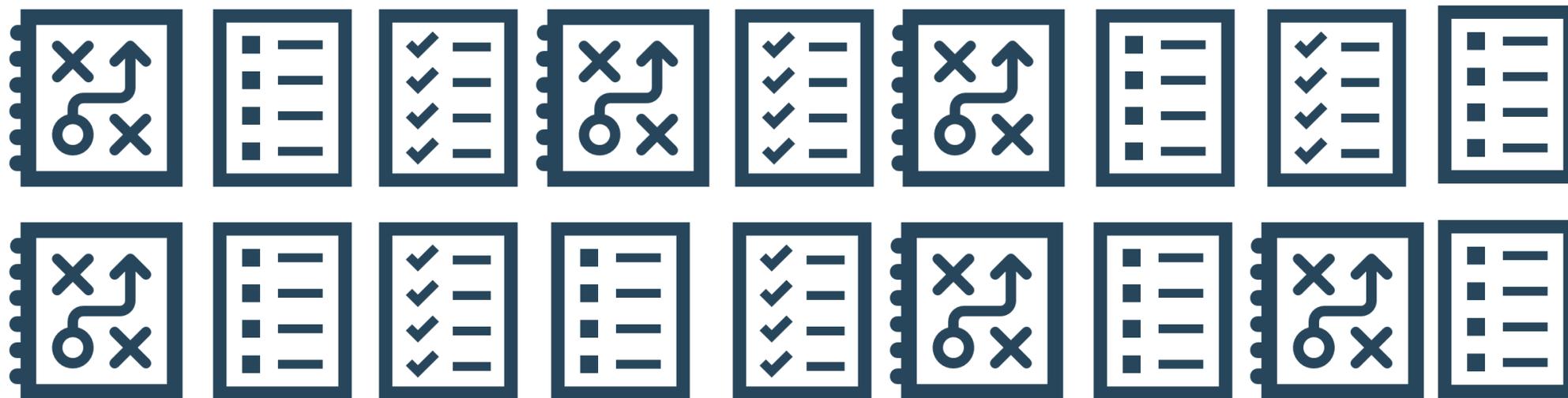


PROJEKTITIS vs. VERWALTUNG

VERGANGENHEIT



PROBLEMBESCHREIBUNG 

PRIORITÄTENSETZUNG 

INTEGRIERTE PLANUNG 

VERANTWORTUNG 

UMSETZUNG 

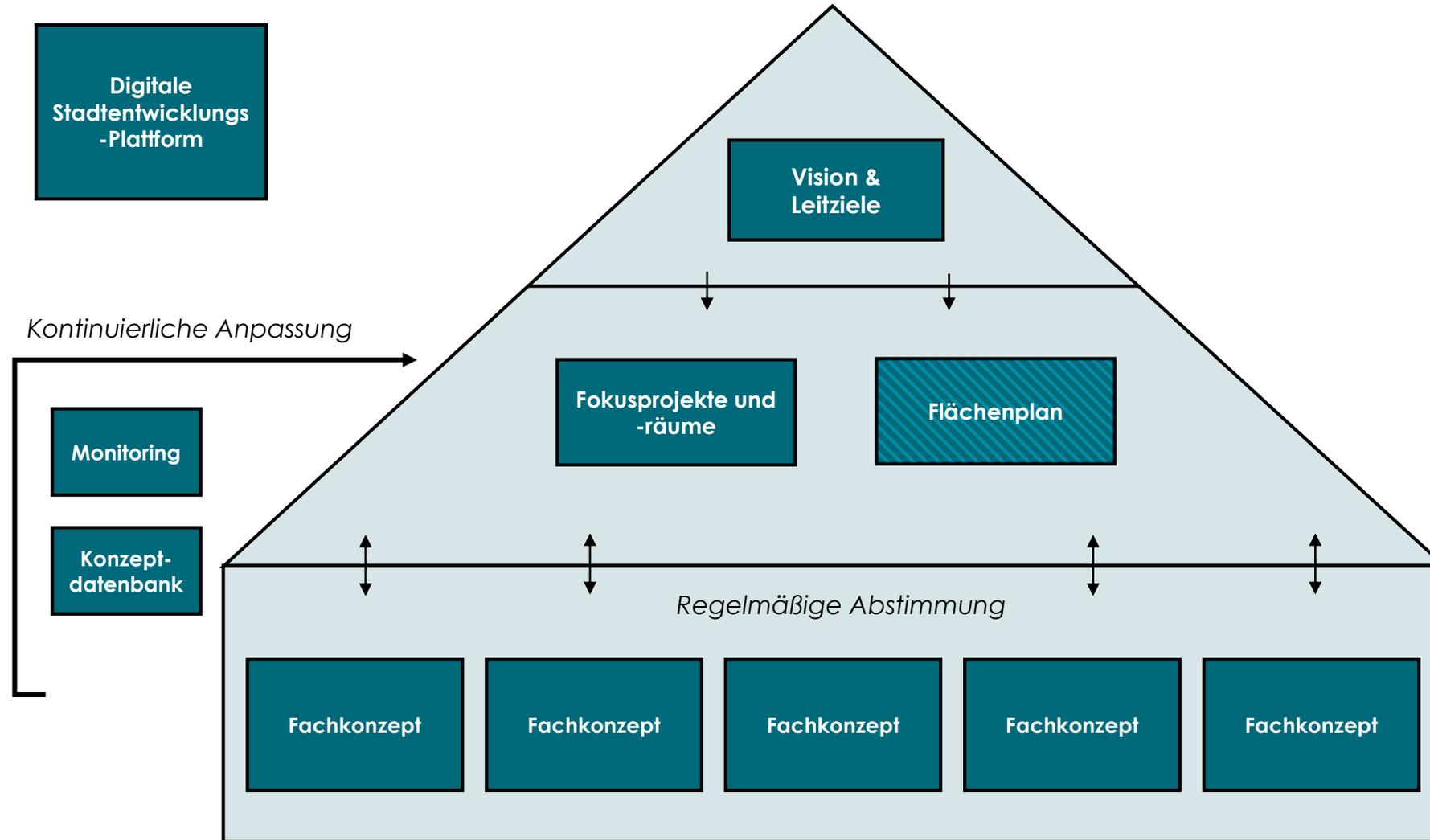
OBERHAUSENER STADTENTWICKLUNGS MODELL

STADTENTWICKLUNG ALS PROZESS

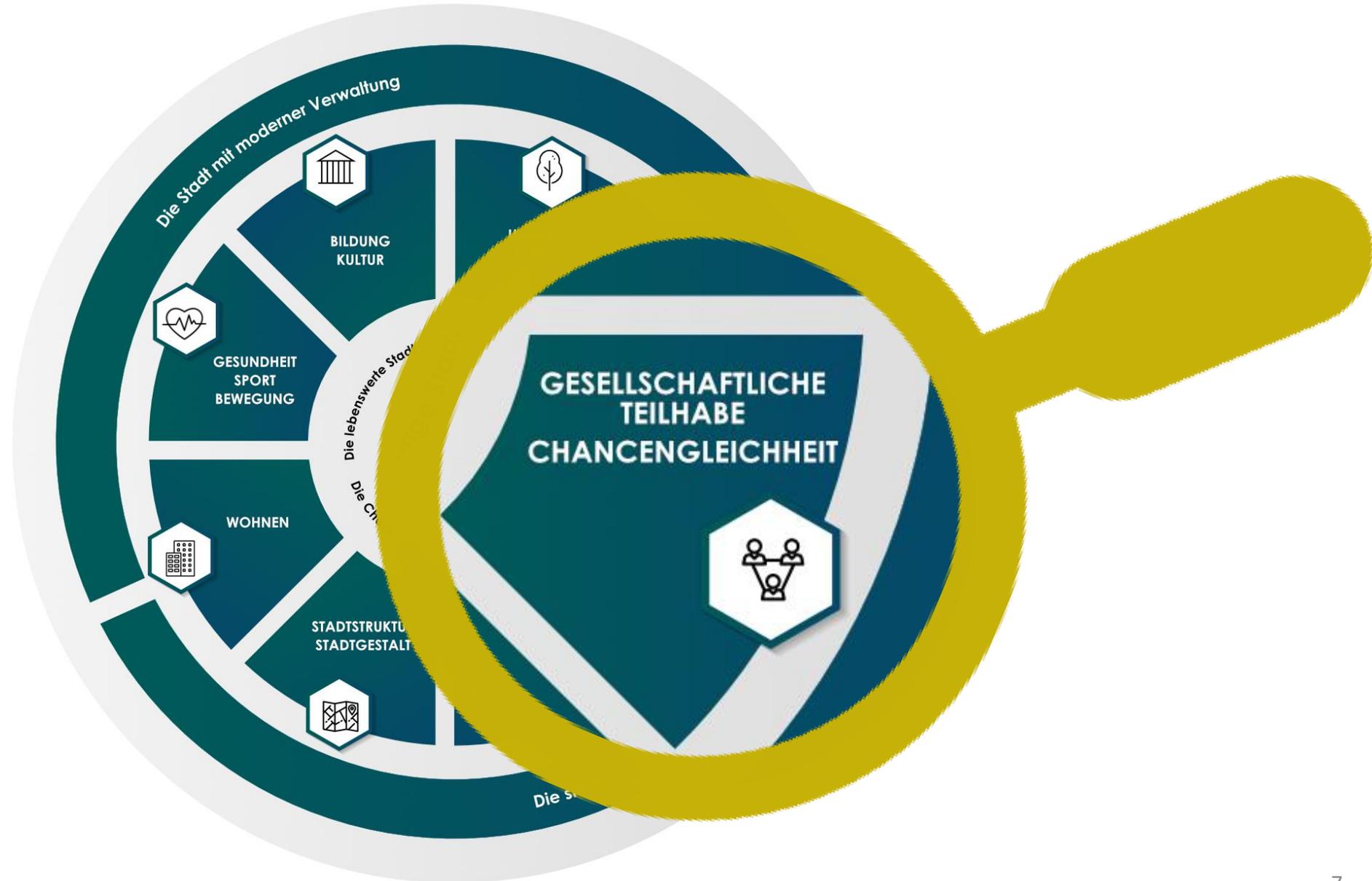
- Neues Verfahren – integriert, kontinuierlich, transparent
- Neue Realitäten: Krisen, Komplexität, Geschwindigkeit, Masse
- Möglichst viele Disziplinen und Blickwinkel
- Bottom-up & Top-Down
- Kein Verfallsdatum



BAUSTEINE DES ISTEK



VISION & LEITZIELE



VISION

- [...]
- Oberhausen ist die **Chancenstadt**, in der alle Bewohner*innen selbstbestimmt leben können und gesellschaftliche Teilhabe eine Selbstverständlichkeit darstellt. Oberhausen bekämpft Armut und ihre Folgen und steht für Bildungsgerechtigkeit.
- [...]

GESELLSCHAFTLICHE TEILHABE UND CHANCENGLEICHHEIT

Leitzeile

- Bekämpfung von Armut und Förderung gleichwertiger Lebensverhältnisse in allen Sozialräumen
- Reduzierung sozialer Ungleichheiten und räumlicher Segregation
- Förderung von Geschlechtergleichstellung
- Entgegenwirken von weiterer Benachteiligung und Mehrfachdiskriminierung
- Förderung von Senior*innengerechtigkeit
- Förderung von Inklusion
- Förderung von Integration
- Förderung bürger*innenschaftlichen Engagements
- Stärkung der Familienfreundlichkeit



GESELLSCHAFTLICHE TEILHABE UND CHANCENGLEICHHEIT

Relevante Konzepte

- Sozialbericht (2022)
- Kinder- und Jugendförderplan (2021)
- Handlungskonzept zum Umgang mit geflohenen Menschen in Oberhausen (2020)
- „Mit Allen – Für Alle“ - Kommunalen Inklusionsplan (2020)
- Örtliche Planung gem. Alten- und Pflegegesetz NRW 2020-2024 (2020)
- Strategiepapiere der Sozialräume
- ...

ISTEK NUTZEN - NICHT NUR BESCHLIEßEN

- iSTEK als städtebauliches Entwicklungskonzept nach §1, Abs. (6), Nr. 11 BauGB, aber auch Grundlage für alle Planungen der Stadtverwaltung
- iSTEK ohne „Verfallsdatum“ bzw. „Gültigkeitsdauer“. Stattdessen jährliche Auseinandersetzung und ggf. neue Beschlussfassung
- iSTEK als Grundlage für Arbeitsplanung und Prioritätensetzung (ggf. als Auftakt zur Haushaltsaufstellung)
- iSTEK als Stadtentwicklungs-Plattform und Start- und Endpunkt für Beteiligung (transparente Informationen zu Themen und Orten sowie Feedback- und Beteiligungsmöglichkeiten)

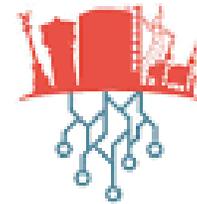
PROJEKTE AM BEISPIEL SMART CITY

PROJEKT: AUSWAHLKRITERIEN

- Anshub
- Beschleunigung
- Verstetigung
- „Strukturwandel“

- Sinnvoll
- Machbar
- Nachhaltig

- Wirkung?!

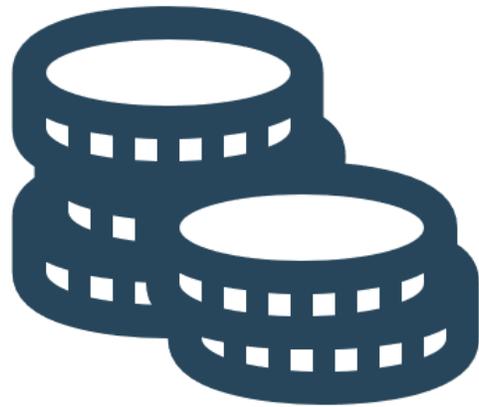


**SMART CITY
OBERHAUSEN**

**WIRKUNG
MESSEN?!**

WARUM WIRKUNG?

ERFOLGREICHE PROJEKTE NUTZEN
RESSOURCEN EFFIZIENT



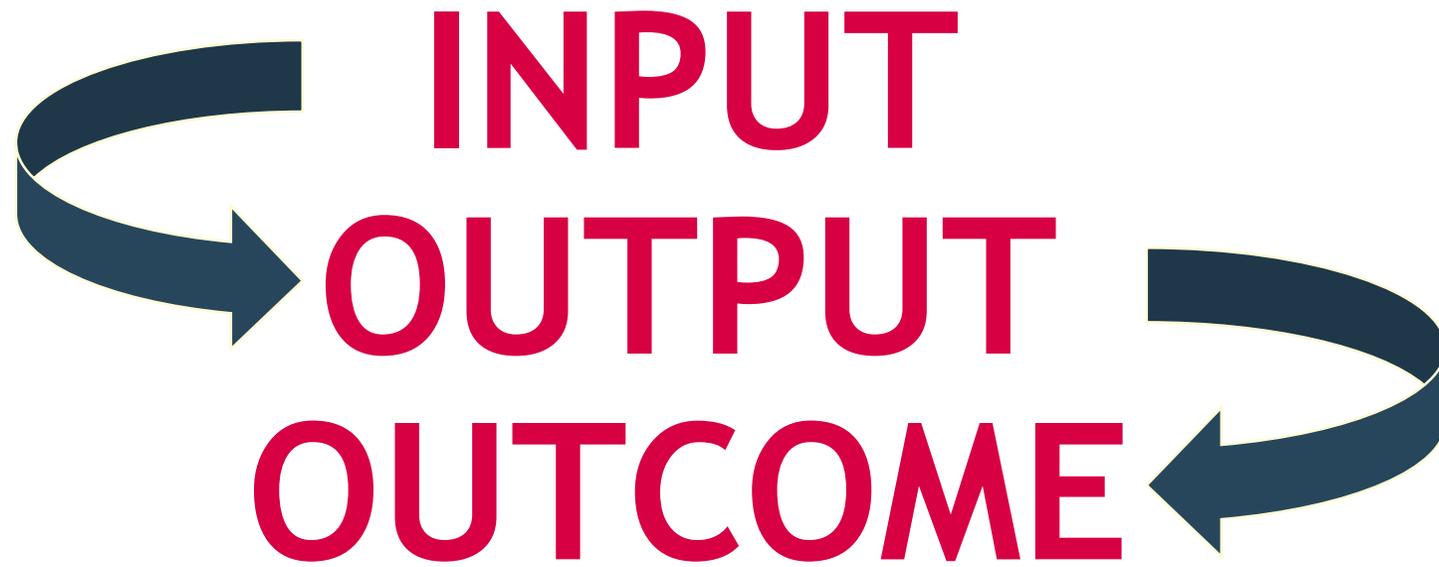


ZIELE MEILENSTEINE

Wie messen wir Fortschritt?

„Matrix“





PORJEKTZIEL HERUNTERBRECHEN



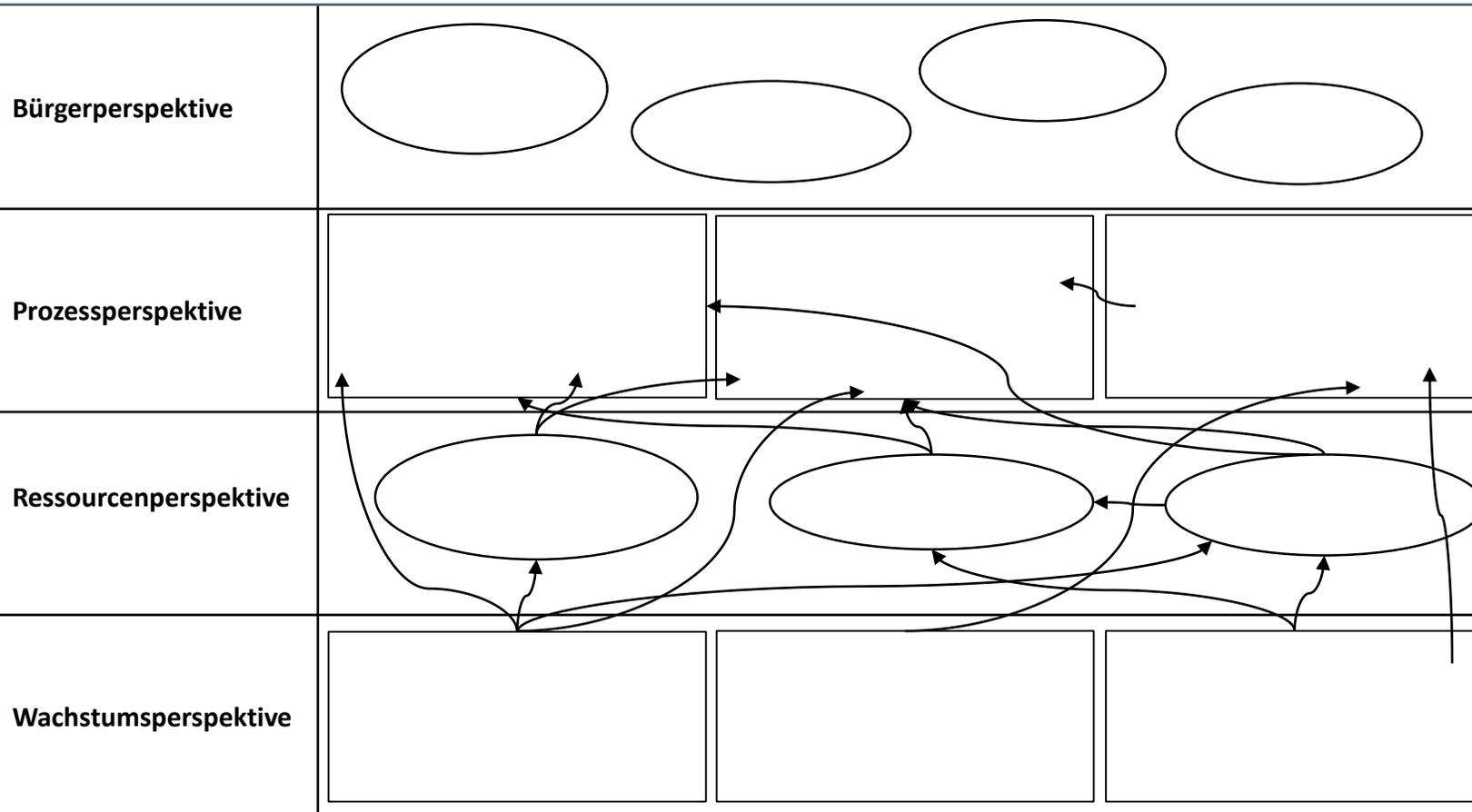
MEILENSTEINE DEFINIEREN

Strategiekarte

Ziel

Strategische Schwerpunkte

Strategische Prinzipien

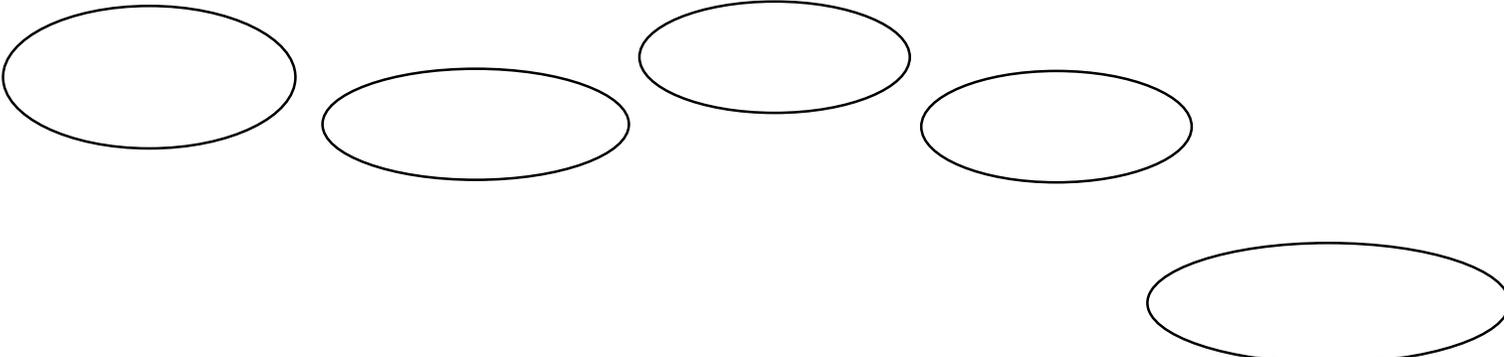


Strategiekarte

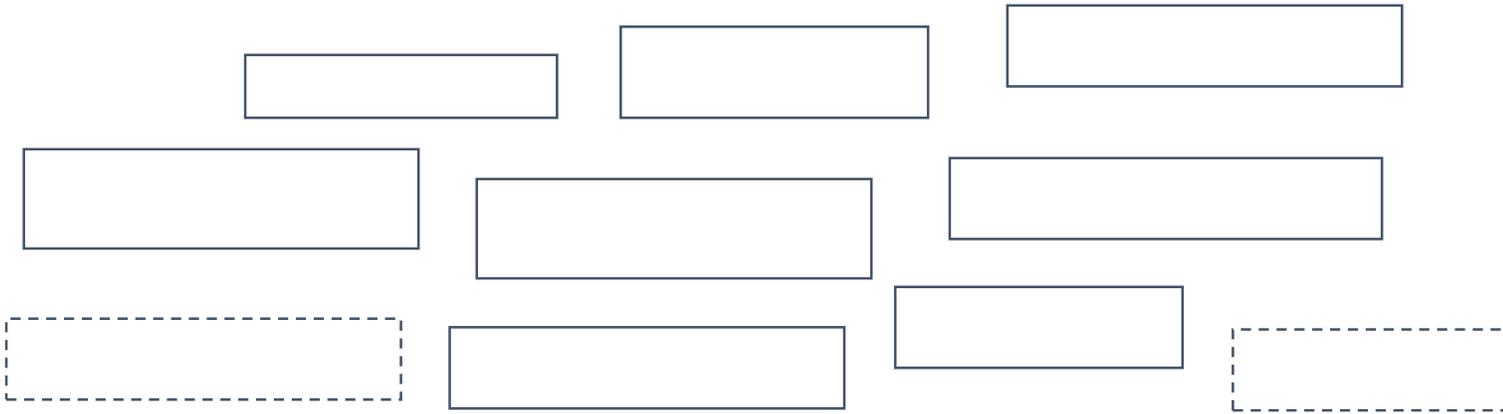
Ziel

Strategische Schwerpunkte

Outcome



Aktivitäten



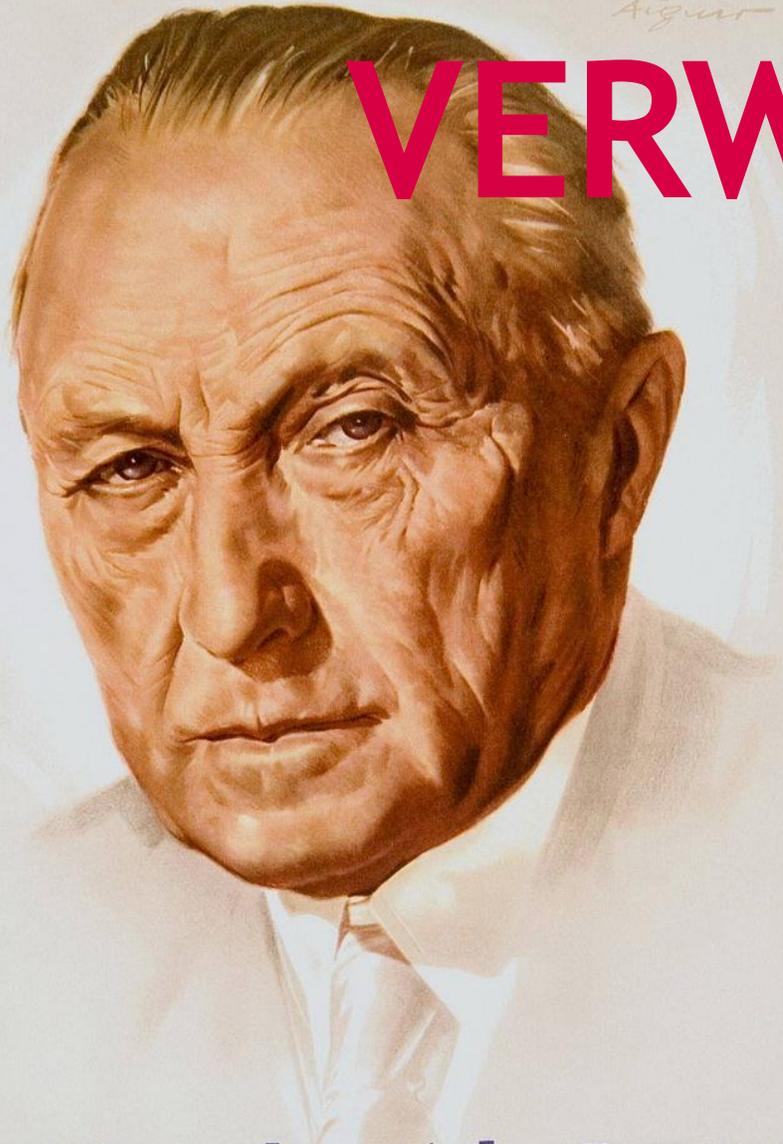


BLINDFLUG?

EXPERIMENTIEREN!

Wie messen wir Wirkung?

VERWALTUNG?

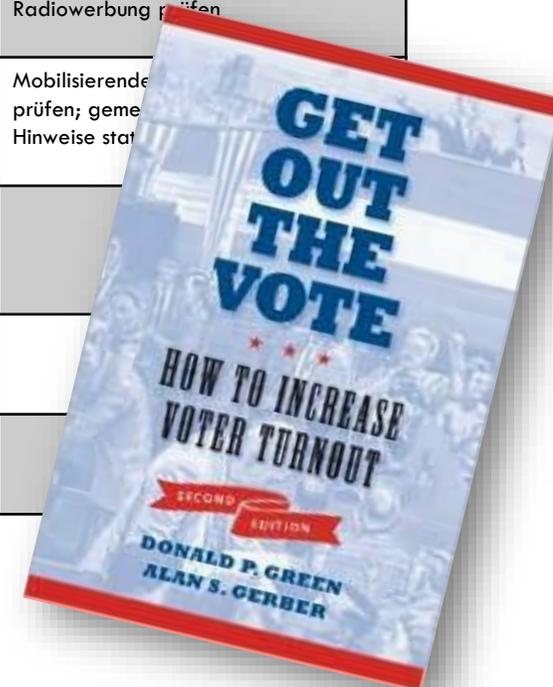


Keine Experimente!
Konrad Adenauer **CDU**

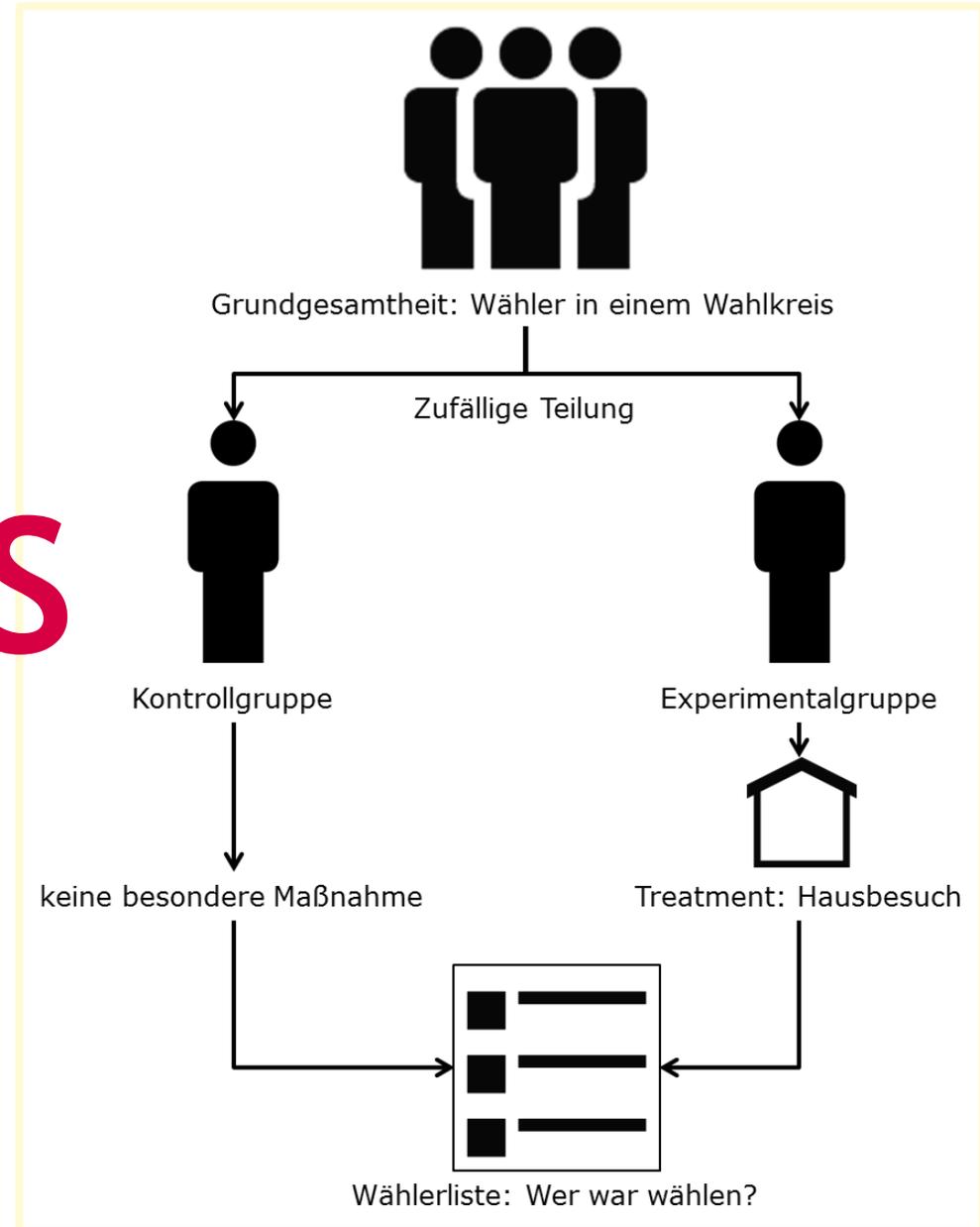


EXPERIMENTIEREN

Untersuchung	Gegenstand	Ergebnis	Bewertung
Panagopoulos 2006d - GOTV Street Signs	Freiwillige an Kreuzungen mit neutralem Poster „Vote tomorrow“ (ähnliche Stimmbezirke in NYC)	Anstieg der Wahlbeteiligung (rund 3 Punkte)	Aktionen; interessante Aufsteller (waving hand); „Briefwal“; Extra-Poster mit Wahlauf Ruf
Nickerson, Friedrichs & King 2006 - Partisan Door Hangers, Phone Calls & Canvassing	Politische Türhänger für Jungwähler (ab 3 Tage vor der Wahl)	Anstieg von 1,3 Punkten (so effektiv wie face-to-face)	Türanhänger als Alternative zu face-to-face in Gegenden, wo man mehr Leute mit weniger Ressourcen erreichen muss? Exp. Auf junge Zielgruppe gerichtet
Panagopoulos and Green 2006 - Radio Ads, Turnout and Electoral Competition	Radio-Werbung „neutral“ (Vgl. von BM-WK in ähnlichen Städten)	Anstieg ab 70 GRP (mind. 1,3 Punkte)	Radiowerbung prüfen
Panagopoulos 2006c - Newspaper GOTV Ads and Voter Turnout	0,5-1 Seite-Zeitungsanzeigen (Vgl. von BM-WK in ähnlichen Städten)	Anstieg mind. 1,5 Punkte	Mobilisierende prüfen; geme Hinweise stat
<ul style="list-style-type: none"> Nickerson 2006d - Thirteen Email Experiments Across Eight States Stollwerk 2006 - Partisan Mass Email Campaign 	Politische und neutrale E-Mail	Keine Auswirkung auf Wahlbeteiligung	
Nickerson 2006c - Timing of Face-to-Face Contact	Botschaft: Unterschied zw. Partei vs. Unterschiede zw. Kandidaten	aber Kontrast zw. Kandidaten besser als zw. Parteien	
Arceneaux and Nickerson 2006 - Negative vs. Positive Campaign Phone Calls and Canvassing	pos. vs. neg. Ton	Kein Unterschied bei Ton	



A/B-TESTS



IM KERN GEHT ES UM ...



ABER ...

