. Diese Fragebögen, insgesamt 43, wurden von SK Standort & Kommune ausgewertet.

Auf der Basis aller Ergebnisse wurde zunächst eine Stärken-/Schwächen-Matrix erstellt und daraus abschließend eine Bewertung des Images des Wirtschaftsstandortes Fürth vorgenommen. Durch die Betrachtung der aus den Stärken und Schwächen abgeleiteten Chancen und Risiken erhielt man Hinweise zu den möglichen Maßnahmen und den Perspektiven des Standortes.

Die Berichtslegung erfolgte durch SK Standort & Kommune in Abstimmung mit den Auftraggebern.

3. Ergebnisse

3.1 Das Eigenbild der Stadt

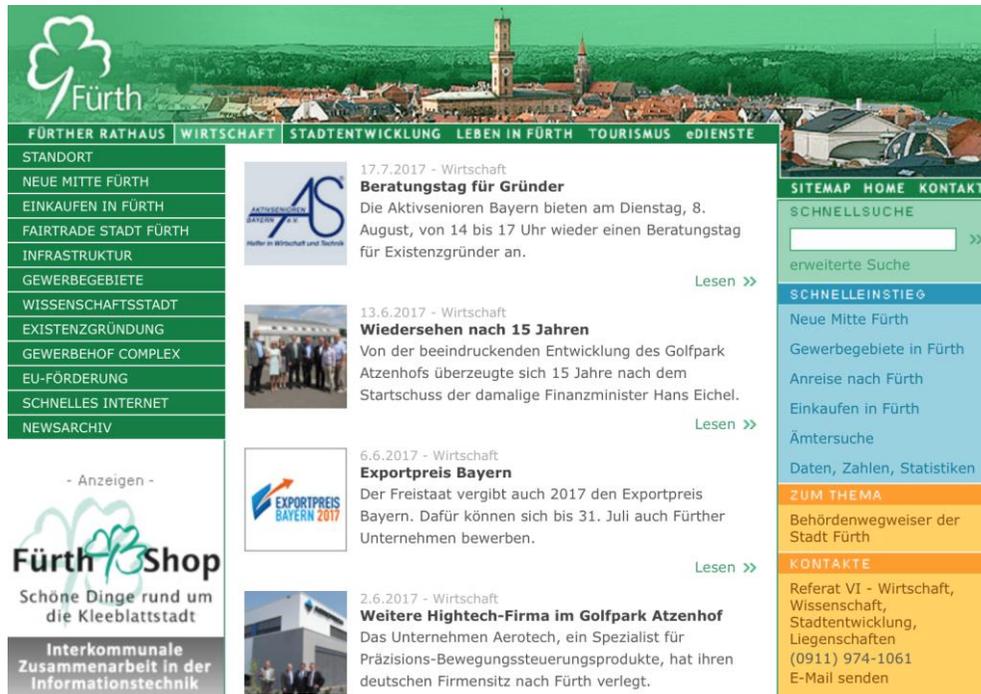


Abb. 1: Webseite der Stadt – Unterseite Wirtschaft und Presseartikel der Stadt

Prüftechnologien erforscht. 2013 wurde das hochmoderne Entwicklungszentrum Röntgentechnologie der Fraunhofer Gesellschaft im Golfpark Fürth eingeweiht.

Fürth als erste Wissenschaftsstadt in Bayern hat sich als Hochschulstandort etabliert. Daneben besitzt die Stadt weitere imageträchtige Titel. Fürth ist nicht nur seit Jahren sicherste Großstadt in Bayern, auch als Solar- und Denkmalstadt findet sie Anerkennung.

Welches Image transportiert die Stadt nach außen?

Die städtischen Pressemitteilungen der letzten Jahre befassen sich mit einer Fülle von Themenbereichen. Neben den harten Standortfaktoren wie die gute verkehrliche Erreichbarkeit der Region, im Schnittpunkt der wichtigsten Autobahnen Europas und den üblichen Schienen- und Fluganbindungen, wird auch der Fürther Hafen als infrastrukturelles Plus betont.

Der guten Entwicklung bei der Gewerbeansiedlung wird vor allem durch Flächenangebote in den Gewerbegebieten Golfpark, Uferstadt Fürth, Hardhöhe West und im Gewerbegebiet Süd mit dem Complex Gewerbehof, als Gründerzentrum, Raum gegeben.

Dabei hat sich Fürth als Zentrum für Neue Materialien in Bayern etabliert. Dieses Kompetenzfeld wurde konzentriert weiterentwickelt: Im „Technikum Fürth – Neue Materialien“ arbeiten unter staatlicher und städtischer Förderung verschiedene Fachbereiche der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg und namhafte High-Tech-Unternehmen als Forschungs- und Entwicklungsverbund gemeinsam am Fortschritt. Im Fraunhofer Institut werden neue Wege in der zerstörungsfreien Werkstoffprüfung mittels verschiedenster

Weiche Standortfaktoren, wie die in der Bürgerbefragung 2016 gelobte Stadt mit hohem Grünflächenanteil oder das breite Kultur- und Freizeitangebot, führen u.a. dazu, dass 90% der Fürther (sehr) gerne in Fürth wohnen.

Dies ist ein guter Beweis für die gebotene hohe Lebensqualität. Fürth ist zusammen mit der oberbayerischen Stadt Ingolstadt die jüngste Großstadt Bayerns und wächst in der Bewohnerzahl. Bis 2025 soll die Bevölkerung um etwa 5% steigen.

An bestehenden Herausforderungen wird fortlaufend gearbeitet. So hat die Einkaufsstadt Fürth durch die Entwicklung der Neuen Mitte Fürth enorm gewonnen. Dies bestätigt auch die letzte Bürgerbefragung, in der die Zufriedenheit mit der Vielfalt des Warenangebotes und der Atmosphäre deutlich zugelegt hat.

Das bisherige Defizit, dass Fürth als Übernachtungs- und Tagungsort heute noch zu wenig präsent ist, wird durch neue, bis 2018 realisierte Hotelprojekte ebenfalls in Angriff genommen.

wähnten Neuen Materialien verbunden mit dem Fraunhofer Institut aber auch die wissenschaftlichen Einrichtungen in der Stadt. Es wird auch deutlich, dass die Stadt ihre Chancen aus den Konversionsflächen genutzt hat.

3.3 Qualitative Experteninterviews

Zur Validierung bzw. Erhärtung der bisher erhaltenen Befunde wurde das Instrument der qualitativen Experteninterviews eingesetzt. Experteninterviews werden in der empirischen Sozial- oder hier Imageforschung insbesondere dazu genutzt, spezifisches und konzentriertes Wissen ausgewählter Personen zu einem eingegrenzten Themenbereich abzufragen. Um diese Gesprächsergebnisse besser in quantitative Erkenntnisse umsetzen und um die Gesprächsinhalte sowie deren Abfolge besser steuern zu können, verwendet man einen Leitfaden. Dieser Leitfaden wurde in die Form eines Fragebogens gebracht.

Folgende Kernfragen sind darin enthalten:

- Welches Image besitzen aus Ihrer Sicht die Stadt und deren Wirtschaft?
- Wie sehen dies Ihre Kunden?
- Welche maßgeblichen Herausforderungen musste Ihr Unternehmen in den letzten Jahren meistern und wie ist ihnen dies gelungen?
- Wie fühlen Sie sich von der Stadtverwaltung Fürth unterstützt?
- Was kommt aus Ihrer Sicht auf Ihre Branche, Ihr Unternehmen in den nächsten Jahren zu?
- Welche Perspektiven sehen Sie für Ihr Unternehmen, für die Stadt?
- Wo sehen Sie die Stärken/Schwächen des Standortes Fürth?
- Welche Chancen und Risiken erkennen Sie?
- Wo sehen Sie Handlungsbedarf für die Wirtschaftsförderung der Stadt?
- Wie können die Stadt und die Fürther Wirtschaft ihr Image verbessern?

Die Experten wurden von der IHK und vom Wirtschaftsreferat der Stadt Fürth ausgewählt. Die Interviews wurden von beiden Institutionen gemeinsam durchgeführt.

3.3.1 Struktur der befragten Experten

Die befragten Unternehmen kommen zum Großteil aus der Dienstleistungsbranche (58%). Im Durchschnitt sind sie 58 Jahre auf dem Markt, das jüngste Unternehmen 4 Jahre und das älteste 344 Jahre.

Die kleinen und mittleren Betriebe sind am stärksten vertreten. Die Großbetriebe mit mehr als 1.000 Mitarbeitern sind insgesamt dreimal präsent. Das Marktgebiet erstreckt sich recht gleichverteilt. Jeweils etwa 1/3 der Unternehmen agiert regional, national und international.

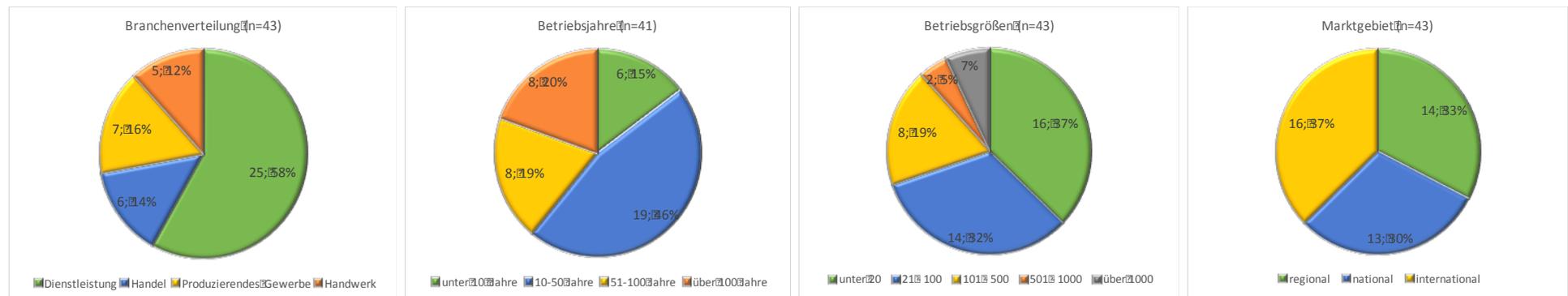


Abb. 3: Struktur der interviewten Unternehmen

3.3.2 Charakteristika des Wirtschaftsstandortes Fürth

In den Gesprächen wird bestätigt, dass die Fürther Wirtschaft vor allem von dem guten und vielfältigen Branchenmix und dem Mittelstand, den kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) geprägt wird.

Im Allgemeinen werden die guten harten und weichen Standortfaktoren betont. Die Unternehmen wissen um die gute räumliche Lage und verkehrliche Anbindung, die hohe Lebensqualität mit den Freizeit- und Wohnangeboten. Auch das gute Fachkräfte- und Bildungsangebot wird als Charakteristika des Wirtschaftsstandortes Fürth bewertet.

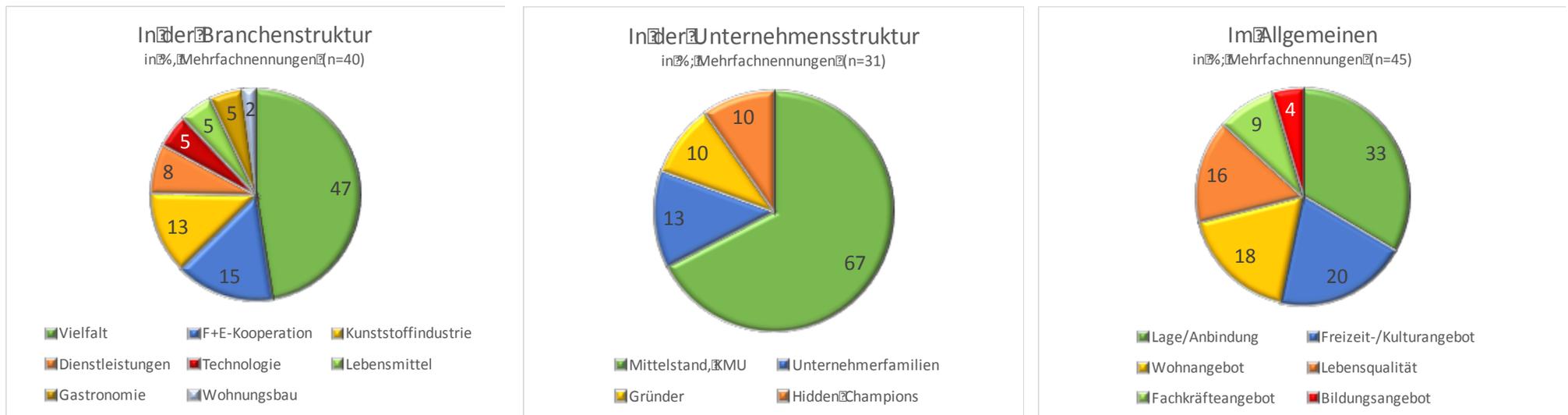
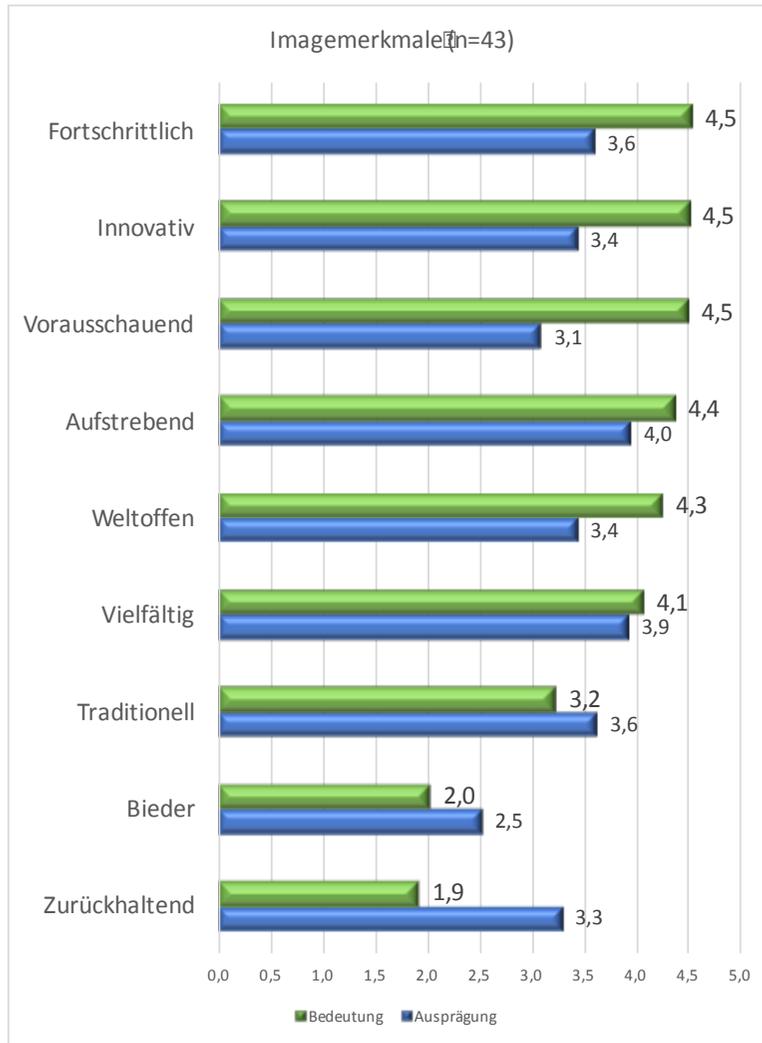


Abb. 4: Charakteristika des Wirtschaftsstandortes Fürth

3.3.3 Imagemerkmale



Die Unternehmen wurden auch zur Übereinstimmung mit Imagemerkmalen befragt. Wobei unterschieden wurde zwischen der gefühlten Ausprägung (1= trifft überhaupt nicht bis 5 trifft voll und ganz zu) und der Bedeutung dieses Merkmals (1= überhaupt nicht wichtig bis 5= ganz besonders wichtig) aus der Sicht der Befragten.

Fortschrittlichkeit ist das wichtigste Merkmal für den Wirtschaftsstandort und Fürth erfüllt¹ ihn aus Sicht der Unternehmen zu 80%. Dem folgen die Merkmale ‚innovativ‘ (76%) und ‚vorausschauend‘ (69%).

Hohe Wichtigkeit haben auch die Merkmale ‚aufstrebend‘ (91%) und ‚weltoffen‘ (79%). Das Attribut ‚vielfältig‘ hat eine mittlere Wichtigkeit und wird zu 95% erfüllt.

Die Tradition nimmt in der Wichtigkeit einen unteren Rang ein und wird demgegenüber zu 113% übertroffen.

Sehr geringe Wertschätzung wird den Merkmalen ‚bieder‘ und ‚zurückhaltend‘ entgegengebracht und auch hier hat man in Fürth zu viel davon (bieder: 125%; zurückhaltend: 173%).

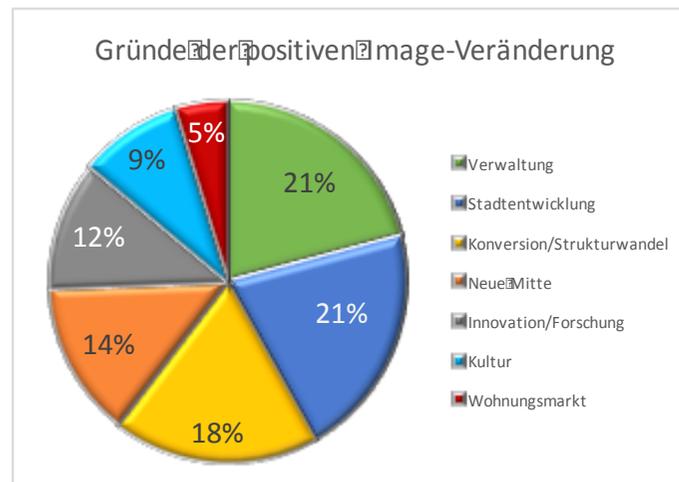
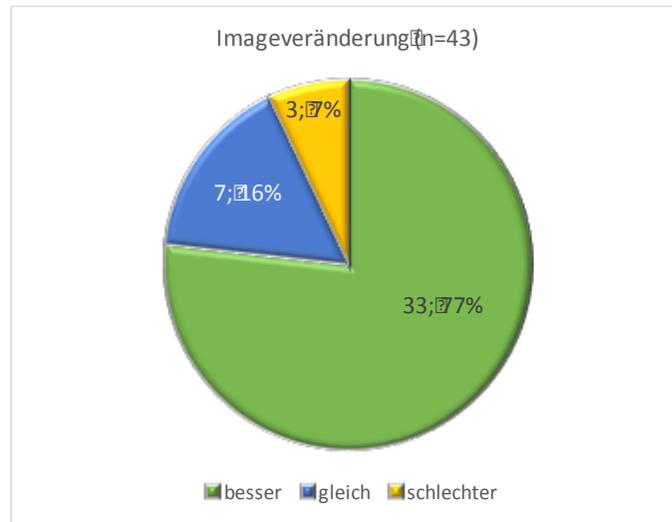
Bei den freien Nennungen wurde sehr oft der Begriff lebenswert genannt und erreicht in der Bedeutung einen Wert von 4,7 und trifft für Fürth mit einem Wert von 3,7 zu (79%). Gestützt befragt würde dieser Wert sicher höher ausfallen.

Der imagnetragte Charakter der Wirtschaft in Fürth wäre demnach: vielfältig, aufstrebend, fortschrittlich, weltoffen und lebenswert.

Abb. 5: Imagemerkmale

¹ Die Bewertungen von Bedeutung und Ausprägung werden dabei ins Verhältnis gesetzt. Beispiel „Fortschrittlich“ ($3,6/4,5 \cdot 100 = 80\%$)

3.3.4 Imageveränderungen



Die Unternehmen wurden auch befragt, inwieweit sich das Image der Stadt Fürth im Allgemeinen verändert hat. Hier sieht eine Minderheit keine Veränderung (16%) oder sogar eine Verschlechterung (7%). Diejenigen, die eine Verschlechterung des Images sehen, benennen als Gründe die heute fehlenden Leuchtturm-Unternehmen, den Wegfall der Großunternehmen (Quelle und GRUNDIG), das Wegbrechen der Identifikation mit den Weltkonzernen. Jene Unternehmer, die keine Veränderung des Images wahrnehmen, sehen dies z.B. in der Problematik der nicht ausreichend vorhandenen Gewerbeflächen oder der Fürther Entwicklung hin zur Wohnstadt. Mehrfach wird auch kritisiert, dass die innovativen Leistungen zu wenig kommuniziert werden, die Außenwirkung zur Imageverbesserung in der klassischen Kommunikation und mit wahrnehmbaren Aktivitäten, auch digital, deutlich verbessert werden müsste.

Die große Mehrheit (77%) der befragten Unternehmer sehen dagegen eine Verbesserung des Images und sehen viele Gründe dafür, die 7 Themenbereichen zuzuordnen sind.

Ein bemerkenswerter Teil (21%) der Nennungen beziehen sich auf die positive Arbeit der **Verwaltung**, insbesondere dem Engagement des Oberbürgermeisters und dessen Wirtschaftsreferenten, die auch maßgeblich am Erfolg der positiven **Stadtentwicklung** (21%), der städtebaulichen Entwicklung teilhaben. Aber auch die verbesserte Effizienz der Stadtverwaltung wird hier gelobt. Ein großer Teil der Nennungen (18%) bezieht sich auch auf den positiven Umgang mit den **Konversionsflächen** und dem erfolgreich gemeisterten **Strukturwandel**. Die explizit genannte Entwicklung der Neuen Mitte (14%) wird ebenfalls als wichtiger Imageträger genannt. Als wichtiger Grund zur Verbesserung des Images wird die Förderung von **Innovationen** und der **Forschung** (12%) gesehen. Das **Kultur-** (9%) und **Wohnangebot** (5%) runden die Vielfalt der Nennungen ab.

Abb. 6/7: Imageveränderungen

3.3.5 Jüngste besondere wirtschaftliche Leistungen in Fürth



Abb. 8: Besondere wirtschaftliche Leistungen

Konkreter zu den jüngsten besonderen Leistungen befragt, wiederholten sich zumeist die oben genannten Gründe zur Verbesserung des Images. Die große Bedeutung der Veränderung der Innenstadt durch die Ansiedlung der Neuen Mitte Fürth wird noch einmal stärker erwähnt. Besondere Anerkennung findet die erfolgreiche Bewältigung der Quelle/Grundig-Krisen und die damit zusammenhängenden Leistungen zur Ansiedlung der Wissenschaften und der Forschungseinrichtungen, die ihren Standort vielfach auf den Konversionsflächen fanden.

Einzeln werden auch der Schuldenabbau der Stadt, das Bevölkerungswachstum, die beachtlichen positiven Arbeitsmarktzahlen, der Strukturwandel vom Industrie- zum Dienstleistungsstandort, die Sicherung der Zentralen von Norma, ebl und UVEX, die Öffnung hin zu regenerativen Energien, die Ansiedlung des Statistischen Landesamtes und nicht zuletzt die SpVgg Greuther Fürth genannt.

Aber auch Hemmnisse in der Entwicklung wurden gesehen. Hier wird deutlich, dass die Befürchtung besteht, durch die fehlende Ausweisung neuer Gewerbeflächen die gute Entwicklung zu bremsen. Diese Zukunftsängste werden auch durch die immer noch hohe Verschuldung der Stadt gefördert. Eine gewisse Ungeduld und Enttäuschung ist auch zu spüren, dass die Entwicklung der Neuen Mitte zu lange gedauert hat und diese Sorge nun auf die Entwicklung des City Centers übertragen wird.

Auch wird eine aktivere Kommunikation der Leistungen der Stadt, die Vorzüge der Stadt für Gewerbe und Bürger angemahnt.

3.3.6 Eigener Beitrag der Unternehmen zum Erfolg



Abb. 9: Besondere eigene wirtschaftliche Leistungen

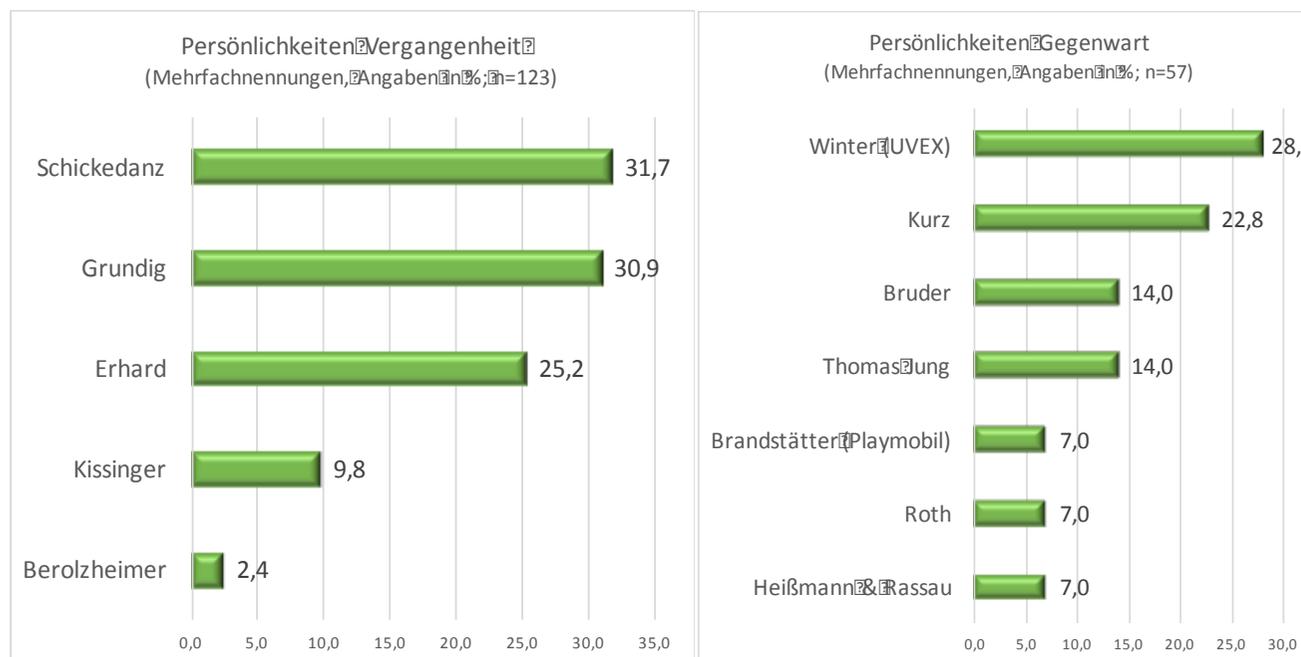
Im Gespräch wurden die Unternehmer auch gefragt, auf welche Leistung man selbst besonders stolz wäre. Ganz oben in der Liste der maßgeblichen eigenen Erfolge steht die zum Großteil lange Existenz (s. Abb. 3) des Betriebes, der Stolz, sich schon so lange am Markt erfolgreich positioniert zu haben.

Es wird auch der Erhalt von Traditionen erwähnt. Etwa gleich oft wird dabei die gute personelle Entwicklung angeführt. Viele Unternehmer sind stolz sichere Arbeitsplätze bieten zu können und weisen oft auf die positive Arbeitsplatzentwicklung hin. Basis dafür sind zum einen die Innovationskraft der Betriebe und die hohe fachliche Qualität der Mitarbeiter und deren hohes Engagement. Zum anderen ist man sicher, dass die daraus entstehende Qualität der Produkte die hohe Kundenzufriedenheit ausmachen.

Dies führt zu einer weltweiten Anerkennung. Diese internationale Tätigkeit des Unternehmens erfüllt einige Unternehmen mit großer Zufriedenheit.

3.3.7 Persönlichkeiten gestern und heute

Der wirtschaftliche Erfolg in der Stadt Fürth wird natürlich auch mit Persönlichkeiten verbunden. Im Rückblick auf die Vergangenheit wird dies vor allem mit dem Versandhändler und Warenhausbetreiber Gustav Schickedanz und mit dem Gründer des Elektronik-Konzerns Max Grundig verbunden. Der Altbundeskanzler Ludwig Erhard, als Bundeswirtschaftsminister vielfach mit dem deutschen Wirtschaftswunder der Nachkriegszeit verbunden, fällt vielen sofort ein. Der ehemalige US-Außenminister Henry Kissinger, wie Ludwig Erhard ebenfalls in Fürth geboren, wird, wenn auch seltener, ebenso als wichtige Fürther Persönlichkeit genannt. Nicht unvergessen ist auch Heinrich Berolzheimer, ein bereits im 19. Jahrhundert nach USA expandierender Bleistifthersteller, der in der Region Nürnberg/Fürth auch durch seine Stiftungen die Gründung der Volksbibliotheken (in Fürth das Berolzheimerianum) unterstützte und sehr große Anerkennung fand.



Bei den Persönlichkeiten der Gegenwart steht die Familie Winter der international bekannten Fürther Firma UVEX als Hersteller für Schutz- und Sicherheitsprodukte im Berufs-, Sport- und Freizeitbereich. Ebenfalls deutlich vorne bei den Nennungen ist der Heißprägefolienhersteller Leonhard Kurz, vertreten durch die Unternehmerfamilie Kurz.

In ähnlicher Bedeutsamkeit sehen die Unternehmer, zumindest nach den spontan genannten Nennungen, die Spielwarenherstellerfamilie Bruder und den Oberbürgermeister der Stadt, Dr. Thomas Jung.

Ebenfalls Erwähnung findet Georg Roth, der Gründer der Norma Handelskette, aber auch die Komödianten Heißmann und Rassau, die mit den Unternehmen rund um die Comödie Fürth auch einen wichtigen Wirtschaftsfaktor für die Stadt Fürth darstellen.

Abb. 10/11: Fürther Unternehmerpersönlichkeiten gestern und heute

Interessant ist, dass auch die geobra- und Playmobilgründerfamilie Brandstätter genannt wird, obwohl diese doch im benachbarten Zirndorf ihren Firmensitz hat.

3.3.8 Das Wirtschaftswunder – eine Bewertung

Der Stolz über das erreichte erfolgreiche Wirtschaften in Fürth hat natürlich eine gewisse Tradition in der Kleeblattstadt. Im Expertengespräch wurde auch dieses Thema angeschnitten und mit folgender Frage eingeleitet: „Ludwig Erhard, Gustav Schickedanz, Max Grundig und andere werden mit dem Begriff „Wirtschaftswunder“ in Zusammenhang gebracht. Was hat diese Zeit und diese Personen besonders ausgezeichnet?“



Abb. 12: Begriffswolke zum Thema Wirtschaftswunder

Hier wurde eine Vielzahl von Begriffen genannt, wie die nebenstehende Begriffswolke² zeigt.

Besonders wurde der Mut der handelnden Personen dieser Zeit als maßgeblich gesehen. Der Erfolg wurde dem Pioniergeist der Unternehmer und der Wille der Bevölkerung eine soziale Marktwirtschaft mitzugestalten zugeschrieben.

Auf die Frage, ob man Ähnliches in unser Zeit allgemein und auch in Fürth wieder erleben könne, äußerten sich die Befragten eher skeptisch. Es wird deutlich, dass ein Erfolg weniger konkreten Persönlichkeiten, sondern eher dem Produkt oder der Innovation zugeschrieben werden. Die Fürther Unternehmer stehen vermutlich weniger gern im Rampenlicht, sondern freuen sich eher über die Zugehörigkeit zum Begriff Hidden Champion.

Manchmal würde man sich mehr Mut bei den politischen Mandatsträgern wünschen, auch wenn dies von den Wählern nicht sofort goutiert wird. Kleine „Wunder“ gäbe es in Fürth dennoch in Vielzahl. Die Entwicklung der Neuen Mitte wäre ein gutes Beispiel dafür.

² erstellt mit wordle.net

3.3.9 Chancen für den Wirtschaftsstandort Fürth

Die befragten Unternehmer sehen die Chancen für den Wirtschaftsstandort Fürth in den folgenden Bereichen:

F&E/Wissenschaft - Netzwerke/Vernetzung - Innovation - Mittelstandsförderung - Flexibilität - Standort - Gründerförderung - Tourismus - Digitalisierung - Internationalität - Einzelhandel und Imagebildung³

Die Weiterentwicklung der Forschungs- und wissenschaftlichen Einrichtungen wird von den Unternehmen am häufigsten als Chance erkannt. Die Pflege und Nutzung der Netzwerke, die Vernetzung mit dem Landkreis und den Nachbarstädten wird ebenfalls als wichtige Säule des zukünftigen Erfolges gesehen. Dies alles stellt eine wichtige Grundlage für die weitere Entwicklung von Innovationen dar.

Der vielseitige Fürther Mittelstand sollte intensiv unterstützt werden. Die Gewerbetreibenden der Stadt haben sich in der Vergangenheit bereits durch ihre hohe Flexibilität ausgezeichnet und sehen in diese Erfahrungen ebenfalls große Chancen für den Standort Fürth.

Die gute Infrastruktur und die Lage der Stadt scheint einigen Unternehmen nicht ausreichend vermarktet. Der Zusammenhalt unter den Unternehmen, der Gedanke der Vernetzung, der Innovationsförderung und der Flexibilität werden als gute Basis zur Integration von Gründern in die Stadt gesehen. Interessant ist, dass sehr selten die Digitalisierung als Chance benannt wird. Dies trifft auch auf die Internationalisierung zu. Wobei dies an der Struktur der Befragten liegen mag, die meist nur regional oder national agieren.

Die Entwicklung des Einzelhandels in Fürth wird ebenfalls als Chance gesehen und kann als Beispiel zur besseren Imagebildung dienen.

³ In der Reihung nach abnehmender Zahl der Nennungen dargestellt.

3.4. Der Wirtschaftsstandort Fürth in der SWOT-Analyse

In der Zusammenfassung der Imageanalyse und der Ergebnisse aus den Expertengesprächen ergibt sich abschließend das folgende Gesamtbild:

3.4.1 Stärken

- Fürth liegt in vielen Städtevergleichsrangings weit vorne und überholt dabei z.T. auch ihre Nachbarstadt Nürnberg;
- Fürth profitiert von der zentralen Lage in der Metropolregion Nürnberg;
- Fürth kann in jüngster Zeit auf eine dynamische, positive Entwicklung bei vielen harten und weichen Standortfaktoren verweisen;
- Fürth verfügt mit dem Thema Neue Materialien in der Region über ein Alleinstellungsmerkmal;
- Fürth ist ein stabiler Standort für das produzierende Gewerbe;
- Das gut qualifizierte Fürther Arbeitskräftepotenzial sichert den Erfolg der Unternehmen und die Produktzufriedenheit der Kunden;
- Fürth ist die 1. Wissenschaftsstadt Bayerns und kann ihre Position als Stadt der Wissenschaften ständig ausbauen. Nach den beiden bereits eingerichteten Lehrstühlen im Bereich der Materialforschung erhält die Kleeblattstadt nun mit dem Lehrstuhl zur „Erforschung der Sozialen Marktwirtschaft“ den ersten geisteswissenschaftlichen Lehrstuhl in ihrer Geschichte. Daneben baut die Wilhelm Löhe Hochschule ihren Standort weiter aus;
- Die SpVgg Greuther Fürth zusammen mit dem Sportbusiness Campus / Kleeblatt Campus bildet Fachkräfte für den Sport aus;
- Fürth ist weiterhin ein Zentrum der Spielwarenherstellung und des -vertriebs. Namhafte Vertreter sind: Bruder Spielwaren, Ferbedo, die Simba-Dickie-Group und Wild Republic;
- Der Erfolg der Fürther Wirtschaft ist nicht alleine, wie früher, durch einzelne Persönlichkeiten begründet. Dahinter stehen heute zunehmend Familien;
- Die Fürther Wirtschaft zeigt sich als vielfältiger und fortschrittlicher Standort, besonders geprägt durch den dichten Mittelstandsbesatz;
- Die Fürther Wirtschaft kann durch die überschaubare Stadtgröße ihre Netzwerke gut pflegen;
- Fürth ist als sicherste Großstadt Bayerns seit vielen Jahren bekannt. Dieser Umstand wird gerade bei ausländischen Investoren sehr geschätzt;

- Fürth hat sich als Einkaufsstadt nach schwierigen Jahren neu etabliert. Neben der überregional bekannten Möbelmeile entlang des „Frankenschnellweges“ ist es nun gelungen mit der Neuen Mitte einen Impuls zu setzen, der andere Entwicklungen im engeren Umfeld positiv beeinflusst. Innerhalb kurzer Zeit haben sich andere Einzelhandelsgroßflächen wie das Carré Fürther Freiheit oder das Hornschuch Center, aber auch viele Kleinflächen in den A- und B-Lagen gefüllt und neu attraktiv aufgestellt;
- Durch die von den Bürgern empfundene hohe Lebensqualität der Stadt ist die immer höher geschätzte Work-Life-Balance gut realisierbar;
- Fürth verfügt in der Altstadt mit der Gastromeile „Gustavstraße“ über einen regionalen Anziehungspunkt für Jung und Alt. Die positive Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt hat auch im gastronomischen Angebot viele neue Anbieter angezogen;
- Fürth verfügt über eine lebendige Kulturszene. Neben den neuen Entwicklungen in der Museenlandschaft, dem Stadttheater und den Kleinkunsth Bühnen verfügt die Stadt mit der Comödie Fürth über ein bundesweit beliebtes Kulturangebot;
- Fürth hat die höchste Denkmaldichte aller Großstädte in Bayern und damit ein noch unbeachtetes touristisches Potenzial.

3.4.2 Schwächen

Natürlich wurden in der Analyse auch Hemmnisse in der Entwicklung erkenntlich, die einen wichtigen Fingerzeig geben zu weiteren notwendigen Anstrengungen:

- Die Verfügbarkeit der Gewerbeflächen stößt an ihre Grenzen;
- Der Dienstleistungssektor ist im Vergleich zu anderen Großstädten (in der Region) in der Größe und Bedeutung noch zu gering entwickelt;
- Die Fürther Unternehmer sind in ihrer Mentalität eher zurückhaltend und treten entsprechend bescheiden in der Öffentlichkeit auf;
- Herausragende Leistungen der Fürther Wirtschaft werden zu wenig deutlich vermarktet;
- Die Gewerbetreibenden beklagen ein fehlendes Verkehrskonzept zur Absicherung des ansonsten guten Standortes;
- Das Thema Digitalisierung ist noch nicht bei allen Gewerbetreibenden angekommen.

3.4.3 Chancen

Daraus erwachsen folgende Chancen für die Wirtschaft und für die Imagebildung der Stadt Fürth:

- Die vielfältigen und hochspezialisierten Mittelstandsunternehmen geben der Stadt ein dynamisches Gewicht;
- Die Übersichtlichkeit der mittleren Stadtgröße erleichtert die Vernetzung der Unternehmen (bestehend und in Gründung);
- Die Stärke „Neue Materialien“ bietet eine gute Basis zur Bildung einer Entwicklungsspirale (Forschung – Entwicklung- Anwendung);
- Fürth könnte durch die Herstellungskompetenz „Spielwaren“ deutlicher aus dem Schatten der Spielwarenmessestadt Nürnberg hervortreten;
- Zusammen mit dem Landkreis Fürth (Playmobil Zirndorf, Stein Carrera Welt) und der Stadt Nürnberg (Messe) könnte Fürth (Hersteller) sich zu den „Spielwaren Erlebniswelten Franken“ entwickeln;
- Die bereits gute Erfahrung mit Netzwerken kann durch die Zusammenführung der Region, der Städte und den umliegenden Landkreisen z.B. weitere Gewerbeflächenressourcen bereitstellen;
- Die Gewerbetreibenden der Stadt haben sich in der Vergangenheit bereits durch ihre hohe Flexibilität ausgezeichnet und sehen in diese Erfahrungen ebenfalls große Chancen für den Standort Fürth;
- Der gelebte Gedanke der Vernetzung, der Innovationsförderung und der Flexibilität werden als gute Basis zur Integration von Gründern in die Stadt gesehen;
- Die hohe Lebensqualität in der Stadt Fürth kann Facharbeitskräfte in den Kern der Metropolregion anlocken;
- Durch die Entwicklungen der einzelnen Daseinsvorsorgeträger Wohnen, Arbeiten, Bilden und Einkaufen gewinnt die Stadt zunehmend an positivem Image einer lebendigen Großstadt mit Tradition;
- Die kulturellen und städtebaulichen Qualitäten, wie auch das gute Sicherheitsimage kann der Stadt einen touristischen Bedeutungszuwachs beschern;
- Die Entwicklung des Einzelhandels in Fürth wird ebenfalls als Chance gesehen und kann als Beispiel zur besseren Imagebildung dienen;
- Der neue Wochenmarkt an der Fürther Freiheit wertet die Stadt zusätzlich auf und bringt auch Besucher aus der Region in die Stadt;
- Insgesamt könnten die touristischen Potenziale der Stadt deutlich mehr entdeckt und vermarktet werden;
- Wichtige Imageträger wie die SpVgg Greuther Fürth und die international agierenden Firmen finden noch mehr Beachtung;
- Durch eine maßvolle und potenzialorientierte Entwicklung des City Centers wird die Innenstadt weiter gestärkt.

3.4.4 Risiken

Folgende Risiken sind bis heute erkennbar:

- Die bisher guten Voraussetzungen (Wohnbau und Gewerbeflächen) reduzieren sich durch fehlende Entwicklungsmöglichkeiten;
- Die Gründerentwicklung könnte im Wettbewerb mit den Nachbarstädten durch fehlende Einrichtungen stagnieren;
- Die Gewerbetreibenden verkennen das Potenzial aber auch die Gefahren der Digitalisierung;
- Der Dienstleistungssektor findet in Fürth zu wenig Standorte;
- Durch neue Hochschulentwicklungen in Nürnberg wird Fürth in der Entwicklung vernachlässigt;
- Durch die mögliche Entwicklung des Einkaufsstandortes „Quelle Fürther Straße“ gerät die Einkaufsstadt Fürth stark unter Druck.

3.5 Fazit und Ausblick

Die Großstadt im Zentrum der Europäischen Metropolregion Nürnberg hat sich über die Region hinaus großen Respekt für die vollbrachten wirtschaftlichen Leistungen verschafft. Diese ökonomischen Erfolge sind Grundlage für die Erholung der städtischen Finanzen, so vermeldet der Oberbürgermeister in seiner Neujahrsansprache 2017 nun schon im 4. Jahr Schulden abbauen zu können. Diesen Erfolg tragen insbesondere die Fürther Firmen aus der Industrie, vor allem der Kunststoffindustrie mit internationalem Renommée, ein vielseitiger Mittelstand mit langjährigem Bestand, aber auch der zunehmend stärker werdende Bereich der Handels- und Dienstleistungsbetriebe. Sie alle haben in der Vergangenheit gezeigt, wie mit Flexibilität und Innovationsgeist an einem guten Standort erfolgreich Krisen gemeistert werden können. Dabei profitiert die Stadt von einem lebenswerten Image, das heute immer mehr von den Menschen in der Region erkannt wird. Fürth ist deswegen ein begehrter Wohnstandort. Entsprechend dynamisch wächst die Stadtbevölkerung.

Fürth wird als Wirtschaftsstandort in dem verdienten Maße allgemein, wie auch in der eigenen Bevölkerung, zu wenig wahrgenommen. Dies ist aber für die weitere Entwicklung gerade hinsichtlich der notwendigen Fachkräfte- und Führungskräfteanwerbung von enormer Bedeutung.

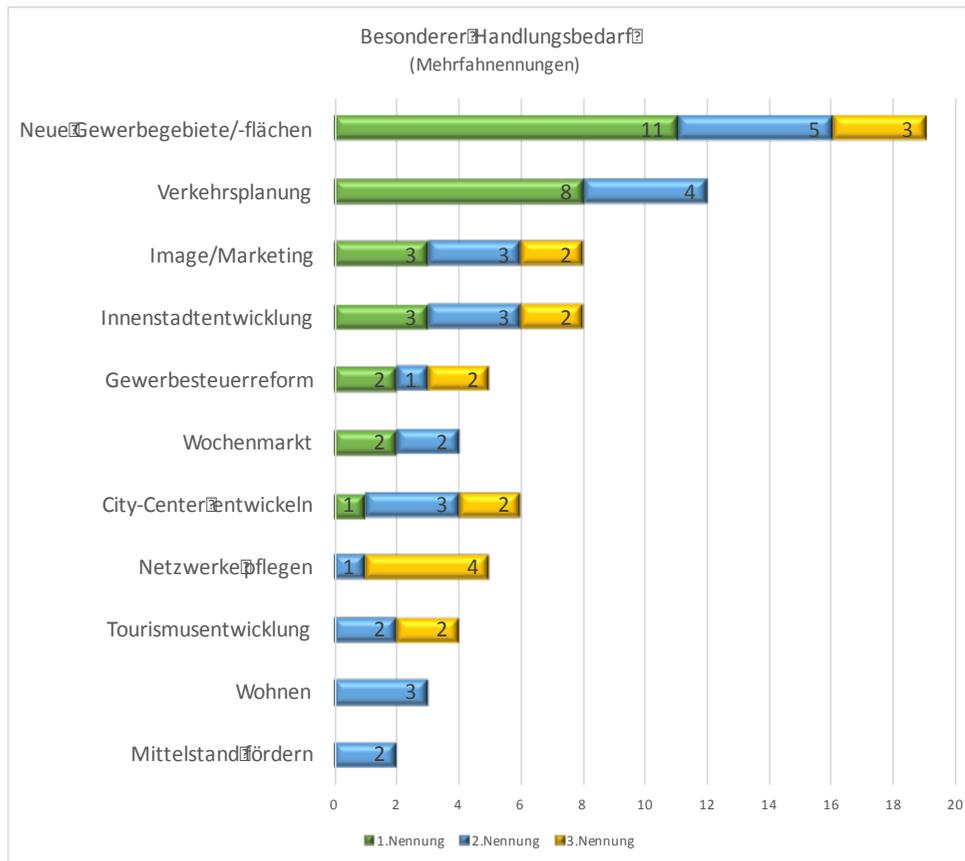


Abb. 13: Handlungsbedarf aus Sicht der Unternehmer

Die Fürther Unternehmen sind mit ihrer Stadtverwaltung in insgesamt zufrieden, ohne dabei zu vergessen, den Blick wachsam nach vorne zu richten. Eine erfolgreiche Wirtschaft braucht ein gut abgestimmtes Zusammenspiel der Kräfte. Die Entwicklung der Stadt hin zu einem bedeutenden Standort für Forschung und Entwicklung wird allseits begrüßt und die daraus erwachsenden Chancen erkannt. Entsprechend positiv wird auch das Interesse von Gründern in der Stadt gesehen. Gleichzeitig mahnen die Vertreter der Wirtschaft und sehen die Gefahr einer Stagnation der bisher sehr guten wirtschaftlichen Entwicklung. Sie richten dabei insbesondere ihr Augenmerk auf das zu Neige gehende Angebot an Grundstücks- und Gewerbeflächen. Die stünde bei ihnen ganz oben auf der Agenda, wenn Sie die Geschicke der Stadt selbst in die Hand nehmen müssten. Befragt nach den drei für sie wichtigsten zu verfolgenden Projekten, sehen sie auch Handlungsbedarf bei der verkehrlichen Erreichbarkeit der Gewerbestandorte und der Innenstadt. Die weitere Innenstadtentwicklung ist aus ihrer Sicht ebenfalls mit Sorgfalt in die Hand zu nehmen. Hoffnung setzen sie dabei auf die Entwicklung des City Centers und des Wochenmarktes an der Fürther Freiheit.

Der Zusammenhalt, das Netzwerken untereinander und perspektivisch in der Region zur Lösung anstehender Aufgaben kann als Arbeitsauftrag für die Wirtschaftsförderung und für die Kammern verstanden werden, die wirtschaftlichen Akteure zusammen zu bringen.

Großen Handlungsbedarf sehen die Unternehmen auch in der besseren Vermarktung des Standortes Fürth. Hier ist die Erstellung und Umsetzung eines Imagekonzeptes dringend notwendig.

Diese Studie wurde erstellt von

Wilfried Weisenberger
Tel. +49 (0)911 / 979079311
Fax +49 (0)911 / 9790793 99
E-Mail ww@standort-kommune.de

in Zusammenarbeit mit dem Referat für Wirtschaft, Wissenschaft, Stadtentwicklung und Liegenschaften der Stadt Fürth und der IHK Nürnberg für Mittelfranken, Geschäftsstelle Fürth.

Redaktionsschluss: 1.Juli 2017

Bildquelle: SK Standort & Kommune Beratungs GmbH; Internet Stadt Fürth

Titelfoto: SK Standort & Kommune Beratungs GmbH

Diese Untersuchung fällt unter §2 Abs.2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte.

Weitergabe, Vervielfältigungen, Veröffentlichung und Vertrieb (auch auszugsweise)
nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Verfassers.

SK Standort & Kommune Beratungs GmbH | Geschäftsführer: Wilfried Weisenberger | Benno-Strauß-Straße 7 (B) | 90763 Fürth | Tel.: 0911 979079310 | Fax: 0911 979079399 | www.standort-kommune.de
| E-Mail: kontakt@standort-kommune.de | Bankverbindung: Stadt- und Kreissparkasse Erlangen - Kto.: 60033787 BLZ: 76350000 | Amtsgericht Fürth - HRB 12830 | Ust-ID: DE 27579206