

AGENDA WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

Stadt Warendorf

Juni 2025



Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	2
1.1	Ausgangssituation	2
1.2	Entwicklung der „Agenda Wirtschaftsförderung“	3
1.3	Zahlen / Daten / Fakten	3
1.3.1	Allgemeines.....	3
1.3.2	Innenstadt	5
1.3.3	Tourismus.....	7
1.3.4	Gewerbeflächen.....	7
1.4	Beteiligungen	9
1.4.1	Ergebnisse Wirtschaftsumfrage Warendorf	9
1.4.2	Experteninterviews und Workshops.....	10
2	Leitbild.....	11
3	Operative Ziele und Maßnahmen	13

1 Einleitung

1.1 Ausgangssituation

Die aktuellen geopolitischen und wirtschaftspolitischen Entwicklungen stellen die Unternehmen nicht nur in Warendorf vor große Herausforderungen. Umso wichtiger ist es, ihnen vor Ort möglichst attraktive Rahmenbedingungen zu bieten.

Mit der hier entworfenen „Agenda Wirtschaftsförderung“ werden die städtischen Möglichkeiten zur Beeinflussung dieser Rahmenbedingungen konkret aufgezeigt. Im Austausch mit Unternehmen und Gewerbevereinen aus allen Ortsteilen ist so eine zukunftsorientierte Strategie erarbeitet worden, die die lokale Wirtschaft stärkt und neue Perspektiven für die Unternehmen und Beschäftigten schafft.

Warendorf ist eine Stadt mit einer reichen Geschichte, einem starken Gemeinschaftsgeist und einem bemerkenswerten Potenzial. Gut 1.700 Unternehmen (vom Betrieb einer PV-Anlage bis zum großen Industrieunternehmen) bilden das Rückgrat der Warendorfer Wirtschaft. Mit der Agenda Wirtschaftsförderung sind gezielte Maßnahmen entwickelt worden, die bestehende Betriebe unterstützen, neue Investitionen anziehen sowie Existenzgründungen und innovative Ideen fördern.

Der Verwaltung ist dabei sehr bewusst, dass die eigenen finanziellen Spielräume zur Unterstützung der Unternehmen sehr begrenzt sind. Umso wichtiger ist es, die Arbeit im Bereich der Querschnittsaufgabe „Wirtschaftsförderung“ zu fokussieren. Daher werden mit der „Agenda Wirtschaftsförderung“ folgende Ziele adressiert.

- Entwicklung und Definition eines Leitbildes für die Wirtschaftsförderung. Es dient als Grundlage, um Handlungsfelder, Ziele und konkrete Wirtschaftsförderungsmaßnahmen zu definieren.
- Beschlussfassung der „Agenda Wirtschaftsförderung“ und damit Beauftragung zur Umsetzung durch die Politik
- Klar definierte und mit Kennzahlen belegte Aufgaben und Maßnahmen ermöglichen ein frühzeitiges Steuern bei veränderten Rahmenbedingungen.

1.2 Entwicklung der „Agenda Wirtschaftsförderung“

Auf der Basis externer und interner Statistiken und Studien sowie der erst im Februar 2025 durchgeführten „Wirtschaftsumfrage Warendorf“ wurde zunächst eine Ist-Analyse zum Wirtschaftsstandort aufgestellt. Die Ergebnisse bildeten die Grundlage für qualitative Interviews mit ausgewählten Warendorfer Unternehmerinnen und Unternehmern und jeweils einen Workshop mit Vertretern der Gewerbevereine aus allen Ortsteilen sowie den Straßensprechern der Haupteinkaufsstraßen in der Kernstadt. Hierbei standen die Einschätzungen, Hinweise und Wünsche der Beteiligten im Vordergrund. Aus diesem aktuellen und direkten Kontakt mit den Unternehmen ist durch die Verwaltung ein Leitbild sowie eine Liste von Handlungsfeldern, operativen Zielen und mit Kennzahlen unterlegten Maßnahmen entwickelt worden.

1.3 Zahlen / Daten / Fakten

1.3.1 Allgemeines

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

Die Stadt Warendorf bildet mit aktuell 38.877 Einwohnern ein Mittelzentrum im Kreis Warendorf. Die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Warendorf verlief in den letzten 10 Jahren sehr positiv. Mit über 15.400 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten wurde im Juni 2024 (aktuellere Zahlen liegen nicht vor) ein Allzeithoch (!) verzeichnet. Noch nie zuvor haben Warendorfer Unternehmen und Institutionen so viele sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze bereitgestellt. Mit über 60 % arbeitet der Großteil der Beschäftigten im Dienstleistungssektor. Innerhalb des Dienstleistungssektors bildet der Bereich „Gesundheits- und Sozialwesen“ den Schwerpunkt. Hier arbeiten fast 4.000 Personen. Damit ist dieser Bereich der größte „Arbeitgeber“ in Warendorf. Mit über 1.600 Arbeitsplätzen ist der Bereich „Öffentliche Verwaltung“ der zweitstärkste Bereich innerhalb des Dienstleistungssektors. Hier arbeiten mehr Menschen als im klassischen Verarbeitenden Gewerbe (1.500 Beschäftigte). Der Anteil der Beschäftigten im gesamten Produzierenden Gewerbe an allen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist mit 17,2 % auch im regionalen Vergleich sehr gering (Sassenberg = ca. 60 %; Telgte = ca. 20 %). Im Einzelhandel arbeiten in Warendorf knapp 1.100 Personen. Die Versorgungsquote mit sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen (Arbeitsplätze / Einwohner) liegt mit 39,6 % etwas über dem Kreisdurchschnitt von gut 36 %.

(Quelle: Arbeitsagentur, Januar 2025)

Steuerpflichtige Unternehmen

In Warendorf gibt es ca. 1.700 Unternehmen, die einen Umsatz von mehr als 22.000 Euro haben (Stand: 2022)

Quelle: Kommunalprofil Warendorf, IT.NRW (2024).

Existenzgründungen

In Warendorf werden jährlich zwischen 170 und 200 Unternehmensneugründungen gezählt. Das sind ca. 50 Neugründungen pro Jahr pro 10.000 Einwohner. Im Kreis WAF sind es ca. 63. Von den Neugründungen werden in Warendorf ca. 40 % als Neugründungen im Haupterwerb erfasst.

(Quelle: Kommunalprofil Warendorf, IT.NRW (2024) und Statistik Ordnungsamt Warendorf)

Pendler

Nach Warendorf pendeln gut 11.000 Menschen ein und ca. 11.200 verlassen die Stadt täglich. Ein nahezu ausgeglichener Saldo (Stand: 2023)

(Quelle: Pendleratlas Deutschland, 2025)

Verfügbares Einkommen

Die aktuellste Zahl ist von 2021. In diesem Jahr lag Warendorf mit einem verfügbaren Einkommen von 27.376 Euro pro Einwohner auf Platz 45 (!) der 396 NRW-Kommunen.

(Quelle: Kommunalprofil Warendorf, IT.NRW, 2024)

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt 2024 mit 7.813 Euro/Einwohner 3,5 % über dem Bundesschnitt.

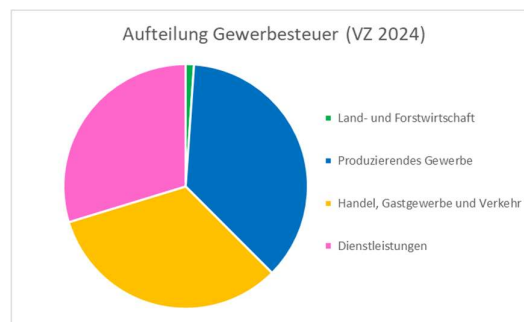
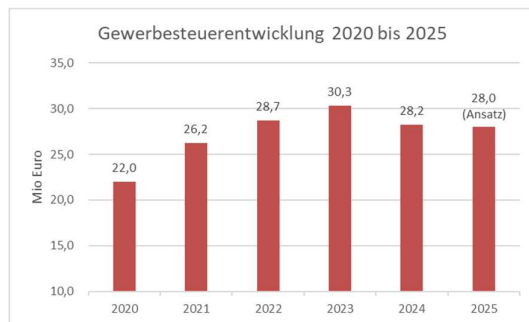
(Quelle: IHK NordWestfalen (MB Research 2024))

Arbeitslosigkeit

Im April 2025 waren in Warendorf 1.012 Personen arbeitslos. Ein im Zeitverlauf stabiler Wert (April 2024 = 1.043). Im Geschäftsstellenbezirk Warendorf (dazu gehören auch Sassenberg, Beelen, Ostbevern, Telgte und Everswinkel) betrug die Arbeitslosenquote 4,4 %. Ein im Kreisvergleich niedriger Wert (Kreis WAF = 5,7 %). Die Arbeitslosenquote liegt in Warendorf seit vielen Jahren unter dem Kreisdurchschnitt.

(Quelle: Arbeitsagentur; April 2025)

Gewerbesteuer



(Quelle: Stadtkämmerei Warendorf, 2025)

Gewerbesteuereinzahlungen je Einwohner 2022		
Platz	Kommune	Einzahlung
1	Oelde, Stadt	1048
2	Telgte, Stadt	909
3	Ennigerloh, Stadt	902
4	Ostbevern	857
5	Everswinkel	840
6	Beelen	783
7	Warendorf, Stadt	761
8	Beckum, Stadt	728
9	Ahlen, Stadt	653
10	Sassenberg, Stadt	564
11	Sendenhorst, Stadt	548
12	Wadersloh	527
13	Drensteinfurt, Stadt	403

(Quelle: Kommunalprofil Warendorf, IT.NRW (2024))

Nach vielen Jahren andauernden Wachstums gehen die Gewerbesteuereinnahmen in Warendorf seit 2024 deutlich zurück. Der größte Teil der Einnahmen stammt von Unternehmen aus dem produzierenden Gewerbe. Bei den Gewerbesteuereinzahlungen pro Einwohner liegt Warendorf im Kreisvergleich 2022 auf Platz sieben.

1.3.2 Innenstadt

Zentralität

Die Zentralitätskennziffer zeigt an, wieviel der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft einer Stadt auch in der jeweiligen Stadt verbleiben. Ein Wert über 100 zeigt einen Zufluss von außen an. Ein Wert unter 100 bedeutet Kaufkraftabfluss.

Das schon etwas ältere Einzelhandelsgutachten (2018) weist eine Zentralität von 106,8 nach. In Warendorf wurde also um 6,8 % mehr Geld im Einzelhandel ausgegeben als die Warendorfer Bevölkerung eigentlich für Einzelhandel zur Verfügung hat. Der aktuellste Wert von 2024 liegt bei 96,1 (Quelle: IHK NordWestfalen (MB Research 2024))! In den letzten Jahren hat sich das Kaufverhalten der Warendorfer Kundschaft (Warendorfer und Nicht-Warendorfer) also deutlich zu Ungunsten des Warendorfer Einzelhandels verändert.

Herkunft der Besucherinnen und Kunden

Die Besucherinnen / Kunden der Innenstadt kommen zum weit überwiegenden Teil aus Warendorf selbst. Entsprechend der Funktion als Mittelzentrum kommt der größte Teil der weiteren Besucherinnen / Kunden aus den angrenzenden Gemeinden und dem Kreis Warendorf. Ein Potential, Menschen für einen Besuch in Warendorf zu gewinnen, gibt es auch in den westlichen Gemeinden des Kreises Gütersloh.

(Quelle: Einzelhandelskonzept Warendorf und Studie „Vitale Innenstädte 2024“)

Warum kommen die Menschen in die Innenstadt?

Der Hauptgrund für einen Besuch der Warendorfer Innenstadt ist mit Abstand das Einkaufen gefolgt vom Besuch der Gastronomie.

(Quelle: Studie „Vitale Innenstädte 2024“)

Erscheinungsbild Innenstadt

Laut den Ergebnissen der Studie „Vitale Innenstädte 2024“ bewerten die Menschen die Warendorfer Innenstadt (vermutlich aufgrund der Baustellen) in 2024 deutlich weniger attraktiv als im Vergleichsjahr 2022. Das gilt auch für die Wahrnehmung der Attraktivität des Einzelhandels- und Gastronomieangebotes.

(Quelle: Studie „Vitale Innenstädte 2024“)

Passantenzahlen

Die automatischen Passantenzählungen in der Münsterstraße und der Freckenhorster Straße zeichnen ein sehr unterschiedliches Bild. Während in der Münsterstraße in den letzten drei Jahren ein langsamer und stetiger Rückgang zu verzeichnen ist (minus 5,5 % im Jahresvergleich von 2022 auf 2024), steigt die Zahl der Passanten in der Freckenhorster Straße vor allem in den letzten Monaten stark an (plus 12 % im Vergleich des ersten Quartals 2025 mit dem ersten Quartal 2022). Baustellenbedingte Verluste konnten hier somit wieder ausgeglichen werden. Beide Straßen werden jährlich von gut ca. 2.300.000 Passanten genutzt. Ein qualitativer Vergleich beider Straßen in ihrer Eigenschaft als Einkaufsstraße ist allerdings schwierig, da in der Freckenhorster Straße Radfahren erlaubt ist und die Radfahrer dort automatisch mit erfasst werden.

Auswertung Passantenzählung							
Jahr	Münsterstr		Freckenhorster Str.		Summe		
	Passanten	ggü Vorjahr in %	Passanten	ggü Vorjahr in %	Passanten	ggü Vorjahr in %	
2021	1.981.033						
2022	2.376.846	20,0	2.337.698		4.714.544		
2023	2.255.004	-5,1	2.216.905	-5,2	4.471.909	-5,1	
2024	2.245.898	-0,4	2.306.636	4,0	4.552.534	1,8	
2024	2.245.898	ggü 2022 -5,5	2.306.636	ggü 2022 -1,3		ggü 2022 -3,4	
Q1							
2021	308.126		482.500		973.233		
2022	490.733	59,3	490.113	1,6	976.229	0,3	
2023	486.116	-0,9	484.205	-1,2	967.649	-0,9	
2024	476.181	-1,5	542.612	12,1	1.018.793	5,3	
2025	476.181	ggü Q1 2022 -3,0	542.612	ggü Q1 2022 12,5	1.018.793	ggü Q1 2022 4,7	

Quelle: Hystreet, 2025

1.3.3 Tourismus

Übernachtungen

Übernachtungen haben das Vor-Corona-Jahr 2019 (92.000 ÜN) deutlich überschritten. Das Allzeithoch von 101.000 Übernachtungen in 2022 wird aktuell nicht erreicht (2024 = 98.600 Übernachtungen). Es ist ein leichter Rückgang sowohl bei Gästen aus dem Inland als auch aus dem Ausland zu verzeichnen. Aus dem Ausland kommen ca. 5 -7 % der Gäste. Der Schwerpunkt der Übernachtungen liegt in den Sommermonaten. Der Bestand an Betten ist seit Jahren stabil:
In Warendorf gibt es 16 Betriebe ab 10 Betten mit insgesamt über 700 Betten
(Quelle: IT.NRW, 2025)

Führungen

Vor Corona (2019) wurden in 642 Führungen fast 11.600 Menschen durch die Stadt oder das Landgestüt geführt. Sie wurden ungefähr zu gleichen Teilen durch die Altstadt oder das Landgestüt geführt.
2023 waren es nur noch 465 Führungen für 6.300 Personen.
2024 dann 412 Führungen für 6.430 Menschen.
Das Reiseverhalten hat sich durch Corona deutlich verändert. Tagesreisen (auch Busreisen) werden weniger gebucht.
(Quelle: Touristinfo Stadt Warendorf, 2025)

1.3.4 Gewerbeflächen

Im Stadtgebiet Warendorf gibt es seit einigen Monaten wieder freie Gewerbeflächen. Diese liegen in den Ortsteilen Milte (22.500 qm) und Hoetmar (13.300 qm Ahlener Straße und 12.100 qm Raiffeisenstraße). Zuvor gab es seit 2020 keine freien städtischen Gewerbeflächen mehr. Es sind zwar viele Flächen planrechtlich (Bebauungsplan oder Flächennutzungsplan) als Gewerbeflächen ausgewiesen. Diese befinden sich aber im Besitz privater Eigentümer.

Die Nachfrage nach Gewerbeflächen ist eher kleinteilig und entspricht damit der Struktur der Warendorfer Unternehmen. Vereinzelt gibt es den Wunsch nach großen Flächen (> 10.000 qm), die dann meist zusätzlich die Ausweisung als Industriegebiet (nicht ´nur´ Gewerbegebiet) erfordern. Weder das eine noch das andere kann aktuell in den Ortsteilen Warendorf und Freckenhorst abgedeckt werden.

Für eine große Fläche südlich von Freckenhorst laufen aktuell viele Gespräche im Rahmen eines Umlegungsverfahrens, um mittelfristig am Windmühlenweg ca. 20 ha neue Gewerbeflächen ausweisen zu können.

Fazit und Gesamteindruck zum Standort Warendorf:

Die wirtschaftliche Entwicklung verlief in Warendorf in den letzten 10 Jahren ähnlich positiv wie im Landestrend. Mitte 2024 wurde ein Allzeithoch bei der Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten erreicht. Vor dem Hintergrund der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung ist allerdings nicht davon auszugehen, dass sich dieser positive Trend fortsetzt.

Warendorf hat eine eher kleinteilige Unternehmensstruktur, die vom Dienstleistungssektor dominiert wird. Das Einkommen der Warendorferinnen und Warendorfer ist überdurchschnittlich hoch und die Arbeitslosigkeit dauerhaft geringer als Durchschnitt im Kreis Warendorf. Als Mittelzentrum lockt Warendorf viele Besucher vor allem aus der näheren Umgebung an. Allerdings ist die Zentralitätskennziffer in den letzten Jahren auf unter 100 gesunken. Trotz Besuchern von außerhalb kann das Kaufkraftpotential Warendorfs nicht vor Ort gehalten werden.

Die Zahl der Passanten sinkt seit drei Jahren um jeweils gut 1% pro Jahr. Das Erscheinungsbild der Innenstadt hat in den vergangenen drei Jahren (wohl baustellenbedingt) stark gelitten.

Die Zahl der Übernachtungen bewegt sich an der Zahl von 100.000 Übernachtungen im Jahr mit leicht abnehmender Tendenz. Sie ist immer noch deutlich höher als vor Corona (2019 = 92.000 ÜN). Bei den organisierten Führungen hat Corona allerdings deutlich Auswirkungen gezeigt. 2024 wurden mit 6.430 Menschen ca. 45 % (!) weniger durch die Stadt geführt als noch 2019.

Der überwiegende Teil der Gewerbesteuererinnahmen wird aus dem Produzierenden Gewerbe erzielt. Auch der Sektor „Handel, Gastgewerbe und Verkehr“ erbringt mit ca. 30 % einen hohen Anteil. Beide Sektoren haben damit für die Einnahmen der Stadt Warendorf eine Bedeutung, die weit über deren Anteil an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten hinaus geht.

Die Versorgung der Unternehmen mit gewerblichen Entwicklungsflächen ist aktuell nur in den kleineren Ortsteilen Milte und Hoetmar gewährleistet.

1.4 Beteiligungen

1.4.1 Ergebnisse Wirtschaftsumfrage Warendorf

Die Herausforderungen der Warendorfer Unternehmen decken sich im Allgemeinen mit denen vieler anderer Unternehmen in der Region und in Deutschland. Dies ist das wesentliche Ergebnis der „Wirtschaftsumfrage Warendorf 2025“. 173 Warendorfer Unternehmen hatten sich an der anonymen Online-Umfrage beteiligt. Als größte Herausforderung wird in der städtischen Umfrage vom Februar 2025 die Bürokratie genannt. Zudem beschäftigen der Fachkräftemangel und die hohen Energiepreise die Unternehmen sehr stark.

Von der Stadt wünschen sich die Unternehmen vor allem mehr Informationen über das städtische Handeln wie z.B. im Bereich der Gewerbeflächenentwicklung, städtischer Bau- und Entwicklungsprojekte oder beim Standortmarketing.

Weitere Anregungen und Wünsche sind in den unten stehenden Wortwolken dokumentiert:

Anregungen zur Zusammenarbeit mit der Verwaltung



Anregungen für den Wirtschaftsstandort Warendorf



1.4.2 Experteninterviews und Workshops

Als Ergänzung der Wirtschaftsumfrage wurden im April 2025 sieben qualitative Einzelinterviews mit Unternehmerinnen und Unternehmern aus allen Ortsteilen geführt. Sie verteilten sich auf alle für Warendorf wesentlichen Branchen.

Neben den Experteninterviews wurden zwei Workshops mit wichtigen Warendorfer Wirtschaftsmultiplikatoren durchgeführt. Im ersten Workshop waren die Vorstände der Gewerbevereine aus allen Ortsteilen eingeladen (8. April 2025); im zweiten Workshop beteiligten sich die Straßensprecherinnen und Straßensprecher der Warendorfer Einkaufsstrassen an der Erarbeitung von Zielen und Maßnahmen für den Wirtschaftsstandort Warendorf (15. April 2025). Die Erkenntnisse und Ergebnisse aus diesen Beteiligungen sind in das Leitbild, die Ziele und Maßnahmen der Agenda eingeflossen.

Ausgewählte Aspekte aus den Einzelinterviews und den Workshops sind in den unten stehenden Wortwolken dokumentiert:



2 Leitbild

Das Leitbild stellt die übergreifende, generelle und strategische Orientierung für die wirtschaftsfördernde Arbeit der Stadt Warendorf dar:

Wir streben danach, Warendorf als dynamischen und innovativen Wirtschaftsstandort zu positionieren, der sowohl lokale Unternehmen unterstützt als auch neue Investoren sowie Existenzgründerinnen und Existenzgründer anzieht. Unser Ziel ist es, eine nachhaltige und zukunftsfähige Wirtschaft zu fördern. Ein Schwerpunkt unserer Arbeit liegt im Erhalt und der Stärkung unserer Innenstadt, um auch in Zukunft die Funktion als Mittelzentrum im Kreis Warendorf mit hoher Qualität erfüllen zu können. Die touristische Vermarktung der historischen Altstadt sowie der reiterlichen Institutionen als wesentliche Besuchsanlässe auswärtiger Gäste ist elementarer Bestandteil der Wirtschaftsförderung.

Die Wirtschaftsförderung Warendorf setzt sich dafür ein, ein attraktives Umfeld für Unternehmen zu schaffen, in dem sie wachsen und prosperieren können. Wir bieten umfassende Unterstützung durch Beratung, Netzwerkmöglichkeiten und die Förderung von Kooperationen zwischen Wirtschaft und Verwaltung. Dabei legen wir besonderen Wert auf die Stärkung der regionalen Identität und die Schaffung von Arbeitsplätzen.

Werte:

1. **Transparenz:** Wir kommunizieren offen, ehrlich und transparent mit unseren Partnern und der Öffentlichkeit.
2. **Nachhaltigkeit:** Wir fördern wirtschaftliche Aktivitäten, die ökologisch und sozial verantwortungsvoll sind. Wir vertrauen auf unsere gewachsenen Strukturen, unseren Branchenmix und unterstützen ein langfristiges Miteinander.
3. **Innovation:** Wir unterstützen kreative Ideen und neue Technologien, um die Wettbewerbsfähigkeit unserer Unternehmen zu steigern.
4. **Zusammenarbeit:** Wir arbeiten eng mit lokalen Akteuren, Institutionen und den Warendorfer Unternehmen zusammen, um gemeinsame Ziele zu erreichen.
5. **Serviceorientierung:** Wir stellen die Bedürfnisse der Unternehmen in den Mittelpunkt unserer Arbeit, bieten maßgeschneiderte Lösungen und streben nach schlanken Prozessen.

Strategische Ziele:

- Wir bieten den ortsansässigen und ansiedlungswilligen Unternehmen Raum für Entwicklung.
- Wir stärken die Warendorfer Innenstadt als Ort für Wirtschaft, Begegnung und Identität mit starken inhabergeführten Geschäften.
- Wir bauen das Marketing für den Wirtschaftsstandort Warendorf aus.
- Wir stärken die Destination Warendorf als touristisches Ziel.
- Wir agieren serviceorientiert, nachhaltig und kooperativ.
- Wir stärken die Warendorfer Innenstadt als Ort für Wirtschaft, Begegnung, Identität und starken inhabergeführten Geschäften.

Agenda Wirtschaftsförderung

- Handlungsfelder, operative Ziele & Maßnahmen

1. Handlungsfeld: Raum für Entwicklung							
Operatives Ziel: Neue Flächen werden bedarfsorientiert entwickelt und vermarktet							
Lfd. Nr.	Maßnahmen	Teilmaßnahmen	Zuständigkeit	verwaltungsintern zuständiges Amt/Team	Umsetzung ■=kurz* ■■=mittel* ■■■=lang* ~=fortlaufend	Kosten-aufwand ■=gering ■■=mittel ■■■=hoch	Kennzahlen
1.1.	<u>Die Entwicklungsschwerpunkte werden definiert</u>	1.1.1 Erarbeitung einer Gewerbeflächentwicklungsstrategie inkl. politischem Beschluss	Verwaltung	Wirtschaftsförderung und Stadtplanung	■□□	■□□	Bericht zum Umsetzungsstand der Strategie, entwickelte Gewerbeflächen
1.2.	<u>Potentielle Gewerbeflächen und Ausgleichs- bzw. Tauschflächen werden erworben & entwickelt</u>	1.2.1 Regelmäßige Gespräche mit Eigentümern	Verwaltung	Stadtplanung und Liegenschaften	~	■□□	Darstellung der Gespräche im jährlichen Bericht
		1.2.2 Durchführung von Umlegungsverfahren	Verwaltung	Stadtplanung und Liegenschaften	~	■■■	Anzahl der Verfahren
		1.2.3 Erwerb und Entwicklung potentieller Flächen; auch von Ausgleichs- und Tauschflächen	Verwaltung	Stadtplanung und Liegenschaften	~	■■■	Anzahl der erworbenen Flächen / Darstellung der qm
1.3.	<u>Die Gewerbeflächen werden vermarktet</u>	1.3.1 Entwicklung von Richtlinien für die Vermarktung	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	~	■□□	Entwickelte Richtlinien Abgeschlossene Kaufverträge
		1.3.2 Regelmäßige Markterkundungen / Gespräche mit Interessenten	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	~	■□□	Anzahl der Gespräche
1.4.	<u>Innovative Räume werden entwickelt</u>	1.4.1 Angebot eines Bürokomplexes mit innovativem Raumkonzept und Mittagsangebot für Startups, Co-Working, u.a.	Verwaltung, externe Investoren	Wirtschaftsförderung	■■■	■■■	Bürogebäude, Vermietungen
		1.4.2 Ein Gewerbehof / Handwerkerhof wird angeboten, um Synergieeffekte (z.B. gemeinsame Bürotätigkeiten) zu nutzen	Verwaltung, externe Investoren	Wirtschaftsförderung, Stadtplanung	■■■	■■■	Umsetzungsstand der Maßnahme, Vermietungen
1.5.	<u>Der Standort wird für Mitarbeitende attraktiviert</u>	1.5.1. Angebot von alternativen Wohnformen für Azubis, Studierende bzw. günstigem Wohnen	Verwaltung, Externe Investoren	Wirtschaftsförderung, Sozialamt	~	■■■	Ergebnis Wirtschaftsumfrage Anzahl Wohnformen

2. Handlungsfeld: Stärkung des Wirtschaftsstandortes "Innenstadt Warendorf"

Operatives Ziel: Die Innenstadt wird durch Attraktivierung, Aufenthaltsqualität, Modernisierung und Erlebnisangebote zukunftsfest gemacht

Lfd. Nr.	Maßnahmen	Teilmaßnahmen	Koordination / Verantwortung	verwaltungsintern zuständiges Amt/Team	Umsetzung	Kostenaufwand (gering, mittel, hoch)	Kennzahlen
2.1.	Erhöhung der Besucherfrequenz	2.1.1. Entwicklung von Event- und Erlebnisprogrammen für unterschiedliche Zielgruppen (Abendmärkte, kulturelle Veranstaltungen, aktive Samstage, u.a.)	Verwaltung, Händler	Team Kulturbüro, Wirtschaftsförderung, Quartiersbüro	■ ■ □	■ ■ □	Passantenfrequenz, Anzahl der Veranstaltungen, Rückmeldung der Händler
		2.1.2 Ausbau des Baustellenmarketings (z.B. Baustellenkommunikation und Bonusprogramm)	Verwaltung	Quartiersbüro, Wirtschaftsförderung, Team Stadtplanung	■ □ □	■ ■ □	Darstellung des Marketings, Passantenfrequenz
		2.1.3 Entwicklung einer Imagekampagne - Neustart nach der Baustellenzeit	Verwaltung, Innenstadtkarte	Wirtschaftsförderung	■ ■ □	■ ■ □	Darstellung der durchgeführten Kampagne, Entwicklung Passantenfrequenz
		2.1.4 Einführung des Stadtgutscheins	WiWa, Wirtschaftsförderung	WiWa, Wirtschaftsförderung	■ □ □	■ ■ □	Anzahl / Summe der verkauften Gutscheine/ Anzahl der Akzeptanzstellen
		2.1.5. Verbesserung der Aufenthaltsqualität (kurz- und langfristig - ISEK; Sitzmöglichkeiten, Spielmöglichkeiten, Schattenplätze, Trinkwasser, u.a.)	Verwaltung	Team Stadtplanung, Team Tiefbau	~	■ ■ ■	Darstellung der Maßnahmen, Ergebnisse Befragung "Vitale Innenstädte"
		2.1.6 Verbesserung der Willkommenskultur (Parkleitsystem, Parkplätze, Informationen, Blumenschmuck, usw.)	Verwaltung	Wirtschaftsförderung, Team Straßenverkehr, Team Tiefbau	■ ■ □	■ ■ □	Darstellung der durchgeführten Maßnahmen, Ergebnisse "Vitale Innenstädte"
		2.1.7 Weiterführung des Einkaufsführers, Verbesserung der digitalen Sichtbarkeit und Angebote, Darstellung von Öffnungszeiten, Stadtapp	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■ ■ □	■ ■ □	Auflagenzahl Einkaufsführer, Userzahlen digitale (Info-) Angebote, Öffnungszeiten
		2.1.7 Vermittlung geeigneter Ladenlokale / Akquise neuer Sortimente und Dienstleistungen	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	~	■ ■ □	Anzahl vermittelter Ladenlokale

2.2.	<u>Strukturelle Maßnahmen</u>	2.2.1 Weiterentwicklung des Quartiersbüros (Klare Zuständigkeiten, Aufgaben, Austauschtreffen, Newsletter) und Neuausrichtung eines Innenstadtmanagements ab 2027	Verwaltung	Wirtschaftsförderung, Stadtplanung	■□□	■■□	Darstellung der Weiterentwicklung, Rückmeldung der Innenstadtakteure
		2.2.2 Priorisierte Bearbeitung von (Bau-) Anträgen, die der Belebung der Innenstadt dienen	Verwaltung	Bauordnung	■□□	■□□	Darstellung der Bearbeitungszeit
		2.2.3 Entschlackung Sondernutzungssatzung	Verwaltung	Ordnungsamt	■□□	■□□	Nutzungszahlen durch die Händler / Rückmeldungen
		2.2.4 Zielgruppenspezifisches Marketing	Verwaltung	Wirtschaftsförderung und Kulturamt	■□□	■■□	Entwicklung der Passantenfrequenz, Darstellung der Maßnahmen, Userzahlen
		2.2.5 Regelmäßige Betrachtung des Einzelhandelskonzeptes	Verwaltung	Wirtschaftsförderung, Team Stadtplanung	~	■□□	Darstellung der Maßnahmen

3. Handlungsfeld: Standortmarketing							
Operatives Ziel: Das Standortmarketing wird ausgebaut.							
Lfd. Nr.	Maßnahmen	Teilmaßnahmen	Koordination / Verantwortung	verwaltungsintern zuständiges Amt/Team	mögliche Umsetzung aus Sicht der Verwaltung	Kostenaufwand (gering, mittel, hoch)	Kennzahlen
3.1.	<u>Die städtische Informationsarbeit wird ausgebaut</u>	3.1.1. Erstellung eines Newsletters für unternehmensnahe Informationen	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■□□	■□□	Anzahl Newsletter / Jahr
		3.1.2. Schaffung von weiteren (insbesondere digitalen) Informationskanälen nach Zielgruppen	Verwaltung	Büro des Bürgermeisters - Pressestelle	■□□	■□□	Anzahl Nutzer / Anzahl Kanäle
		3.1.3 Einführung eines Standortdatencontrollings	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■□□	■□□	Erstellte Berichte
3.2.	<u>Die regionale und überregionale Netzwerkarbeit wird ausgebaut</u>	3.2.1 Kooperation mit lokalen Wirtschaftsakteuren	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■□□	■□□	Anzahl Unternehmensbesuche / Austauschgespräche mit Gewerbevereinen
		3.2.2 Kooperation mit Münsterland e.V. (Onboarding Münsterland, u.a.) und dem Kreis Warendorf / der gfw	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■□□	■□□	Erfolgte Kooperationen
		3.2.3 Überregionale Vernetzung (IHK, u.a.)	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■□□	■□□	Erfolgte Kooperationen

4. Handlungsfeld: Tourismus							
Operatives Ziel: Der Tourismus wird ausgebaut und gestärkt							
Lfd. Nr.	Maßnahmen	Teilmaßnahmen	Koordination / Verantwortung	verwaltungsintern zuständiges Amt/Team	mögliche Umsetzung aus Sicht der Verwaltung	Kostenaufwand (gering, mittel, hoch)	Kennzahlen
4.1.	Warendorf wird als attraktive Destination etabliert	4.1.1 Fokussierung auf die Bereiche Radfahren, Wohnmobilisten, Bus, Pferde (Werbemaßnahmen, Angebote, Pauschalen)	Verwaltung	Team Tourismus	■□□	■■□	Darstellung der Werbemaßnahmen / Besucherzahlen
		4.1.2 Ausbau der Führungen (u.a. Werbung für Führungen, Ausbildung & Gewinnung von Gasteführern, Entwicklung von neuen Führungen)	Verwaltung	Team Tourismus	■□□	■□□	Darstellung der Führungen / Teilnehmende
		4.1.3 Strategieprozess Neuausrichtung Warendorf special: pferdestark (z.B. Unterstützung der Neuausrichtung, Darstellung des Alleinstellungsmerkmals)	Verwaltung	Team Sport	■□□	■□□	Darstellung der Neuausrichtung / Maßnahmen
		4.1.4 Werbung / Angebote bei den Gästen der Bildungsinstitutionen (LVHS, Deula, Schulze Niehues, u.a.) -	Verwaltung	Team Tourismus	■□□	■■□	Maßnahmen, Auflagenzahl Flyer
		4.1.5. Reichweite durch Kooperationen (Interkommunale Zusammenarbeit, Münsterland e.V., u.a.)	Verwaltung	Team Tourismus	■□□	■□□	Darstellung der Kooperationen
		4.1.6 Unterstützung bei der Entwicklung der Emsinsel (Gastronomie, Hotel, Freizeitangebote, Verzahnung Innenstadt, etc.)	Verwaltung	Wirtschaftsförderung und Tourismus	■■□	■■□	Darstellung der Maßnahmen

5. Handlungsfeld: Kooperation und Begleitung							
Operatives Ziel: Es gibt vielfältige Angebote und Dienstleistungen für die Unternehmen							
Lfd. Nr.	Maßnahmen	Teilmaßnahmen	Koordination / Verantwortung	verwaltungsintern zuständiges Amt/Team	mögliche Umsetzung aus Sicht der Verwaltung	Kostenaufwand (gering, mittel, hoch)	Kennzahlen
5.1.	Angebote zur Information und Beratung werden etabliert	5.1.1 Angebote zur Existenzgründung & Nachfolge (Kooperationen mit gfw, IHK, HWK, Durchführung von eigenen Informationsveranstaltungen, Darstellung auf der Homepage)	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■□□	■■□	Darstellung der Maßnahmen; Anzahl Teilnehmende
		5.1.2 Angebote zur Fachkräftegewinnung (Kooperationen mit gfw, Münsterland e.V., Arbeitsagentur; Durchführung von Informationsveranstaltungen, Darstellung auf der Homepage)	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■□□	■■□	Darstellung der Maßnahmen; Anzahl Teilnehmende
		5.1.3 Angebote zur Digitalisierung (Kooperationen mit gfw, örtlichen IT-Unternehmen; Durchführung von Informationsveranstaltungen, Darstellung auf der Homepage)	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■□□	■■□	Darstellung der Maßnahmen, Anzahl Teilnehmende
		5.1.4 Wirtschaftsförderung als Lotse	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■□□	■□□	Anzahl der Kontakte
		5.1.5 Allgemeine Informationen über städtische Projekte / städtisches Handeln (Newsletter, Rundmailings)	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■□□	■□□	Darstellung der Maßnahmen, Anzahl User und Newsletter
		5.1.6 Reichweite durch Kooperationen (Interkommunale Zusammenarbeit, Münsterland e.V., u.a.)	Verwaltung	Team Tourismus	■□□	■□□	Darstellung der Kooperationen
5.2.	Angebote zur Netzwerkbildung werden etabliert	5.2.1 Eine klassische Netzwerkbildung wird unterstützt (Unternehmerfrühstück, Unternehmensbesichtigungen, u.a.)	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■□□	■■□	Darstellung der Maßnahmen / Teilnehmerzahl
		5.2.2 Eine Online-Netzwerkbildung wird unterstützt, LinkedIn-Kanal u.a.	Verwaltung, Miller & Becker	Wirtschaftsförderung	■□□	■■□	Darstellung der Maßnahmen / Teilnehmerzahl
		5.2.3 Stärkung der Darstellung und Vermarktung von regionalen landwirtschaftlichen Produkten	Verwaltung	Wirtschaftsförderung, Team Tourismus, Klimaschutz	■□□	■■□	Darstellung der Maßnahmen, Anzahl der Betriebe
		5.2.4 Die Durchführung von Gewerbeshows / Gewerbewochen werden unterstützt	Verwaltung, Gewerbevereine	Wirtschaftsförderung	■□□	■■□	Darstellung der Maßnahmen / Teilnehmerzahl

5.3.	Angebote zur Verbesserung der städtischen unternehmensnahen Dienstleistungen werden etabliert	5.3.1 Digitale unternehmensnahe Dienstleistungen werden vermehrt bereitgestellt	Verwaltung	Stadtverwaltung	■ ■ □	■ ■ □	Anzahl der unternehmensnahen digitalen Dienstleistungen
		5.3.2 Anträge von Unternehmen werden priorisiert bearbeitet	Verwaltung	Stadtverwaltung	■ □ □	■ □ □	Bearbeitungszeiten
		5.3.3 Selbstverpflichtung der Verwaltung (Einführung eines Normenscreenings, Durchführung von jährlichen Kundenbefragungen in ausgewählten Verwaltungsbereichen, Überprüfung von Ermessensspielräumen, Durchführung von regelmäßigen Wirtschaftsumfragen)	Verwaltung	Wirtschaftsförderung	■ □ □	■ □ □	Darstellung der Maßnahmen / Darstellung der Befragungsergebnisse

Die Umsetzung der oben aufgezeigten (Teil-) Maßnahmen wird einmal jährlich im Haupt-, Finanz- und Wirtschaftsausschuss vorgestellt.