

Stadt Oberhausen	Drucksachen-Nr. B/17/1533-02	Termin 07.02.2022	Rat der Stadt		
<u>Beschlussvorlage</u>			öffentlich		
Termin	Gremium	Vorlage zur*	Ergebnis	Beschluss- kontrolle*	
26.01.2022	Kulturausschuss	V			
31.01.2022	Haupt- und Finanzausschuss	V			
01.02.2022	Stadtplanungs- und Mobilitätsausschuss	V			
07.02.2022	Rat der Stadt	B			
01.03.2022	Wirtschafts- und Digitalisierungsausschuss	K			

Beratungsgegenstand

Zustimmung zur Umsetzung des Projekts "Creative City" sowie zur Leistung von außerplanmäßigen Haushaltsmitteln im Produktbereich 01 "Innere Verwaltung"

Beschlussvorschlag

Der Rat der Stadt beschließt, vorbehaltlich des entsprechenden Zuwendungsbescheids, die Umsetzung des Projekts „Creative City“ im Rahmen des Bundesprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“. Er beschließt darüber hinaus die Leistung von außerplanmäßigen Mittel für das Haushaltsjahr 2022 wie nachfolgend dargestellt. Die Mittel für den Eigenanteil der Jahre 2023-2025 werden in die Haushalte 2023-2025 aufgenommen.

Auftrag	Bezeichnung	Kostenart	Bezeichnung	Betrag (EUR)
860004070300	Kulturbüro	543132	Sonstige Geschäftsaufwendungen	113.500 €

Deckungsvorschlag:

Verschlechterung des Ergebnisses der laufenden Verwaltungstätigkeit.

Dezernent Dezernat 1	Dezernent Dezernat 0	Kämmerer	Oberbürgermeister
Tsalastras Datum	Güldenzipf Datum	Tsalastras Datum	Schranz Datum
* Vorlage zur: Anhörung (A) Kenntnisnahme (K) Vorberatung (V) Beschlussfassung (B)		* Ergebnis : Zustimmung (Z) Ablehnung (A) Änderung (Ä) Anhörung vollzogen (AV) Kenntnisnahme (K)	Beschlusskontrolle: Ja oder nein Beteiligung: Personalrat [] Gleichstellungsstelle []

Stadt Oberhausen	Drucksachen-Nr. B/17/1533-02	Termin 07.02.2022	Rat der Stadt
-----------------------------	---	------------------------------	----------------------

Konsequenzen

a) Finanzielle

keine ☐

ja ☒

Die Projektdauer beträgt drei Jahre (voraussichtlich 04.2022 bis 03.2025). Die Gesamtkosten des Projekts belaufen sich nach der Interessenbekundung auf 3.180.000 EUR. Die Fördersumme beträgt 2.862.000 EUR. Da sich die Stadt Oberhausen in einer Haushaltsnotlage befindet, muss lediglich ein Eigenanteil in Höhe von 10 % (318.000 EUR) erbracht werden. Dieser wird auf die Projektdauer voraussichtlich wie folgt aufgeteilt:

2022: 113.500 EUR

2023: 106.722 EUR

2024: 58.889 EUR

2025: 38.889 EUR

Für die Jahre 2023 - 2025 werden die Mittel im Rahmen der jährlichen Haushaltsplanung angemeldet. Für das Jahr 2022 müssen die Mittel außerplanmäßig zur Verfügung gestellt werden.

b) Sonstige

-

Begründung

Im Auftrag des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat (BMI) hat das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) Städte und Gemeinden dazu aufgerufen, Projektvorschläge für das Programm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ einzureichen (Fristende 17.09.2021). Für das Bundesprogramm stehen insgesamt 250 Mio. Euro für Programmbegleitung und Vorhaben bis 2025 zur Verfügung.

Ziel des Programms ist es, Städte und Gemeinden bei der Bewältigung akuter und struktureller Problemlagen in den Innenstädten zu unterstützen, indem diese als Identifikationsorte der Kommune zu multifunktionalen, resilienten und kooperativen Orten (weiter)entwickelt werden.

Das Dezernat 1, Finanzen und Kultur, hat mit Unterstützung durch das Dezernat 0, Strategische Planung und Stadtentwicklung, und das Institut Fraunhofer Umsicht am 17.09.2021 eine Interessensbekundung für die Umsetzung des Projekts „Creative City“ im Rahmen des o.g. Bundesprogramms eingereicht. Das BBSR hat am 30.11.2021 mitgeteilt, dass die eingereichte Projektskizze positiv bewertet wurde und das BMI entschieden hat, das Vorhaben für das sich anschließende formale Zuwendungsverfahren vorzusehen. Im Rahmen dessen ist ein Nachweis eines Beschlusses über den Finanzierungsanteil der Kommune zu erbringen.

Das beantragte Projekt „Creative City“ (in der Anlage Projektskizze „Creative City“) baut auf dem anerkannten Kreativquartier Oberhausen.Mitte auf. Dieses umfasst den Stadtraum vom Theater und Ebertbad über den Bahnhofsturm bis zum Zentrum Altenberg über das soziokulturelle Zentrum Druckluft bis zum Gdanska von dort über das K14 zur oberen Marktstraße und zurück zum Theater.

Stadt Oberhausen	Drucksachen-Nr. B/17/1533-02	Termin 07.02.2022	Rat der Stadt
-----------------------------	---	------------------------------	----------------------

Die Potentiale von Kunst, Kultur und Kreativwirtschaft, die in diesem Stadtteil eine besondere Konzentration erfahren, sollen genutzt werden, um die Innenstadt von Alt-Oberhausen als Stadtraum mit neuen Impulsen zu versehen, lebenswerter zu gestalten und die Attraktivität zu steigern. Für den Antrag wurden dazu acht Teilprojekte entwickelt, die die vorhandenen Potentiale des Stadtteils Alt-Oberhausen einbeziehen, bereits bestehende Konzepte ergänzen und neue Impulse schaffen. Darüber hinaus werden auch zwei geringfügig bauliche Maßnahmen durchgeführt.

Die Umsetzung folgender Teilprojekte ist vorgesehen:

Teilprojekt 1: Konzept „Stadt als kreative Bühne“

In einem partizipativen Prozess sollen potentielle Funktionen von prägenden Orten (Altmarkt, Saporoshje-Platz etc.) herausgearbeitet und konkretisiert werden. Der öffentliche Raum soll kreative Bühne für künstlerische Stadtteilprojekte und kreative Projektionen werden. Darauf aufbauend werden Schritte zur Attraktivierung, Steigerung der Aufenthaltsqualität und Belebung erarbeitet.

Teilprojekt 2: Konzept „Besucher-Journey“

Es soll untersucht werden, was die Besucher*innen in der Innenstadt interessiert, wo sie wie die Innenstadt nutzen und welche potentielle Nutzung möglich ist. So können Barrieren, fehlende Angebote, aber auch funktionierende Orte erkennbar gemacht werden und aus Sicht der Nutzer*innen bewertet werden. Auf dieser Grundlage können der öffentliche Raum und die bestehenden Angebote weiterentwickelt und ergänzt werden.

Teilprojekt 3: Digitales Ansiedlungsmanagement

Zum Ansiedlungsmanagement zählt die Erfassung der Gewerbeleerstände, die dann anhand bestimmter Kriterien (z.B. Fläche, Preis, Erreichbarkeit) katalogisiert werden, um so ein individuelles Vermarktungsprofil erstellen zu können. In der anschließenden Profilbildung wird eine Analyse der Branchenstruktur und des Kaufkraftpotenzials durchgeführt, um so ein Standortprofil zu erarbeiten. Die Schaffung von Vermarktungsinstrumenten in Form von Zusatzleistungen soll den Standort von anderen Standorten abheben.

Teilprojekt 4: Machbarkeitsstudie Paketpost

Mithilfe einer Machbarkeitsstudie, die auf einer umfassenden Bürgerbeteiligung aufsetzt, sollen Nutzungsmöglichkeiten für die Paketpost eruiert werden. Vorstellbar sind u.a. Veranstaltungen, Feiern, Firmenseminare, Gastronomieideen, urbane Produktion, Kreativwerkstätten, Co-Working-Spaces oder Wohnprojekte.

Teilprojekt 5: Planung Supermarkt der Ideen als kreativen Ort und Reallabor

Der Supermarkt der Ideen wird bereits für Vorstellungen, Ausstellungen, Tanzvorführungen, Vorträge etc. genutzt, allerdings fehlt es an einem schlüssigen Konzept zur dauerhaften Nutzung. Daher soll, unter Berücksichtigung einer flexiblen Raumgestaltung, ein multifunktionales Gestaltungskonzept erarbeitet werden.

Teilprojekt 6: Kreativquartiersmanagement

Das Kreativquartiersmanagement soll die Aktivitäten der kreativen Quartiersentwicklung in der Innenstadt Oberhausens koordinieren und steuern. Es soll Kooperationsstrukturen entwickeln und ausbauen, die dazu geeignet sind, die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure weiterzuentwickeln und dadurch neue Produktionsformen und Angebote zu ermöglichen. Zu dem Kreativquartiersmanagement zählt auch die Entwicklung und Umsetzung eines Marketing-Konzeptes für das Kreativquartier.

Teilprojekt 7: Künstlertreff mit Artothek und Literaturhaus

Künstlern und Kreativen soll Fläche und Raum für Ateliers und Werkstätten zur Verfügung gestellt

Stadt Oberhausen	Drucksachen-Nr. B/17/1533-02	Termin 07.02.2022	Rat der Stadt
-----------------------------	---	------------------------------	----------------------

107 werden, ebenso für Proben- und Aufführungsbühnen. Zu dem Konzept zählt außerdem der Umzug der
108 Artothek in die Innenstadt. Auch das Literaturhaus soll mit einbezogen werden.

109
110 *Teilprojekt 8: Image-Kampagne: Neue Alte Mitte*

111 Bei Umfragen wird die Innenstadt als eins der größten Probleme der Stadt Oberhausen benannt. Vor
112 diesem Hintergrund gilt es, ein neues Narrativ zu entwickeln und der negativen Wahrnehmung
113 etwas entgegenzusetzen, um die positiven Impulse und Entwicklungen deutlich zu machen. Dafür
114 wird eine gezielte, multimediale Marketing-Kampagne entwickelt, die den Aufbruch der „kreativen
115 Alten Mitte“ deutlich macht.

116
117
118 *Geringfügig baulich-investive Maßnahmen:*

119
120 *Instandsetzung des Supermarkts der Ideen als kreativen Ort*

121 Der Leerstand soll saniert und instandgesetzt werden. Es soll sowohl die technische Infrastruktur
122 als auch die logistische Infrastruktur für den kreativen Ort bereitgestellt werden.

123
124 *Ausstattung Künstlertreff mit Artothek und Literaturhaus*

125 Der Künstlertreff erhält eine Grundausrüstung an Mobiliar. Der Bedarf wird zuvor mit potentiellen
126 Nutzerinnen und Nutzern ermittelt.

127
128
129
130 **Anlage**

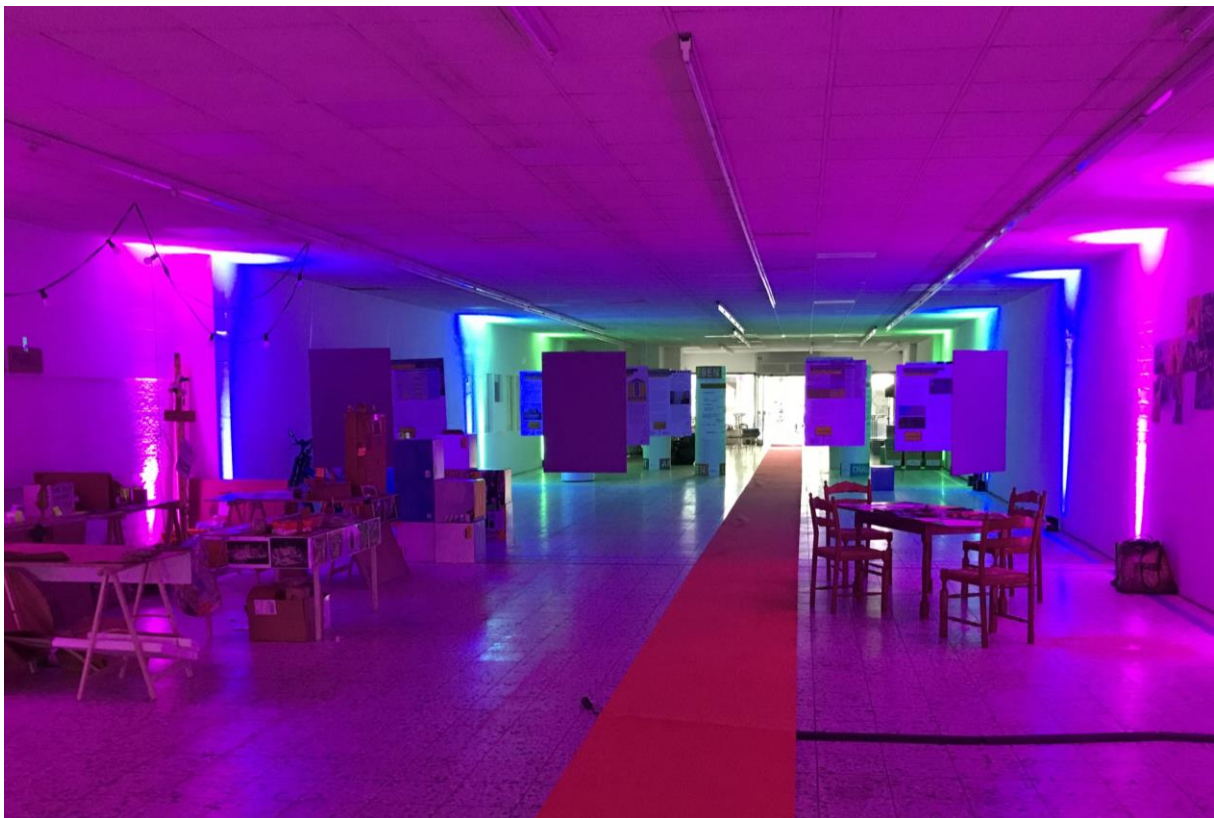
131
132 - Projektskizze „Creative City“

133
134
135

Projektskizze im Rahmen des Bundesprogramms »Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren« des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat (BMI) umgesetzt durch das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR)

Creative City

Identifikationsort und Innovationstreiber für eine zukunfts-fähige Innenstadt



Laufzeit des Vorhabens: 01.2022-12.2024

Gesamtkosten: 3.180.000€

Fördersumme: 2.862.000€

Kontakt Daten der Antragstellenden

Apostolos Tsalastras

Stadt Oberhausen, Dezernat I Finanzen und Kultur, Schwartzstraße 72, 46045 Oberhausen

apostolos.tsalastras@oberhausen.de, +49 208 825-2228

I. Kurzbeschreibung und Ziel des Projekts mit Angaben zu den vorgesehenen Fördergegenständen (Bausteine)

Die Innenstadt Oberhausens leidet neben der schwierigen sozialen Situation unter dem Strukturwandel des Einzelhandels: deutliche Leerstände in der Innenstadt sind die Folge. Erfahrungen aus anderen Städten zeigen, dass Künstler*innen und Kreative aus allen 11 Sparten der Kultur- und Kreativwirtschaft großes Potenzial haben, die verlorengegangenen urbanen Qualitäten zum Teil ersetzen zu können und ein positiv wirkendes und resilienteres Innenstadtleben zu etablieren.

Im angestrebten Projekt mit Reallaborcharakter werden kunst- und kulturgerechte Strategien und Instrumente entwickelt und Umsetzungen erprobt, um Kultur- oder Kreativunternehmen im Umfeld der Marktstraße in der Innenstadt von Oberhausen anzusiedeln, eine Gründer*innen-Landschaft aufzubauen und zu verstetigen.

Das Projekt „Creative City“ umfasst neben dem Projektmanagement, der Öffentlichkeitsarbeit und der Evaluation 8 Teilprojekte, die den Förderbausteinen zugeordnet wurden.

- I) Innovative Konzepte und Handlungsstrategien
 - 1. Teilprojekt 1: Konzept: „Stadt als kreative Bühne“
 - 2. Teilprojekt 2: Konzept: „Besucher-Journey“
 - 3. Teilprojekt 3: Digitales Ansiedlungsmanagement
- II) Machbarkeitsstudie
 - 4. Teilprojekt 4: Machbarkeitsstudie Paketpost
 - 5. Teilprojekt 5a: Planung Supermarkt der Ideen als kreativen Ort und Reallabor
- III) Innenstadtbezogene Kooperation
 - 6. Teilprojekt 6: Kreativquartiersmanagement mit Reallaboren
 - 7. Teilprojekt 7a: Künstlertreff mit Artothek und Literaturhaus
- XII) Innenstadtmarketing
 - 8. Teilprojekt 8: Image-Kampagne: Neue Alte Mitte
- XIII) Geringfügige baulich-investive Maßnahmen
 - 5b. Teilprojekt 5b: Instandsetzung des Supermarkts der Ideen als kreativen Ort und Reallabor
 - 7b. Teilprojekt 7b: Ausstattung Künstlertreff mit Artothek und Literaturhaus

Alle 8 Teilprojekte haben zum Ziel die Innenstadt von Oberhausen langfristig lebenswert zu gestalten. Grundlage hierfür sind vorliegende Konzepte und Strategien hinsichtlich einer kreativen Gestaltung und Nutzung auszuwerten, neue angepasste Konzepte zu entwickeln mitsamt neu aufzubauenden Organisationsstruktur und Reallaboren. Die Konzepte, Planungen und Machbarkeitsstudien stellen die Basis dar. Das einzurichtende Kreativquartiersmanagement und Ansiedlungsmanagement bilden das Räderwerk und die Reallabore und Kreativorte stellen die Umsetzung in den urbanen Raum sicher.

2. Ausgangssituation und Handlungsbedarf im ausgewählten Innenstadtgebiet / Handlungsraum; Darstellung vorhandener städtebaulicher, immobilienwirtschaftlicher, ökonomischer und sozialer Strukturen, Angebote, Defizite und ggf. vorhandener relevanter sozialräumlicher Daten

Die Stadt Oberhausen zeichnet eine hohe Arbeitslosigkeit mit einem deutlichen Anteil von Langzeitarbeitslosen sowie ein vergleichsweise geringes Durchschnittseinkommen im statistischen Vergleich mit der derzeitigen Entwicklung im Land aus. Die Unterfinanzierung des kommunalen Haushaltes befördert ungleiche Lebenschancen der ohnehin von demografischen und sozialstrukturellen Veränderungen betroffenen Menschen vor Ort, was sich nicht zuletzt auch in der Qualität der physischen Umwelt niederschlägt. Besonders zeigen sich diese Effekte in der Innenstadt Alt-Oberhausen (siehe Abbildung). Ende des Jahres 2018 wies der Stadtteil Innenstadt eine Bevölkerungsdichte von 11.959 Einwohnern pro Quadratkilometer auf, wobei der Bevölkerungsanteil von 46 Prozent mit Migrationshintergrund, der Arbeitslosenanteil sowie der von Alleinziehenden und SGB-II-Empfängern im Vergleich zu anderen Stadtteilen überdurchschnittlich hoch ist.

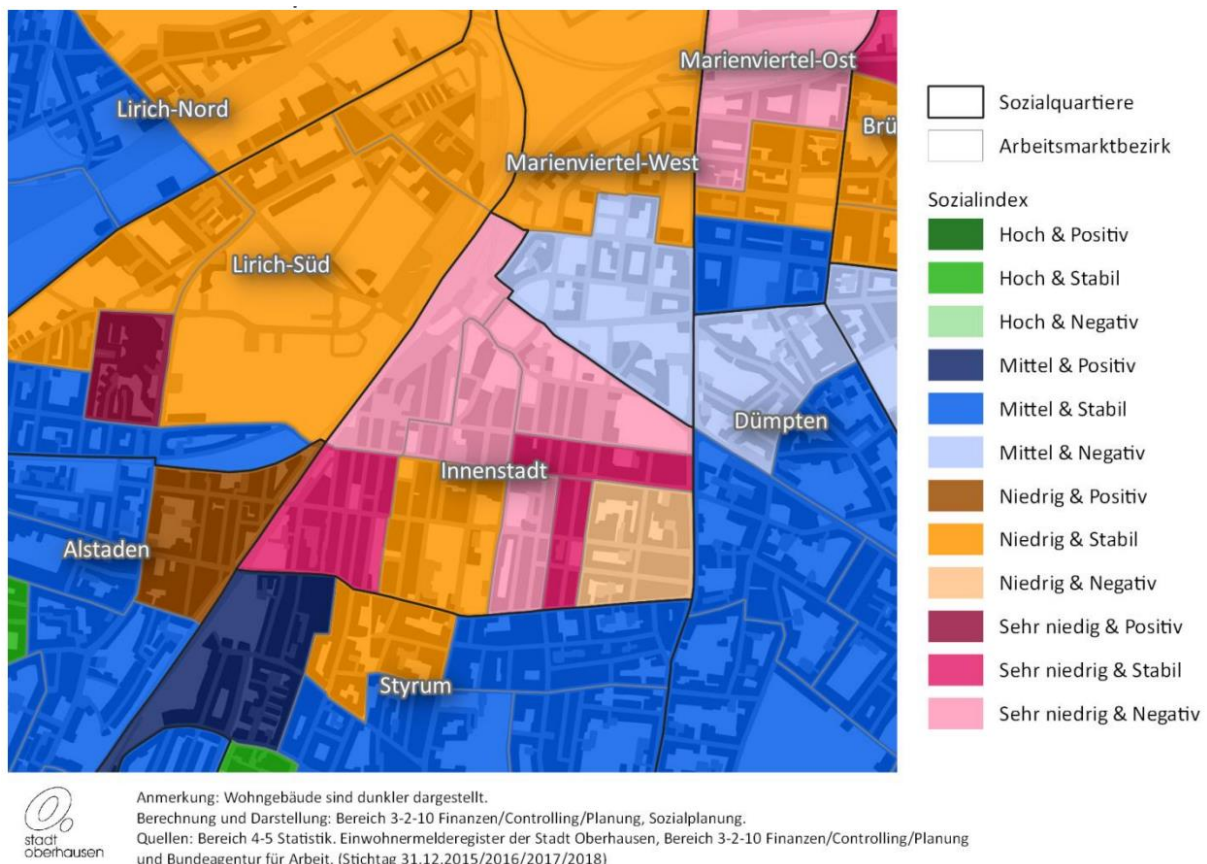


Abbildung 1: Fokuskarte Sozialquartier Innenstadt - Sozialindex auf Arbeitsmarktbezirksebene, Sozialbericht 2020, Stadt Oberhausen.

BEVÖLKERUNG

In der Innenstadt leben insgesamt 14.243 Menschen auf einer Fläche von 1,191 km. Sie ist damit das Sozialquartier mit der höchsten Einwohner*innendichte. Gleichzeitig herrscht hier eine hohe Fluktuation. Die Innenstadt verzeichnet das mit Abstand höchste Wanderungsvolumen (Summe der Zu- und Fortzüge je 100 Einwohner*innen) mit rund 19 Prozent. Fast ein Fünftel der Bevölkerung in der Innenstadt hat sich innerhalb eines Jahres ausgetauscht.

FAMILIEN

In rund einem Fünftel der Haushalte in der Innenstadt leben Kinder. Die Innenstadt ist damit durchschnittlich familiengeprägt. Öfter als in anderen Sozialquartieren handelt es sich dabei um größere Familienhaushalte mit drei und mehr Kindern. Der Anteil der Familien mit mehr als zwei Kindern ist seit 2015/16 um drei Prozentpunkte gestiegen und liegt nun bei knapp über 24 Prozent. Fast ein Viertel der Familien kann entsprechend statistisch als Großfamilie betrachtet werden.

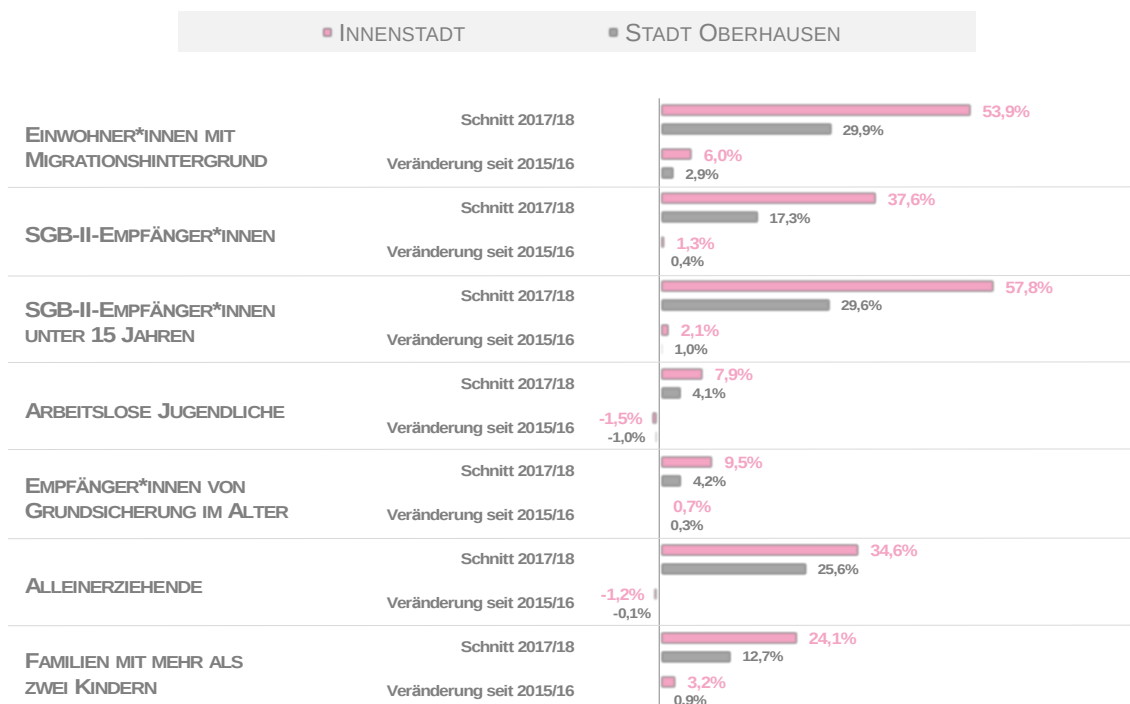
Eine weitere große Gruppe von Menschen mit erhöhtem Armutsrisiko, die sich in der Innenstadt überdurchschnittlich oft findet, sind Alleinerziehende. Mehr als jeder dritte Haushalt mit Kindern wird von einem alleinerziehenden Elternteil geführt.

MIGRATION

Die Innenstadt ist ein typisches Ankunftsgebiet für Zuwanderer. Mehr als die Hälfte der Einwohner*innen hat hier einen Migrationshintergrund und der Anteil stieg zuletzt um sechs Prozentpunkte, doppelt so viel wie im städtischen Gesamtdurchschnitt. Große Gemeinschaftsunterkünfte für Asylsuchende gibt es in der Innenstadt keine, es fanden in den letzten Jahren jedoch zahlreiche anerkannte Asylbewerber*innen eine Wohnung in der Innenstadt.

ARMUT UND ARBEITSLOSIGKEIT

In der Innenstadt leben viele Menschen in Abhängigkeit von Transferleistungen. Mehr als ein Drittel der Menschen ist auf Leistungen nach dem SGB-II angewiesen. Die SGB-II-Quote liegt hier bei rund 38 Prozent. Die SGB-II-Quote der unter-15-jährigen beträgt sogar 58 Prozent und stieg zuletzt um mehr als zwei Prozentpunkte. Mehr als jedes zweite Kind wächst in der Innenstadt in armutsgeprägten Verhältnissen auf.



Quelle: Bereich 4-5 / Statistik. Einwohnermelderegister der Stadt Oberhausen, Bereich 3-2 / Soziales und Bundesagentur für Arbeit. (Stichtag 31.12.2013/2014/2015/2016). Eigene Berechnung und Darstellung.

Abbildung 2: Sozialdaten der Innenstadt Oberhausen im Vergleich zur Gesamtstadt

Auch nach Beendigung der Schulpflicht gehen überdurchschnittlich viele Jugendliche in Arbeitslosigkeit über. Mit rund acht Prozent ist auch die Jugendarbeitslosigkeit in der Innenstadt doppelt so hoch wie im Stadtdurchschnitt, erfreulicherweise jedoch rückläufig. Im Vergleich zur gesamtstädtischen Entwicklung, wo der Anteil der Arbeitslosen Jugendlichen insgesamt sank, ist die Quote der arbeitslosen Jugendlichen in der Innenstadt stärker gesunken.

Die finanzielle Armut in der Innenstadt zeigt sich in allen Altersgruppen. Mit einem Anteil von rund zehn Prozent Grundsicherungsempfänger*innen bei den über 65-Jährigen zeigt sich in der Innenstadt nicht nur die stadtweit höchste Altersarmutsquote, sie ist auch mehr als doppelt so hoch wie im Stadtdurchschnitt.

LEERSTAND, ZURÜCKGEHENDER EINZELHANDEL

Die Marktstraße und die angrenzenden Seitenstraßen weisen einen hohen Bestand an Leerständen auf. Der Einzelhandel, der die Innenstadt einst ausgezeichnet hat, hat sich weitestgehend auf die Eigenschaft zur Nahversorgung zurückentwickelt. Die einstige Einkaufsstraße kann der Konkurrenz durch das Berozentrum und der Einkaufsmall „Westfield Centro“ nicht annähernd etwas entgegensetzen.

Eigentümergeführte Geschäfte sind an vielen Stellen durch Ketten verdrängt worden, die keine Verwendung für ältere, kleinere Ladenlokale haben. Der Onlinehandel zieht in verschiedenen Branchen deutlich Kaufkraft aus dem stationären Handel ab. Die Einzelhandelsbetriebe weisen mit 230 an der Zahl die höchste Dichte der Stadt auf, sind jedoch in den letzten Jahren von einem deutlichen Rückgang und Leerstand betroffen. Neben Auswirkungen auf die ökonomische Situation und Nahversorgungsthematik leidet darunter auch die Lebensqualität vor Ort und hemmt die lokale Verantwortungsübernahme der Händler. Den Folgen der Innenstadtschrumpfung und den Qualitätsverlusten für die Stadtgesellschaft versuchen Politik, Verwaltung und Einzelhandel mit der Suche nach Lösungsansätzen entgegenzuwirken.

Dennoch gibt es einzelne Perlen, die als Basis für eine neue Strategie für die Innenstadt geeignet sind. Eine wichtige Rolle für die Attraktivität der Innenstadt spielen insbesondere kulturelle und kreativwirtschaftliche Einrichtungen und die Gastronomie. Beide haben unter der Coronakrise erheblichen Schaden erlitten und es ist aktuell nicht absehbar, welche gastronomischen und kreativen Angebote erhalten werden können.

Besonders wichtig sind diese Angebote für die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt von Alt-Oberhausen. Bieten sie doch Gelegenheit im Außenbereich zu verweilen und die Innenstadt mit Leben zu füllen. Außerdem bedarf es einer weiteren Attraktivierung des Öffentlichen Raums und der Verbesserung der Aufenthaltsqualität. Das Erscheinungsbild der Innenstadt lädt nicht überall zum Verweilen an. Neben einigen attraktiven Bereichen gibt es zahlreiche Bereiche, die erheblichen Veränderungsbedarf haben. Auch sind nur wenige Grünstrukturen in der engeren Innenstadt vorhanden. Hier gibt es erhebliches Potential auch für klimarelevante Verbesserungen.

Im angestrebten Fördergebiet und in direkten Nachbarschaft gibt es zahlreiche Kultureinrichtungen und Akteure der Kreativwirtschaft

- VHS und Stadtbibliothek im Bert-Brecht-Bildungszentrum

Als große Bildungseinrichtungen und 3. Orte, die selbstreflektiertes Arbeiten - allein und in Gruppen - ermöglichen und eine hohe Aufenthaltsqualität für alle Bevölkerungsgruppen bieten, sind sie ein wichtiger und belebender Faktor in der Innenstadt

- Lichtburg

Das Kino „Lichtburg“ ist kultureller Anziehungspunkt für breite Bevölkerungsteile und bietet daneben ein hohes Engagement für alternatives großes Kino, für Kinder- und Jugendkino und kleine Festivals wie das feministische „visuelle“, die „Sally-Perel-Filmtage“ und die gemeinsame Reihe mit dem Integrationsrat „Mehr Kùltùr“.

- Soziokulturelle Zentren: Druckluft, Altenberg, Kitev, KI4

Die vier soziokulturellen Zentren liegen direkt in der oder angrenzend an die Innenstadt und bieten ein kulturelles Programm für ein sehr diverses Publikum. Unterschiedliche Altersgruppen und soziale Herkunft finden hier soziale Unterstützung und kulturelle Angebote. Darüber hinaus entstehen von dort vielfältige Interventionen in den Stadtraum, die immer wieder für besondere Momente sorgen. Ihr attraktiver Standort direkt um den Hauptbahnhof bietet auch für Besucher aus der ganzen Region einen entspannten Zugang.

- LVR Industriemuseum

Das LVR-Industriemuseum direkt hinter dem Hauptbahnhof trägt stark zur Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Stadt bei und arbeitet mit den örtlichen Schulen zur Industriegeschichte zusammen.

- Theater Oberhausen und Ebertbad

Beide Theater sind weit über die Stadtgrenzen bekannt und haben ihr Publikum in der Region. Sie bedienen zwar sehr unterschiedliche Bevölkerungsgruppen, arbeiten aber intensiv mit der freien Szene zusammen und bilden deshalb ein wichtiges kulturelles Zentrum in der Stadt. Darüber hinaus spielt das Theater im Innenstadtraum und hat gemeinsam mit den Schulen ein großes Angebot kultureller Bildung für Kinder und Jugendliche.

- CCO (Congress-Center-Oberhausen)

Das Congress-Center-Oberhausen (CCO) oder auch besser bekannt als Luise-Albertz-Halle (benannt nach der Oberbürgermeisterin nach dem 2. Weltkrieg) ist die sogenannte „gute Stube“ der Stadt und bietet vielen Vereinen und Verbänden Raum für große Veranstaltungen. Aber auch die stattfindenden Kongresse sorgen für viele Besucher*innen aus der Region und auch darüber hinaus.

- Gdanska

Die Kultur- und Szenekneipe ist weit mehr als nur ein gastronomisches Angebot. Theater, Ausstellungen und besonders vielfältige musikalische Veranstaltungen (z.B. Jazz-Karussell, Indie-Radar, Gitarrenfestival) bilden ein wichtiges kulturelles Angebot und sind Magnet für viele Besucher direkt am Altmarkt an der Fußgängerzone.

- Ober- und Unterhaus

Das von kitev (Kunst im Turm e.V.) betreute Angebot für Flüchtlinge, soziale Initiativen, Kreativen und anderen Engagierten liegt im Erdgeschoss eines Hochhauses, das in der Stadt als schwieriger sozialer Brennpunkt bekannt ist. Hier entstehen konkrete Begegnungen zwischen Gruppen unterschiedlichster sozialer Herkunft.

- Supermarkt der Ideen

Der Supermarkt der Ideen ist zurzeit ein leerstehendes Ladenlokal, dass sporadisch für Einzelaktionen verschiedener Akteure der Innenstadt genutzt wird. Der Ort hat

sich mittlerweile als wichtiger Beteiligungs- und Kooperationsstandort in der Innenstadt entwickelt, kann aber nur für Einzelveranstaltungen eine Sondernutzungsge-nehmigung erhalten. Für eine dauerhafte Nutzung wären ein Umbau und die Ein-richtung entsprechender Arbeitsräume notwendig.

- Kunsthaus

Das Kunsthaus wurde einer Künstler*innengruppe von der katholischen Kirche zur Verfügung gestellt. Dort entwickeln Künstler*innen gemeinsam mit Menschen aus schwierigen sozialen Verhältnissen Kunstproduktionen insbesondere im Bereich Tanz.

- Stay, Place to be

Das in der Innenstadt gelegene attraktive Jugendzentrum bietet den Jugendlichen vor Ort Freizeitaktivitäten, die durch die Angebote der Jugendkunstschule ergänzt werden.

- Galerie KIR

Die Galerie KIR ist die einzige Kunstgalerie in der Innenstadt von Alt-Oberhausen. Sie bietet insbesondere Künstler*innen aus der Region Möglichkeiten sich bei inter-essanten Ausstellungen zu präsentieren und ist ein Anlaufpunkt für Teile der örtli-chen Kunstszene.

- Cafe Klatsch

Ein Treffpunkt initiiert von der Arbeiterwohlfahrt Oberhausen e.V. für die Men-schen des Quartiers zum Klönen und Kaffee trinken am Tag.

Trotz der großen Potentiale im Bereich der Kreativwirtschaft gelingt es nur unzureichend diese für einen Entwicklungsschub in der Innenstadt zu nutzen. Dabei lässt sich festhalten, dass

- durch eine fehlende Koordination der zahlreichen Akteure und ihrer Angebote eine nachhaltige positive Entwicklung zumindest erschwert wird
- gemeinsame Angebote nur im Einzelfall stattfinden, obwohl diese zu erheblichen Synergieeffekten führen würden
- eine Marketingstrategie fehlt, die sich der kreativen Potentiale bedient und die In-nenstadt als attraktiven urbanen Raum vermarktet
- die Einbeziehung der sehr diversen, einkommensschwachen und teilweise bildungs-fernen Bevölkerung nur schwer gelingt. Dazu wäre auch eine engere Kooperation zwischen den Sozialverbänden und den kreativen Kräften des Stadtteils notwendig.

3. Angaben zur Einordnung und Auswahl des vorgesehenen Innenstadtge-biets / Handlungsraums in den gesamtstädtischen Kontext

Im Nord-Westen der Innenstadt, auf der Grenze zu Lirich-Süd, liegt der Hauptbahnhof mit dem Willy-Brand-Platz. Mittig durch das Sozialquartier verläuft auf der Ost-West-Achse die Marktstraße mit verschiedenen Einkaufsmöglichkeiten. Die gesamte Fläche des Quartiers ist Teil des Soziale-Stadt-Gebiets „Brückenschlag“. Das zugehörige Handlungskonzept sieht eine Vielzahl städtebaulicher Veränderungen vor, die zur Aufwertung des Stadtteils beitragen sol-len.

Die laut Integrierten Handlungskonzept Brückenschlag 2016 insbesondere im Bereich Innenstadt dringend sanierungsbedürftigen Gebäudefassaden hinsichtlich Zustand und Erscheinungsbild wirken sich negativ auf das Stadtbild und dessen Image aus. Die Baualterklassen der Gebäude lassen außerdem auf einen erhöhten energetischen Sanierungsbedarf im Quartier schließen. In diesem Zustand sind manche Immobilien nicht mehr zu vermitteln. Insgesamt sind in der Innenstadt von Alt-Oberhausen derzeit rund 90 Leerstände zu verzeichnen.

4. Angaben zu vorliegenden Konzepten und Handlungsstrategien; Bedarf an der Erarbeitung neuer bzw. der Aktualisierung und Vertiefung oder Ergänzung vorliegender Konzepte und Strategien

VORLIEGENDE KONZEPTE

- Kreativquartier Alt-Oberhausen
Das Konzept zum Kreativquartier im Rahmen des „European Centre of Creative Economie“ (ECCE) hat erhebliches Potential zur Attraktivierung und Entwicklung des Innenstadtbereiches. Zur Umsetzung fehlt es an personeller Unterstützung und Koordination des kreativen Potentials, das weiter oben beschrieben worden ist.
- c.lab
Das Kreativlabor c.lab ist eine Kooperation von Fraunhofer UMSICHT und der Stadt Oberhausen. Das Kreativlabor soll einen partizipativen Lern-, Austausch- und Produktionsprozess zum Themenfeld nachhaltige Innenstadtentwicklung anstoßen. Hierfür sind die vier Themenfelder Energetische Lösungen, Urbane Produktion und Leerstände, Grüne Infrastruktur und Nahmobilität gebildet worden. Das Vorhaben besteht für drei Jahre (2021-2023) und wird gefördert durch die E.ON Stiftung. In dem Projekt sind eine Vielzahl an Maßnahmen gesammelt worden, die nur teilweise innerhalb von c.lab verwirklicht werden können.
- GEK Alt-Oberhausen
Das Grünstrukturen-Entwicklungskonzept bezieht sich ebenfalls auf die Innenstadt Alt-Oberhausen. Das Konzept verfolgt das Ziel der umfassenden und nachhaltigen Verbesserung der Wohn- und Lebensqualität in der Innenstadt vor dem Hintergrund des bereits spürbaren Klimawandels. Es sieht eine Bestandsaufnahme der öffentlichen und privaten Grün- und Freiflächen vor. Auch das Stadtklima wird erfasst, um mögliche Anpassungsmaßnahmen und deren positiven Effekte auf das Stadtklima zu analysieren. Dadurch soll städtisches Grün erhalten und entwickelt werden, die Durchgrünung verbessert und die Erholungsfunktion gestärkt werden.

ZUSÄTZLICHER BEDARF

Bei allen vorliegenden Handlungskonzepten findet sich keine Vorstellung einer alternativen Inhaltsbestimmung der Innenstadt zum althergebrachten Konzept des Einzelhandelszentrums. Dabei ist es dringend geboten die vorhandenen Potentiale des Stadtteils zur Weiterentwicklung der Innenstadt zu nutzen. Auch wenn bereits das IHK Brückenschlag (Soziale Stadt) auf die Bedeutung der Kultur und der kreativen Potentiale hinweist, beschränkt es sich in seiner Umsetzung auf größtenteils bauliche Maßnahmen und der Entwicklung klassischer Nutzungskonzepte. Eine neue Ausgestaltung als kreatives Zentrum der Stadt mit den entsprechenden Einrichtungen, Strukturen und Akteuren führt zu neuen Nutzungskonzepten, einer anderen optischen Wahrnehmung, neuem Lebensgefühl und nachhaltigen Aktivitäten in der Stadt, die bisher nicht im Fokus der Maßnahmen waren.

Das Grünstrukturen-Entwicklungskonzept beinhaltet Einzelmaßnahmen, die geeignet sind, der innerstädtischen Hitzebelastung oder der Überflutungsgefährdung in der Innenstadt von Alt-Oberhausen zielgerichtet entgegenzuwirken. Dabei handelt es sich insbesondere um größere bauliche Maßnahmen und großflächige Aktivitäten, die wenig Raum für die Beteiligung der Anwohner*innen vorsehen. Die Maßnahmen im Teilprojekt 6 dieses Förderantrag kön-

nen als flankierende Maßnahmen betrachtet werden, die neben ihren ökologischen und gestalterischen Aspekten insbesondere der Aneignung des öffentlichen Raums durch die Anwohner dienen.

Das Konzept des Kreativquartiers liegt zwar vor, ist aber mit keinerlei finanziellen Mitteln ausgestattet und braucht dringend die koordinierenden Funktionen, um Dynamik aufzunehmen und die Innenstadt nachhaltig in eine neue kreative und belebende Richtung zu befördern.

Das c.lab hat einen anderen inhaltlichen Schwerpunkt, nämlich die Entwicklung von Zukunftsansätzen und -projekten in der konkreten Zusammenarbeit von Wissenschaft, Handwerk, Kreativwirtschaft und Stadtgesellschaft. Dabei gibt es sicherlich Schnittmengen zum Förderantrag, die sich aber hervorragend ergänzen. Bei erfolgreicher Umsetzung potenziert sich das Leistungsvermögen aus der Stadtgesellschaft, da sich automatisch auch die Anzahl der Aktiven in der Innenstadt erhöht.

5. Angaben zu ggf. bestehenden oder weiteren beantragten / geplanten Gebietskulissen der Städtebauförderung im vorgesehenen Handlungsraum

- IHK Brückenschlag soziale Stadt

Das Konzept „Integriertes Handlungskonzept – Brückenschlag“ sieht eine funktionale, technische und räumliche Verknüpfung zwischen den beiden Stadtteilen Lirich und Alt-Oberhausen vor. Das Projekt ist dem Landesprogramm „Sozialer Zusammenhalt“ zuzuordnen. Das IHK formuliert in einem von städtebaulichen Defiziten und Funktionsverlusten betroffenen Gebiet die Leitlinien zur Herstellung und Anpassung von nachhaltigen Strukturen. Als Planungsinstrument beinhaltet es das konzeptionelle Vorgehen zur nachhaltigen Stabilisierung, Aufwertung oder auch Umstrukturierung des Stadtteils. Zielsetzungen des Projekts sind unter anderem die Verbesserung städtebaulicher Verbindungen, die wirtschaftliche strukturelle und kulturelle Belebung sowie die Stärkung der Wohnqualität und des Kultur- und Bildungsstandorts.

6. Angaben zu den erwarteten Wirkungen des Projektes und der einzelnen Aktivitäten und Maßnahmen (stichwortartig)

Im Zentrum des Projekts Creative City stehen Impulse auf die Frage „Wie kann eine Innenstadt zukunftsfähig gestaltet werden?“ Das Projekt möchte aufzeigen, dass durch die Stimulierung der Kreativwirtschaft in zentralen Lagen neue lokale Partnerschaften entstehen und bestehende bereichert werden können. So entstehen neue Mehrwerte auch für den Verarbeitungs- und Dienstleistungssektor insgesamt. Durch gemeinsame Ideenentwicklung werden neue Möglichkeiten für Geschäftsmodelle geschaffen. Auch werden Fähigkeiten durch die Workshops und Co-Working Aktionen in den Ideen- und Dialogräumen ausgebaut.

Eine wirtschaftliche und kulturelle Belebung der Innenstadt würde langfristig zu einem veränderten Verhalten der Stadtakteure führen, die Lebensqualität würde gesteigert und die Aufenthaltsqualität in der Stadt verbessert werden. Somit würde sich eine positive Einstellung gegenüber der Innenstadt entwickeln.

Durch die Schaffung neuer kollaborativer Aktivitätsräume (Supermarkt der Ideen, Künstler-treff mit Artothek), wird die soziale Interaktion (städtische, handwerkliche, bürgergetriebene

Aktivitäten) gefördert, was wiederum zu einer positiven mittel- bis langfristigen Verhaltensänderung führen wird. Durch eine solche Veränderung bekommt die Innenstadt eine neue beispielhafte Funktionsbestimmung, so dass Arbeit und Leben wieder im Zentrum der Stadt platziert werden und neu zueinander finden.

Die Koordination der Akteure in der Kreativwirtschaft würde zusätzliche Potenziale für die Innenstadt eröffnen: Die Abstimmung von Veranstaltungen, ein gemeinsames Marketing, das die einzelnen Besucher*innen auch zu den anderen Attraktivitäten der Innenstadt lotsen würde, interdisziplinäre Aktivitäten im Stadtraum mit überregionaler Ausstrahlung, Anziehungspunkt für junge Künstler*innen und für Student*innen sind nur einige Beispiele für neue Entwicklungsperspektiven. Darüber hinaus könnte eine Beratung Fördermöglichkeiten für die Akteure und die verschiedenen Entwicklungsinitiativen in der Innenstadt eröffnen.

7. Arbeits- und Zeitplan, gegliedert nach einzelnen Bausteinen des gesamten geförderten Projekts

Der Arbeitsplan ist in die Projektkoordination und 8 Teilprojekte gegliedert, die den einzelnen Förderbausteinen zugeordnet werden.

0. Projektkoordination, Öffentlichkeitsarbeit und Evaluation
 - a. Koordination und interne Kommunikation
 - b. Austausch/Koordination der Auftragnehmer
 - c. Dokumentation, Berichtswesen, Finanzmanagement
 - d. Öffentlichkeitsarbeit
 - e. Evaluation

Die Projektkoordination koordiniert die Teilprojekte mitsamt den möglichen Auftragnehmern. Weiterhin zählen zu den Aufgaben, die Kommunikation mit dem Fördergeber, die Vermittlung von Akteuren und Ansprechpersonen, die Ausrichtung von halbjährlichen Statustreffen und die Vergabe von Aufträgen und die Öffentlichkeitsarbeit für die Teilprojekte. Die Koordination legt dem Auftraggeber regelmäßige Sachstandsberichte vor. Auch werden Vertreter der Projektkoordination an Workshops und Fachkonferenzen zum kommunalen Erfahrungsaustausch und Wissenstransfer teilnehmen.

Es ist geplant, dass die Projektkoordination in enger Abstimmung mit dem in Gründung befindende Verein „Oberhausen ImPuls e.V.“ zusammenarbeitet. In diesem Verein werden wichtige Innenstadtakteure aus Kultur, Handwerk und Bildung vertreten sein, die mit den Inhalten der Teilprojekte und Bedürfnissen in der Stadtgesellschaft vertraut sind.

Die Öffentlichkeitsarbeit zeigt der Stadtgesellschaft transparent die Arbeitsschritte des Projekts Creative City. Sie bringt die Teilprojekte kommunikativ zusammen, sowohl digital als auch redaktionell und entwirft ein Corporate Design als Wiedererkennungseffekt. Das Projekt Creative City unterzieht sich einer jährlichen Evaluation. Dazu wird zu Anfang des Projekts ein Wirkraum mit Zwischenzielen für das Projekt mitsamt der 8 Teilkonzepte erarbeitet und diese jährlich überprüft.

I) Innovative Konzepte und Handlungsstrategien

Teilprojekt 1: Konzept: „Stadt als kreative Bühne“

Die Innenstadt von Alt-Oberhausen ist von einer klaren Struktur geprägt – mit Plätzen und Parks, aber auch prägnanten Verbindungsachsen. Allerdings hat sich die Funktion einzelner Orte über die Zeit „verformt“. In einem partizipativen Prozess werden potentielle Funktionen von prägenden Orten (Alt-Markt, Saporoshje-Platz, Marktstraße, Gutenbergpark etc.) herausgearbeitet und konkretisiert. Der öffentliche Raum soll kreative Bühne für künstlerische Stadtteilprojekte und kreative Projektionen werden. Darauf aufbauend werden Schritte zur Attraktivierung, Steigerung der Aufenthaltsqualität und Belebung erarbeitet. Dazu gehören die Möglichkeiten einer flexiblen Nutzung durch Kunst und Kultur (siehe auch Teilprojekt 6: Kreativquartiersmanagement) genauso wie die Nutzung als klassischer Wochen- oder Weihnachtsmarkt. Dabei muss und soll sich die Nutzung nicht auf Events o.ä. beschränken, sondern auch Alltags-Nutzung in den Fokus nehmen – bspw. als Ort, an dem man seine Mittagspause verbringt, aber am Wochenende das Open-Air-Konzert besucht. Um Konflikte durch bestimmte Nutzungsarten zu vermeiden, müssen Nutzer*innen und Anwohner*innen in die Erarbeitung eingebunden werden.

Teilprojekt 2: Konzept: „Besucher-Journey“

Die Belebung der Innenstädte ist eng mit dem „Mehrwert“ für Besucher*innen verbunden. Der Mehrwert ergibt sich nicht nur aus dem Einkaufserlebnis, sondern der Kombination verschiedener Erlebnisse – von der Bank unter einem Baum über den Kuchen in einem Café bis zur An- und Abreise mit unterschiedlichen Mobilitätsmöglichkeiten. Deswegen fokussieren wir uns nicht nur auf die Kund*innen, sondern nehmen alle potentiellen Besucher*innen der Innenstadt in den Blick. Dafür werden zunächst die Zielgruppen in Form von Persona definiert. Anschließend gilt es zu untersuchen, was diese Zielgruppen interessiert, wo sie wie die Innenstadt nutzen und welche potentielle Nutzung möglich ist. Indem man die Persona durch die Innenstadt gedanklich begleitet, werden Barrieren, fehlende Angebote, aber auch funktionierende Orte erkennbar und können aus Sicht der Nutzer*innen bewertet werden. Das ist die Basis für die Weiterentwicklung des öffentlichen Raumes und Angebots aus Sicht der Zielgruppen. Zu berücksichtigen ist, dass man den analogen Besuch der Innenstadt mit digitalen Elementen verbindet – so ist die digitale Vorbestellung von Produkten und Dienstleistungen, kulturellen Aktivitäten oder die Reservierung eines Tisches Teil der „Besucher-Journey“.

Teilprojekt 3: Digitales Ansiedlungsmanagement

- a. Bestandsaufnahme und Katasterentwicklung
- b. Profilbildung und Anreize schaffen
- c. alternative Nutzungen visualisieren
- d. Gebäudeeigentümer aktivieren
- e. Vermarktung

Nicht zuletzt aufgrund von zentrifugalen Kräften, die auf die Standortwahl der Unternehmen einwirken, aber oftmals auch aus wirtschaftsstrukturellen Gründen, stehen insbesondere in zentralen Lagen regelmäßig Gewerbeflächen leer. Für das innerstädtische Gewerbe und das Lebensgefühl der Anwohner*innen sind diese Leerstände problematisch, da sie zu einem

Imageverlust führen, Kunden- und damit Umsatzverlust nach sich ziehen und sich auch nachteilig auf das Sicherheitsempfinden auswirken. All dies hat wiederum negative Auswirkungen auf die Standortattraktivität.

Im Zusammenspiel mit dem Gewerbeflächenmarketing steht den Kommunen daher das Instrument des Leerstandmanagements zur Verfügung. Viele Kommunen und die Wirtschaftsförderung lassen einem gezielten Ansiedlungsmanagement allerdings wenig Bedeutung zukommen bzw. haben bislang nicht die Ressourcen für eine Umsetzung zur Verfügung stellen können. Das Management beschränkte sich daher bislang auf das Aufhängen einfacher Beschilderung, das Eintragen der Flächen in unregelmäßig aktualisierte Online-Datenbanken oder auf das Verhüllen der Leerstände mit Kunstinstallationen.

Um Gewerbeflächen erfolgreich zu managen erfordert es jedoch vielmehr eines integrierten Ansatzes, der nicht selten auch eine Neuprofilierung bzw. Neuvermarktung des Standorts mit sich bringen sollte. In der Praxis bewährte sich ein mehrstufiger Managementprozess, der in diesem Teilprojekt nachvollzogen wird.

In der Bestandsaufnahme erfolgt die Erfassung der Gewerbeleerstände, die dann anhand bestimmter Kriterien (z.B. Fläche, Preis, Erreichbarkeit) katalogisiert werden, um so ein individuelles Vermarktungsprofil erstellen zu können. Die technische Umsetzung der Bestandsaufnahme wird mit einem GIS-basiertem Kataster realisiert, so dass auch weitere städtebaulich relevante Informationen einfließen können. So können auch Agglomerationseffekte begünstigt werden und so interessante Schwerpunkte in der Innenstadt gesetzt werden.

In der anschließenden Profilbildung wird die Analyse der Branchenstruktur und des Kaufkraftpotenzials durchgeführt, um so ein Standortprofil zu erarbeiten. Die Schaffung von Vermarktungsinstrumenten in Form von Zusatzleistungen soll den Standort von anderen Standorten abheben.

Die Entwicklung der letzten Jahre hat gezeigt, dass diese klassische Betrachtungsweise dringend ergänzt werden muss mit alternativen Nutzungskonzepten über den klassischen Einzelhandel und Dienstleistungssektor hinaus. Ideen für alternative kreative Nutzung (z.B. künstlerische und kreativwirtschaftliche Angebote, Bildungsaspekte, flexible Kindertagespflege oder andere Betreuungsangebote) werden ausgestaltet und in das Ansiedlungsmanagement integriert, so dass für Immobilieninteressenten eine bessere Passfähigkeit bei ihrer Suche geschaffen wird. Diese Konzepte werden in Absprache mit den Leerstandsbesitzer*innen entwickelt und können auch für die Außenwerbung eingesetzt werden. Die Vermarktung beinhaltet die Kommunikation und ein umfassendes Controlling.

2) Machbarkeitsstudien, Beratungsleistungen, Gutachten, Planungen

Teilprojekt 4: Machbarkeitsstudie Paketpost

- a. Sondierung der Möglichkeiten
- b. Gespräche mit Eigentümer, Zusammenstellung von Gebäudeinformationen
- c. Methodeninstrument des Kreativprozesses identifizieren und Planungsablauf konzeptionieren
- d. Partizipative Veranstaltungen planen und durchführen
- e. Realisierungsmöglichkeiten aufzeigen

Die rund 9000 Quadratmeter große Paketpost am Oberhausener Hauptbahnhof liegt auf dem direkten Weg in die Innenstadt. Sie wird seit Jahren nur zum Teil genutzt und zeigt zu-

nehmenden Sanierungsstau. Für diese sehr große und sehr verkehrsgünstig gelegene Immobilie soll eine Machbarkeitsstudie in Auftrag gegeben werden, die auf einer umfassenden Bürgerbeteiligung aufsetzt.

Für die Paketpost sind vielfältige Nutzungen vorstellbar: Es können Veranstaltungen, Feiern, Firmenseminare, Gastronomieideen, urbane Produktion, Kreativwerkstätten, Co-Working-Spaces oder Wohnprojekte an einem Ort umgesetzt werden. Je vielseitiger die Umgebung ist, desto mehr Personen finden hier einen Raum. Des Weiteren sind Fachräume möglich, die Raum für Veranstaltungen wie Besprechungen, Vereinstreffen und Angebote bieten, die störungsfrei verlaufen sollen. Ob malen, digitale Medien, Skulpturen, Mode und sonstige künstlerische Facetten, ist durch verschiedene Akteure eine vielseitige Nutzung erwünscht. Da das Gebäude eine Logistikvergangenheit hat wäre auch ein Nahmobilitäts-Logistik-Hub vorstellbar.

Vorschläge zur inhaltlichen Gestaltung des Gemeinschaftshauses sollten sowohl Online (digitale Ideensammlung), über postalische Formulare und bei Befragungen im Stadtteil angeregt werden. Zu verschiedenen Themenblöcken kann es Beteiligungsworkshops geben, die bereits Strukturen herausbilden können, ohne Grenzen zu ziehen oder eine Hierarchie aufzuzeigen. Darüber kann eine verstärkte Identifikation mit dem Ort entstehen, da diese oft mit Einflussnahme und Verantwortungsmöglichkeiten einhergeht. Neben Ideen für die Programmgestaltung sollte es auch darum gehen, welche Rahmenbedingungen nötig sind, damit sich jeder wohlfühlen kann. Zudem sollte engagierten Menschen die Möglichkeit gegeben werden, sich mit eigenen Aktivitäten im Haus auszuleben, sodass direkt eine Offenheit entsteht. Eine direkte und mehrsprachige Kontaktaufnahme im Stadtteil ist notwendig, um jede Idee aufnehmen und berücksichtigen zu können. Dafür könnten Tablets eingesetzt werden, sodass direkter Zugriff auf das Onlinebeteiligungsformat besteht, welches den Passanten direkt veranschaulicht werden kann. Zudem sollte es Beteiligungsformate für Kinder geben, die ebenfalls Teil der Stadtgesellschaft sind und zumindest in spielerischer Form ihre Bedürfnisse artikulieren können.

Teilprojekt 5a: Planung Supermarkt der Ideen als kreativen Ort und Reallabor

Das ehemalige Ladenlokal Goebenstraße 83 in der Oberhausener Innenstadt liegt zentral unweit der Marktstraße und des Altmarkts. Es bietet mit einer Fläche von rund 490 Quadratmetern im Erdgeschoß unschätzbare Potenzial für gemeinwohlorientierte und Innenstadt belebende Aktivitäten.

Der Supermarkt der Ideen soll zu einem partizipativ gestalteten Ort entwickelt werden mit verschiedenen Nutzungsansprüchen und Funktionen. Während des BMBF-Projekts Zukunftsstadt Oberhausen (2015-2018) wurde bereits im Rahmen von Bürgerstammtischen und in Gesprächen mit dem Zukunftsstadtteam eine Liste mit Nutzungsvorschlägen erarbeitet. In der Folge wurden verschiedene Zwischennutzungen, v.a. für Ausstellungen, Tanzaufführungen, Vorträge und andere kreative Nutzungen durchgeführt.

Bislang fehlt jedoch ein schlüssiges Konzept, wie der Supermarkt der Ideen dauerhaft genutzt werden kann und wie die Raumgestaltung hierfür möglichst flexibel zu gestalten wäre. Der „Supermarkt der Ideen“ wird grundsätzlich als ein zentraler und offener Anlaufpunkt gedacht, der Bürgerinnen und Bürgern handwerkliche, kreative Aktivitäten, Dienstleistungen und Ausbildungsinhalte bietet. Neben klassischen Veranstaltungs- und Ausstellungsflächen sind Werkbänke oder Tische für Diskussionen vorhanden und die Nutzung digitaler Arbeitsplätze oder Kommunikationsstrukturen sollen zur Verfügung stehen. Ein multifunktionales Gestaltungskonzept ist notwendig, welches dem Raum verschiedene Beispielungen ermöglichen kann.

3) Innenstadtbezogene Kooperation

Teilprojekt 6: Kreativquartiersmanagement

- a. Bestandsaufnahme und Kontaktaufnahme
- b. Aufbau von Kommunikations- und nachhaltigen Kooperationsstrukturen
- c. Akquise weiterer Kreativer für die Arbeit in der Innenstadt
- d. Entwicklung neuer Kreativangebote
- e. Entwicklung und Umsetzung eines Marketing-Konzeptes für das Kreativquartier
- f. Durchführung kreativer Prozesse und Umsetzungen im öffentlichen Raum am Beispiel klimaresilienter Grünflächengestaltung mit kreativer und informativer Baumscheibengestaltung und Flächenentsiegelung für mehr Grünstrukturen

Das Kreativquartiersmanagement koordiniert und steuert die Aktivitäten der kreativen Quartiersentwicklung in der Innenstadt Oberhausens. Es entwickelt und baut Kooperationsstrukturen aus, die dazu geeignet sind die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure weiterzuentwickeln und dadurch neue Produktionsformen und Angebote zu ermöglichen. Das kreative Leben in diesem Raum sollte koordiniert und die Arbeit für die Öffentlichkeit sichtbar gemacht werden. Auf vorhandenen oder einer eigenen Kommunikationsstruktur in den sozialen Medien (siehe Teilprojekt 2 und Teilprojekt 8) sollen die zahlreichen Aktivitäten und neuen Angebote zugänglich gemacht werden und über die Stadtgrenze hinaus bekannt werden. Das dazu notwendige Marketingkonzept soll auch für neue Impulse für ein attraktives Image der Innenstadt sorgen und die Image-Kampagne mit konkreten Inhalten unterstützen.

Darüber hinaus soll es Aufgabe des Managements sein, vor Ort in lokalen Verantwortungsgemeinschaften zusammen zu arbeiten, Bürger*innen zu beteiligen, Netzwerke zu aktivieren und die Bespielung öffentlicher Räume zu koordinieren. Besonders anspruchsvoll wird die Aufgabe, Kunst und Kreativwirtschaft und die in der Innenstadt lebenden Menschen zusammenzubringen. Große soziale Herausforderungen und zum Teil erhebliche Bildungsbenachteiligung zeichnen die Bevölkerungsstruktur ebenso aus wie ein hohes Maß an Diversität. Gleichzeitig gibt es viele engagierte Akteure, die in Koproduktionsstrukturen auch mit den Anwohner*innen durchaus eine gemeinsame Aneignung des öffentlichen Raums und der Innenstadt als Ganzes bewirken können.

Teilprojekt 7a: Künstlertreff mit Artothek und Literaturhaus

- a. Immobiliensuche, Anmietung und Anpassung an den Bedarf
- b. Konzept, Planung und Umzug Artothek
- c. Konzept des Künstlertreffs und Einzug von Künstlern mit besonderer Berücksichtigung von Start-ups
- d. Konsequente Bespielung und Steuerung durch das Kreativquartiersmanagement

Die Idee, mitten in der Innenstadt: Ein Künstlertreff mit Fläche und Raum für Ideen und Projekte. Nicht nur Wunsch, sondern Wirklichkeit. Der lebendigen Szene, die seit Jahren vielfältige und interdisziplinäre kreative Freiräume schafft und pflegt- soll ein zentraler gemeinsamer Ort bereitet werden, der die bestehende Zersplitterung entgegenwirkt. Hier betreiben KünstlerInnen Ateliers und offene Werkstätten sowie DesignerInnen ihre Studios. Proben- und Aufführungsbühnen der freien darstellenden Künste finden sich ebenso wie Einrichtungen und Initiativen der künstlerisch-kulturellen Bildung. Sozio-ökologische Start-ups erforschen und erproben alternative Gesellschaftsmodelle. In dem Ensemble aus Künstlertreff und

Artothek werden regelmäßig Performances, Ausstellungen, Workshops oder Konzerte entwickelt, betreut und veranstaltet. Deren Inhalte, Themen und Ästhetiken stehen im herkömmlichen Kulturbetrieb nur selten auf dem Programm. Dieser Raum steht für Diversität und Heterogenität. Das Stadtbild wird hier überrascht mit neuen Ideen, bunten Graffiti, wild wuchernden Gärten und schafft so eine inspirierende Atmosphäre. Als Impulsgeber für zukunftsfähige Modelle weist der Ort weit über die Bedeutung als städtebauliches Instrument oder Standortfaktor hinaus. Hier gibt es noch die Möglichkeit, sich Raum ohne Vorgaben anzueignen und nachhaltige Strukturen zu schaffen. Diese Freiheit ist Voraussetzung zur Entfaltung kreativer Prozesse.

Zur Beflügelung des kreativen Prozesses soll die ArtOthek aus dem südlichen Seitenflügel des „Kleinen Schlosses“ in die Innenstadt umziehen. Zu versteckt und wenig bekannt bietet sie seit 1977 die Möglichkeit, Bilder und Objekte von Künstler*innen aus der Region und darüber hinaus für die eigenen Wohn- oder Geschäftsräume gegen geringes Entgelt auszuleihen: In gewohnter Umgebung ist so eine Auseinandersetzung mit dem Werk, dem Künstler, der Kunstrichtung oder einer künstlerischen Technik möglich.

Zudem ist das Literaturhaus derzeit ohne feste Räumlichkeiten. Neben Lesungen und Veranstaltungen des Programms ist das Literaturhaus in zahlreichen kulturellen und politischen Unternehmungen in Oberhausen oder im Ruhrgebiet aktiv. Mit dem Literaturhaus wird ein weiterer wichtiger Impuls für den Künstlertreff gesetzt.

4) Verfügungsfonds

./.

5) Vorrübergehende Anmietung

./.

6) Zwischenerwerb

./.

7) Innenstadtmarketing

Teilprojekt 8: Image-Kampagne: Neue Alte Mitte

Die Innenstadt von Alt-Oberhausen ist mittlerweile Symbol und Knotenpunkt für viele urbane Herausforderungen. Sie ist Heimat und Identifikationsort für die Menschen, die dort leben. Sie ist gleichzeitig ein Sehnsuchtsort aus einer vergangenen Zeit – der „guten alten Zeit“. Dadurch entstehen nicht nur eine verzerrte Binnen- und Außensicht. Vielmehr noch ist über die letzten Jahrzehnte eine Untergangsnarrativ entstanden, das sich in Teilen von der Wirklichkeit entkoppelt hat. Wenig überraschend wird "Innenstadt" in Umfragen als eins der größten Probleme Oberhausens genannt – und das vor allem von den Personen, die dort nicht leben und auch kaum zu Besuch sind. Vor diesem Hintergrund gilt es, ein neues Narrativ zu entwickeln und der negativen Wahrnehmung etwas entgegenzusetzen, um die positiven Impulse und Entwicklungen deutlich zu machen. Dafür wird eine gezielte, multimediale Marketing-Kampagne entwickelt, die den Aufbruch der „kreativen Alten Mitte“ deutlich macht. Das ist nicht nur zentral für das Lebensgefühl der Anwohner*innen und den Handelsstandort, sondern auch die Umsetzung der geplanten Maßnahmen. Dieses wird in enger Abstimmung mit der Öffentlichkeitsarbeit der Projektkoordination durchgeführt.

8) Geringfügige baulich-investive Maßnahmen

Teilprojekt 5b: Instandsetzung des Supermarkts der Ideen als kreativen Ort

- Erstellung eines detaillierten Planungskonzepts inkl. Finanzierungsplan
- Sanierung des Supermarkts (externe Vergabe)
- Sanierung des Supermarkts (Eigenleistungen)
- Gestaltung, Möblierung, Nutzung

Der Leerstand wird saniert, instandgesetzt und sowohl die technische Infrastruktur als auch die logistische Infrastruktur für den kreativen Ort bereitgestellt. Das multifunktionale Gestaltungskonzept (5a) wird in diesem Teilprojekt umgesetzt. Die Ausstattung des Supermarkts der Ideen wird in einem partizipativem Prozess realisiert.

Teilprojekt 7b: Ausstattung Künstlertreff mit ArtOthek und Literaturhaus

- Klärung des Ausstattungsbedarfs mit potenziellen Nutzern
- Erwerb und Platzierung der Ausstattung

Der Künstlertreff erhält eine Grundausrüstung an Mobiliar. Im Gegensatz zum Supermarkt der Ideen sind hier bereits klare Nutzungen vorgegeben. Das noch nutzbare Mobiliar der bestehenden ArtOthek zieht an den neuen Standort um und wird entsprechend der Räumlichkeiten angepasst und ergänzt. Das Literaturhaus benötigt für Lesungen geeignetes Mobiliar. Der Künstlertreff Mobiliar für Veranstaltungen und Atelierbedarf. Die Grundausrüstungen soll von den Nutzer*innen ergänzt werden.

ZEITPLAN

	2022				2023				2024			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
Projektmanagement und Öffentlichkeitsarbeit												
Teilprojekt 1: Konzept: „Stadt als kreative Bühne“												
Teilprojekt 2: Konzept: „Besucher-Journey“												
Teilprojekt 3: Digitales Ansiedlungsmanagement												
Teilprojekt 4: Machbarkeitsstudie Paketpost												
Teilprojekt 5a: Planungen des Supermarkts der Ideen												
Teilprojekt 5b: Instandsetzung des Supermarkts der Ideen												
Teilprojekt 6: Kreativquartiersmanagement mit Reallaboren												
Teilprojekt 7a: Künstlertreff mit Artothek und Literaturhaus												
Teilprojekt 7b: Ausstattung Künstlertreff												
Teilprojekt 8: Image-Kampagne: Neue Alte Mitte												

8. Angaben der Kommune zur Bereitstellung des Eigenanteils für das geförderte Projekt sowie der ggf. vorgesehenen finanziellen Beteiligung Dritter.

Trotz der angespannten Haushaltslage kann sich die Kommune verpflichten, den Eigenanteil von 10% zu tragen. Dabei spielt das Bewusstsein eine besondere Rolle, dass innovative Veränderungen nur mit Fördermitteln umgesetzt werden können, da eigene finanzielle Spielräume nicht vorhanden sind. Trotz vieler kreativer Ideen, hohem sozialen Engagement von vielen

Gruppen in der Bevölkerung bedarf es zusätzlicher finanzieller Mittel, um die Umsetzung zu ermöglichen.

Mit dem Eigenanteil von 318.000 € über die Förderperiode verteilt, können 3,18 Mio. € mobilisiert werden, um das Potential für die sozial schwierige Innenstadt nutzen zu können.