

Politikfeld „Wirtschaftsförderung“

Ziel	Maßnahme	Kosten	Messbarkeit der Ziele	Federführung	Beteiligung	Sachstand
Einpendler in Coesfeld als Einwohner gewinnen	Informationsmaterial (Neubürgerbroschüre, Infoblatt Bauland in Coesfeld) versenden bzw. an Firmen aushändigen	Druckkosten der Broschüren und Portokosten	Zuzüge von außerhalb	StMV	FB 60 Erdelk., Segbert / FB 10 Eising	<p>Bewerbung der Baugrundstücke – (abgeschl., vgl. Internetauftritt)</p> <p>Internetauftritt Grundstücksmanagement – (abgeschlossen, ständige Aktualisierung)</p> <p>Attraktive innenstadtnahe Wohngebiete (Freibad, Niemergs Weide) – (abgeschlossen)</p>
Wirtschaftsförderung im engeren Sinne	Aktive Wirtschaftsförderung durch die bedarfsorientierte Entwicklung von Gewerbeflächen und eines breit gefächerten Angebotes unterschiedlicher Flächen in unterschiedlichen Größen und Lagen Konsequente Weiterführung des städtebaulichen Entwicklungskonzeptes mit gewerblichen Standorten die von „störenden/fremden“ Nutzungen, wie z.B. Einzelhandel geschützt werden	Entwicklungskosten und Vorhaltekosten 1,25 Euro / a/qm		FB 60	STMV, AK Wirtsch.	<p>Entwicklung Gewerbeflächen in den Bereichen Otterkamp, Am Berkelbogen, Westfleisch</p> <p>BP Berkelbogen, abgeschl.</p> <p>BP Heerdmer Esch, Aufstellungsbeschluss</p> <p>Bebauungspläne Bahnhof und Post (Aufstellungsbeschlüsse)</p>
Verbesserung des Informationsflusses, frühzeitige Beteiligung, Anforderungen der Wirtschaft frühzeitig	Zusammenarbeit mit der Wirtschaft verbessern	derzeit nicht zu ermitteln	Verbesserung im Ranking bei Umfragen der IHK	StMV	Öhmann Backes FB 60	Im AK Wirtschaft und im AK Handel werden diese Themen regelmäßig besprochen, bei konkreten Anliegen bilateral

Ziel	Maßnahme	Kosten	Messbarkeit der Ziele	Federführung	Beteiligung	Sachstand
erkennen						
Standortmarketing verbessern - Projekt Internet	Verbindungen zwischen der Wirtschaft und der Stadt stärker ausbauen. Made in Coesfeld!	derzeit nicht zu ermitteln	Steigerung der Internetzugriffe	StMV	FB 10 Eising	<p>Die Anzeigen- und Radiowerbung des Stadtmarketing Vereins wurde gezielt auf das Umland ausgerichtet. Vor Ort wird das Werbebudget klein gehalten. Gerade durch die Radiowerbung wird durch die Reichweite von Radio Kiepenkerl (bis Dortmund) überörtlich auf Coesfeld aufmerksam gemacht.</p> <p>Der Internetauftritt wurde teilweise überarbeitet und angepasst und mit der Wirtschaft bzw. im AK Wirtschaft besprochen.</p>
Kaufkraftbindung, Erlebniseinkauf stärken.	Attraktivitätssteigerung der Innenstadt	derzeit nicht zu ermitteln	Zentralitätskennziffer Einzelhandelsumsatz	StMV	FB 60 Manteuffel AG öff. Raum/Marketing	<p>Wettbewerb „Rastplatz Innenstadt“ – (abgeschlossen)</p> <p>Aufgrund der Erfahrungen durch die Aufstellung einer Musterbank wurde das Projekt überarbeitet und dem Handel vorgestellt. An der Finanzierung des Projektes wird momentan gearbeitet.</p>
Standortmarketing intensivieren	Zielsetzung ist die stärkere Bindung der Coesfelder an den Standort Coesfeld und die Anwerbung der Pendler für den Wohnsitz Coesfeld. Dafür ist die Darstellung der Stadt nach außen von entscheidender Bedeutung. Vorschlag könnte	derzeit nicht zu ermitteln	Zugriffszahlen auf entsprechende Angebote Bewertung des Internetauftritts der Stadt	StMV	FB 60	<p>Hierzu wird momentan ein Strategiekonzept erarbeitet.</p> <p>Zwei Punkte daraus sind:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lebensqualität „made in Coesfeld“. Hierbei soll insbesondere die

Ziel	Maßnahme	Kosten	Messbarkeit der Ziele	Federführung	Beteiligung	Sachstand
	<p>die Herausbildung der wesentlichen Kernkompetenzen der Stadt sein:</p> <p>z.B. Kompetenz in Sachen Wirtschaft Den Technologiestandort Coesfeld stärker in das Bewusstsein rücken. Hierfür kann mit wichtigen Coesfelder Unternehmen geworben werden, die für führendes Know-How bekannt sind (Parador, Scholz, Ostendorf, Ernsting). Die Werbung erfolgt über gezielte Internetpräsenz auf der Seite der Stadt und des Stadtmarketingvereins z.B.Bildung Darstellung der guten Schullandschaft; Zusammenstellung der Weiterbildungsmöglichkeiten (VHS, Fern-Uni etc.). z.B.Freizeit</p>			<p>StMV</p> <p>FB 40/ Schulen / VHS/ FernUni</p>	<p>FB 10</p> <p>FB 10</p>	<p>Stärke der Angebotsvielfalt für Familien in Coesfeld profiliert werden.</p> <p>2. Wirtschaftskraft „made in Coesfeld“. Hier sollen die Kernkompetenzen des Standortes dargestellt werden.</p> <p>Die Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Coesfeld (WFG) soll intensiviert werden. Ein erstes Gespräch hierzu hat stattgefunden.</p>
Wohnqualität stärken	durch ein geeigneten Mix unterschiedlicher Wohnformen vorhandene Bewohner Coesfelds halten und gezielt Angebote für Berufspendler schaffen. Durch Bauleitplanung und Stadtentwicklung Entwicklung Coesfelds gezielt steuern.	Keine, Grunderwerb		FB 60	StMW	<p>Das Angebot an Wohnbaugrundstücken kann im Internet abgerufen werden. (vgl. FB 60)</p> <p>Durch den Neubau des Kinos und den Umbau des Kombibades wird die Wohnqualität Coesfelds zusätzlich gestärkt. Mit dem Theaterneubau wird dies im Jahr 2007 nochmals</p>

Ziel	Maßnahme	Kosten	Messbarkeit der Ziele	Federführung	Beteiligung	Sachstand
						<p>qualitativ aufgewertet. Diese Stärken sollen nochmals herausgestellt werden und in einem Flyer 2006 plakativ dargestellt werden. (begonnen)</p> <p>Baulandentwicklung läuft</p>