

Beteiligungskonzeption

1. Beteiligungsgegenstand und Zielsetzungen

Image- und Marketingkonzept Osterfeld

Das Konzept soll u.a. zentrale Inhalte und Gestaltungsvorgaben für die Vermarktung des Standortes Osterfeld haben. Es soll ein neues, gemeinsames Profil für Osterfeld entwickelt werden. Das Konzept ist eine wichtige Klammer zur Vernetzung unterschiedlicher Aktionsebenen.

2. Rahmenbedingungen/Punkte die vorab zu klären sind

Information, Beratung, Mitbestimmung

3. Auswahl und Ansprache der zu Beteiligten

Grundsätzlich alle Bürgerinnen und Bürger in Oberhausen. Aufgrund der konkreten räumlichen Lage ist davon auszugehen, dass die Bevölkerung von Osterfeld unmittelbares Interesse entwickelt, hier die Quartiere im Bereich Osterfeld Mitte, Vondern, Heide und Eisenheim

4. Prozessplanung

Die Förderzusage im Rahmen der Städtebauförderung „Soziale Stadt Osterfeld“ liegt vor. Die Ausschreibung zur Erarbeitung des Konzeptes durch ein externes Fachbüros soll Anfang 2019 erfolgen. Die Umsetzung des Projektes ist für 2019 vorgesehen.

5. Finanz- und Personalressourcen (Mehrfachnennung möglich)

im Rahmen der Arbeitszeit der städtischen MitarbeiterInnen

Begleitung durch Stadtteilbüros

zusätzliche Finanz- und Personalressourcen (z. B. externe Moderation)

Klicken Sie hier, um einzugeben, welche finanziellen Ressourcen für den Beteiligungsprozess bereit gestellt sind (nicht für das gesamte Vorhaben!).

6. Öffentlichkeitsarbeit (Mehrfachnennung möglich)

Pressemitteilung Veröffentlichung im Kalender Bürgerbeteiligung Flyer Plakate

Einwurfsendungen Veröffentlichung im Oh! Stadtmagazin Sonstiges: Klicken Sie hier, um sonstige Öffentlichkeitsarbeit einzugeben.

7. Dokumentation

Protokoll, Fotodokumentation

8. Ergebnisreflexion und –transfer

Die Ergebnisse des Beteiligungskonzepts fließen in die weitere Bearbeitung des Image- und Marketingkonzepts ein. Die politischen Gremien entscheiden abschließend über das Konzept und können dabei die Aufnahme der Anregungen aus dem Beteiligungszeitraum überprüfen.