



**MASTERPLAN  
WIRTSCHAFT  
OBERHAUSEN**





## Impressum

Herausgeber:  
Stadt Oberhausen  
Der Oberbürgermeister  
Dezernat 0 / Strategische Planung und Stadtentwicklung  
Schwartzstr. 72  
46045 Oberhausen

Stand: Juni 2020

# INHALT

Vorwort .....	4
Einleitung .....	6
Wirtschaftsstandort Oberhausen .....	10
Leitziel und Fokusprojekte .....	12
Maßnahmen und Projekte .....	13
1) Oberhausen ist ... wirtschaftsfreundlich .....	13
2) Oberhausen ist ... qualifiziert .....	16
3) Oberhausen ist ... innovativ .....	19
4) Oberhausen ist ... smart .....	21
5) Oberhausen ist ... lebenswert .....	23
6) Oberhausen ist ... resilient .....	25
7) Oberhausen ist ... selbstbewusst .....	28
Die 12 Fokusprojekte .....	30
Teilnehmerkreis .....	44



# VORWORT

Als wir uns aufmachten, einen Masterplan Wirtschaft für Oberhausen zu entwickeln, hatten die Beteiligten einige Herausforderungen im Blick. Ziel war es von Anfang an, Ideen und Konzepte – einen Rahmen – für einen robusten und zukunftsfähigen Wirtschaftsstandort herauszuarbeiten und gemeinsam zu vereinbaren.

Die Corona-Krise hat uns einerseits auf schmerzhafteste Art und Weise gezeigt, warum dieses Ziel und ein Masterplan Wirtschaft von hoher Bedeutung sind. Viele Unternehmen in unterschiedlichen Branchen kämpfen um ihre Existenz und gegen die Insolvenz. Gerade Solo-Selbständige sind geschäftlich und persönlich hart getroffen worden. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Unternehmen mussten ihren Arbeitsalltag umstellen, in Kurzarbeit gehen oder verloren im schlimmsten Fall ihren Job. Die persönlichen, privaten und sozialen Folgen sind vielerorts in unserem Umfeld spürbar geworden.

Andererseits waren einige „Leistungen“ gefragter denn je. Nicht nur der medizinisch-pflegerische Bereich, sondern auch die Menschen im Einzelhandel, in der Logistik, bei Versorgern usw. bekamen nicht nur viel zu tun, sondern eine bemerkenswerte Anerkennung, die sicherlich auch in „normalen“ Zeiten öfter angebracht wäre. Das Wort der „Systemrelevanz“ hielt Einzug in unseren Sprachgebrauch.

Sicherlich werden wir, wenn diese Krise durchgestanden ist, viele Lehren ziehen können und müssen. Aber bereits jetzt wird deutlich, dass die hier im Masterplan-Prozess entwickelten Ziele und Maßnahmen einen wichtigen Beitrag leisten werden, um auch zukünftige Krisen meistern zu können. So hat sich doch gezeigt, dass gerade Deutschland mit einer starken Wirtschaft und soliden Finanzen in der Lage war, Rettungspakete zu schnüren, Arbeitsplätze weitestgehend mit Kurzarbeitergeld abzusichern und die Konjunktur anzuschieben. Für Oberhausen heißt

dies, dass wir aufgrund der guten wirtschaftlichen Entwicklungen der vergangenen Jahre, der Konsolidierung unseres Haushalts und städtischen Rekinditionen in unsere Infrastruktur besser in die Krise gegangen sind, als dies noch vor wenigen Jahren der Fall gewesen wäre. Und das bedeutet, dass wir auch hoffentlich schneller und stärker aus dieser Krise herauskommen.

Deswegen bedanken wir uns ausdrücklich bei allen Unternehmerinnen und Unternehmern und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die sich an den Diskussionen und der Arbeit für den Masterplan Wirtschaft beteiligt haben. Das teilweise sehr hohe zeitliche Engagement ist keine Selbstverständlichkeit – die zahlreichen Anregungen und Hinweise unbezahlbar. Sie haben maßgeblich zum Gelingen des Prozesses beigetragen.

Aber: Mit der Vorlage des Masterplans soll die Arbeit nicht abgeschlossen sein. Vielmehr ist dieser Plan ein „lebendiges Dokument“, das immer weiter ergänzt und angepasst werden soll. Damit bewahren wir uns Flexibilität, aber auch eine Offenheit für neue Ideen und Innovationen. Bereits jetzt zeigt sich, dass nicht nur einige Projekte schon angeschoben worden sind, sondern gerade das entstandene Netzwerk Grundlage für die Fortentwicklung des Wirtschaftsstandortes sein kann und sein wird. Es gilt, was wir von Anfang an erreichen wollten: Lassen Sie uns gemeinsam an der Umsetzung des Masterplans arbeiten!

**Daniel Schranz**  
Oberbürgermeister der  
Stadt Oberhausen

**Ralf Güldenopf**  
Dezernent für Strategische  
Planung und Stadtentwicklung

**Frank Lichtenheld**  
Geschäftsführer der  
Oberhausener Wirtschafts- und  
Tourismusförderung GmbH

**Prof. Dr.-Ing. Görgе Deерberg**  
stv. Institutsleiter beim Fraunhofer-  
Institut für Umwelt-, Sicherheits- und  
Energietechnik UMSICHT

**Wolfgang Schmitz**  
Hauptgeschäftsführer der  
Unternehmerverbandsgruppe

**Jutta Krufft-Lohrengel**  
Präsidentin der Industrie- und  
Handelskammer zu Essen

**Thomas Gäng**  
Vorstandsmitglied der  
Stadtsparkasse Oberhausen

**Jürgen Koch**  
Leiter der Agentur für  
Arbeit Oberhausen

**Jörg Bischoff**  
Kreishandwerksmeister der  
Kreishandwerkerschaft  
Mülheim a.d.R. – Oberhausen

**Thomas Schicktanз**  
Vorsitzender des  
DGB Oberhausen

**Dirk Grünewald**  
Unternehmer und  
IHK Ehrenpräsident

**Wolfgang Große Brömer**  
Aufsichtsratsvorsitzender der  
Oberhausener Wirtschafts- und  
Tourismusförderung GmbH



# EINLEITUNG

Umbruch und Wandel gehören genauso zur DNA Oberhausens wie das Meistern von Herausforderungen und das Bestehen in Krisen. Als Wiege des Ruhrgebiets ist Oberhausen mit dem industriellen Aufschwung, aber auch Strukturwandel einer ganzen Region eng verbunden. Sicherlich auch getragen vom starken Wirtschaftswachstum in ganz Deutschland war auch Oberhausen in den Jahren nach der Finanzkrise 2008/09 von einer besonderen Dynamik geprägt – mit einer positiven wirtschaftlichen Entwicklung der gut positionierten Unternehmen, den neuen Ansiedlungen und Investitionen in dreistelliger Millionenhöhe und bis zu 80 Millionen Euro Fördergeldern für die drei Innenstädte.

Die insgesamt verbesserte konjunkturelle Lage hat dazu geführt, dass die Arbeitslosenquote im Herbst 2018 erstmals seit Jahrzehnten wieder unter 10 Prozent gesunken ist und dort auch weitestgehend im Jahr 2019 verblieb. Gleichzeitig ist die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten deutlich gestiegen und auf dem höchsten Wert seit Anfang der 1990er Jahre. Mit der Beschäftigung entwickeln sich auch die Chancen und Möglichkeiten für jeden einzelnen, was man nicht zuletzt an der gewachsenen Kaufkraft ablesen kann.

Dennoch: Mit Blick auf die absoluten Zahlen und die dahinterstehenden Implikationen werden die weiterhin großen Herausforderungen und Folgen des Strukturwandels deutlich. Dazu gehören die absolut nach wie vor zu hohe (Langzeit-)Arbeitslosigkeit, die insgesamt zu geringe Kauf- und Steuerkraft sowie der vergleichsweise enge finanzielle Spielraum. Dies wird natürlich in Krisenzeiten wieder verstärkt. Zudem gab es auch schon vor der Corona-Krise Herausforderungen im produzierenden Gewerbe, die nicht nur Oberhausen, sondern den gesamten Industriestandort Ruhrgebiet betreffen.

Die Konsolidierung und das Ausgleichen des städtischen Haushalts ohne Schulden in den Jahren 2017 bis 2019 haben zwar nach Jahrzehnten dazu geführt, dass das Anziehen der Steuerschraube gestoppt und gleichzeitig deutlich mehr Geld in die städtische Infrastruktur – Straßen, Schulen usw. – investiert werden konnte. Das sind nach Jahren steigender Sozialausgaben, neuer Schulden und steigender Steuern gute Nachrichten für den Wirtschaftsstandort. Allerdings kannten die Gewerbe- und Grundsteuerhebesätze lange nur eine Richtung – nach oben. Weiter abnehmende Attraktivität in einem sich verschärfenden Steuerwettbewerb zwischen Kommunen war die Folge. Relative Abnahme der Wirtschaftskraft und steigende Sozialkosten sind das Resultat.

Wie andere vom Strukturwandel getroffene Kommunen ist Oberhausen noch zu anfällig für Krisen und Rückschläge. Das zeigt auch die Corona-Krise schmerzhaft. Auch wenn Oberhausen auf dem richtigen Weg ist, gelang es noch nicht nachhaltig, die Spirale aus zu geringer Wirtschaftskraft, zu hohen Sozialkosten und zu hohen Schulden endgültig zu durchbrechen. Der Masterplan Wirtschaft leistet dafür einen zentralen Beitrag, hier Abhilfe zu schaffen.

## Ziele des Masterplan-Prozesses

Es ist Ziel, mithilfe des Masterplans Wirtschaft auf Basis der positiven Entwicklungen einen wichtigen Beitrag zur Bewältigung der Herausforderungen zu leisten. Es bietet sich jetzt die Chance, Oberhausen noch besser auf die Zukunft einzustellen und auf Basis der Dynamik langfristige Lösungen zu entwickeln – für eine starke Wirtschaft und mehr Arbeitsplätze, für bessere Teilhabe und für eine sichere, lebendige, lebenswerte Stadt.

Konkret sind mit dem Masterplan-Prozess die folgenden Ziele verfolgt worden:

- Wirtschaft und Arbeit als zentrale Themen mit Blick auf Oberhausen ins Bewusstsein der Verwaltung und Stadtgesellschaft bringen. Verstärkung einer Aufbruchsstimmung als Signal und als Neustart für Initiativen, um die großen Herausforderungen anzugehen.
- Setzen von Prämissen und strategischen Optionen bzw. Zielen entlang derer konkrete Aufgaben-

pakete und Meilensteine sowie Verantwortlichkeiten verankert sind.

- Positionierung Oberhausens als (internationalen) Wirtschaftsstandort und als Teil unserer Region.
- Beteiligung auf Basis eines offenen Bottom-up-Prozesses, in dem Anregungen, Ideen und Fragestellungen von einer breiten Basis eingebracht werden. Es ist ausdrücklich das Ziel, Unternehmerinnen und Unternehmer mit ihren Vorstellungen und Lösungen im Prozess zu verankern.
- Aktivierung wichtiger Stakeholder und Verfestigung von Netzwerken, um Aufgaben auf möglichst viele Schultern zu verteilen und mehr Raum bzw. mehr Motivation für Eigeninitiative zu schaffen.

## Mit der Wirtschaft

Zentral fürs Gelingen war von Anfang an die Einbindung der Wirtschaft – von Unternehmerinnen und Unternehmern. Es galt, Verwaltung mit Wirtschaft und Gesellschaft in einen Dialog zu bringen. Dabei haben die Industrie- und Handelskammer, der Unternehmerverband und die Kreishandwerkerschaft als Türöffner und Plattform eine besondere Rolle gespielt. Ergänzt wurde das Netzwerk durch die Agentur für Arbeit sowie das Fraunhofer Institut UMSICHT.

Insgesamt haben rund 200 engagierte Expertinnen und Experten Verantwortung übernommen, sich ehrenamtlich eingebracht und zahlreiche Stunden und Ideen investiert. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass es gelungen ist, eine breite und bunt gemischte Unternehmerschaft für die Erstellung des Masterplans zu begeistern und mit Stadtgesellschaft, Wissenschaft und Verwaltung zu vernetzen. Sowohl in Größe als auch Geschäftsfeld gab es eine große und willkommene Heterogenität, die die Vielfalt der Oberhausener Wirtschaft abgebildet hat.





## Der gemeinsame Weg

Die wichtigsten Zukunftsthemen des Wirtschaftsstandorts Oberhausen wurden in fünf „Themen-Hubs“ bearbeitet. Die Organisation und Leitung oblag jeweils IHK, Unternehmerverband, Agentur für Arbeit, Fraunhofer UMSICHT und der Stadt Oberhausen. Gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung beteiligte die Stadt Oberhausen sich koordinierend an allen Themen-Hubs



Themen-Hub	Verantwortlich
Zukunftsprofil des Standorts	Unternehmerverband
Zukunftsfähige Standortbedingungen	IHK
Wissenschaft, Innovation und Gründung	Fraunhofer Institut UMSICHT
Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung	Agentur für Arbeit
Smart City Oberhausen – Wirtschaftsfaktor Digitalisierung	Stadt Oberhausen

Die inhaltliche Steuerung erfolgte durch einen Lenkungskreis aus Oberbürgermeister, Unternehmerverband, Industrie- und Handelskammer, Wirtschaftsförderung, Kreishandwerkerschaft, Agentur für Arbeit, Fraunhofer Umsicht, Stadtparkasse und DGB

## Mehr als ein Papier: „Living Document“ und konkrete Handlungspakete

Insgesamt sind über 120 Ideen und Projekte gesammelt, diskutiert, aber auch priorisiert worden. Wichtigkeit, Dringlichkeit, aber auch die Umsetzbarkeit waren dafür Kriterien. Von Anfang an war jedoch klar, dass keine Idee verloren gehen sollte. Deswegen werden Themen, die zunächst in der Priorität nicht ganz nach oben gesetzt wurden, in einem „Themen-Speicher“ gesammelt. Wie auch die Ziele und der Fortschritt der Projekte soll der Themen-Speicher regelmäßig betrachtet und weiterentwickelt werden. So entsteht ein „Living Document“ und kein abgeschlossenes Konzept.

Für die Umsetzung und Weiterentwicklung des Masterplans wird ein Controlling eingerichtet: Dem Lenkungskreis soll halbjährlich über den Fortschritt der Maßnahmen berichtet werden. Hier können auch Ziele angepasst und Projekte gegebenenfalls neu

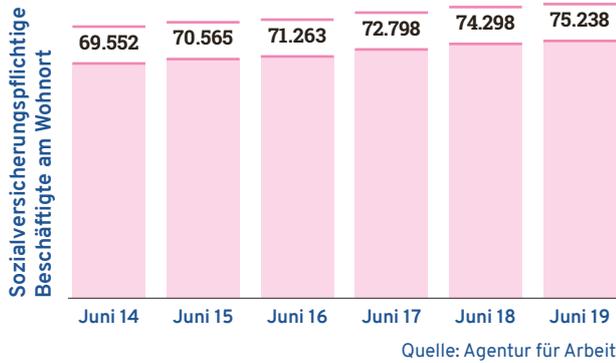
priorisiert werden. Zwischenstände bzw. Verlauf der Projekte werden zudem online für eine breite Öffentlichkeit transparent gemacht.

Der Masterplan ist eine Richtschnur für Wachstum und Beschäftigung, die neben strategischen Zielen auch konkrete Handlungspakete beschreibt. Die Handlungspakete dienen nicht nur als Denkanstoß, sondern sind Grundlage u.a. für Beschlüsse des Rates der Stadt Oberhausen. Gleichzeitig sind durch den Masterplan-Prozess die Netzwerke zwischen unterschiedlichen Akteuren gestärkt worden. Das ist die Basis dafür, die Verantwortung für die Umsetzung auf mehrere Schultern zu verteilen und das Gelingen weiter abzusichern, denn im Prozess ist deutlich geworden, dass die Ziele nicht allein durch einen Akteur erreicht werden können.

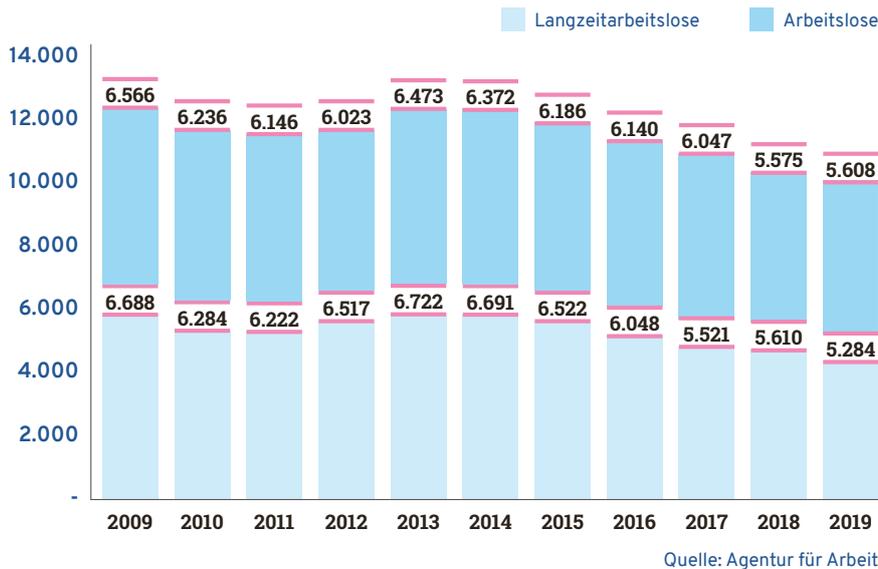


# WIRTSCHAFTSSTANDORT OBERHAUSEN

Entwicklung Beschäftigung

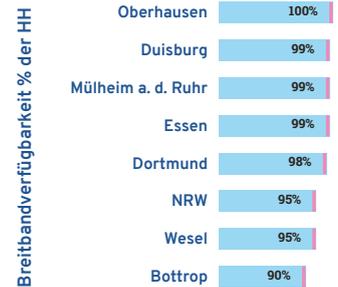


Entwicklung der Arbeitslosigkeit

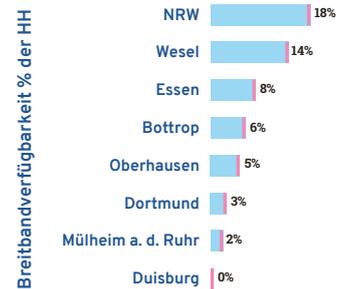


Breitbandversorgung

100%: mehr als 50 Mbit/s

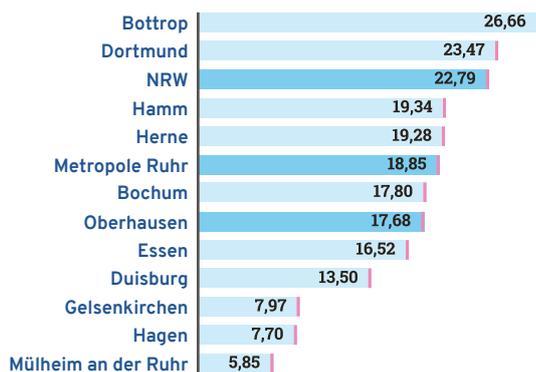


5%: mehr als 1000 Mbit/s



Quelle: gigabit-Atlas NRW (Stand: 8.12.2019, <https://www.gigabit.nrw.de/breitbandausbau-in-nrw/gigabitatlas-nrw.html>)

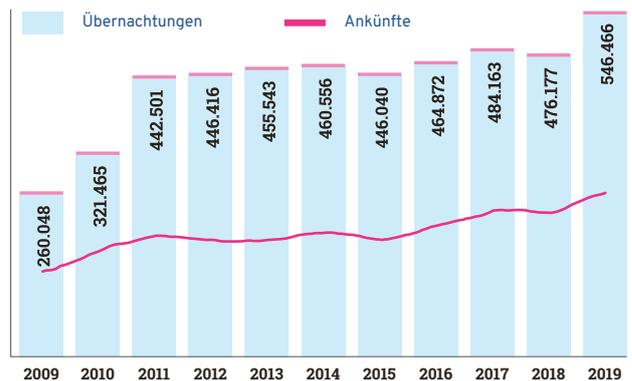
Wirtschaftswachstum (2007-2017)



Quelle: Regionalstatistik Ruhr (Stand: August 2019)

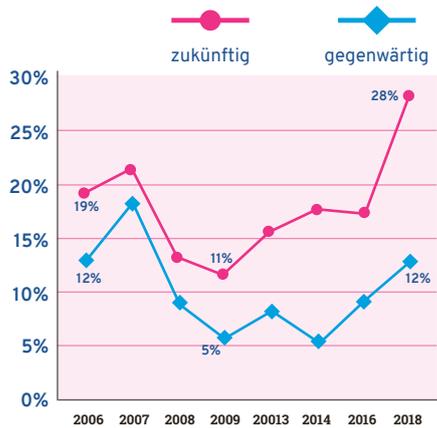
Destination Oberhausen:

Entwicklung der Übernachtungen und Gästeankünfte



Quelle: IT.NRW

Bewertung der wirtschaftlichen Lage Oberhausens



Darstellung der Kategorie „sehr gut/ gut“ bzw. „wesentlich besser/ etwas besser“ 2010 bis 2012 und 2015 fand keine Bürgerbefragung statt

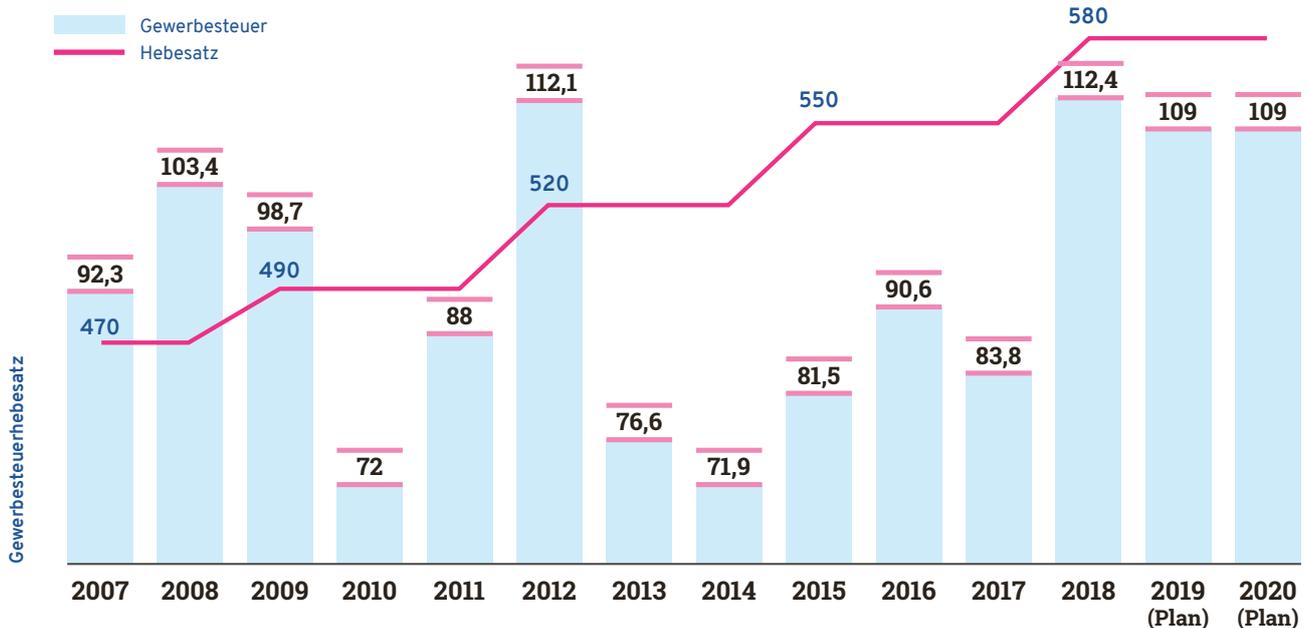
Bewertung der wirtschaftlichen Lage Oberhausens



Darstellung der Kategorie „sehr gut/ gut“ bzw. „wesentlich besser/ etwas besser“ 2010 bis 2012 und 2015 fand keine Bürgerbefragung statt

Quelle: Bürgermeinung (Stadt Oberhausen)

Entwicklung der Gewerbesteuereinnahmen und Gewerbesteuerhebesätze



Hinweis: Die Corona-Krise wird die Haushaltsplanungen für die Jahre 2020ff erheblich verändern. Es wird mit teilweise hohen Mehrausgaben und Mindereinnahmen gerechnet.

Quelle: Kämmerei Stadt Oberhausen



# LEITZIEL FOKUSPROJEKTE

## Leitziel



## Fokusprojekte

Aus den über 130 Ideen sind 12 Projektideen entstanden, die gemeinsam mit einer hohen Priorität versehen worden sind. Diese sollten aus Sicht der Beteiligten vordringlich bearbeitet werden. Das bedeutet jedoch nicht, dass damit die restlichen Ideen nicht beachtet oder gar verloren sind.

- One-Stop-Shop für Unternehmen
- Digitale Bauakte
- Kampagne „Duale Ausbildung“
- Digitale Schule
- Innovationsallianzen
- Smart City-Strategie
- Oberhausen „fast & connected“ (gigabit Infrastruktur)
- Entwicklung interessanter Wohnmodelle/-quartiere
- Vereinbarkeit Beruf und Familie
- iStEK 2030
- Leerstandsmanagement
- Marketing neu organisieren / Zukunftsprofil nach Zielgruppen ausrichten / 5 Jahres-Strategie entwickeln

# MASSNAHMEN UND PROJEKTE

## 1) Oberhausen ist ... wirtschaftsfreundlich

Auch oder vielleicht gerade Kommunen spielen in der Sozialen Marktwirtschaft eine wichtige Rolle. Wie kaum auf einer anderen politischen Ebene wird hier deutlich, wie Freiheit, Wettbewerb und sozialer und ökologischer Ausgleich in Einklang gebracht werden. Wenn es gelingt, diesen Einklang herzustellen, ist das die Basis für einen erfolgreichen Wirtschaftsstandort, die Finanzkraft einer Kommune und somit ihres Gestaltungsspielraums. Ferner ist dies die Basis für eine

gute Zukunft jedes Einzelnen, der hier seine Heimat hat und haben möchte.

Eine Verwaltung sollte nie der Flaschenhals für Entwicklungen sein, sondern wirtschaftliches Wachstum und Beschäftigung ermöglichen. Durch Planung und Anreize, aber auch durch das Setzen von Standards können lokal zentrale Entwicklungsziele, wie Nachhaltigkeit, Digitalisierung usw., befördert werden.

### Unser Ziel

Oberhausen hat eine wirtschaftsfreundliche Verwaltung, die nachhaltiges Wachstum und gute Beschäftigung ermöglicht und unterstützt. Dies geschieht durch den Aufbau von Wirtschaftskompetenz, besten

Service, Setzen von Standards und Anforderungen, finanzielle Anreize sowie eine engere Vernetzung von Verwaltung und Wirtschaft.

### Das machen wir

Die OWT GmbH hat eine entscheidende Schlüsselrolle als Bindeglied zwischen Wirtschaft und Stadtverwaltung. Dennoch gibt es sowohl in der Wahrnehmung von außen als auch den Stadtentwicklungsprozessen nach innen Potenziale, die durch engere Kooperation, aber vor allem Kompetenzausbau gehoben werden können. **Es gilt, die zentralen Themenfelder Innovation, Wirtschaft und gute Arbeit in der Stadtverwaltung stärker ins Bewusstsein zu rücken und zu verankern. Gleichzeitig müssen die Themenfelder als Teil der integrierten Stadtentwicklung verstanden und entsprechend berücksichtigt werden.**

Nicht zuletzt hat der Masterplan-Prozess gezeigt, dass die Vernetzung und Kommunikation unterschiedlicher Akteure zu zukunftsfähigen Ergebnissen führen kann – sowohl in der strategischen als auch der operativen Zusammenarbeit. **Es ist es wichtig, die gute Kommunikation und Vernetzung zwischen Verwaltung und Wirtschaft zu vertiefen und zu verstetigen.**

Die Verwaltung hat als Behörde und Auftraggeber nicht unerheblichen Einfluss auf die lokale Wirtschaft – von der Servicebereitschaft und -orientierung über die Gestaltung und Geschwindigkeit von (Genehmigungs-)Prozessen bis hin zur Auftragsvergabe. Daraus ergeben sich Möglichkeiten, wirtschaftliche Entwicklungen voranzutreiben und ein Stück weit mitzugestalten. **Die Stadt Oberhausen baut bürokratische Hürden ab und verbessert kontinuierlich ihren Service für Unternehmen – insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen.** Gerade mit Blick auf Bürokratie und unklare Zuständigkeitsstrukturen wünschen sich Unternehmen verlässliche Ansprechpartner, eindeutige Kommunikation „mit einer Stimme“ und klare Verantwortlichkeiten. Die noch vergleichsweise hohe Steuerlast muss mit dem besten Service einhergehen. **Eine engere Zusammenarbeit zwischen Wirtschaftsförderung und relevanten Teilen der Verwaltung ist von zentraler Bedeutung – für Klarheit bei Ansprechpartnern, Zuständig- und Verantwortlichkeiten.**



Gerade im Rahmen von Auftragsvergaben und der Definition von Standards liegt viel Potenzial, die lokale Wirtschaft weiterzuentwickeln. Besonders im Bereich der Digitalisierung und Nachhaltigkeit ergeben sich dafür zahlreiche Notwendigkeiten und Chancen, die zu einer Win-Win-Situation für Verwaltung und Wirt-

schaft führen können. **Deswegen fördert die Verwaltung den digitalen Wandel und die Nachhaltigkeit der Oberhausener Wirtschaft durch die strategische Nutzung von Vergabe- und Genehmigungsverfahren.** Gezielt kann die Stadt Oberhausen diese Möglichkeiten im Rahmen von Pilotprojekten nutzen.

### So machen wir das



- 1 One-Stop-Shop für Unternehmen
- 2 Serviceversprechen
- 3 Modellprojekt „Baulotsen“
- 4 Digitale Bauakte
- 5 Wirtschaftsbeirat
- 6 Mittelstandsempfang
- 7 Förderer-Newsletter

Abbildung: Voting-Ergebnis bei der Themenhub-übergreifenden Informationsveranstaltung zum Masterplanprozess am 12.12.2019.

- **„One-Stop-Shop für Unternehmen“:** Sowohl Bestandsunternehmen als auch neu anzusiedelnde Unternehmen bekommen einen Ansprechpartner mit Lotsenfunktion in die Verwaltung hinein – von der ersten Antragstellung bis zur Abwicklung des jeweiligen Vorgangs. Er dient gleichzeitig als „Clearingstelle“ für eine zügige Lösung von (Kommunikations-)Problemen. Hier gilt es, Zuständigkeiten zwischen Stadt und OWT transparent zu machen und in einen verlässlichen, effizienten Prozess zu gliedern. Beinhalten könnte dieses Verfahren die Einrichtung einer „Hotline“ (Telefon, E-Mail, usw.). Die Beratungsangebote von HWK und IHK sind zu berücksichtigen bzw. einzubinden.
- **Digitale Bauakte:** Die Stadtverwaltung hat bereits Anfang 2018 die Digitalisierung des Baugenehmigungsverfahrens positiv geprüft. Danach könnte

durch die Einführung eines digitalen Verfahrens dem Bauherrn, dem Entwurfsverfasser, der Bauordnungsbehörde sowie den am Genehmigungsverfahren beteiligten weiteren Dienststellen die Möglichkeit gegeben werden, den Bauantrag und die Bauvorlagen medienbruchfrei einzureichen, Stellungnahmen in digitaler Form abzugeben (Ämterumlauf), Auskünfte zum Bearbeitungsstand einzuholen, zu prüfen und zu genehmigen. Das Verfahren wäre die Grundlage für die digitale Bauakte.

- **Baulotsen:** In einem (zwei- bis dreijährigen) Modellprojekt wird der Einsatz von Baulotsen getestet. Für die Stadtentwicklung wichtige Projektpartner bekommen damit eine verlässliche Anlaufstelle in der Verwaltung. Die Baulotsen fungieren als Schnittstelle zu externen Fachberatern, Politik und Verwaltung. Nach innen steuern Baulotsen die (Abstimmungs-)

Prozesse. Einsatzfelder reichen von Wohnbauprojekten bis zur Erweiterung und Ansiedlung von Unternehmen.

- **Serviceversprechen:** Die Stadt Oberhausen formuliert ein Serviceversprechen für Unternehmen und nimmt dieses ins Leitbild der Stadt auf. Basis ist die Überprüfung und ggf. organisatorische Verschlan-  
kung und Beschleunigung von Genehmigungsver-  
fahren.
- **Wirtschaftsbeirat:** Für die Fortsetzung des Dialogs zwischen Unternehmen und Wirtschaftsverbänden wird ein Wirtschaftsbeirat eingerichtet, der sich regelmäßig mit der Verwaltungsspitze zur Um-  
setzung der Masterplan-Maßnahmen trifft sowie

aktuelle Entwicklungen austauscht. Bei spezifischen Problemstellungen ist darüber hinaus die jeweilige Einrichtung eines „runden Tisches“ denkbar.

- **Mittelstandsempfang:** Für die Sichtbarkeit von Unternehmen, aber auch die Anerkennung ihrer Rolle für die Stadt Oberhausen findet jährlich ein Mittelstandsempfang der Verwaltungsspitze statt.
- **Newsletter zu Förderprogrammen:** Das Förderma-  
nagement der Stadt Oberhausen informiert ge-  
meinsam mit der OWT GmbH in einem regelmäßigen,  
themenbezogenen Newsletter über Fördermöglich-  
keiten für Unternehmen in diesem Themenfeld.

**„Die Welt und somit auch die Stadt Oberhausen ist in den letzten Monaten überrollt worden vom Coronavirus (COVID-19) und den damit verbundenen massiven Auswirkungen. Die Bewältigung und die Handhabung von Milliarden von Datensätzen treibt in allen Lebensbereichen und Wirtschaftsbereichen die Digitalisierung zügig voran. Dies stellt für die Zeit nach der Corona-Krise eine hervorragende Chance dar, unsere Arbeitsumgebung und Lebensumgebung in den wesentlichen Bereichen durch Digitalisierung zu vereinfachen. Diese Chance sollte man auch bei der Stadt Oberhausen nutzen, um möglichst viele Bereiche der Verwaltung, des Marketings, des gesamten Schulwesens, des Wohnungswesens und nicht zuletzt des Gesundheitswesens umzustellen.**

**Die Maßnahme hätte ebenfalls sehr große Außenwirkungen auf die Darstellung der Stadt Oberhausen und beeinflusst somit den Bereich Marketing ganz wesentlich. Jedoch darf auch nicht vergessen werden, dass es in diesem Umfeld auch noch ganz analoge Tätigkeiten gibt und immer geben wird, sowohl im handwerklichen als auch im industriellen Bereich. Hier sollte es für expandierende Bestandsunternehmen sowie für Neuansiedlungen genügend Flächen zur Verfügung gestellt werden, um diese nach Oberhausen zu locken oder in Oberhausen zu behalten.**

**Dieser glückliche Umstand, dass die Digitalisierung nun von zwei Seiten befeuert wird und auch dafür die Mittel zur Verfügung gestellt werden, sollte man nicht verstreichen lassen und auch hier die Chance nutzen mit einem „Wumms“ an die Sache heranzugehen.“**

Wilhelm Franken  
Geschäftsführer Franken Apparatebau GmbH



## 2) Oberhausen ist ... qualifiziert

Die Fachkräftesicherung und der Kampf gegen (Langzeit)Arbeitslosigkeit sind nicht nur zwei große Herausforderungen, sondern zwei Seiten derselben Medaille. Die Entwicklung des Arbeitskräftepotenzials ist wichtige Grundlage für einen zukunftsfähigen Wirtschaftsstandort. Nicht zuletzt stehen Arbeitsplätze für individuelle Chancen auf ein gutes, selbstbestimmtes Leben.

### Unser Ziel

Gerade die nächste Generation junger Menschen hat in Oberhausen eine Perspektive durch die Chance auf

### Das machen wir

Wir stärken die Ausbildung durch **mehr Innovation, engere Vernetzung und verbessertes Image**. Wir machen **Ausbildung attraktiv** – von den Inhalten über das Lernumfeld bis hin zur Lebenswelt der Auszubildenden.

Durch Kooperationen mit Forschungseinrichtungen und Hochschulen sowie Unternehmen sollen nicht nur die Auszubildenden, sondern gerade **auch die kleineren und mittleren Ausbildungsbetriebe enger in Inno-**

Dafür müssen zum einen die Rahmenbedingungen für wirtschaftliches Wachstum geschaffen werden, damit es den Unternehmen möglich ist, gute und sichere Arbeitsplätze zu schaffen. Gleichzeitig muss zum anderen das Potenzial des Einzelnen zielgerichtet gefördert werden, sodass jedes Talent genutzt wird. Gerade die Stärkung von Ausbildung ist mit Blick auf die Potenziale Oberhausens wichtig.

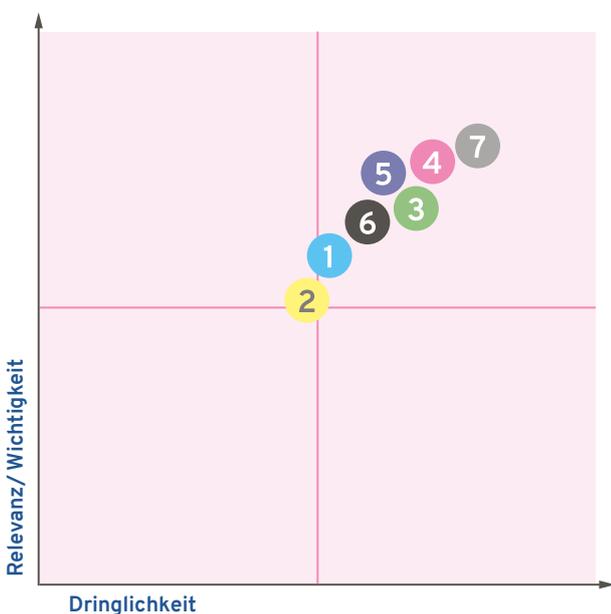
gute Arbeit und faire Löhne. Jeder kann seine Potenziale und Talente entfalten.

**ventionsnetzwerke** eingebunden werden. Dafür werden konzeptionell und institutionell die Weichen gestellt.

Um dem Stellenwert von Qualifizierung Ausdruck zu verleihen und zudem Synergieeffekte zu nutzen, werden Ideen konkretisiert und Konzepte vorangetrieben, die die **Bündelung an einem Ort** zum Ziel haben.

Auch der Bildungsbereich nutzt die Chancen der Digitalisierung.

### So machen wir das



- 1 Azubi-Leben 4.0
- 2 Clearing-Service für Unternehmen
- 3 Kompetenzzentrum Mittelstand
- 4 Kampagne „Duale Ausbildung“
- 5 Innovations-, Gründungs- und Bildungszentrum
- 6 „Keiner geht verloren“
- 7 Digitale Schule

Abbildung: Voting-Ergebnis bei der Themenhub-übergreifenden Informationsveranstaltung zum Masterplanprozess am 12.12.2019.

- **Schule ist digital:** Es bedarf eines Gesamtkonzeptes für unsere Schulen und dessen Umsetzung, bei dem der Einsatz von digitalen Medien, Online-Plattformen und „Co-Working-Spaces“ Normalität ist. Damit sind nicht nur ausreichend Hardware und WLAN an Schulen gemeint, sondern zum Beispiel die Live-Schaltung zu Unternehmen und deren aktuellen Arbeitsabläufen sowie individuelle Online-Beratung mit Personalverantwortlichen u.v.m.
- **Kampagne „(Duale) Ausbildung als attraktives Gut“:** Zwar wird aktuell viel um Auszubildende von den unterschiedlichsten Akteuren geworben, allerdings eher unkoordiniert und das eigene Veranstalterprofil in den Vordergrund rückend. Mit einer gemeinsamen Kampagne wird dem entgegengewirkt. Vor allem auch Berufe in Handwerk und Industrie, aber auch im Pflege- und Gesundheitssektor sind dabei in den Vordergrund zu rücken und deren große Potenziale erlebbar zu machen.
- **Innovations-, Gründungs- und Bildungszentrum [Emscher-Campus of Profession and Innovation]:** Unsere Vision ist ein „Emscher Campus of Profession and Innovation“, auf dem unterschiedliche Menschen exzellente berufliche Aus- und Weiterbildung genießen, berufliche Perspektiven bekommen und auf moderne Unternehmen treffen können. Unternehmen finden hier einen Ort für die Fachkräfteentwicklung entlang des eigenen Bedarfs sowie Raum und Netzwerke für Innovation. Der enge Austausch zwischen Praxis, Ausbildung und angewandter Wissenschaft sichert bedarfsorientierte, flexible Aus- und Weiterbildung. Der Campus wird als Ökosystem und Ort zu einem Nährboden für Gründung und Kooperation. Eine moderne Infrastruktur und ein innovativer Ort verändern die Wahrnehmung von beruflicher Ausbildung und räumen mit veralteten Bildern auf.
- **Kompetenzzentrum Mittelstand:** Eine gute Vernetzung und Kommunikation von Wirtschaft und Gesellschaft mit Forschung und Wissenschaft ist gerade unter dem Eindruck der Digitalisierung entscheidend. In einem „Kompetenzzentrum Mittelstand“ wird das forciert und gelebt. Dabei geben Wirtschaft und Gesellschaft Aufgabenstellungen, Querschnitts-

themen und Lösungsentwicklungen an Forschung und Wissenschaft. Es werden Werkzeuge und Konzepte aus Forschung und Entwicklung bereitgestellt, bereits Vorhandenes angepasst und Lösungsbeispiele kommuniziert. Getragen wird das Zentrum von der Expertise und der Multiplikatorenwirkung von Verbänden, Forschungseinrichtungen und Unternehmen sowie Berufsschulen und Bildungsträgern. Ein solches Kompetenzzentrum bietet folgende Leistungen: Information, Demonstration, Schulung und Qualifizierung sowie Vernetzung. Hierbei sollen vor allen Dingen Potenziale in der Praxis genutzt werden und Innovationen nachhaltig verankert werden, indem Synergien aller Beteiligten genutzt werden. Wesentlicher Bestandteil ist dabei die Qualifizierung von „Digital Scouts“ als Aufklärer und Wegbereiter von Digitalisierung im (eigenen) Unternehmen. Sie vermitteln dabei Theorie und Praxis.

- **Keiner geht verloren:** Demografische Entwicklung und Fachkräftebedarf fordern ein Umdenken und neues Handeln mit dem Potenzial an Nachwuchskräften. Leitsatz des Projektes ist „kein Jugendlicher geht beruflich verloren“ – auch nicht die Schulmüden oder Studienabbrecher. Die jungen Menschen werden konsequent in ihren Potenzialen gefördert, um Lebenskompetenz und Ausbildungs- oder Studienreife zu erlangen. Bereits vorhandene Elemente wie „Kein Abschluss ohne Anschluss“, „zdi“, Arbeitskreis Schule-Wirtschaft, Praktikumsbörse Oberhausen oder „Jugendbündnishaus“ werden genutzt und weiterentwickelt, neue Elemente, wie z.B. ein Schülerlabor, kommen hinzu. Maßgeblich ist dabei ein niederschwelliges Angebot für die jungen Menschen, eine Art frei zugängliche Bewerberlounge mit allen offenen Angeboten, individueller Beratung. „Schritt für Schritt“ und „Hand in Hand“ sind die handlungsleitenden Grundsätze, immer den „roten Faden“ für die jungen Menschen und damit auch die Wirtschaft im Blick.
- **Azubi-Leben 4.0:** Auszubildende bekommen in Oberhausen die Chance, an einem modernen Ort zusammenzuleben und sich gemeinsam weiterzuentwickeln. Die Verbindung von Wohnen, Leben und Ausbildung wird durch den innovativen Ansatz attraktiv für junge Menschen. Das konkrete Angebot



besteht aus einer digitalen Lernwerkstatt (FabLab), die kreatives Arbeiten am Puls der Wirtschaft möglich macht. Neben der Infrastruktur wird eine (sozial-)pädagogische Begleitung angeboten, die den Jugendlichen „Survival Skills“ wie Altersvorsorge, Ernährung, Wäsche pflegen, Steuererklärung u.v.m. vermittelt.

- **Clearing-Service „Arbeit und Ausbildung“:** Die Unternehmenswünsche sind vielfältig – von der Suche über Auszubildende, Praktikanten, Werkstudenten, ungelernte wie gelernte Arbeitskräfte, High-Potentials bis hin zur optimalen Förderung der eigenen Belange und Bedarfe ist es ein breites Spektrum,

das heute ggf. über viele unterschiedliche Stellen und Ansprechpartner abgedeckt werden muss. Der Angebotsdschungel ist vielfältig, aber nicht transparent. Ein Clearing-Service rund um Arbeit und Ausbildung soll die Bedarfe bündeln, „One Face to the Customer“ gewährleisten und Service aus einer Hand rund um die Themenkomplexe Personal, Bildung und Fördermöglichkeiten bieten.

**„Viele Themen von Aus- und Weiterbildung bis hin zu Wissenschaft, Innovation und Gründung wurden beim Treffen verschiedenster Firmen, dem Fraunhofer Institut UMSICHT und der Wirtschaftsförderung der Stadt Oberhausen im Rahmen des Masterplans Wirtschaft Oberhausen diskutiert. Jetzt in dieser schwierigen Zeit der Corona-Pandemie sind diese Themen mehr als aktuell. Die Digitalisierung erlebt in dieser Zeit einen Aufschwung - selbst Schulen werden mit schon längst benötigten Rechnern ausgestattet. Technische Innovationen stärken auch in diesen Zeiten Firmen, die Alleinstellungsmerkmale vorzuweisen haben. Fazit: Weiterbildung Innovation und Entwicklung stärken den deutschen Mittelstand.“**

Rolf Eichelberg,  
Geschäftsführer SIM GmbH

### 3) Oberhausen ist ... innovativ

Ein innovationsfreundliches Klima hilft bei der Bewältigung von (Struktur-)Wandel. Die Verknüpfung und Kooperation von Wissenschaft und Unternehmen – das Herausbilden eines Ökosystems – ist dafür eine wichtige Voraussetzung. Daraus entstehen nicht

nur neue Geschäftsideen für Bestandsunternehmen, sondern auch Gründungen. Klar: Ein solches Ökosystem kann man nicht einfach bauen. Es gibt jedoch Parameter, die ein Entstehen begünstigen und lokal beeinflusst werden können.

#### Unser Ziel

Oberhausen hat ein Ökosystem für Innovation und Gründung. Die Unternehmen in Oberhausen profitieren von einer engen Vernetzung mit der regionalen Wissenschafts- und Hochschullandschaft – sowohl

in der Produkt- als auch Personalentwicklung. Als Reallabor ist Oberhausen Teil der regionalen Wissenschaftslandschaft und attraktiv für Menschen mit Ideen und Standort für Gründungen.

#### Das machen wir

Oberhausen hat eine Vielzahl innovativer Unternehmen und Institutionen. Für die bessere Wahrnehmung, aber auch die Chance auf Vernetzung werden „**Hidden Innovations**“ **transparent** gemacht. Damit werden nicht nur Produkte, sondern auch die Träger und Anwender von Innovation sichtbar. Daraus ergeben sich Möglichkeiten des Austauschs und der Kooperation.

„**zu nutzen**“. Oberhausen hat eine Vielzahl von Hochschulen in unmittelbarer Nähe, auch wenn diese nicht Oberhausen im Namen tragen. Dieses Potenzial muss genutzt werden.

Die **Erweiterung und die Vertiefung der bestehenden Netzwerke** ist ein weiterer Schritt. Gerade die **Zusammenarbeit zwischen Forschungseinrichtungen und Unternehmen** wird intensiviert. Dabei ist die Vernetzung nicht an der Stadtgrenze zu Ende – im Gegenteil muss die Chance ergriffen werden, **die zahlreichen Hochschul- und Forschungsstandorte in der Region**

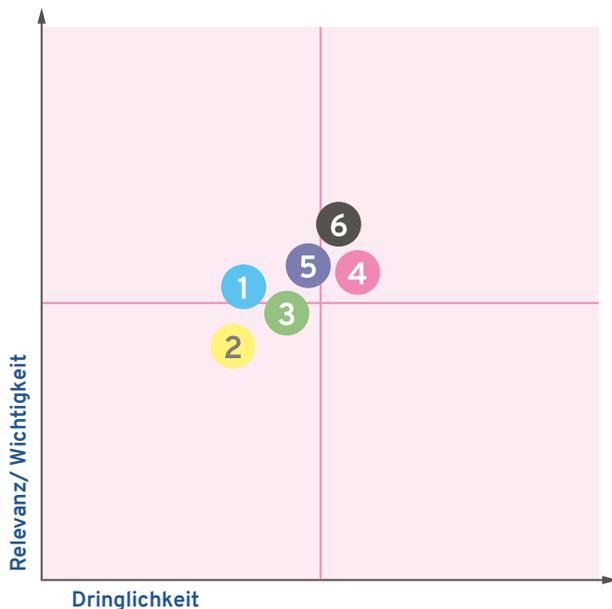
**Neben den Fragen der Nachhaltigkeit und Klimaresilienz gehört die Digitalisierung auch in Oberhausen zu einem der wichtigsten Treiber von Innovation.** Mit Fraunhofer UMSICHT gibt es bereits jetzt einen starken, profilierten Partner, der sich in diesen Bereichen engagiert – genauso wie viele andere Unternehmen, Institutionen und Initiativen. Dies gilt es, mit gemeinsamen (Pilot-)Projekten weiter voranzubringen und in der Stadtentwicklung sichtbar zu machen.

**„Ich finde den Masterplan-Prozess bislang generell sehr positiv. Auch wenn man als Unternehmer nicht hinter jeder einzelnen Maßnahme steht, muss man auch andere Argumente akzeptieren. Jetzt kommt es darauf an, was man erreichen will – will man viel erreichen, muss man auch viel Geld, Kraft und Phantasie investieren.“**

Peter Szymansky  
PSL-Technik GmbH



## So machen wir das



- 1 Innovation-Enabler ( Wissenschaftsmanager)
- 2 Plattform „Oberhausen innovativ“
- 3 Reihe „Wissenschaft. Innovation. Gründung.“
- 4 Innovationsallianzen
- 5 „Reallabor Oberhausen“
- 6 Campus-Bausteine

Abbildung: Voting-Ergebnis bei der Themenhub-übergreifenden Informationsveranstaltung zum Masterplanprozess am 12.12.2019.

- **Konzept: Campus „Innovation und Gründung“:** Das Konzept zeigt Wege auf, um einen konzentrierten Anlaufpunkt für Unternehmer, Gründer, Handwerk und Technik, Schüler, Studenten, Hochschulen, wissenschaftliche Einrichtungen und Bürger zu schaffen. Idealerweise in Verbindung mit einer Bildungs- und Weiterbildungsakademie, die dazu dient, Oberhausen als Weiterbildungsstandort zu etablieren. Bereits heute vorhandene Innovationsorte (z. B. TZU, Q231, Supermarkt der Ideen etc.) können als potenzielle Ausgangspunkte für einen Innovationscampus genutzt und als Keime aufgebaut werden.
- **Oberhausen als Reallabor:** Oberhausen profiliert sich als innovatives Reallabor. Eine Innovations-Allianz arbeitet als Netzwerk zusammen und öffnet Oberhausen weiter für Wissenschaft, Experimente und Pilotprojekte.
- **Innovationsallianzen:** Für viele Aktivitäten im Innovationsbereich sind Kontakte und Kooperationen mit Hochschulen und Universitäten hilfreich oder erforderlich – für strategische Aktivitäten sind sie unerlässlich. Neben den bestehenden Bindungen sollten daher weitere dauerhafte Beziehungen zu den Organisationen (Hochschulen, Unis) und zu deren Protagonisten (Lehrende, Studierende und Forschende) aufgebaut werden. Gemeinsam mit Stadtverwaltung, Wirtschaftsförderung, Unternehmen und Gründern Oberhausens wird somit eine

Innovations-Allianz entstehen, die als Netzwerk zusammenarbeitet und Oberhausen weiter für Wissenschaft, Experimente und Pilotprojekte öffnet.

- **Innovation-Enabler oder Wissenschaftsmanager:** Auch Innovation braucht eine Anlaufstelle in Oberhausen. Es gilt, (personelle) Grundlagen zu schaffen, die eine Umsetzung der gemachten Vorschläge gewährleisten und Vernetzung ermöglichen.
- **Konzept: Veranstaltungsreihe „Wissenschaft, Innovation, Gründung“:** Um Informationen an einer zentralen Stelle zu bündeln, Synergien zu nutzen und einen Überblick zu schaffen, sollten ein Konzept (3-5 Jahre) mit Veranstaltungen rund um das Thema Wissenschaft, Innovation, Gründung erstellt werden und ggf. neue Veranstaltungen bzw. Veranstaltungsformate etabliert werden.
- **Plattform „Oberhausen innovativ“:** Mit dem Ziel, alle zentralen Informationen und Ansprechpartner zum Thema Wissenschaft, Innovation, Gründung in Oberhausen zu bündeln, wird eine Innovationsplattform geschaffen. Diese Plattform hat zwei Bestandteile – zum einen ein regelmäßiger Innovations-Jour fixe der zentralen Akteure, der als erste Anlaufstelle und Austauschplattform dienen kann. Zum anderen wird ein Online-Format „OB innovativ“ aufgebaut, die von einer breiten Datenbasis gespeist wird.

## 4) Oberhausen ist ... smart

„Die Digitalisierung verändert alles“ ist mittlerweile kein Mantra mehr, sondern fast zu einer Binsenweisheit geworden. Sie stellt uns vor große Herausforderungen, das betrifft nicht nur die Hardware – also die digitale Infrastruktur –, sondern auch die „Software“ –

also den Umgang mit der Digitalisierung in den unterschiedlichen Bereichen unseres Lebens beispielsweise in Form von Medienkompetenz.

### Unser Ziel

Eine moderne und nachhaltige Infrastruktur ist die Basis einer prosperierenden Stadt. Oberhausen ist als Tourismusziel schnell und einfach erreichbar und als

Wohn- und Arbeitsort eng mit der Region verbunden. Ein „digitales Rückgrat“ bietet die infrastrukturelle Plattform für Innovation, Vernetzung und Wachstum.

### Das machen wir

Die digitale Infrastruktur ist ein entscheidender Faktor für die Zukunftsfähigkeit einer Stadt und essenziell für die Vernetzung in die Welt. Die **Versorgung mit Glasfaser** spielt dabei genauso eine Rolle wie der Ausbau der Netze für die **Nutzung von „Internet-der-Dinge“-Anwendungen**.

„Mobilität“ ist eine der größten Herausforderungen Oberhausens. Das berührt Fragen der Lebensqualität, des Klimas und nicht zuletzt der Erreichbarkeit.

Oberhausen ist die Stadt der kurzen Wege – dennoch liegen gerade im Bereich der Nahmobilität noch viele Potenziale. Immer häufiger wird deutlich, dass verkehrliche Herausforderungen zu einer möglichen Hürde bzw. Bremse von (wirtschaftlicher) Entwicklung werden. Durch **intelligent vernetzte Verkehrslösungen** entlasten wir unsere drei Stadtzentren und unsere Wohnquartiere. E-Mobilität und flexible Sharing-Modelle sollen ein selbstverständlicher Teil der Mobilität in Oberhausen werden.

### So machen wir das



- 1 Smart City-Strategie
- 2 Oberhausen „fast & connected“
- 3 WLAN in Innenstädten
- 4 IoT-Piloten (Hackathon)
- 5 Vergabe „Smartes Handwerk“
- 6 Smarte Standards
- 7 Smart Mobility - Sharing Model

Abbildung: Voting-Ergebnis bei der Themenhub-übergreifenden Informationsveranstaltung zum Masterplanprozess am 12.12.2019.



- **Oberhausen „fast & connected“:** Als Grundlage für den Aufbau einer modernen, schnellen und ermöglichenden digitalen Infrastruktur wird ein Konzept „Oberhausen fast & connected“ erarbeitet. Darin werden übersichtlich die Bedarfe (weiße Flecken) dargestellt, Prioritäten für die Erschließung gesetzt sowie Maßnahmen zur Umsetzung (inkl. Finanzierung) verankert. Ziel ist der Anschluss von Gewerbegebieten, Krankenhäusern und Schulen Oberhausens ans Glasfasernetz auf Basis von Förderprogrammen.
- **Mobility-Sharing-Modell:** Gemeinsam mit den städtischen Töchtern sowie interessierten Unternehmen baut die Verwaltung ein Sharing-System auf, das unterschiedliche Mobilitätsformen verbindet und die Anforderungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter flexibel abbildet. Durch die Zusammenarbeit sollen Skaleneffekte genutzt werden. P+R-Angebote werden berücksichtigt, um den Pendelverkehr rund um öffentliche Infrastruktur zu verringern. Außerhalb der Dienstzeiten sollen die Fahrzeuge jedermann zur Verfügung stehen, wie man dies von „normalen“ Sharing-Angeboten kennt.
- **Smart City-Strategie:** Gemeinsam mit einem breiten Netzwerk und der Unterstützung externer Experten erarbeitet die Stadt Oberhausen eine „Smart City“-Strategie. Dabei steht der Nutzen für die Bürgerinnen und Bürger, die Besucherinnen und Besucher, die Schulen und Bildungseinrichtungen, die Wirtschaft und die Verwaltung im Zentrum. Ziel ist es, vernetztes Denken und Arbeiten sowie nachhaltige Stadtentwicklung zu stärken. Deswegen wird die Erarbeitung der „Smart City“-Strategie regional eingebettet. Konkret heißt das, die Nachbarstädte sind aktiv einzubinden. Dabei spielt der Austausch genauso eine Rolle, wie die Identifizierung gemeinsamer Projekte.
- **WLAN in Innenstädten:** Die Stadtzentren Oberhausens verfügen je nach Bedarf und Anforderungen über ein kostenfreies WLAN-Angebot. Damit wird ein Beitrag zur Steigerung der Aufenthaltsqualität geliefert. Zudem können über das Netzwerk Erkenntnisse über die Attraktivität der Zentren gewonnen werden.
- **Smarte Standards:** Mit Hilfe des sog. BIM-Verfahrens (Building Information Modeling) können Verfahren automatisiert und beschleunigt werden. Dabei werden Bauprojekte virtuell geplant und „durchgespielt“, bevor sie in die Realität umgesetzt werden. Daten müssten nicht mehrfach erfasst werden und könnten leichter ausgetauscht werden. Ziel ist es, ein Projekt für Oberhausen zu identifizieren und die Möglichkeiten zu eruieren. Gemeinsam mit dem Bauträger wird vereinbart, in einem Pilotprojekt neue Wege der Beantragung zu gehen.
- **Vergabe „Smartes Handwerk“:** Die Stadt Oberhausen greift jedes Jahr auf eine Vielzahl von Handwerksleistungen zurück. Gemeinsam mit einem ausgewählten Auftragnehmer testet die Stadt ein innovatives Verfahren der Auftragsabwicklung. Ziel ist es, gemeinsam (Stadt und Handwerksbetrieb) relevante Kernprozesse zu digitalisieren und zu automatisieren, die heute noch manuell und damit enorm zeitaufwändig umgesetzt werden. Hierzu gehören vor allem die kundenindividuelle Angebotserstellung, die Rechnungserstellung/-versand und, ein strategisch ganz wichtiger Punkt, die systemische Verknüpfung zur Stadtverwaltung.
- **IoT-Piloten durch Hack-O-Ton:** Oberhausen verfügt über ein IoT-Netzwerk, das nutzbar für Verwaltung und städtische Töchter ist. Gemeinsam werden zwei IoT-Prototypen entwickelt und in Anwendung ausprobiert (z.B. Parken, Straßenbeleuchtung, Wasserversorgung, Müllcontainer o.ä.).

## 5) Oberhausen ist ... lebenswert

Sowohl bei der Auswahl des Wohnortes als auch des Standortes eines Unternehmens wird den weichen Standortfaktoren eine wachsende Bedeutung beigemessen – ein Umstand dem nicht nur Betriebe, sondern auch immer mehr Kommunen Rechnung tragen. Zwar sind harte Faktoren, wie Arbeitsmarkt, Verkehrsanbindung und Flächenkosten, in ihrer Be-

deutung für Unternehmen am höchsten. Allerdings machen Unternehmen die Attraktivität von Standorten häufiger an den schwer messbaren Faktoren, wie „Stadtimage“, „Wohnen und Wohnumfeld“, „Zugang zu Fachkräften, Schulen und Kitas“ oder „Wirtschaftsklima einer Stadt“ fest.

### Unser Ziel

Für die Neuansiedlung von Unternehmen sowie die Gewinnung von Fachkräften verfügt Oberhausen über

eine breite Palette attraktiver weicher Standortfaktoren.

### Das machen wir

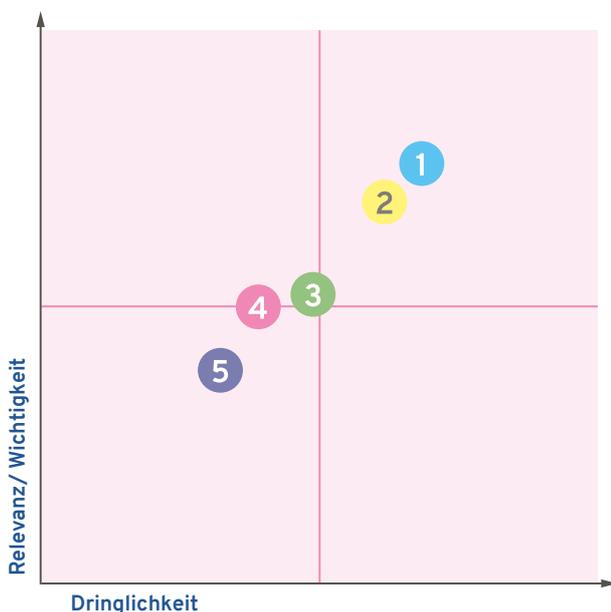
Durch die Stärkung des Wohnstandorts Oberhausen wird ein zentraler weicher Standortfaktor adressiert. Dabei spielt die **Entwicklung attraktiver Quartiere** genauso eine Rolle, wie die **Schaffung zukunftsfähiger Wohnmöglichkeiten**. Basis sind die integrierten Handlungskonzepte für die drei Stadtteile Alt-Oberhausen, Osterfeld und Sterkrade sowie die aktuelle Studie „Wohnen in Oberhausen“.

gabe und wird mit Blick auf den Wirtschaftsstandort vorangetrieben. Die Kinderbetreuung sowie die Pflege und Betreuung von Angehörigen werden nicht zuletzt vor dem Hintergrund des demografischen Wandels wichtiger.

Die **Stärkung und Vereinbarkeit von Beruf und Familie** ist in der modernen Arbeitswelt eine wichtige Auf-

Natürlich gehört auch das **Stadtimage** zu den wichtigen weichen Standortfaktoren. Der Punkt wird jedoch in einem eigenen Ziel explizit und dem Gewicht entsprechend behandelt.

### So machen wir das



- 1 Entw. interessanter Wohnmodelle / -quartiere
- 2 Vereinbarkeit Familie & Beruf
- 3 „Kinder der Neuen Mitte“
- 4 Bausteine fürs „Onboarding“
- 5 Mehrsprachige App für (inter)nationale Fachkräfte

Abbildung: Voting-Ergebnis bei der Themenhub-übergreifenden Informationsveranstaltung zum Masterplanprozess am 12.12.2019.



**„Wie zukunftsfähig ein Standort ist, zeigt sich in Neuansiedlungen und dem Wachstum ansässiger Unternehmen. Dies kann durch attraktive Rahmenbedingungen begünstigt werden. So gilt es, Nutzflächen und strukturellen Voraussetzungen bereitzustellen wie etwa Breitbandanschlüsse und Verkehrsanbindungen. Mehr als das können aber auch Betriebskindergärten die Standortqualität begünstigen, indem sie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördern. Aspekte wie diese in einem Masterplan zu verankern, ist ein ganz bedeutender Schritt hin zum gemeinsamen Ziel.“**

Nils Gehring  
geschäftsführender Gesellschafter  
Gehring Group

- **(Weiter-)Entwicklung von Wohnquartieren:** Oberhausen ist attraktiver Wohnstandort, der urbane Dichte mit Grün verbindet. Neben der Sicherung und dem Ausbau moderner Mobilitätsangebote müssen attraktive Wohnlagen entwickelt sowie bestehende überarbeitet und weiterentwickelt werden. Neue Wohnformen wie „Wohnen in Gewerbehöfen“, „Loft Living“ oder integrative Wohnkonzepte müssen genauso mitgedacht werden wie die Entwicklung autonomer Wohnquartiere mit Mobilitätsstationen und Ladeinfrastrukturen an ihren Peripherien. Mikroappartements können eine Antwort auf die weiterhin steigende Anzahl von Single-Haushalten sein. Auf Basis der Studie „Wohnen in Oberhausen“ wird ein Konzept erarbeitet, das dafür die Grundlage liefert. Hier gilt es die qualitätsorientierte Entwicklung im Bestand genauso zu betrachten, wie die Erschließung neuer Baugrundstücke. Nicht nur die Vielfalt der Wohnformen, sondern auch Projekte, wie die Renaturierung der Emscher, sind als Potenzial zu betrachten. Zudem ist der Bereich „Wohnen“ im iStEK 2030 zu berücksichtigen.
- **Vereinbarkeit von Familie und Beruf:** Die Suche nach geeigneten Fachkräften stellt vor allem kleine und mittlere Unternehmen vor Herausforderungen. Eine gelungene Vereinbarkeit von Beruf und Familie gewinnt immer mehr an Bedeutung, wenn es darum geht qualifizierte Fachkräfte im Unternehmen zu halten oder neue zu gewinnen. Eine verstärkte Ausrichtung auf die Kompetenzen und Qualifikationen von Frauen kann bei der Personalfindung helfen. Es werden **Best Practice-Modelle** der Mitarbeiterförderung aufgezeigt sowie **Angebote für Oberhausener Unternehmen** und speziell weibliche Fachkräfte entwickelt und umgesetzt. Zudem gilt es, ein Modellprojekt für die **Randzeiten-Betreuung** von Familienangehörigen (v.a. Kindern) zu realisieren und bei Erfolg zu skalieren.
- **Konzept „Kinder der Neuen Mitte“:** In einem Konzept sollen Ansätze geprüft werden, eine Kindertagesbetreuung in der Neuen Mitte zu etablieren. Als „Betriebskindergarten“ des größten Urban Entertainment Centers Europas könnten hier neue Modelle der Randzeitbetreuung, Kurzbetreuung etc. angedacht bzw. entwickelt werden. Gerade für den Dienstleistungssektor sind flexible Lösungen essenziell.
- **Bausteine fürs „Onboarding“:** Beim „Onboarding“ neuer Unternehmen oder im Rahmen der Rekrutierung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter spielen weiche Standortfaktoren eine zunehmend wichtigere Rolle. Für einen besseren Überblick werden zentral Bausteine (bspw. zum Wohnen, zur Kultur etc.) für Webseiten von Unternehmen und Verbänden erarbeitet und zur Verfügung gestellt. Neben der Pflege eines positiven Images sollen hier Hinweise zu Bauland, Wohnmöglichkeiten, Kulturangeboten, Mobilitätsangeboten etc. übersichtlich dargestellt werden.
- **Mehrsprachige App für die Akquise und Integration (inter-)nationaler Fachkräfte:** Nach dem Vorbild der digitalen Plattform „Integreat“ des Augsburger Start-ups „Tür an Tür – Digitalfabrik“ sollen alle relevanten Informationen zu Oberhausen, wie beispielsweise zu Arbeits-, Wohn-, Kultur- und Bildungsangeboten, über eine autodidaktische App mehrsprachig und möglichst auch offline zugänglich werden. Auch eine Kooperation mit dem gemeinnützig gegründeten Start-up wäre denkbar, da Oberhausen dadurch vom bereits bestehenden Netzwerk aus Kommunen und Landkreisen und den somit bereits vorliegenden Bausteinen aus Inhalten und Übersetzungen profitieren könnte. Der Arbeitsaufwand bei Erstellung und Pflege würde minimiert und die App wäre kurzfristig verfügbar.

## 6) Oberhausen ist ... resilient

Eine vielfältige Wirtschaft steigert die Widerstandsfähigkeit einer Stadt und ihrer Unternehmen in Zeiten wirtschaftlichen Wandels und dämpft die Wirkung exogener Schocks. Eine widerstandsfähige Wirtschaft ist im Sinne der Resilienz nachhaltig und ressourcenschonend. Gerade Kommunen spielen eine Schlüsselrolle bei der Verbesserung bzw. Erhaltung wirtschaftlicher Resilienz.

Es ist nicht so sehr die Fähigkeit auf Krisen zu reagieren, sondern vielmehr proaktives Handeln, das hier gefragt ist. Wichtig sind dafür Rahmenbedingungen für einen ausgewogenen Branchenmix und unterschiedliche Unternehmensgrößen, aber auch die Verankerung von Ressourceneffizienz und Nach-

### Unser Ziel

Oberhausen verfügt über eine vielfältige und widerstandsfähige Wirtschaft, die nachhaltig, ressourcenschonend und umweltschonend arbeitet bzw. produziert. Eine Balance aus Leitmärkten mit Clustern

### Das machen wir

Als Grundlage für eine wachsende und vielfältige Wirtschaft in Oberhausen werden **Flächen (weiter-)entwickelt und zielgerichtet vermarktet**. „Flächen“ werden in den unterschiedlichen Dimensionen (Wohnen, Gewerbe, Handel, Freizeit etc.) beachtet. Gleichzeitig wird das Flächenmanagement verbessert.

Gewerbe hat eine besondere Funktion in unseren Innenstädten. Es bietet Arbeitsplätze, sichert oft die Nahversorgung und sorgt nicht zuletzt für Belebung. Vor dem Hintergrund sich wandelnden Kaufverhaltens, neuer Formen von Mobilität und moderner Produktionsmöglichkeiten ergeben sich neue Chancen für die Revitalisierung unserer Innenstädte. **Urbane Produktion, zirkuläre Wirtschaft und Wohnen** bekommen einen neuen Stellenwert und werden bei der integrierten Stadtentwicklung als Chancen berücksichtigt.

Oberhausen hat **das** Urban Entertainment Center Europas. Durch die weitere **Stärkung von Tourismus**

haltigkeit. Die Fehler der Vergangenheit dürfen nicht wiederholt werden durch den Fokus auf nur einen Wirtschaftsbereich. Vielmehr braucht Oberhausen eine gute Mischung aus leistungsstarken Handwerks-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen, innovativem Mittelstand und moderner Industrie sowie zukunftsweisende Forschungseinrichtungen.

Innovative Produktionsprozesse begleitet von gesellschaftlichen Trends wie Individualisierung und heimatverbundener Einkauf rücken bislang nicht genutzte Flächenpotenziale zur Ansiedlung überwiegend kleiner oder mittelständischer Handwerksbetriebe in den Fokus.

und einem vielfältigen Branchenmix ist gewährleistet. Kleine und mittelständische Unternehmen sind das Rückgrat der Oberhausener Wirtschaft.

**und Entertainment** wird nicht nur ein wichtiger Wirtschaftszweig gesichert. Vielmehr noch erhöht sich dadurch die Lebensqualität in Oberhausen – mehr kulturelle Angebote, mehr grüne Infrastruktur und mehr Freizeitmöglichkeiten. Ziel ist es zudem, die Wertschöpfungskette rund um Tourismus und Entertainment zu erweitern.

Oberhausen hat die Chance, mit der (Weiter)Entwicklung verschiedener Branchen, breit aufgestellt zu sein. Neben der Stärkung bestehender Schwerpunkte gilt es, **Oberhausen als Logistik-, Büro- und Wohnstandort komplementär weiterzuentwickeln**.

Ferner kümmern wir uns um den „Bestand“ an Unternehmen. Mit der Neustrukturierung der Wirtschaftsförderung ist ein klarer **Fokus auf die Bestandsarbeit** gelegt worden. Dies muss weiter umgesetzt werden.



Maßgeblich für das Entstehen der großen Idee - Masterplan Wirtschaft Oberhausen - und den gesetzten Themen-Hubs, ist die Interaktion der Mitwirkenden gewesen. Menschen mit Verantwortung aus den unterschiedlichsten Bereichen, haben sich zugehört und Bedürfnisse aus ihrer Zielgruppe anderen verdeutlicht. Es ist klar geworden, dass wir Oberhausen nach vorne bringen mit und durch die Menschen, die hier leben und arbeiten. Nur durch das Mitwirken und dem Optimismus dieser Menschen wird das große Ziel erreicht, eine noch attraktivere Stadt für den Nachwuchs in Oberhausen zu werden. Zukünftige Masterpläne sollen sich an dem unseren eines Tages ein Beispiel nehmen können. Große Ergebnisse erfordern großen Ehrgeiz (Heraklit, griech. Philosoph).  
Wir von LOEWE machen mit.

Dipl.-Ing. Charlotte Loewe  
Vorsitzende der Geschäftsführung  
LOEWE IndustrieOfenBau GmbH

## So machen wir das



- 1 iStEK 2030 (Flächenentwicklung)
- 2 Einzelhandelskonzept
- 3 Masterplan Tourismus
- 4 Masterplan „Neue Mitte“
- 5 Leerstandsmanagement
- 6 Konzept / Pilot „Urbanes Wirtschaften“

Abbildung: Voting-Ergebnis bei der Themenhub-übergreifenden Informationsveranstaltung zum Masterplanprozess am 12.12.2019.

- **iStEK 2030:** Die Stadt Oberhausen erarbeitet ein „integriertes Stadtentwicklungskonzept 2030“. Die Wirtschaft wird ausdrücklich an der Erstellung beteiligt. Die besonderen Anforderungen, bspw. bei Flächenbedarfen, sind zu berücksichtigen. Zentral sind dabei zwei Ziele: Zum einen die Sicherung und Schaffung neuer Flächenressourcen für die Wirtschaft und zum anderen die Erschließung urbaner Lagen für die gewerbliche Wirtschaft. Grundlage bilden v.a. das Stadtentwicklungskonzept 2020 sowie die Maßnahmen des Masterplans Wirtschaft.
- **Online-Leerstandskataster:** Die Flächenpotenziale für Oberhausen müssen transparent sein. Dabei kann ein Online-Portal helfen. Es gilt zu prüfen,

inwieweit bereits bestehende Plattformen ergänzt bzw. für Oberhausen konsolidiert werden können. Ziel ist das Schließen von Lücken im Bereich Leerstand, Einzelhandel, Gewerbeflächen und ggf. Wohnen gerade bei vergleichsweise kleinen Gewerbeeinheiten. Hinweise zu Unter- bzw. Zwischenvermietungsmöglichkeiten sind denkbar.

- **Konzept und Pilotprojekt „Urbanes Wirtschaften“:** In dem Konzept wird der Frage nachgegangen, wie in Oberhausen die Ansiedlung kleinteiliger Produktionen in gewachsenen Quartieren gelingen kann, um den Flächenbedarf im Freiraum zu reduzieren und zudem dem wachsenden Leerstand in Ladenlokalen des gewerblichen Einzelhandels mit alternativen

Nutzungskonzepten zu begegnen. Aspekte urbaner Logistik, zirkulärer Wirtschaft etc. sind zu berücksichtigen. Konkrete Handlungsoptionen werden darin entwickelt. Basierend auf dem Konzept soll ein Pilotprojekt umgesetzt werden. Anknüpfungspunkt kann bspw. der Altmarktgarten in Alt-Oberhausen sein.

- **Masterplan Tourismus:** Der Masterplan Tourismus ist die Grundlage für die Weiterentwicklung des Tourismus- und Entertainmentstandorts Oberhausen. Er ist eine wichtige Ergänzung des Masterplans Wirtschaft. Die entwickelten Vorschläge werden konsequent umgesetzt.
- **Masterplan „Neue Mitte“:** Die Neue Mitte Oberhausen hat seit dem letzten Masterplanprozess 2000 weiter an Dynamik gewonnen. Das zeigen die positiven Entwicklungen in vielen Teilsegmenten der Neue Mitte. Die bereits im Stadtentwicklungskonzept 2020 vorgesehene Wohnflächenentwicklung wird darin aufgegriffen. Mit dem Masterplan „Neue Mitte“ sollen die bisherigen Zielvorstellungen hinsichtlich ihrer Erreichung überprüft werden. Dabei zeichnet sich ab, dass sich das Update insbeson-

dere mit folgenden Fragestellungen bzw. räumlich definierten Bereichen auseinandersetzen muss: Gesamtausrichtung/ -positionierung der Neuen Mitte, Entwicklung des Stahlwerksgeländes, Gewerbestandort Im Lipperfeld und ergänzende Wohnbebauung. Wie die Gesamtstadt von ihrer Neuen Mitte noch besser profitieren kann, ist eine zentrale Frage.

- **Einzelhandelskonzept:** Das im Jahr 2008 verabschiedete Einzelhandelskonzept ist knapp zehn Jahre später überarbeitet, aber noch nicht abschließend fertiggestellt worden. Die Aktualisierung ist notwendig und soll zeitnah erfolgen. Das Konzept ist Basis u.a. für verkaufsoffene Sonntage.

**„Mit der im Masterplan Wirtschaft eingerichteten Arbeitsgruppe Smart City hat die Stadt Oberhausen wesentliche Handlungsfelder identifiziert und Maßnahmen erarbeitet, die in der Bewerbung als Modellprojekt Smart Cities gemündet sind. Das damit verbundene Strategiekonzept bildet eine solide Grundlage für die zukunftsgerichtete Entwicklung der Smart City Oberhausen als eine intelligente und nachhaltige Stadt für alle Anspruchsgruppen der Stadtgesellschaft.“**

Thomas Müller,  
Geschäftsführer  
Bee Smart City GmbH



## 7) Oberhausen ist ... selbstbewusst

Oberhausens Image ist ambivalent: Seine touristischen Highlights sind bekannt, die Neue Mitte, also das Zentrum für Handel, Event und Freizeit, ist beliebt, die Oberhausener selbst schätzen ihre zentral gelegene und gut angebundene Stadt, die trotzdem viel Grün bietet. Zugleich muss Oberhausen oft als abschreckendes Beispiel herhalten, wenn es etwa um Arbeitslosigkeit und Innenstadtentwicklung oder um die letzten Plätze bei Städterankings geht. Diese Kommunikation der Extreme besteht sowohl extern, also in den Medien, bei Investoren oder neu zuziehenden Arbeitskräften, als auch intern, also bei Bürgern, Unternehmen und lokalen Medien.

Woran liegt es, dass Oberhausen seine Stärken nicht besser kommunizieren kann? In der neuen Image-Strategie dürfen die realen Probleme dieser Stadt

nicht ausgeblendet werden. Es muss glaubwürdig an den Schwächen gearbeitet und Fortschritte müssen kommuniziert werden. Vor allem aber muss eine positive Agenda mit guten Narrativen über diese Stadt etabliert werden.

Die zentrale Botschaft lautet: In Oberhausen lässt es sich gut leben, wohnen und arbeiten. Darüber hinaus könnte eine visionäre Botschaft entwickelt werden, die sich durch die Schwerpunkte des Masterplans Wirtschaft – Innovation und Qualifikation – und durch die bereits etablierten Highlights rund um Handel, Events, Freizeit und Sport aufbauen ließ: Oberhausen ist aufregend, ideenreich, wissbegierig und jung!

### Unser Ziel

Wir treten mit neuem Selbstbewusstsein auf, weil Oberhausen eine Stadt ist, in der er sich gut leben,

wohnen und arbeiten lässt. Von außen und innen wird Oberhausen als attraktiver Standort wahrgenommen.

### Das machen wir

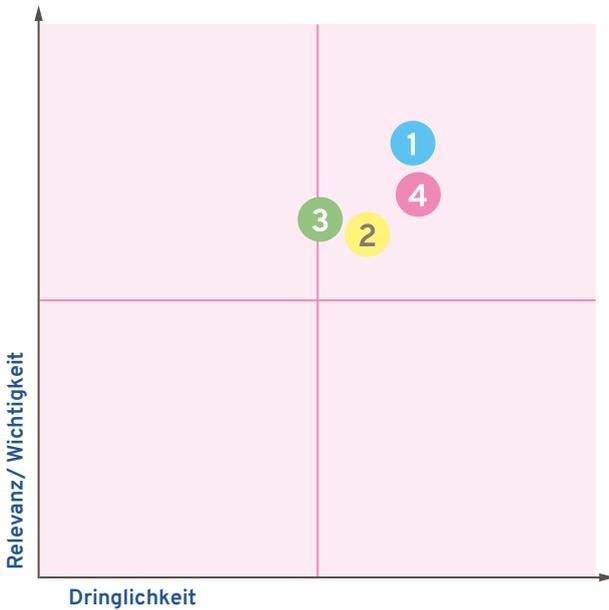
Die Kommunikation von Oberhausen, also über Stadt, Stadtteile, Standort, Tourismus und Verwaltung, wird strategisch fokussiert, um schlagkräftiger zu werden. Nur gemeinsam können die städtischen Akteure das Image nachhaltig verbessern und den Standort in Zukunft positiv positionieren.

Wir treten mit neuem Selbstbewusstsein auf, weil Oberhausen eine Stadt ist, in der er sich gut leben, wohnen und arbeiten lässt. Diese Botschaft multiplizieren wir zielgruppengerecht, gemeinsam und auf allen Kanälen. Unsere Botschafter sind Unternehmen

und ihre Beschäftigten, Bürger, Touristen, Politiker und Verwaltungsmitarbeiter.

Um nach außen geschlossen zu wirken, gilt es zunächst, ein Selbstbewusstsein nach innen zu stärken. Die positive Wahrnehmung des eigenen Umfelds und ein positives Bild von der eigenen Stadt macht die Menschen aus Oberhausen zu Botschaftern für Oberhausen. Damit Oberhausen von innen wie außen als attraktiver Standort wahrgenommen wird, nutzen wir eine Multi-channel-Kommunikation – also alle Kanäle, vor allem online und Social Media.

## So machen wir das



- 1 Marketing neu organisieren
- 2 5-Jahres-Strategie
- 3 Zukunftsprofil nach Zielgruppen
- 4 Internet optimieren

Abbildung: Voting-Ergebnis bei der Themenhub-übergreifenden Informationsveranstaltung zum Masterplanprozess am 12.12.2019.

- **Marketing neu organisieren:** Um ein einheitliches, ganzheitliches und abgestimmtes Marketing zu gewährleisten, wie es die Marketing-Strategie des Masterplans Wirtschaft vorsieht, müssen nicht nur die Kapazitäten erhöht, sondern dringend auch die Zuständigkeit geklärt und Aktivitäten gebündelt werden. Die neue, schlagkräftige Organisation für das Marketing steht unter zentraler Federführung, die die Arbeit übergreifend organisiert. Zur Seite gestellt werden der Einheit eine Agentur und/ oder ein Beirat. So können sich Experten, andere Organisationen und die Unternehmen als Unterstützer, Botschafter und Multiplikatoren einbringen.
- **Internetauftritt optimieren / App entwickeln:** Ebenso stark auf die Zielgruppen und ihre Bedürfnisse ausgerichtet wird die etablierte oberhausen.de-Webseite. In ihrer „Customer Journey“ werden die User mit ihrem Anliegen konkret und zielgerichtet ge-

führt. Das Angebot wird um neue Services ergänzt; eine App bietet Mehrwert.

- **Zukunftsprofil nach Zielgruppen ausrichten:** Alle Marketing-Maßnahmen werden auf die Zielgruppen Investoren und neue Einwohner ausgerichtet. Die Botschaften werden auf allen Kanälen gespielt – nicht zwangsläufig mit einem großen Budget für Kampagnen und Werbung, sondern durch die Kraft der Vielen, also Multiplikatoren wie Bürger, Unternehmer und Organisationen.
- **5-Jahres-Strategie entwickeln:** Der Markenkern Oberhausens muss durch Analysen und Bürgerbeteiligung herausgearbeitet werden. Um die belastbaren Imagefaktoren zu kommunizieren, gilt es, strategisch zu planen – vom Logo über einen Claim bis hin zu Botschaftern für die positiven Geschichten über Oberhausen.

**„Wirtschaft und Stadt haben gemeinsam festgestellt und beschlossen: Stadtmarketing muss strategisch, inhaltlich und personell komplett neu aufgestellt werden. Für die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt und die Orientierung von (Neu)Bürgern ist es wichtig, dass die Stadt ein schlüssiges Narrativ und ein zeitgemäßes Erscheinungsbild erhält, um Identifikation und Dynamik zu fördern.“**

Antek Krönung  
geschäftsführender Gesellschafter  
Benning, Gluth & Partner, Gesellschaft für Kommunikation mbH



# DIE 12 FOKUSPROJEKTE

## 1) Oberhausen ist ... wirtschaftsfreundlich

### One-Stop-Shop für Unternehmen

#### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- Zukunftsfähige Standortfaktoren  Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen
- Wissenschaft, Innovation und Gründung  Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung
- Smart City Oberhausen

#### Priorität

- Sehr hoch  Hoch  Mittel

#### Zeitschiene

- Kurzfristig  Mittelfristig  Langfristig

#### Beschreibung des Projekts

**Ziel: Ausbau der Serviceorientierung der Verwaltung für eine wirtschaftsfreundliche Stadtentwicklung**

Zur Verschlinkung von Prüf- und Genehmigungsverfahren sollte ein „One-Stop-Shop“ für Unternehmen eingerichtet werden. Für Bestandsunternehmer sollte eine zentrale Anlaufstelle bei der Stadt Oberhausen zuständig sein. Diese sollte jeweils die Lotsenfunktion übernehmen und von der ersten Antragstellung bis zur Abwicklung des jeweiligen Vorgangs verantwortlich zeichnen. Sie dient gleichzeitig als „Clearingstelle“ für eine zügige Lösung von (Kommunikations-)Problemen. Beinhalten könnte dieses Verfahren die Einrichtung einer „Hotline“ (Telefon, E-Mail usw.). Gleichzeitig sollte grundsätzlich überlegt werden, wie Genehmigungsverfahren organisatorisch entschlackt und beschleunigt werden können, z.B. durch Einsatz digitaler Verfahren.

#### Treiber/ Projektverantwortung

Stadt Oberhausen/OWT GmbH

## Digitale Bauakte

### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |   |  |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren | <input type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen   |
| <input type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung      | <input type="checkbox"/> Arbeit, (Schul)Bildung und Qualifizierung |
| <input checked="" type="checkbox"/> Smart City Oberhausen           |  |

### Priorität

- Sehr hoch     Hoch     Mittel

### Umsetzbarkeit

- Kurzfristig     Mittelfristig     Langfristig

### Beschreibung des Projekts

Das Baugenehmigungsverfahren stellt aktuell einen zeit-, kosten- und personalintensiven Verwaltungsprozess dar. Für die mehr Transparenz und Verbindlichkeit, aber auch die Steigerung von Effizienz im Genehmigungsverfahren können die Möglichkeiten der Digitalisierung genutzt werden.

Digital eingereichte Anträge verkürzen die Wege aller Beteiligten, es werden Postwege und somit Zeit eingespart. Die Druckkosten können minimiert werden. Beratungen mit der Baubehörde werden effizienter, da man zeitgleich auf Dokumente zugreifen kann. Alle Unterlagen werden medienbruchfrei weiterbearbeitet. Es ist möglich, mehrere Institutionen gleichzeitig zu beteiligen. Zudem ist der Austausch von Dokumenten auf der Bauplattform ohne Zeitverzögerung möglich. Den abschließenden Bescheid erhalten die Antragsteller nach vorheriger Zustimmung gerne auch direkt digital. Und sollten Sie einmal Unterlagen nachreichen müssen, geht dies über das Digitale Bauamt einfach schneller.

Die Stadtverwaltung hat bereits Anfang 2018 die Digitalisierung des Baugenehmigungsverfahrens positiv geprüft. Danach könnte durch die Einführung eines digitalen Verfahrens dem Bauherrn, dem Entwurfsverfasser, der Bauordnungsbehörde sowie den am Genehmigungsverfahren beteiligten weiteren Dienststellen die Möglichkeit gegeben werden, den Bauantrag und die Bauvorlagen medienbruchfrei einzureichen, Stellungnahmen in digitaler Form abzugeben (Ämterumlauf), Auskünfte zum Bearbeitungsstand einzuholen, zu prüfen und zu genehmigen.

Auf dem Weg zur Digitalen Bauakte müssen eine Reihe von Herausforderungen überwunden werden, die über Fragen der Digitalisierung hinausgehen. Im Kern geht es um die Bewältigung organisatorisch-personeller, finanzieller und struktureller Hemmnisse. Oberhausen kann und sollte dafür auf die Erfahrungen von Modellkommunen in Nordrhein-Westfalen und darüber hinaus zurückgreifen. Gleichzeitig sollen Kooperationsmöglichkeiten mit anderen Kommunen geprüft und auf bestehende Netzwerke zurückgegriffen werden.

### Stakeholder/ Treiber

Stadt Oberhausen



## 2) Oberhausen ist ... qualifiziert

### Digitale Schule

#### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren       | <input type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen               |
| <input type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung | <input checked="" type="checkbox"/> Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung |
| <input type="checkbox"/> Smart City Oberhausen                 |  |

#### Priorität

- Sehr hoch     Hoch     Mittel

#### Zeitschiene

- Kurzfristig     Mittelfristig     Langfristig

#### Beschreibung des Projekts

**Ziel: Schule muss digitaler werden, um zukunftsfähig zu sein und damit der Wirtschaft potenten Nachwuchs zu sichern.**

Aktuell ist die Situation bezüglich der digitalen Ausstattung und Kompetenz von Schulen unübersichtlich, heterogen und längst nicht ausreichend. Es fehlt an strategischer Ausrichtung bis 2025, die insbesondere auch zu den Bedarfen der Wirtschaft passt. Wer weiß an Schule schon, was Wirtschaft für neue Technologie einsetzt, und wer weiß in den Unternehmen schon, wie Schule die jungen Menschen digital vorbereitet.

Es bedarf eines Gesamtkonzeptes und dessen Umsetzung, bei dem der Einsatz von digitalen Medien, Online-Plattformen und „Co-Working-Spaces“ Normalität ist. Damit sind nicht nur ausreichend Hardware und WLAN an Schulen gemeint, sondern zum Beispiel die Live-Schaltung zu Unternehmen und deren aktuellen Arbeitsabläufen sowie individuelle Online-Beratung mit Personalverantwortlichen u.v.m.

#### Treiber/ Projektverantwortung

Schule(n), Stadt Oberhausen und Wirtschaft

## Kampagne „Duale Ausbildung“

### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren       | <input type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen               |
| <input type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung | <input checked="" type="checkbox"/> Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung |
| <input type="checkbox"/> Smart City Oberhausen                 |  |

### Priorität

- Sehr hoch     Hoch     Mittel

### Zeitschiene

- Kurzfristig     Mittelfristig     Langfristig

### Beschreibung des Projekts

**Ziel: Aufzeigen der vielfältigen Karriere-Chancen einer dualen Ausbildung als Alternative zu Abitur und Studium**

Viele Staaten beneiden Deutschland um das seit Jahrzehnten etablierte System der dualen Ausbildung. In Deutschland selber ist die duale Ausbildung allerdings auf absteigendem Ast – sie besitzt in den Familien und bei den jungen Menschen selber längst nicht mehr den Stellenwert, den sie mal besessen hat. Stattdessen macht vermeintlich nur Karriere, wer lange zur Schule geht, entgegnenzusteuern und die vielfältigen Chancen einer dualen Ausbildung wieder in den Vordergrund zu rücken. Dies kann nur unter Einbeziehung von Wirtschaft, Schulen, Jugendlichen und vor allem auch der Eltern gelingen.

Zwar wird aktuell viel um Auszubildende von den unterschiedlichsten Akteuren geworben, allerdings eher unkoordiniert und das eigene Veranstalterprofil in den Vordergrund rückend. Neben den in diesem Themen-Hub erarbeiteten „großen“ Lösungen wie „Azubi-Leben 4.0“ oder „Ruhr-Campus“ ist ein strategisch aufgesetztes Kommunikations- und Aktionskonzept erforderlich, mit dem junge Menschen und deren Eltern Ausbildung nicht nur hören oder lesen, sondern sprichwörtlich in Unternehmen erfahren, und das idealerweise in der Breite aller möglichen Ausbildungsberufe.

Vor allem auch Berufe in Handwerk und Industrie, aber auch im Pflege- und Gesundheitssektor sind dabei in den Vordergrund zu rücken und deren großen Potenziale erlebbar zu machen. Die denkbaren Varianten und Ausprägungen sind vielfältig: Regelmäßige Events mit Unternehmen, Einbindung in die Arbeit von attraktiven Partnern wie RWO, Azubilounge im Centro oder Präsenz des Themas oberhausenspezifisch in einschlägigen Online-Netzwerken, Oberhausen-TV u.a.

### Treiber/ Projektverantwortung

Agentur für Arbeit, Jobcenter, Schule(n), Stadt Oberhausen und Wirtschaft



### 3) Oberhausen ist ... innovativ

#### Innovations-Ökosystem: Innovations-Allianz

##### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren                  | <input type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen    |
| <input checked="" type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung | <input type="checkbox"/> Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung |
| <input type="checkbox"/> Smart City Oberhausen                            |   |

##### Priorität

- Sehr hoch    Hoch    Mittel

##### Zeitschiene

- Kurzfristig    Mittelfristig    Langfristig

##### Beschreibung des Projekts

###### Ziel: Ziel ist es, die umliegenden Universitäten und Hochschulen möglichst gut an Oberhausen anzubinden

Für viele Aktivitäten im Innovationsbereich sind Kontakte und Kooperationen mit Hochschulen und Universitäten hilfreich oder erforderlich. Für strategische Aktivitäten sind sie unerlässlich.

Neben den bestehenden Bindungen (ZDI etc.) sollten daher weitere dauerhafte, stabile Beziehungen zu den Organisationen (Hochschulen, Unis) und zu den Protagonisten (Hochschullehrer, Wissenschaftler, Studenten) aufgebaut werden.

Hierzu muss ein Angebot seitens Oberhausen eröffnet werden: Zugang zu Problemstellungen (Projekte), zu Daten (Digitalisierung), Räumlichkeiten (Maker spaces, Coworking spaces etc.).

Aktuell besonders interessantes Beispiel ist „Daten gegen Wissenschaft“: Oberhausen steht als Reallabor zur Erfassung von Daten zur Verfügung – Forscher der Unis und Hochschulen haben die Chance, Digitalisierung und Künstliche Intelligenz am realen Beispiel mit vielen echten Daten zu entwickeln.

Mit diesem Grundmuster lassen sich passend für die Hochschulen Experimentierräume und damit langlaufende etablierte Kooperationen schaffen. Im Gegenzug agieren die Hochschulen in der Stadt: Veranstaltungsaktivitäten, Masterarbeiten, Wohnheime, Außenstellen etc.

Um hierzu ein Konzept zu erarbeiten, ist ein Dialog mit den Hochschulleitungen und ambitionierten Wissenschaftlern erforderlich. Zudem wird Oberhausen am zeitnah anlaufenden BMR-Projekt „Vernetzung der Schlüsselakteure von Innovationen“ teilnehmen, das die Transferstellen der Hochschulen der Region mit KMUs zusammenführen soll.

Nächste Schritte:

Bis September 2020: Zielbeschreibung, Inhaltliches Konzept (Vorschlag: OB als Reallabor), Raum-, Personal-, Finanzierungs- und PR-Konzept  
(Verantwortlich: Themen-Hub Innovation und Wissenschaft, UMSICHT, Stadt OB)

Dezember 2020: Kick-off-Veranstaltung OB-Wissenschaftskonferenz mit den umliegenden Universitäten und Hochschulen zum Thema „Kooperation im Reallabor OB“  
(Verantwortlich: UMSICHT, Stadt OB)

März 2021: Kooperationsvereinbarungen und Definition Starter-Projekte  
(Verantwortlich: UMSICHT, Stadt OB)

April 2021: Kick-off- Veranstaltung für Starter-Projekte

##### Treiber/Projektverantwortung

Wissenschaft (Fraunhofer UMSICHT), Stadt Oberhausen

## 4) Oberhausen ist ... smart

### „Smart City“-Strategie Oberhausen

#### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |   |  |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren       | <input checked="" type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen    |
| <input checked="" type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung | <input checked="" type="checkbox"/> Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung |
| <input checked="" type="checkbox"/> Smart City Oberhausen                 |  |

#### Priorität

- Sehr hoch     Hoch     Mittel

#### Umsetzbarkeit

- Kurzfristig     Mittelfristig     Langfristig

#### Beschreibung des Projekts

**Ziel: Ziel ist, vernetztes Denken und Arbeiten sowie nachhaltige Stadtentwicklung zu stärken..**

Gemeinsam mit einem breiten Netzwerk und der Unterstützung externer Experten erarbeitet die Stadt Oberhausen eine „Smart City“-Strategie. Dabei steht der Nutzen für Bürgerinnen und Bürger, Besucher, die Wirtschaft und die Verwaltung im Zentrum. Die Erarbeitung der „Smart City“-Strategie wird regional eingebettet. Konkret heißt das, die Nachbarstädte sind aktiv einzubinden. Dabei spielt der Austausch genauso eine Rolle, wie die Identifizierung gemeinsamer Projekte

Am Anfang steht die Ist-Analyse, denn der Masterplan-Prozess hat deutlich gemacht, dass häufig nur unzureichend bekannt ist, was an Wissen, Lösungen und erfolgreichen Ansätzen in Oberhausen und der Region vorhanden ist. Das Herstellen von Transparenz ist der erste Schritt, um überhaupt Zusammenarbeit in Oberhausen möglich zu machen.

Danach gilt es entlang der gemeinsamen Ziele, für Oberhausen Herausforderungen und Handlungsfelder zu definieren und mit potenziellen, smarten Lösungen zu adressieren. Hierbei ist wichtig, dass wir „smart“ nur als ein Mittel zum Zweck verstehen. Im Zentrum einer Smart City-Strategie sollten das Zukunftsbild einer Stadtverwaltung (u.a. smart governance, smart people) sowie die Möglichkeiten der städtischen Töchter stehen (u.a. smart mobility, smart environment). Zudem gilt es, die Bedingungen für eine innovative Wirtschafts- und innovative Forschungslandschaft in den Fokus zu nehmen (u.a. smart economy, smart living). Dazu gehören Wissenschaftsnetzwerke genauso wie Impulse für Gründung.

Das im Rahmen des Masterplans Wirtschaft entstandene Netzwerk ist die Grundlage für die gemeinsame, gesamtstädtische Entwicklung einer „Smart City“-Strategie. Darin waren neben Digitalunternehmen v.a. städtische Töchter aktiv, die auf das große Potential einer solchen gemeinsamen Strategie hingewiesen haben. Sie sind deswegen entscheidend an der Erstellung einer Strategie zu beteiligen.

Ein weiterer wichtiger Grund für die Erstellung einer Strategie: Auch wenn eine Vielzahl smarter Projekte in Oberhausen bereits realisiert werden, wird eine städtische Smart City-Strategie immer häufiger Voraussetzung für Fördermittel im Bereich Digitalisierung.

Um zu einer fachlich begründeten Einschätzung und entsprechend fundierten Umsetzungsempfehlungen zu gelangen, soll externe Beratungsleistung beauftragt werden. Im Sinne einer breiten Beteiligung werden neben wichtigen Netzwerken auch Bürger\*innen aktiviert und eingebunden. Dies ist Grundlage mit Blick auf Idee, Akzeptanz und Umsetzung.

Die Ergebnisse stellen eine wichtige Grundlage für die Strategie, die dem Rat abschließend zur Beschlussfassung vorgelegt werden soll.

#### Stakeholder/ Treiber

Stadtverwaltung gemeinsam mit den Städtischen Töchtern



## Oberhausen „fast & connected“

### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |   |  |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren       | <input checked="" type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen    |
| <input checked="" type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung | <input checked="" type="checkbox"/> Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung |
| <input checked="" type="checkbox"/> Smart City Oberhausen                 |  |

### Priorität

- Sehr hoch     Hoch     Mittel

### Umsetzbarkeit

- Kurzfristig     Mittelfristig     Langfristig

### Beschreibung des Projekts

Die digitale Infrastruktur ist ein entscheidender Faktor für die Zukunftsfähigkeit einer Stadt und essentiell für die Vernetzung in die Welt. Die Versorgung mit Glasfaser spielt dabei genauso eine Rolle, wie der Aufbau und die Netze für die Nutzung von „Internet-der-Dinge“-Anwendungen.

Für ein „fast & connected“ Oberhausen werden folgende Teilprojekte umgesetzt:

- a) **Flächendeckend werden die Gewerbegebiete, Krankenhäuser und Schulen Oberhausens mit Glasfaser** ausgestattet. Dies geschieht auf Basis eines marktgetriebenen Ausbaus, aber auch mittels Förderprogrammen von Bund und Land.
- b) **Oberhausen verfügt über ein IoT-Netzwerk**, das nutzbar für Verwaltung und städtische Töchter ist.
- c) Gemeinsam werden bis Mitte 2021 **zwei IoT-Prototypen** entwickelt und in Anwendung ausprobiert (bspw. Parken, Straßenbeleuchtung, Wasserversorgung, Müllcontainer o.ä.). Dafür wird ein **„Hack-O-ton“** mit der lokalen Wirtschaft (v.a. Handwerk) durchgeführt.
- d) **Die Innenstädte Oberhausense verfügen nach Bedarf über ein kostenfreies WLAN-Angebot**. Damit wird ein Beitrag zur Steigerung der Aufenthaltsqualität geliefert. Zudem können über das Netzwerk, Erkenntnisse über die Attraktivität der Zentren gewonnen werden.
- e) Für die „interne“ Vernetzung, Positionierung von Zielen und die Umsetzung (ggf. Finanzierung) kommender Projekte wird ein **Unterstützernetzwerk** aus Unternehmen, Forschung, Verwaltung und Stadtgesellschaft gegründet.

Als Grundlage für das weitere Vorgehen wird **bis Ende 2020 ein „fast & connected“-Konzept** erarbeitet, das Ziele im Bereich der Infrastrukturmaßnahmen zusammenbindet – vom Glasfaserausbau über 5G und WLAN bis IoT-Netzwerk. Darin werden übersichtlich die Bedarfe dargestellt, Prioritäten für die Erschließung gesetzt sowie Maßnahmen zur Umsetzung (inkl. Finanzierung) verankert sowie Anwendungsidee gesammelt.

### Stakeholder/ Treiber

Gigabit-Beauftragte/r (Stadtverwaltung)

## 5) Oberhausen ist ... lebenswert

### Entwicklung attraktiver Wohnanlagen

#### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |   |  |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren | <input type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen               |
| <input type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung      | <input checked="" type="checkbox"/> Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung |
| <input type="checkbox"/> Smart City Oberhausen                      |  |

#### Priorität

- Sehr hoch     Hoch     Mittel

#### Zeitschiene

- Kurzfristig     Mittelfristig     Langfristig

#### Beschreibung des Projekts

**Ziel: Bindung und Neuansiedlung von Unternehmen sowie Gewinnung von Fachkräften durch eine breite Palette attraktiver, weicher Standortfaktoren**

Oberhausen ist ein attraktiver Wohnstandort, der urbane Dichte mit Grün verbindet. 25% des Stadtgebietes entfallen auf Park- und Waldflächen. Es sollen Wohnkonzepte mit großer Strahlkraft für alle Altersklassen und Familienstände entwickelt werden. Dabei werden neben der Erschließung neuer Wohnquartiere auch die Entwicklung von Bestandsimmobilien und das Schließen geeigneter Baulücken in den Fokus gerückt.

Die Bandbreite der Konzepte umfasst neue Wohnformen wie „Wohnen in Gewerbehöfen“, „Loft Living“ und „Mikroappartements“ für die nach wie vor steigende Anzahl von Single-Haushalten genauso wie integrative und barrierefreie Mehrgenerationshäuser oder -anlagen.

Neue sich möglichst selbst versorgende Wohnquartiere für junge Familien sollen konzipiert werden. Dabei soll es Ziel sein, die Gebäude aus nachhaltigen Baumaterialien zu errichten und als Null- möglichst sogar als Plusenergiehäuser zu konzipieren. PKW-Stellflächen sollen außerhalb der Quartiere angelegt sein und über Mobilitätsstationen mit Ladeinfrastrukturen verfügen.

Potentiale wie die Renaturierung der Emscher sollen vorausschauend mitgedacht werden, um auch in Oberhausen Projekte wie beispielsweise „Wohnen am Wasser“ zumindest langfristig anbieten zu können.

#### Nächste Schritte:

Analyse geeigneter Potenzialflächen

Sondierungsgespräche mit Oberhausener Wohnungswirtschaft

Investorenakquise

#### Treiber/ Projektverantwortung

Stadt Oberhausen, Wohnungswirtschaft Oberhausen, Projektentwickler und Investoren



## Vereinbarkeit von Familie und Beruf

---

### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |   |  |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren | <input type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen               |
| <input type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung      | <input checked="" type="checkbox"/> Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung |
| <input type="checkbox"/> Smart City Oberhausen                      |  |

---

### Priorität

- Sehr hoch     Hoch     Mittel

### Zeitschiene

- Kurzfristig     Mittelfristig     Langfristig

---

### Beschreibung des Projekts

**Ziel: Unterstützung von Unternehmen bei der Akquise und Sicherung geeigneter Fachkräfte durch Angebote und best-practice-Beispiele zur Vereinbarkeit von Familie und Beruf**

Die demografische Entwicklung in Deutschland stellt Berufstätige heute vor ganz neue Herausforderungen. War bis vor einigen Jahren der Spagat zwischen Familie und Beruf auf die Betreuung des familiären Nachwuchses außerhalb von Kindergarten- oder Schulzeiten beschränkt, so beinhaltet die Herausforderung heute zunehmend auch die Fürsorgepflicht gegenüber Eltern und anderen pflegebedürftigen Angehörigen. Zudem bleiben die Arbeitnehmer\*innen durch die Anhebung des Rentenalters länger im Beruf, so dass auch die Anzahl derer steigt, die noch in einem höheren Alter die Doppelbelastung aus familiären und beruflichen Aufgaben stemmen müssen.

Eine nachhaltige familien- und lebensphasenbewusste Personalpolitik kann daher ein Wettbewerbsvorteil für Unternehmen bei der Akquise neuer Mitarbeiter\*innen sein. In jedem Fall ist sie ein zentrales Element, gute und qualifizierte Angestellte wertzuschätzen und somit langfristig zu binden. Zudem trägt sie zum Imagegewinn des Unternehmens bei.

Aus diesem Grund soll die 2019 erstmalig und mit großer Teilnehmerzahl durchgeführte Unternehmensveranstaltung „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ zu einer Reihe ausgebaut werden, bei der sich Unternehmer\*innen aus Oberhausen über entsprechende Beratungsangebote und Anknüpfungspunkte informieren und in Best-Practice Beispielen voneinander lernen können.

Auch eine verstärkte Ausrichtung auf die Kompetenzen und Qualifikationen von Frauen kann bei der Personalfindung helfen. Mit dem Kompetenzzentrum Frau und Beruf (Competentia MEO) soll das Potential der weiblichen Beschäftigten in Mülheim, Essen und Oberhausen gehoben werden, Best-Practice Modelle der Mitarbeiterförderung aufgezeigt sowie spezielle Angebote für Oberhausener Unternehmen und weibliche Fachkräfte entwickelt und umgesetzt werden.

Es wird geprüft, inwieweit sich aus dem Projekt „RITA – Ruhrinitiative Teilzeitausbildung“ der Ruhr-Konferenz Impulse für Oberhausen ableiten lassen. Auch dieses Projekt verfolgt das Ziel, zur betrieblichen Fachkräftesicherung beizutragen, indem jährlich bis zu 400 neu teilnehmende Frauen in Teilzeit ausgebildet werden sollen.

### Treiber/ Projektverantwortung

Stadt Oberhausen, OWT, Competentia MEO, Bündnis für Familie, Portal „Mittelstand und Familie“

## 6) Oberhausen ist ... resilient

### Integriertes Stadtentwicklungskonzept

#### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |   |  |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren | <input type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen               |
| <input type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung      | <input checked="" type="checkbox"/> Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung |
| <input type="checkbox"/> Smart City Oberhausen                      |  |

#### Priorität

- Sehr hoch     Hoch     Mittel

#### Zeitschiene

- Kurzfristig     Mittelfristig     Langfristig

#### Beschreibung des Projekts

**Ziel: Fortschreibung des vorhandenen und weitgehend umgesetzten Stadtentwicklungskonzeptes unter Berücksichtigung veränderter gesellschaftlicher und planerischer Rahmenbedingungen**

Im Jahr 2008 erschien das „Stadtentwicklungskonzept Oberhausen 2020“. Es beschreibt in kleinräumlicher Gliederung Ziele und Handlungsempfehlungen für die Bereiche Wohnen, Wirtschaft und Arbeit, Umwelt, Verkehr, Entsorgung und Infrastruktur. Inzwischen ist der Planungshorizont des Konzeptes erreicht und die dort beschriebenen Maßnahmen sind zu einem Großteil bereits umgesetzt. Außerdem haben sich die gesellschaftlichen und planerischen Rahmenbedingungen verändert.

Daher sollte das Stadtentwicklungskonzept auf das Jahr 2030 fortgeschrieben werden. Es stellt dabei einen kontinuierlichen Planungsprozess dar, der die unterschiedlichen Planungen und Konzepte der Stadtverwaltung Oberhausen analysiert, bewertet und als eine Art Klammer zusammenfasst. So können gemeinsame Ziele, aber auch inhaltliche und räumliche Handlungsschwerpunkte erkannt und weiterentwickelt werden.

Ein Schwerpunkt des Konzeptes ist die Herausarbeitung der Flächenentwicklung. Industrie- und Gewerbeflächen sind heute bereits knapp geworden. Dies wird sich in den kommenden Jahren weiter verschärfen. Hier gilt es rechtzeitig entgegenzusteuern. Ein neu anzulegendes „Baulückenkataster“ könnte in diesem Zusammenhang helfen, potenzielle Bauflächen zu sichten.

#### Treiber/ Projektverantwortung

Stadt Oberhausen. Weitere Treiber sind u.a. die Handwerkskammer/ Kreishandwerkerschaft, die Industrie- und Handelskammer, die OWT Oberhausener Wirtschafts- und Tourismusförderung GmbH und der Unternehmerverband.



## Leerstandsmanagement/online-Plattform für Flächen

### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |   |   |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren | <input type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen    |
| <input type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung      | <input type="checkbox"/> Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung |
| <input type="checkbox"/> Smart City Oberhausen                      |   |

### Priorität

- Sehr hoch     Hoch     Mittel

### Zeitschiene

- Kurzfristig     Mittelfristig     Langfristig

### Beschreibung des Projekts

**Ziel: Vereinfachung von Unternehmensansiedlungen durch ein gemeinsames Branchen- und Flächenübergreifendes online-Format**

Im Internet gibt es mit Immobilienscout24, immowelt, immonet und weiteren Portalen bereits zahlreiche Hinweise auf Immobilien, die zum Kauf oder zur Miete angeboten werden. Kein Portal enthält allerdings alle aktuellen Angebote. Insbesondere bei kleinen Gewerbeeinheiten sowie im Einzelhandelsbereich existieren erhebliche Lücken. Daneben sind im gewerblichen Sektor Hinweise auf mögliche Untervermietungen nur selten zu finden.

Lösungsansatz könnte die Zusammenführung des im Internet bestehenden Angebotes durch eine regionale online-Immobilienplattform für Oberhausen sein. Ggf. könnte auch eine bereits bestehende Plattform wie z.B. [www.ruhrsite.de](http://www.ruhrsite.de) ausgeweitet werden.

Erweiterte Such- und Filterfunktionen könnten sich auch durch die Kombination von „ruhrsite“ mit einem weiteren allerdings kostenpflichtigen Format der BMR – „ruhragis“ – ergeben. Die Anwender könnten gezielt zusätzliche Informationen wie Wirtschaftszweige im Umfeld, Topografie, Klima sowie Bau- und Planungsrecht u.a. abrufen. Neben der reinen Immobiliensuche könnte so gezielte Flächenentwicklung unterstützt werden.

Die unten aufgeführten Player könnten als Kontaktvermittler dienen.

Hilfreich könnte darüber hinaus der Einsatz eines „Kümmerers“ sein (bevorzugt eine Person mit guten Ortskenntnissen und Verbindungen in die Immobilienbranche). Dieser Kümmerer könnte auch ein Leerstandskataster einrichten bzw. das vorhandene aktualisieren und pflegen.

### Treiber/ Projektverantwortung

OWT GmbH; Stadtteilbüros, Immobilienmakler, Handwerkskammer/Kreishandwerkerschaft, Industrie- und Handelskammer

## 7) Oberhausen ist ... selbstbewusst

### Marketing neu organisieren

#### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren       | <input checked="" type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen |
| <input type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung | <input type="checkbox"/> Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung         |
| <input type="checkbox"/> Smart City Oberhausen                 |   |

#### Priorität

- Sehr hoch     Hoch     Mittel

#### Zeitschiene

- Kurzfristig     Mittelfristig     Langfristig

#### Beschreibung des Projekts

Eine Stadt, die sich unterschiedlichen Zielgruppen vorstellen möchte, bearbeitet in Sachen Marketing folgende Säulen:

- Citymarketing/Stadtteilmarketing (Zielgruppen Stadt- und Umlandbevölkerung)
- Tourismusmarketing (Zielgruppen Übernachtungsgäste (geschäftlich und privat) und Tagesbesucher)
- Standortmarketing (Zielgruppen Unternehmer, Gründer)
- Verwaltungsmarketing (Zielgruppen Bürger, eigene Mitarbeiter und Politik)

In diesem Hub wurden zwei Marketing-Modelle benachbarter Städte inhaltlich, strategisch wie organisatorisch näher betrachtet: Krefeld und Essen. Rein organisatorisch bzw. von den personellen Kapazitäten her gesehen gibt es folgende Größenordnungen:

Krefeld:            12 MA / 230.000 Einwohner  
Essen:             31 MA / 580.000 Einwohner  
Oberhausen:    ca. 11 MA / 210.000 Einwohner

Öffentlichkeitsarbeit über die Stadt bzw. den Wirtschaftsstandort Oberhausen wird derzeit im Presseamt und in der OWT GmbH gemacht. Das „Marketing“ für die Stadt ist in keiner dieser beiden Einheiten und auch sonst nirgendwo vorgesehen. Um ein einheitliches, ganzheitliches und abgestimmtes Marketing über diese Stadt zu gewährleisten, wie es die Marketing-Strategie des Masterplans Wirtschaft vorsieht, müssen dringend die Zuständigkeit geklärt, Kapazitäten erhöht und Aktivitäten gebündelt werden.

Die neue, schlagkräftige Organisation für das Marketing steht unter zentraler Federführung, die die Arbeit übergreifend organisiert. Hierzu zählen auch die anderen Organisationen und die Unternehmen (s.u.), die als Multiplikatoren des neuen Marketings eingebunden werden. Das neu organisierte Marketing-Team könnte auch professionell durch eine Agentur oder beratend durch ein Expertengremium begleitet werden.

Aufgrund der angespannten Haushaltslage der Stadt sind dem Budget für das Marketing Grenzen gesetzt. Marketing ist dabei nicht gleichzusetzen mit einer Imagekampagne. Es gilt zunächst, die belastbaren Imagefaktoren herauszufiltern, auf denen eine positive Kommunikation kontinuierlich aufgebaut werden kann. Diese neue Agenda erzählt das neu organisierte Marketing parallel zu den negativen Schlagzeilen (schlechte Rankings etc.), die faktisch nicht zu widerlegen sind.

Bei der Verbreitung dieser Nachrichten muss deshalb auch auf die „Kraft der Vielen“ gesetzt werden, also Botschafter/Multiplikatoren nutzen (s. Projektblatt Zukunftsprofil).

Es könnte ein studentisches Projekt / Marketing-Lehrstuhl beauftragt werden, um Ideen zu entwickeln; wengleich für einen professionellen Start ein studentisches Projekt nicht ausreichen wird. Denkbar ist ein Kooperations-Projekt der hiesigen Kommunikationsagenturen.

Sollte nach erfolgreicher Vorarbeit eine Imagekampagne angedacht werden, könnten Partner gesucht werden, etwa Unternehmen als Sponsoren oder überregionale Organisationen wie die Business Metropole Ruhr/Stadt der Städte, die Marketingleistungen zu Paketpreisen anbieten

#### Treiber/ Projektverantwortung

Stadt Oberhausen/ OWT



## Zukunftsprofil nach Zielgruppen ausrichten

### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren       | <input checked="" type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen |
| <input type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung | <input type="checkbox"/> Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung         |
| <input type="checkbox"/> Smart City Oberhausen                 |   |

### Priorität

- Sehr hoch     Hoch     Mittel

### Zeitschiene

- Kurzfristig     Mittelfristig     Langfristig

### Beschreibung des Projekts

Das Zukunftsprofil der Stadt Oberhausen sollte im Marketing bzw. in der Öffentlichkeitsarbeit auf den immer gleichen Botschaften über Oberhausen aufbauen. Die drei Bereiche, die im Masterplan Wirtschaft herausgearbeitet wurden, sollen nach außen zur Geltung gebracht werden:

- Freizeit/Handel/Kultur/Event/Sport (bereits belastbarer Standortvorteil)
- Innovation (Schwerpunkt des Masterplans)
- Qualifikation (Schwerpunkt des Masterplans)

Diese Themen müssen mit voller Kraft besetzt werden, anstatt bei vielfältigen kleinen Themen anzusetzen. Die immer gleichen Botschaften, die man dauerhaft bespielt, verdichten sich auf diese Vision:

### **Oberhausen ist aufregend, ideenreich, wissbegierig und jung**

Es gibt zwei wesentliche Zielgruppen für die Image-Arbeit der Stadt:

- Potenzielle Investoren  
Gründer, Selbstständige, investitionswillige Unternehmen, ansässige Wirtschaft, Immobilienkäufer
- Potenzielle neue Einwohner  
Azubis, Studierende, junge Familien, gut Situierte, Immobilienkäufer, Fachkräfte

Verschiedene Maßnahmen unter der Leitfrage „Wen (s.o. Zielgruppen) wollen wir wie anlocken?“ etablieren das Zukunftsprofil:

- Redaktionell aufbereitete, positive Nachrichten aus Oberhausen erzählen und damit neben der „schlechten“ eine positive Agenda etablieren.
- Vorhandene Kanäle und Medien stärker nutzen und verbreiten, z. B. das Stadtmagazin „Oh!“ der Wirtschaftsförderung.
- Die entscheidenden Kanäle Internet, Apps und Soziale Medien und etablierte Portale der Stadt / der Region (metropole ruhr) bedienen.
- Bilder, Bilder, Bilder: Über Soziale Medien mit den tollen Bildern aus Oberhausen werben und beim Verteilen die Kraft der Vielen nutzen.
- „Kraft der Vielen“ I: In den Sozialen Medien die Oberhausener mit den guten Geschichten versorgen, damit sie diese teilen und so zu Botschaftern ihrer Stadt werden.  
Siehe: #401GE – mit diesem Hashtag kokettiert Gelsenkirchen mit seinem letzten Platz beim Städteranking und erhält unter dem Hashtag auch viele positive Geschichten. Ein solcher Hashtag könnte eine verbindende Klammer sein.
- „Kraft der Vielen“ II: Multiplikatoren nutzen bzw. finden, um die guten Geschichten zu verbreiten, etwa WiFö, IHK, Verbände, Marketingclub Ruhr, Unternehmen, Vereine, Tages-Touristen und Übernachtungsgäste...
- „Kraft der Vielen“ III: Eigene Verwaltungsmitarbeiter zu begeisterten Botschaftern machen, denn Marketing wächst von innen nach außen. Über jede Entscheidung zulasten der Bürger zunächst auch unter dem Image-Gesichtspunkt nachdenken, Beispiel: Busfahrkarte für 700 Schüler gestrichen – löste einen Aufschrei in der Bevölkerung aus.

Folgende Thesen wurden zum Zukunftsprofil entwickelt:

1. Oberhausen ist der Ort, an dem es sich gut wohnen, leben, arbeiten und Geschäfte machen lässt.
2. Junge Leute und kaufkräftige Familien sind entscheidende Zielgruppen!
3. Oberhausen kann als „Dorf mit urbanem Flair“, attraktiven Stadtteilen und mehr Grünflächen als vom „Ruhrpott“ zu erwarten, diesen Gruppen Angebote machen, weil es günstigen Wohnraum, eine gute Lage und beste Infrastruktur bieten kann!
4. Oberhausen kann sich als Zentrum der Ausbildung, handwerklich, technisch/gewerblich und der Fitnessindustrie, etablieren – mit Bildungszentren UND Wohnangeboten.
5. Oberhausen hat selbst keine Hochschule, kann aber durch seine gute Anbindung und Nähe zu anderen Hochschulen Studierende anziehen. Angebote müssen bekannt gemacht bzw. entwickelt werden: Günstiger Wohnraum, Community, Kultur, Weiterbildung, MakerSpaces, In-Sportarten, Nachhaltigkeit, Mobilität, Agilität usw.
6. Oberhausen kann sich als Freizeit-Campus („Silicon Valley der Fitnessindustrie“ / „Urban Entertainment Center“ / „Die Stadt, die nie schläft“) verkaufen – Freizeit, Handel, Event, Sport/Fitness sind schon jetzt belastbare Standortvorteile.

Mit Blick auf den Wirtschaftsstandort muss die Innovationskraft und (digitale) Wandelbarkeit (Oberhausen kann Wandel!) in den Fokus gerückt werden!

### Treiber/ Projektverantwortung

Stadt Oberhausen/ OWT GmbH

## 5-Jahres-Strategie für das Marketing entwickeln

### Bezug zu Themenfeld im Masterplan

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Zukunftsfähige Standortfaktoren       | <input checked="" type="checkbox"/> Zukunftsprofil des Standorts Oberhausen |
| <input type="checkbox"/> Wissenschaft, Innovation und Gründung | <input type="checkbox"/> Arbeit, (Schul-)Bildung und Qualifizierung         |
| <input type="checkbox"/> Smart City Oberhausen                 |   |

### Priorität

- Sehr hoch     Hoch     Mittel

### Zeitschiene

- Kurzfristig     Mittelfristig     Langfristig

### Beschreibung des Projekts

Es bedarf innen und außen einer neuen Strategie für ein ganzheitliches Marketing über den Standort Oberhausen. Die **Prozessschritte**

#### 1. Bestandsanalyse

- SWOT / Ist-Zustand
- Medienlandschaft: Tageszeitung (WAZ hat 20.000 Abos bei 115.000 Haushalten), Radio, Stadtmagazin Oh!, soziale Netzwerke, Internet, Apps  
Fokus auf Bilder (Instagram, Snapchat, Pinterest): Junge Leute lesen keine Schlagzeilen, weder gute noch schlechte, sie gucken Bilder

#### 2. Wie denken die Oberhausener Bürger und Unternehmer über ihre Stadt?

- Umfassende Bürgerbeteiligung
- Identität / Selbstverständnis
- Verantwortung für die Stadt übernehmen
- Stadtgesellschaft mitnehmen (Formate/ Veranstaltungen)
- Unternehmen befragen

#### 2. Wie denken andere über unsere Stadt? Was suchen sie in unserer Stadt? Was brauchen sie?

- Ansiedlungswillige Firmen
- Arbeitnehmer
- Zuzugsinteressierte
- Tages- und Übernachtungs-Gäste

#### 3. Markenkern / Leitbild erarbeiten

- touristische Highlights, aber nicht nur darauf basierend
- Freizeit, Event, Shopping
- mit sich selbst kokettierend
- Einklang Alt & Neu : Tradition und Innovation / Strukturwandel „Wir können Wandel“
- Neue Schwerpunkte herausarbeiten wie „Oberhausen ist die Stadt für den Wissenstransfer durch Köpfe“.

#### 4. 5-Jahres-Plan erstellen

- Wo kommen wir her?
- Wo wollen wir hin (Vision / Utopie)?
- Frisches / modernes Logo für die Stadt entwickeln (vgl. Überlegungen aus 2009: Die „Neue Monarchie“ präsentiert erste Ansätze für eine neue Städte-Kommunikation)
- Slogan / Claim entwickeln
- Storytelling (Blick auf die Stadt verändern)
- Veranstaltungen / Bürgerbeteiligung / Experimente
- Made in Oberhausen: Shop, Industrie, Erfinder, Unternehmer
- Kommunikationsstrategie – Wege, Kanäle, Maßnahmen / Budget / Zeitplan
- Botschafter finden und begeistern (Unternehmer, Gründer, Azubis, Touristen...)

#### 5. Was folgt ab Jahr 6?

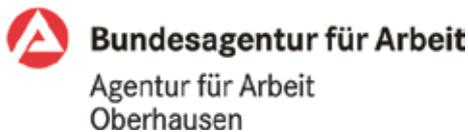
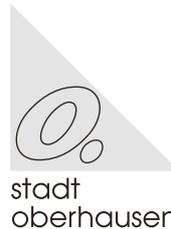
### Treiber/ Projektverantwortung

Stadt Oberhausen/ OWT



# TEILNEHMERKREIS

## Lenkungskreis des Masterplanprozesses:



## Teilnehmende Unternehmen, Bildungseinrichtungen und Vereine:

1&1 Versatel Deutschland GmbH • 4Brain GmbH IT-Systemhaus • Abbruch Oberndörfer und Klessa GmbH • ALBA Elektrotechnik • Albrecht GmbH & Co. Verpachtungs KG • Allg. Dt. Computer-Club e.V. • AOK Rheinland/Hamburg/Regionaldirektion Duisburg-Oberhausen • AQUApark Oberhausen GmbH • Arbeitsgruppe IDA- Integration durch Arbeit • Architekturbüro Romann • Aufzugsservice Steck • Autohaus Krufft GmbH • Babcock Pensionskasse VVaG • Bäckerei M.u.K. Horsthemke GmbH • baldaja® - Expert Travel GmbH • BatteryCloud UG • Bauindustrieverband NRW e.V. • BCS-DATASEC GmbH • BECHER GmbH & Co. KG • bee smart city GmbH • Benning, Gluth & Partner - Gesellschaft für Kommunikation mbH • BETOGLASS GmbH • bgp e.media GmbH • Bioni CS GmbH • Bruno Rattey Stahlbau GmbH & Co. KG • Bundesagentur für Arbeit - Regionaldirektion Nordrhein-Westfalen • BUNK-Bau GmbH • Business Metropole Ruhr GmbH • BVMW Bundesverband mittelständische Wirtschaft e.V. • Caritasverband Oberhausen e.V. • Cardoc Autoklinik GmbH • Carl Osmann GmbH • Coach Herta Fidelak-Beilke • Competentia MEO • CONTACT GmbH • DEC GmbH • DEHOGA Nordrhein e.V. • DEKRA Automobil GmbH • Denis Gossler Fahrzeugbau GmbH • DONICHT Stahl- und Metallbau GmbH • Ed. Fitscher GmbH & Co. KG • EFI Gastronomie GmbH • Energieversorgung Oberhausen AG • EUROAUCTIONS IMMOBILIEN GmbH • Ev. Krankenhaus Oberhausen GmbH • EVB Kundenmanagement GmbH • Fahrschule & Fahrlehrer-Fachschule Krüssmann • Felsenhardt Stahl- und Metallbau GmbH

- Förderkreis Burg Vondern e.V.
- Frank Mölder Wasserberatung
- Franken Apparatebau GmbH
- Fritz Lochter Inh. Joachim Schultz e.K.
- Geese Bau GmbH
- Gehring Group GmbH
- Geohaus GbR
- Gesamtschule Weierheide
- GEWA Ges. für Gebäudereinigung und Wartung mbH
- GeWo e.G. – Sterkrade
- GHH Radsatz GmbH
- GON Consult
- GS Star GmbH Art Hotel ANA & Super 8 Hotel
- HACKBARTH'S Restaurant
- Handelsverband NRW Ruhr e.V.
- HANDWERKSKAMMER DÜSSELDORF Handwerkszentrum Ruhr
- Hans-Böckler-Berufskolleg
- Hans-Sachs-Berufskolleg
- Hartenstein Objekteinrichtungen GmbH
- Heilpädagogin Anna-Maria Penitzka
- Hermann Schulte-Kellinghaus GmbH
- HERNO Maschinen- und Apparatebau GmbH & Co. KG.
- Hesels vom Berg Werbeagentur GmbH
- Hewea-Druck GmbH
- Hochschule Ruhr West
- Holiday Inn Express Oberhausen
- Hotel NH Oberhausen
- i<sup>2</sup>fm Internationales Institut für Facility Management GmbH
- IdeasForYou UG
- IG Metall Mülheim, Essen, Oberhausen - Gewerkschaftshaus Oberhausen
- Iwan Stempel- und Schilderfabrik
- j.s. consulting
- Joachim Schultz GmbH
- Jobcenter Oberhausen
- Kisters Karosseriebau
- KLAUS STAYMANN Interim Management & Consulting
- Kramer GmbH & Co. KG
- Kreishandwerkerschaft Mülheim an der Ruhr – Oberhausen
- Krey Friseure
- Küchen Horstmann GmbH
- Lebenshilfe Werkstätten Oberhausen gGmbH
- Lenord, Bauer & Co. GmbH
- Lindenau Fahrzeugbau GmbH
- LOEWE-IndustrieOfenBau GmbH
- Luise-Albertz-Halle Tagungs- und Veranstaltungszentrum Oberhausen GmbH
- LVR-Industriemuseum Rheinisches Landesmuseum für Industrie- und Sozialgeschichte
- MaDaKo GmbH & Co. KG
- Malermeister Armin Günther
- MAN Energy Solutions SE
- Marc Schmitz Bedachungen
- Marx Ingenieurgesellschaft mbH
- McFIT GLOBAL GROUP GmbH
- medicos.Oberhausen Reha GmbH & Co.KG
- Medikon GmbH
- mika IMMOBILIEN
- MONNING GmbH Reinigungstechnik
- move:elevator GmbH
- NH Consulting
- Niermann Türen & Fenster GmbH
- NIESING IMMOBILIEN RDM
- Ocklenburg Coaching & Consulting
- OGM Oberhausener Gebäudemanagement GmbH
- OPS Personalservice GmbH
- Osterfelder Bürgerring e.V.
- OXEA Services GmbH
- Parkhotel Oberhausen
- PLANiT DIGITAL
- PLASSMEIER GmbH
- PMP Vermögensmanagement
- POS4 Architekten Generalplaner GmbH
- prolift Liftsysteme GmbH
- PSL-Technik GmbH
- PYROPLAN
- radio NRW GmbH
- RAG Montan Immobilien GmbH
- Rechtsanwälte Harpering und Brackmann
- reflect AG
- Rotthege Wassermann Rechtsanwälte
- Ruhr Tourismus GmbH
- Ruhrwert Immobilien Beteiligungs GmbH
- RWW Rheinisch-Westfälische Wasserwerksgesellschaft mbH
- SAW Bildungszentrum NRW GmbH
- Seniorenwohnpark Oberhausen
- Service-Total-Germany
- SIM Scientific Instruments Manufacturer GmbH
- Stadtparkasse Oberhausen
- Stauch Bau GmbH
- Sterkrader Automarkt GmbH
- Steuerberatung Speer
- STOAG Stadtwerke Oberhausen GmbH
- Taxi + Mietwagen Vermittlungszentrale GmbH
- THE MIRAI GmbH & Co. KG
- TIMM Fleisch- und Wurstmanufaktur GmbH
- topbot Automation
- TRYP CentrO Oberhausen
- TZU Technologiezentrum Umweltschutz Management GmbH
- UAR Universitätsallianz Ruhr
- Unternehmens-, Marketing und PR-Beratung Grundmann
- Unternehmerverband Soziale Dienste und Bildung
- Velser Bürokommunikation
- VERITAS Unternehmensberatungs- und Treuhand GmbH Steuerberatungsgesellschaft
- VEU Ruhr GmbH & Co.KG
- VHS Oberhausen Bert-Brecht-Bildungszentrum
- Via Ocel DE GmbH
- VIEFHAUS GmbH
- Volksbank Rhein-Ruhr eG
- WBO Wirtschaftsbetriebe Oberhausen GmbH
- Weiterbildungsinstitut Wbl GmbH
- Werbeberatung Moll-Real
- Wilhelm Timm Keramik Fliesen und Naturstein GmbH
- Work Inn GmbH & Co. KG
- ZENIT - Zentrum für Innovation u. Technik in NRW GmbH

### **sowie die Ratsfraktionen:**

Bürgerliste • CDU-Fraktion • Die Linke.Liste-Fraktion • FDP-Gruppe • Fraktion Bündnis Oberhausen • Fraktion Die Grünen • SPD-Fraktion





