

03.20

OLDENBURGER WIRTSCHAFTSMAGAZIN



Thema: Gemeinschaftsaufgabe Innenstadt
So geht's weiter mit Oldenburgs City



Wirtschaftsförderung
STADT OLDENBURG i.O.

News

Aktuelle Nachrichten für die Oldenburger Wirtschaft

Perspektiven im Nordwesten

Das Projekt des Instituts für Ökonomische Bildung (IÖB) unterstützt die Berufliche Orientierung von Schülerinnen und Schülern im Nordwesten Niedersachsens mit Blick auf wichtige regionale Branchen wie die Gesundheits- oder Energiewirtschaft. Neben der Auseinandersetzung im Unterricht bilden Praxiskontakte mit Unternehmen ein wichtiges Element, das ihnen einen Einblick in die An- und Herausforderungen der jeweiligen Branche ermöglichen. Weitere teilnehmende Firmen sind willkommen.

Weitere Informationen:

www.perspektiven-im-nordwesten.de

Gründen in Oldenburg

Für Gründungsinteressierte gibt es in Oldenburg eine Reihe an Anlaufstellen, die beim Weg in die Selbstständigkeit Unterstützung leisten. Ein neuer Flyer der Wirtschaftsförderung führt sie übersichtlich auf und nennt die relevanten Ansprechpartner.

Weitere Informationen:

www.oldenburg.de/gruendungsberatung

Investitionen ins Web

Einer Untersuchung des Branchenverbands Bitkom zufolge haben deutsche Unternehmen ihre Internetseiten 2020 deutlich ausgebaut und setzen zunehmend auf Interaktion. Statt lediglich Informationen über die eigenen Produkte oder Dienstleistungen zu geben, hat ein Großteil in den Austausch mit Kunden investiert.

Innovationsaudit der NBank

Die Innovationsexperten der NBank bieten Unternehmen im Rahmen eines Audits eine unabhängige Prüfung ihrer Innovationsfähigkeit an. Sie geben Impulse zu Aspekten wie Prozessen, Markteinführung, Technologiebeobachtung oder Internationalisierung. Aus dem Audit resultiert ein etwa 30 Seiten starker Bericht. Er zeigt Stärken, Schwächen und die Entwicklungspotenziale des Unternehmens für jeden der abgefragten Prozesse auf.

Weitere Informationen:

www.nbank.de

Illustration

Die Welt in Bildern

Kreativ, vielseitig, innovativ: Das Festival der Illustratoren zählt inzwischen zu den etablierten kulturellen Events in Oldenburg und wird nicht nur innerhalb der Szene als wertvoller Impulsgeber geschätzt. Auch Unternehmen werfen immer öfter interessierte Blicke auf die Illustrationskunst.

Seit seiner Geburtsstunde 2012 findet das Festival der Illustratoren alle zwei Jahre in der Kulturhalle am Pferdemarkt statt. In diesem Jahr nahm die fünfte Ausgabe zwar Corona-bedingt andere Formen an als üblich, war aber dennoch nicht minder inspirierend für seine Besucherinnen und Besucher. Das vielseitige Programm machte deutlich: Illustration ist viel mehr als nur Textunterstützung. Sie ist eine professionelle und fantasievolle Kunst- und Ausdrucksform, die aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken ist. Gerade das macht sie für die Wirtschaft so wertvoll.

„Die Zusammenarbeit mit Illustratoren hat für Unternehmen einen großen Mehrwert, da sie sich damit von der Masse abheben“, weiß Norbert Egdorf, Gründer des Festivals und selbst Grafikdesigner und Illustrator. Denn: „Anders als das Agenturfoto zeichnet sich die Illustration durch ihre Individualität und gleichzeitig den konkreten Bezug auf einen bestimmten Inhalt aus – sie fällt stärker auf und wirkt länger nach.“

Dem zunehmenden Interesse aus Unternehmen widmete sich eigens das gemeinsam mit der Wirtschaftsförderung entwickelte Veranstaltungsformat „Illustration und Wirtschaft“. Das Event lud Oldenburger Werbeagenturen, Verlage und Institutionen dazu ein, mit Illustratorinnen und Illustratoren in den Dialog zu treten. Für Egdorf absolut notwendig, denn er ist sich sicher: „Die Illustration wird im Bereich Kommunikationsdesign in den nächsten Jahren immer wichtiger werden. Sie ist die spannendste und außergewöhnlichste Darstellungsform, sowohl gedruckt als auch im Web.“

Kontakt:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Ina Lehnert-Jenisch
Telefon: 0441 235-2105
ina.lehnert-jenisch@stadt-oldenburg.de

www.illustratoren-oldenburg.de
info@illustratoren-oldenburg.de



Hand in Hand läuft alles besser, findet Illustrator Norbert Egdorf.

Liebe Leserin, lieber Leser,

Oldenburg ist eine lebenswerte Stadt mit viel Potenzial. Als Großstadt und Oberzentrum mit über 170.000 Einwohnern verfügen wir über Angebote, die uns von anderen Kommunen unterscheiden. So auch unsere Innenstadt. Wir waren Pioniere und haben vor mehr als 50 Jahren eine autofreie Fußgängerzone eingerichtet. Das war am 1. August 1967. Noch immer ist sie das Herzstück der Stadt und lockt mit ihrer hohen Aufenthaltsqualität jährlich viele Millionen Besucherinnen und Besucher zum Einkaufen nach Oldenburg.



Foto: Hauke-Christian Dittich

Im Zuge der gesellschaftlichen Veränderungen und des sich in einem stetigen Wandel befindenden Handels haben sich die Anforderungen an eine funktionsfähige Innenstadt in den letzten Jahren massiv verändert. Internethandel, Erreichbarkeit, Parkplätze und Aufenthaltsqualität sind nur ein paar Faktoren, die auch Oldenburg vor große Herausforderungen stellen. Die Corona-Pandemie hat die Lage verschärft. Geschäfte und Gastronomie stehen noch mehr unter Druck. Immer mehr Menschen haben es sich in diesem Jahr angewöhnt, online Waren zu bestellen und kochen eher selbst zuhause. Warum also noch die Innenstadt aufsuchen? Darauf wollen und müssen wir Antworten anbieten.

Der Arbeitskreis „Bündnis Innenstadt“ arbeitet intensiv an einer strategischen Ausrichtung für die Zukunft. Denn der beschriebene Wandel ist nicht nur beklagenswert, er birgt auch Chancen für neue Ausrichtungs- und Gestaltungskonzepte in sich. Es zeigt sich auch hier: Die Kommune allein wird es nicht richten können, die Innenstadt für die nächsten Jahre sicher aufzustellen. Das können wir nur in einem kompetenten und engagierten Netzwerk schaffen. Schließlich ist der Handel insgesamt für Oldenburg von großer Bedeutung – als wichtiger Wirtschaftsfaktor spielen gerade inhabergeführte Geschäfte eine besondere Rolle, denn sie tragen zu einem Alleinstellungsmerkmal der Oldenburger City bei. Deshalb habe ich mich an der Aktion „Ich kaufe in Oldenburg“ beteiligt, um den örtlichen Handel zu unterstützen.

Das aktuelle Wirtschaftsmagazin widmet sich den Zukunftsfragen für unsere Innenstadt. Ich freue mich darauf, mit Ihnen darüber ins Gespräch zu kommen.

Jürgen Krogmann
Oberbürgermeister



Gemeinsam weiterkommen.

Die wirtschaftlichen Anforderungen an Sie, liebe Unternehmer*innen und Selbstständige, sind derzeit enorm.

Wie entwickelt sich Ihre Branche, was erwarten Ihre Kunden von Ihnen und wie bleiben Sie auch morgen wettbewerbsfähig? Lassen Sie uns gemeinsam Antworten auf diese Fragen finden, um Ihren Betrieb sicher in die Zukunft zu führen. Vor allem dann, wenn wichtige Investitionen anstehen.

Wir stehen Ihnen als verlässlicher Partner zur Seite und unterstützen Sie mit bedarfsgerechten, liquiditätsschonenden Finanzierungslösungen – damit Sie gerade jetzt Ihren wirtschaftlichen Handlungsspielraum erweitern können. Unsere Firmenkundenberater kennen Ihre Branche und verstehen, worauf es für Sie ankommt.

Vereinbaren Sie deshalb gerne einen unverbindlichen Gesprächstermin per Telefon oder per E-Mail.

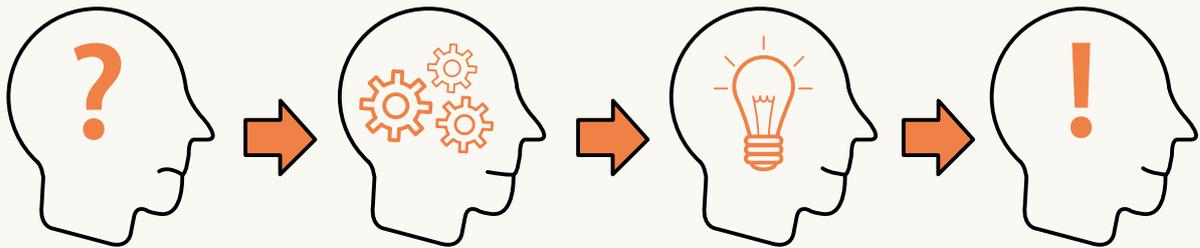
Unsere Nähe bringt Sie weiter. Seit 1786. Und auch in Zukunft.

Wir freuen uns auf Sie!
Ihr Team der LzO

lzo.com/firmenkunden

LzO
meine Sparkasse

Oldenburger Impulse



Familie und Beruf

Studie zur Vereinbarkeit

Foto: Prognos-Institut



Durch die Corona-Krise haben Unternehmen die immense betriebswirtschaftliche Bedeutung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf erfahren. 82 Prozent der Unternehmen sagen, dass Kinderbetreuung ein zentraler Faktor für die Produktivität ihres Unternehmens ist.

Die Studie „Neue Chancen für Vereinbarkeit! Wie Unternehmen und Familien der Corona-Krise erfolgreich begegnen“ erstellte das Prognos-Institut im Auftrag des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Dazu wurden 750 Personalverantwortliche bzw. Geschäftsführungen von Unternehmen mit mindestens zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Deutschland befragt. Ergänzend interviewte das Institut für Demoskopie Allensbach 1.493 Väter und Mütter mit Kindern unter 15 Jahren.

Weitere Informationen:

www.prognos.com

Kindertagesbetreuung

Website aufgefrischt

Auf der städtischen Website www.oldenburg.de präsentiert sich der Bereich Kindertagesbetreuung in neuem Look. Nach dem Motto „Alles an einem Ort“ wurden die Inhalte aus dem bisherigen Wegweiser Kindertagesbetreuung – Betreuungsbörse überarbeitet, aktualisiert und mit den weiteren Inhalten zusammengeführt. Wie bisher finden sich hier Informationen zu den städtischen Kindertagesstätten, zur Kindertagespflege sowie zum Ausbauprogramm für Kindertagesbetreuung. Darüber hinaus werden die Bereiche Koordinierungsstelle für Sprachbildung und Sprachförderung und das Bundesprogramm „Sprach-Kitas“ dargestellt. Bei der Gestaltung wurde auf Übersichtlichkeit und verständliche Sprache geachtet. Die Seiten lassen sich auf verschiedenen Endgeräten anzeigen und sind barrierefrei zu bedienen.

Weitere Informationen:

www.oldenburg.de/kindertagesbetreuung



„Es wird interessant, wenn die Rückkehr der Mitarbeiter ins Büro stattfindet. Die Unternehmen sollten sich Gedanken machen, wie verhindert werden kann, dass man sich infizierte Geräte und Daten ins Firmennetzwerk holt.“

Sebastian Artz, Referent für IT-Sicherheit der Bitkom

Werbegemeinschaften Neue Ansprechpartnerin



Foto: Bonnie Bartusch

Die Oldenburger Werbegemeinschaften setzen sich dafür ein, die wohnortnahe Versorgung zu sichern und Einwohnerinnen und Einwohnern ein lebenswertes Umfeld zu bieten. Das unterstützt die Stadt Oldenburg, und so sollen neben dem Handel in der Innenstadt auch die Stadtteile gefördert werden. Um den Werbegemeinschaften einen unkomplizierten und direkten Kontakt zur Stadtverwaltung zu ermöglichen, wurde mit Rieke Bruns eine zentrale Ansprechpartnerin in der Wirtschaftsförderung benannt. Sie ist seit September 2019 im Fachdienst Unternehmensservice tätig.

Weitere Informationen:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Rieke Bruns
Telefon: 0441 235 3271
rieke.bruns@stadt-oldenburg.de

Fachkräftemangel bekämpfen IT macht Schule

Foto: IÖB



Viele Unternehmen kennen es: Für die letzten Ausbildungsplätze im IT-Bereich gab es kaum mehr Bewerbungen. Der IT-Fachkräftemangel ist längst Realität! Die Initiative „IT macht Schule“ will für Abhilfe sorgen. Sie hat das Ziel, die Berufsorientierung von Schülerinnen und Schülern durch strukturierte Betriebspraktika in regionalen IT-Unternehmen zu verbessern.

Die Koordination und Weiterentwicklung der Initiative im Nordwesten Niedersachsens liegt beim Institut für Ökonomische Bildung Oldenburg (IÖB). Das Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt Oldenburg fördert gemeinsam mit den Landkreisen Diepholz, Vechta, Cloppenburg und Ammerland das Projekt und unterstützt bei der Umsetzung in der Region.

Die Initiative will jungen Menschen ermöglichen, die Berufsvielfalt der IT-Branche kennenzulernen und mit regionalen Unternehmen in Kontakt zu kommen. Nach ihren ersten Schritten in der IT-Branche erhalten die Schülerinnen und Schüler ein Zertifikat von ihrem Praktikumsunternehmen. Interessierte Unternehmen und Schulen aus der Region können sich an das IÖB, Andrew Absolon (absolon@ioeb.de, Telefon: 0441 36130321), wenden. Die Teilnahme ist kostenlos.

Weitere Informationen:

www.itms.online



Gemeinschaftsaufgabe Innenstadt

So geht's weiter mit Oldenburgs City

Der Deutsche Städtetag und der Handelsverband Deutschland schlagen Alarm: Viele Innenstädte seien in extremer Schieflage – und Corona gebe ihnen den Rest. Auch in Oldenburg wächst angesichts zunehmender Leerstände die Nervosität bei den Verantwortlichen. Aber es gibt auch gute Nachrichten: An Lösungsideen wird bereits eifrig gearbeitet.





Hallerstede? Ach, die mit dem Pferd! Seit 170 Jahren kennt man den Spezialisten für Koffer, Taschen und Reiseaccessoires in der Oldenburger Innenstadt. Ein Traditionshaus zwar, aber offen für Neues: Als andere Händler noch mit dem Internet fremdelten, wurde ein Online-Shop eingeführt. Und jetzt, mitten in der harten Prüfung durch die Corona-Zeit, etabliert das inhabergeführte Unternehmen zusätzlich ein modernes Ladenkonzept wenige Gehminuten vom Haupthaus entfernt.

In der Krise an Aufbruch denken – das gelingt nicht jedem. Und so landet man, wenn man sich näher mit Gegenwart und Zukunft der Oldenburger Innenstadt beschäftigt, fast zwangsläufig bei der Frage, ob das Glas Wasser wohl eher halb voll oder halb leer ist. Beide Betrachtungsweisen haben etwas für sich. Die Antwort hängt vom Blickwinkel des Betrachters ab – ist er Optimist oder Pessimist?

NADELSTICHE UND HOFFUNGSSCHIMMER

Skeptikern bereiten die sich häufenden kleinen Nadelstiche Schmerzen. Sie sehen, dass hier ein Blumenladen schließt und dort ein etablierter Outdoor-Ausrüster sein Geschäft aufgibt. Dass Modefilialisten dem Standort den Rücken kehren und verlassene Ladenlokale nicht wieder vermietet werden. Die Hiobsbotschaften werden mehr. Und daran trägt nicht nur Corona Schuld. Nein, Oldenburgs City hat schon zu kämpfen.

Man kann das so sehen. Aber auch so:

Stillstand gibt es in der Innenstadt nicht. Darf es gar nicht geben, denn Handel und Wandel sind untrennbar miteinander verbunden. Sie befruchten sich gegenseitig. Eine gewisse Fluktuation ist

Fortsetzung auf der nächsten Seite. →



Gute Idee: Schauspieler und andere Künstler nutzen ein leerstehendes Ladenlokal in der Innenstadt.

da vollkommen normal und sogar hilfreich. Wenn sich Traditionsunternehmen – siehe das Beispiel Hallerstede – an frischen Konzepten versuchen, ist das mehr als ein Hoffnungsschimmer. Ebenso wie die in Angriff genommenen Veränderungen in der Heiligengeiststraße. Auch die Leidenschaft, mit der junge Gründer Corona trotzen und mitten in den Krisenmonaten eigene Geschäfte eröffnen, darf als positiv gelten. Mut vertreibt Verzagtheit. Ja, die Innenstadt wehrt sich gegen Untergangsszenarien.

Erfolgreich? Das hängt von vielen Faktoren und Interessengruppen ab. Klar ist: Mit dem halben Glas Wasser – egal, ob voll oder leer – will sich niemand zufriedengeben. Also muss etwas geschehen, denn selbst hartnäckige Optimisten können die durch den Leerstand offensichtlich werdenden Probleme nicht schönreden. Der Einsatz einer Vitaminspritze scheint unumgänglich.

AUF DER SUCHE NACH DEM BESONDEREN

„Bei allem, was es in Oldenburgs Innenstadt zu verbessern gilt, haben wir im Vergleich zu anderen Städten noch eine

Ausgangslage, die positiv gestaltbar ist“, sagt Oberbürgermeister Jürgen Krogmann. Stadtbaurat Dr. Sven Uhrhan schließt sich an: „In gewisser Weise versprüht die Innenstadt eine Aufenthaltsqualität, die dem Lebensgefühl des Savoir Vivre nahekommt.“ Man könne draußen sitzen, eine gute Tasse Kaffee genießen und den Flanierenden zusehen. Zudem belebe das Element Wasser die City.

Erfreulich und beruhigend: Man ist sich hier über alle Lager hinweg einig, dass eine starke und lebendige City der ganzen Stadt gut tut. Sie dient als Visitenkarte, ist wichtiger Wirtschaftsfaktor und touristisches Ziel, wird als Platz für Kultur und Kulinarik geschätzt. „Sie ist in Oldenburg ein Lebensgefühl. Dies zu erhalten, daran wollen wir arbeiten“, betont Krogmann.

Die Entwicklung einfach dem freien Spiel der Kräfte und des Marktes zu überlassen, ist indes keine Option, so Ralph Wilken, Leiter des Amtes für Wirtschaftsförderung.

Wie könnte ein konkreter Plan zur Blutauffrischung also aussehen, der die unterschiedlichen Interessen berücksichtigt und sich realisieren lässt? Welche Lösung verheißt dauerhaften Erfolg und zeigt Perspektiven für eine Erhöhung der

City-Attraktivität auf? Das scheint nötig, denn es soll langjährige Oldenburgerinnen und Oldenburger geben, die etwa die Achtern- oder die Schüttingstraße nur vom Hörensagen kennen.

Das Phänomen ist kein lokales. Thomas Krüger von der HafenCity Universität Hamburg beobachtet es landauf, landab. Das Kernproblem sieht er in der Frage „Warum soll ich in die Innenstadt gehen?“ Seine ernüchternde Antwort: „Es gibt keinen Grund. Wenn ich das Angebot überall finde, muss ich mir ja nicht mehr den Stress antun, im Nahverkehr oder im Stau, Parkplatz suchend in der Innenstadt zu sein, wenn ich da eigentlich nichts Besonderes mehr sehe.“

EINE GRUNDSATZVEREINBARUNG ALS RICHTSCHRUR

Zeit also, dass sich was tut. Seit zweieinhalb Jahren trifft sich – organisiert aus dem Baudezernat der Stadtverwaltung – in Oldenburg regelmäßig der Arbeitskreis „Bündnis Innenstadt“. Mitglieder sind Vertreter von Politik und Verwaltung, von Verbänden, Kammern und Unternehmen. Begleitet wird der 2018 gestartete Entwicklungsprozess vom Büro Frauns

aus Münster. Ziel der Beratungen sei es, so bekundete Oberbürgermeister Jürgen Krogmann zu Beginn, „die Innenstadt mit den sich verändernden Rahmenbedingungen als attraktiven Standort zu erhalten und zukunftsfähig aufzustellen“.

Erste Ergebnisse wurden bereits im November vergangenen Jahres im Stadtrat vorgestellt. 2020 lagen die weiteren Gespräche Corona-bedingt zunächst auf Eis. „Für die Strategieentwicklung hatte die Krise zur Folge, dass wir die gemeinsam erarbeiteten Ansätze kritisch reflektiert und mit Blick auf ihre Zukunftsfähigkeit überprüft haben“, erläutert Ralph Wilken.

Die Prozessentwicklung wird im Dezember mit einer Grundsatzvereinbarung abschließen, die in der Umsetzungsphase als Richtschnur dient. Wie sich dafür das Engagement der Akteure verknüpfen lässt, ist Teil der zukünftigen Arbeitsagenda. Denkbar wäre etwa die Bildung von Netzwerken, in denen städtische Kompetenzen und nicht-städtisches Know-how gebündelt werden. Klar ist, die Umsetzung der Innenstadtstrategie ist eine Gemeinschaftsaufgabe, der sich alle Akteurinnen und Akteure des Prozesses verpflichtet fühlen.

Kern aller Überlegungen ist der im engen Dialog mit Kaufleuten, Immobilieneigentümern und anderen Akteuren entstandene Gedanke, die Oldenburger Innenstadt als Zentrum der Stadt (wieder) erkennbar werden zu lassen. Hier zeigt sich die Geschichte der Kommune, hier findet die politische und gesellschaftliche Auseinandersetzung statt, hier sind kulturelles Leben und bürgerschaftliches Engagement spürbar. Zugleich ist die Innenstadt ein Ort der Ideen und der Innovation, des Austauschs und der Teilnahme.

Wenn dieser Ort in den kommenden Jahren allen genannten Funktionen nachkommen soll, muss er zu einem wirklichen Erlebnisraum weiterentwickelt werden. Damit rückt vor allem der öffentliche Raum in den Mittelpunkt des Interesses. Aufgrund seiner Multifunktionalität und der kulturellen, sozialen, ökonomischen und politischen Wechselwirkungen kommt seiner Nutzung, Bespielung und Gestaltung eine besondere Bedeutung zu. Er ist die Bühne der Innenstadt – und benötigt für alles, was dort stattfindet, dringend eine Dramaturgie. Andernfalls verkommt selbst das ambitionierteste Programm zu einem Flickenteppich.

DER ORT FÜR DAS, WAS ES SONST NIRGENDS GIBT

Für die Rolle der Dramaturgin kommt die Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM) infrage. „Wir wollen Schnittstellen gemeinsam mit der Kultur finden und das Shopperlebnis in Oldenburg anreichern“, berichtet Geschäftsführerin Silke Fennemann. Dabei setzt sie auch auf Unterstützung aus dem City-Management Oldenburg. Zum 1. September hat das CMO seine Marketingaktivitäten an die OTM übergeben. Durch abgestimmte, gemeinsame Aktivitäten sollen die vorhandenen Mittel effektiver eingesetzt werden.

„Die Kooperation ist ein wichtiger Beitrag, um die Wettbewerbsfähigkeit Oldenburgs zu stärken und die Qualitäten unserer Innenstadt weiterzuentwickeln“, sagt OB Krogmann. Die Stadt setze auf Akzente und Erweiterungen für Kultur und Bildung. „Sie tragen zur Belebung der Innenstadt bei und bilden dort die Grundlage für einen ganzheitlichen Erlebnischarakter.“ Die Richtung, in die es gehen soll, ist bereits markiert. Der Umzug der Musikschule in die Baumgartenstraße war ein erster Schritt, weitere werden folgen. Etwa der Neubau des Stadtmuseums.

Darüber hinaus werde das Augenmerk auch auf „soften Gestaltmerkmalen“ liegen müssen, sagt Dr. Sven Uhrhan und nennt als Beispiele die Möblierung mit Spielelementen für Kinder, die geschickte Illuminierung von Gebäuden sowie die Bespielung bisher unentdeckter Plätze.

Aber keine Angst: Dem Handel soll seine Schlüsselrolle keinesfalls streitig gemacht werden. Das wäre töricht. Denn die Ergebnisse einer Studie des Instituts für Handelsforschung in Köln („Vitale Innenstädte“) belegen, dass das bedeutendste Motiv für einen Innenstadtbesuch nach wie vor im Wunsch besteht, einzukaufen.

Ohne neu zu denken und ohne Innovationen, Experimenten und Kooperationen eine Chance zu geben, wird das allerdings – gerade nach Corona – nicht so bleiben. Viele Konsumenten haben spätestens in den letzten Monaten den Online-Handel für sich entdeckt und werden nur dann in die stationären Läden zurückkehren, wenn sie dort ein für sie überzeugendes Angebot vorfinden.

Foto: OTM



Die Innenstadt soll neu belebt werden.



Oberbürgermeister Jürgen Krogmann schaut sich mit Innenstadtmanager Steffen Trawinski in der Wallstraße um.

Das sieht auch Stadtplaner Thomas Krüger so: „Wir brauchen die neuen Geschäftsideen, wo Waren, Dienstleistungen, Handwerk, vielleicht auch kulturelle Elemente und Gastronomie miteinander neue Kombinationen suchen.“ Er legt dabei die Messlatte sehr hoch. Die Innenstadt müsse wieder etwas Besonderes werden – so wie in der Zeit, in der sie historisch entstanden ist. „Das war der Ort, wo es Dinge gibt, die es sonst nirgendwo gibt.“ Auch in Oldenburg, darf man hinzufügen.

VIER ARBEITSBEREICHE STEHEN OBEN AUF DER LISTE

Neben den beiden bereits genannten Themenkomplexen „Handelsinnovation“ und „Neue Räume, versteckte Orte, Treffpunkte“, gehören „Digitale Wissensproduktion und Anwendung“ sowie „Geschäfts- und Wohnflächenmanagement“ zu den vier vom Arbeitskreis priorisierten Projekten.

Eine kontinuierliche Datenerfassung sowie ein regelmäßiges Innenstadt-Monitoring gelten als wirkungsvolle Messinstrumente für die Attraktivität der Stadt. Empfohlen wird eine möglichst pragmatische und unkomplizierte Vorgehensweise. Ein geeignetes Projekt zum Start könnte in der

kontinuierlichen Messung von Frequenzen in der Oldenburger Innenstadt liegen. Welche Straßen, Ecken oder Plätze werden zu welcher Zeit häufiger und welche eher selten aufgesucht? Andere Städte haben mit einer solchen Erhebung gute Erfahrungen gemacht.

Wesentlich ist der Bereich „Geschäfts- und Wohnflächenmanagement“, da die Entwicklung der Innenstadt fast ausschließlich im Bestand erfolgen kann. Es müssen also – wenn nicht schon geschehen – persönliche Kontakte zu den Immobilien-eigentümern hergestellt bzw. gepflegt werden. Dazu gilt es auch herauszufinden, was Eigentümer bislang hindert, sich aktiv an der Innenstadtentwicklung zu beteiligen. Positiv dabei, so Baudezernent Uhrhan: „Die Bausubstanz ist in großer Mehrheit in der Hand lokaler oder regionaler Personen. Somit ist die Identifikation mit der Stadt höher, als wenn gesichtslose aktiennotierte Fonds das Eigentum verwalten.“

Tatsächlich erweisen sich die Besitzverhältnisse häufig als Problem, wenn es um die Neunutzung leerer Ladenflächen geht. Eigentümer von Immobilien schielen in der Regel auf Rendite – und da stehen Ladenketten, Ärzte und Anwälte ganz oben auf der Liste. „Es muss ein

Umdenken stattfinden“, fordert Stefan Müller-Schleipen vom deutschlandweiten Netzwerk „Die Stadttretter“, dem zurzeit rund 400 Kommunen angehören. Er wünscht sich Immobilienbesitzer, die mehr an das Gemeinwohl denken: „Wie können wir mit unserem Geld dazu beitragen, den Wohlstand zurück in die Stadt zu bringen?“

Eine Idee wird bereits erprobt: Zwischenutzung. Statt geräumte Ladenlokale leer stehen zu lassen, werden sie für einige Wochen oder Monate für soziale oder kulturelle Zwecke zur Verfügung gestellt. Eine Win-win-Situation für alle. In Oldenburg kümmert sich die Agentur „Raum auf Zeit“ um die Koordination. Erste Erfahrungen konnten mit dem Projekt „Die Loge“ in der Kurwickstraße gesammelt werden.

DER INNENSTADTMANAGER ALS BAUSTEIN DER STRATEGIE

Der Arbeitskreis Bündnis Innenstadt hat die Federführung für die Projekte aufgeteilt. Um „Innovationen in Handel, Dienstleistung, Gastronomie, Handwerk“ sowie „Digitale Wissensproduktion und Anwendung“ kümmern sich nicht-städtische Akteure. Für den Komplex „Neue Räume, versteckte Orte, Treffpunkte“ ist

die Stadt ebenso verantwortlich wie für das Geschäfts- und Wohnflächenmanagement.

Hier kommt eine Innovation ins Spiel: Zum 1. Dezember hat die Stadt Oldenburg mit Steffen Trawinski einen Innenstadtmanager benannt (siehe Interview). Er wird seinen Sitz in der städtischen Wirtschaftsförderung haben und zentraler Ansprechpartner für Unternehmen, Hauseigentümer, Interessenvertretungen und weitere Akteurinnen und Akteure sein. Oberbürgermeister Jürgen Krogmann sieht Trawinskis Rolle als „wichtigen Baustein der zukünftigen Innenstadtstrategie“ an und fügt hinzu, dass die Stadt bei der Finanzierung der Stelle in Vorleistung getreten sei. „Entscheidend ist, dass alle Beteiligten weiterhin eng zusammenarbeiten. Nur in einem gemeinsamen Prozess kann es gelingen, positive Impulse für den anstehenden Wandel zu setzen.“

Unbedingt zu betrachten sind ferner zwei Querschnittsprojekte: die Erreichbarkeit der Innenstadt und die Erreichbarkeit in der Innenstadt. Dabei steht die künftige Entwicklung des Verkehrs und der Mobilität im Mittelpunkt – auch als Teil eines Gesamtkonzepts für Oldenburg. Aber das ist ein Thema für sich.

DER WANDEL GELINGT NUR ALS TEAMARBEIT

Am Ende werde es, so resümiert Ralph Wilken, darauf ankommen, Einzelinteressen zurückzustellen und den Wandel in der City als Teamarbeit zu verstehen. Anders lasse sich der Veränderungs- und Anpassungsdruck nicht abfedern. Das Ganze dürfe zudem keinesfalls als „closed shop“ verstanden werden, denn die Innenstadtstrategie sei eine „Einladung an viele, sich mit ihrem Wissen, ihrer Erfahrung und ihrem Engagement aktiv einzubringen“.

Man darf davon ausgehen, dass viele Oldenburgerinnen und Oldenburger diesem Wunsch nachkommen werden. Ihre Innenstadt liegt ihnen schließlich sehr am Herzen.

Kontakt zum Innenstadtmanagement:

Steffen Trawinski
Telefon: 0441 235-4690
innenstadtmanagement@stadt-oldenburg.de



Foto: Bonnie Bartsch

Ralph Wilken

„Der Innenstadtmanager als Ansprechpartner“

Bei der Wirtschaftsförderung hat der neue Innenstadtmanager seinen Sitz. Deren Leiter Ralph Wilken erläutert seine Aufgaben.

Frage: Wie wichtig ist eine funktionierende Innenstadt für die Wirtschaft in Oldenburg?

Ralph Wilken: In vielerlei Hinsicht sehr bedeutend. Sie ist ein wichtiger Standortfaktor mit Ausstrahlung weit über die lokalen Grenzen hinaus. Im regionalen Wettbewerb bildet sie ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal. Für Bürgerinnen und Bürger sowie für Gäste bietet sie eine hohe Aufenthaltsqualität, eine identitätsstiftende Einzelhandelsstruktur, eine vielfältige Gastronomieszene und ein attraktives, historisch gewachsenes Stadtbild. Sie hat eine prägende imagebildende Funktion für die Wahrnehmung der ganzen Stadt.

Warum braucht Oldenburg einen Innenstadtmanager?

Wilken: Im Prozess zur Erarbeitung der Innenstadtstrategie ist insbesondere von Seiten der nicht-städtischen Akteurinnen und Akteure deutlich geworden, dass es einen zentralen Ansprechpartner für die Belange der Innenstadt braucht. An der Schnittstelle zwischen Verwaltung und nicht-städtischen Akteuren wird er die Kommunikation fördern, Interessen bündeln und von einer Mittlerposition

aus moderieren. Eine solche Position muss eine neutrale Instanz sein. Zudem muss eine Expertise bei städtischen Themen vorhanden sein. Daher kann eine solche Funktion nur bei der Stadt angesiedelt sein.

Welche Aufgaben wird der neue Innenstadtmanager haben?

Wilken: Der Schwerpunkt der Aufgaben wird im Geschäftsflächenmanagement liegen. Gleichzeitig muss der Innenstadtmanager auch bei anderen innerstädtischen Themen einbezogen werden. Ziel ist es, dass der Innenstadtmanager als eine Art „Wissensbasis“, bei der alle Informationen zur Innenstadt zusammenfließen, agieren kann. Hier wird deutlich, dass es mehr als eine Person braucht, um die Zukunftsfähigkeit der Innenstadt zu gestalten. Die Aufgaben sind komplex. In der Wirtschaftsförderung haben wir uns bei den Themen Einzelhandel und Innenstadt breiter aufgestellt. Die Gestaltung einer zukunftsfähigen Innenstadt bleibt aber eine Gemeinschaftsaufgabe: Sie kann nur gelingen, wenn alle Akteurinnen und Akteure der Innenstadt mitwirken und den Prozess voranbringen.

Fünf Jahre Fachkräfte-Initiative Oldenburg

Spitzenforschung und Grünkohl

Wie macht man Fachkräften einen Job in Oldenburg schmackhaft? Unter anderem mit Videos, in denen es um Kohltouren, Ausbildungschancen und den Lebens- und Arbeitsort geht. Seit fünf Jahren ist die Fachkräfte-Initiative Oldenburg aktiv, damit den Firmen nicht das Personal ausgeht.



Collage: Stadt Oldenburg

Auf mehrere Tausend Aufrufe in zwei Jahren kommt das Video „Moin in Oldenburg“ auf Youtube. In drei Minuten zeigen eine Projektleiterin, eine Personalreferentin und ein Kinderchirurg, warum es sich lohnt, in die lebenswerte Stadt zu ziehen. Zum Beispiel wegen Staatstheater, Gemeinschaftsgeist und Kohltouren. Der animierte Imagefilm, den viele Unternehmen in ihre Karriereseiten eingebunden haben, soll Fachkräfte an die Hunte locken. Jetzt gibt es medialen Nachschub. Vier neue Videos drehen sich um die Themen Chancen, Spitzenforschung, Netzwerken sowie Zahlen, Daten und Fakten. Zu sehen sind sie auf einer ebenfalls neuen Website für das Standortmarketing, die unter moin-in-oldenburg.de zu erreichen ist.

Website und Filme gehen auf die Fachkräfte-Initiative Oldenburg zurück, die seit fünf Jahren aktiv ist. Große Oldenburger Unternehmen, Kammern und die Stadt, Universität, Arbeitsagentur und weitere Akteure hatten sich zusammengetan, um

für ausreichend Fachpersonal zu sorgen. Die von Oberbürgermeister Jürgen Krogmann angeregte Initiative war seitdem äußerst aktiv. Gemeinsam wurden Publikationen zur Standortwerbung entwickelt, man präsentierte sich auf Messen und Unternehmen tauschten sich auf zahlreichen Veranstaltungen aus. Dabei ging es unter anderem um den Kompetenzerhalt im Betrieb, familienfreundliche Strukturen, neue Wege der Personalführung oder digitales Arbeiten. Darüber hinaus entwickelten die Kooperationspartner auch eigene Aktivitäten zur Fachkräftesicherung.

Wegen Oldenburgs dynamischer Entwicklung und den demografischen Trends dürften Engpässe bei qualifizierten Beschäftigten zunehmen. Die gibt es schon heute. „Der Fachkräftemangel ist auch in Oldenburg angekommen“, sagt Giuseppina Giordano, die die Initiative für die Wirtschaftsförderung von Anfang an begleitet hat. „Ob Handwerker, IT-Fachleute oder Pflegekräfte – gut

ausgebildete Beschäftigte sind in vielen Branchen rar“, erklärt die Fachdienstleiterin Standortmarketing. Und so wird der Initiative die Arbeit nicht ausgehen. Eine interne Befragung hat ergeben, dass man sich künftig verstärkt den Themen New Work, Resilienz und insbesondere Digitalisierung widmen will. Diese sind nicht isoliert zu sehen, wie das Online-Arbeiten in der Coronakrise gezeigt hat. „Wenn Unternehmen mit zeitgemäßen Arbeitsmethoden gut aufgestellt sind, sorgt das auch für eine hohe Krisenfestigkeit“, erklärt Giordano den Zusammenhang. Die genannten Themen standen auch im Fokus des fünften Fachkräfte-Fforums, das erstmals online veranstaltet wurde.

Um den Personalbedarf der Firmen zu decken, setzt die Initiative an mehreren Stellen an. Es geht nicht nur um das Gewinnen neuer Nachwuchs-, Fach- und Führungskräfte, sondern auch um die Bindung von Beschäftigten. Und neues Personal will man nicht nur von außerhalb nach Oldenburg locken. Auch das Potenzial vor Ort soll ausgeschöpft werden. So gab es vor vier Jahren erstmals eine Nacht der Berufe. An drei Standorten wurden Karrierechancen mit einer dualen Ausbildung aufgezeigt und es gab mehr als 50 Ausbildungsberufe zu entdecken. Dabei reichte das Spektrum vom Bäckereihandwerk bis zum Systemelektroniker. Während die Nacht der Berufe sich vor allem an den Nachwuchs aus Oldenburg und umzu richtete, machte ein gemeinsamer Auftritt auf der CeBIT auswärtige Fachleute auf die Stadt als Technologiestandort aufmerksam. Dort wurden nicht nur die dynamische Entwicklung der örtlichen IT-Firmen und die hohe Innovationskraft betont, sondern auch der Charme, der Oldenburg zu einem attraktiven Lebensmittelpunkt macht. Hier gehen Spitzenforschung und Grünkohl-tour zusammen.

FÜNF

JAHRE FACHKRÄFTE-INITIATIVE OLDENBURG IN ZAHLEN



14

Kooperationspartner



55

Aktivitäten zur Fachkräftesicherung der Partner 2019



9

Veranstaltungen zum Thema Fachkräfte



4

Auftritte auf Vocatium, Cebit und Career Day



400

Teilnehmende an FIO-Veranstaltungen



4

Publikationen



6

Imagefilme



5

Fachkräfte-Foren



2

zentrale Anlaufstellen mit Welcome Center und Service-Stelle

News

Aktuelle Nachrichten für die Oldenburger Wirtschaft

Kostenloses Übersetzungstool

Allen kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in Europa steht ab sofort das kostenfreie Maschinenübersetzungstool „eTranslation“ der Europäischen Kommission zur Verfügung. Es wird von öffentlichen Einrichtungen der EU bereits in breitem Umfang genutzt und gilt als sehr genau, zuverlässig und benutzerfreundlich. Es deckt alle 24 offiziellen Sprachen sowie zusätzlich Isländisch, Norwegisch und Russisch ab.

Registrierung und weitere

Informationen: www.ec.europa.eu/cefdigital/wiki/display/CEFDIGITAL/eTranslation+for+SMEs

Niedersächsische Startup-Strategie

Die Landesregierung will noch mehr Schwung in die niedersächsische Startup-Szene bringen. Kern ist ein Aktionsplan, der Ziele und Maßnahmen in konkreten Handlungsfeldern definiert. Im Fokus stehen das Finanzierungsumfeld und die Rahmenbedingungen für Gründerinnen und Gründer. Viele Ideen im Aktionsplan beruhen auf Empfehlungen des niedersächsischen Startup-Beirats. Bereits 2017 hat die Landesregierung die Initiative „startup.niedersachsen“ ins Leben gerufen, aus der eine nachhaltige Gründungsinfrastruktur entstand. 380 Startups sind inzwischen in Niedersachsen aktiv, unterstützt von Startup-Zentren und speziellen Förderprogrammen.

Weitere Informationen:

www.startup.nds.de

Novemberhilfe

Seit Ende November können Unternehmen und auch Soloselbstständige, die von temporären Schließungen betroffen sind, die vom Bund zur Verfügung gestellte „Novemberhilfe“ beantragen. Soloselbstständige erhalten eine Abschlagszahlung von bis zu 5.000 Euro, Unternehmen von bis zu 10.000 Euro.

Antragstellung und Auszahlung

erfolgen elektronisch über die Plattform www.ueberbrueckungshilfe-unternehmen.de.

Corona und die Folgen

Umdenken als Rezept gegen die Krise

Corona hat viele Branchen arg gebeutelt – und tut das immer noch. Zugleich aber wird der Pandemie auch attestiert, der Digitalisierung einen kräftigen Schub verpasst und die Kreativität und Flexibilität in Unternehmen erhöht zu haben. Die Wirtschaftsförderung macht in dieser Hinsicht keine Ausnahme.

Jahrelang war der Oldenburg Plein beliebter Treffpunkt auf den Promotiedagen in Groningen. Hier präsentierten sich Stadt, Unternehmen und Institutionen den Besucherinnen und Besuchern der größten B2B-Messe der nördlichen Niederlande. Hier wurden Kontakte gepflegt, Netzwerke geknüpft, Geschäfte angebahnt. 2020 war das anders. Wie so vieles in diesem Jahr. Anders – aber nicht zwangsläufig schlechter.

„Der Messeveranstalter hat frühzeitig Überlegungen zu einer Online-Version vorgestellt“, erinnert sich Britta Kern von der Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg. Die Entscheidung fiel im Juni – genug Zeit, um bis zum Termin Anfang November eine virtuelle Messepräsenz auf die Beine zu stellen. „Wir haben uns entschlossen, erneut mit unseren Kooperationspartnern aus 2019, also der Ems-Dollart-Region und der IHK für Ostfriesland und Papenburg, als No(o)rd Plein teilzunehmen“, erklärt Mit-

organisator und Kollege Jan Möllenhoff. Daneben gab es den Gemeinschaftsstand mit der OTM zum Thema „Einkaufserlebnis Oldenburg“. Alle Unternehmen präsentierten sich ferner mit einem kurzen Pitch in einem Video, das auf der No(o)rd-Plein-Seite eingebettet wurde.

Seit Ausbruch der Corona-Pandemie bis Mitte Oktober wurden in Deutschland mehr als 260 Messen umterminiert oder abgesagt. Das sind rund 60 Prozent aller geplanten Veranstaltungen. Die Akzeptanz von Online-Events ist deshalb deutlich gestiegen. Laut einer Umfrage des Münchener ifo-Instituts stellen sie heute für zwei Drittel der Firmen eine Alternative zu traditionellen Messen dar. „Es gilt, mit wachem Auge zu beobachten, welche Rolle das digitale Erlebnisbedürfnis gegenüber dem Wunsch nach realer Interaktion zukünftig einnimmt“, betont Martin Fritze vom Institut für Messewirtschaft und Marketing der Universität Köln.

Rückblickend betrachtet weiß auch Britta Kern hinsichtlich der Oldenburger Beteiligung an den Promotiedagen: alles richtig gemacht. „Über die Messeplattform war (beinahe) alles möglich, was auch eine analoge Messe bietet“, sagt sie. Der direkte Kontakt von Ausstellenden sowie Besucherinnen und Besuchern erfolgte per Chat und Videochat, Angebote wurden über eingebettete Filme präsentiert. Wer wollte, konnte am Rechner bei Vorträgen und Diskussionen dabei sein. „Alles wurde sehr gut angenommen.“

Über 2020 wird später vieles geschrieben werden. Unter anderem wird es als das Jahr des großen Umdenkens in die Geschichtsbücher eingehen. Viele bewährte Routinen griffen plötzlich nicht mehr. Pläne mussten verändert, bestehende Konzepte weiterentwickelt werden – wie im Fall der Online-Messen und -Konferenzen. Und die waren nicht nur Notlösungen. Im Gegenteil. Die

Fotos: Karlaua



„Muse, Mampf & Mammon“ lockte 550 Besucherinnen und Besucher auf den Schlossplatz.

Fotos: Karla



Akteure aus den drei Branchen Kultur, Gastronomie und Handel setzten bei „Muse, Mampf & Mammon“ dem Corona-Blues etwas Positives entgegen.

uneingeschränkte Reichweite erwies sich ebenso als großer Vorteil wie die Kosten- und Zeitersparnis für die Teilnehmenden sowie die permanente Verfügbarkeit an Informationen.

All das gilt auch für die Online-Seminare, die 2020 einen regelrechten Siegeszug antraten – speziell, wenn sie branchenübergreifende Aspekte in den Fokus nahmen. Die Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg bot sechs davon an, vom Thema Mobiles Arbeiten über Rechtsfragen bis zur Krisenkommunikation. „Unser Plus war, dass wir gestartet sind, als das Angebot an Webinaren noch überschaubar war“, resümiert Klaus Zelder, der gemeinsam mit Ina Lehnert-Jenisch für die Organisation verantwortlich zeichnete und bis zu 70 Teilnehmende pro Termin begrüßen konnte. Am größten war das Interesse bei den Erläuterungen zur Nutzung von Social Media.

Zelder, der bereits von Überlegungen zu einer Fortsetzung der Reihe spricht, weiß darüber hinaus von einem Lerneffekt im eigenen Haus zu berichten: „Zum Einsatzzeitpunkt des Konferenz-Tools gab es noch keine Schulungsunterlagen. Wir mussten uns die Funktionalität der Software selbstständig erarbeiten.“ Ein Technikcheck mit den Referenten am Vortag war unverzichtbar. Zelders Tipp: Unbedingt ein gutes Headset und eine

gute Webcam beschaffen und für eine ausreichende LAN-Verbindung sorgen. „Man merkt den Unterschied!“

Wie sich aus einem Online-Brainstorming Ideen für das „reale“ Leben entwickeln können, zeigte sich beim Format „Muse, Mampf & Mammon“. Unter der Federführung der Wirtschaftsförderung und des Kreativ-Netzwerks cre8 oldenburg fanden sich Kulturschaffende sowie in der Gastronomie und im Handel Tätige zusammen, um dem Corona-Blues etwas Positives entgegenzusetzen. Die Teams erarbeiteten kurze gemeinsame Auftritte, die auf humorvolle, feurige oder gefühlvolle Weise kleine Geschichten erzählten.

Besonders war auch die neuartige und Corona-gerechte Art der Präsentation auf dem Schlossplatz: Im Kreis waren mehrere Bühnen aufgebaut, jedes Team stellte sich auf einer eigenen vor. Die Zuschauerinnen und Zuschauer befanden sich inmitten des Kreises. Sie mussten sich nur auf ihren Hockern drehen, um den nächsten Auftritt zu erleben. „Die Besucherinnen und Besucher haben das sehr genossen“, sagt Innenarchitektin Katharina Semling vom Organisationsteam. Aufgrund der positiven Resonanz gab es im September gleich eine zweite Auflage von „Muse, Mampf & Mammon“.

Bilanz: 550 Besucherinnen und Besucher, neun Inszenierungen von 27 Unternehmen. „Die Verschmelzung der drei Branchen und ihre gegenseitige Unterstützung ist hervorragend gelungen“, verrät Designerin Katja Reiche als weitere Ideengeberin. Und was gut läuft, schreit nach Wiederholung. Die Idee sei „zu schade für die Schublade“, heißt es. Deshalb tüfelt das Organisationsteam daran, aus dem Konzept ein Produkt zu machen, das auch bei anderen Gelegenheiten in Oldenburg eingesetzt werden könnte. Lehnert-Jenisch: „Erste Gespräche laufen.“

Schon einen Schritt weiter war man beim nächsten Fachkräfte-Forum. Es fand nicht als reine Präsenzveranstaltung, sondern in hybrider Form statt. So gab es eine Podiumsdiskussion, bei der die Diskutanten physisch anwesend waren. Über einen Link konnten angemeldete Interessierte die Runde im Livestream verfolgen und sogar Kommentare senden. Die Pandemie verändert also auch die Arbeitsweise der Fachkräfte-Initiative Oldenburg. „Bei einer Befragung der Steuerungsgruppe haben wir festgestellt, dass nach wie vor ein hoher Bedarf an Nachwuchs-, Fach-, und Führungskräften besteht“, erklärt Klaas Knabe von der Wirtschaftsförderung. Aber es rückten Querschnittsthemen wie New Work, Resilienz und Digitalisierung immer mehr in den Fokus. Auch darüber wird zu reden sein.

European Medical School

Probieren und Studieren

Im Medizinstudium jahrelang dicke Bücher wälzen, bis man tatsächlich vor einem Patienten steht? Nicht in Oldenburg. Wer hier Humanmedizin studiert, darf sich auf eine praxisnahe Ausbildung innerhalb eines grenzübergreifenden Studiengangs freuen. Gemeinsam tragen die Universitäten Oldenburg und Groningen die European Medical School und bieten eine einzigartige, kooperative Mediziner Ausbildung. Diese wird weiterwachsen, denn im September hat die Landesregierung erste Gelder für den Bau eines dringend notwendigen Forschungs- und Lehrgebäudes zugesagt.



Foto: iStockphoto.com/Stigur Már Karlsson/Heimsmyndir

Mitte der 2020er Jahre sollen pro Jahr rund 200 Erstsemester ihr Studium an der European Medical School aufnehmen.

Der Medizin-Studiengang an der Uni Oldenburg ist noch jung. Im Wintersemester 2012/13 starteten die ersten Studierenden in den Modellstudiengang Humanmedizin im Rahmen der European Medical School Oldenburg-Groningen (EMS). Mittelpunkt ist das enge Zusammenspiel von Theorie und Praxis, das die künftigen Medizinerinnen und Mediziner mit einer Bandbreite an Fähigkeiten ausstattet. An erster Stelle stehen das aktive Lernen und der Kontakt zu den Patientinnen und Patienten. Doch nicht nur das hebt den Studiengang von vergleichbaren Hochschulausbildungen ab.

PUNKTEN MIT MEDIZINNAHER AUSBILDUNG

Bereits im Auswahlverfahren zeichnet sich die besondere Leitlinie der EMS ab. Während viele Schulabgänger bundesweit

an hohen Zulassungsbeschränkungen scheitern, können Bewerberinnen und Bewerber in Oldenburg unter anderem mit einer abgeschlossenen medizinnahen Ausbildung punkten. Vom ersten Tag des Studiums an wird außerdem die Kommunikationsstärke der Studierenden geschult, die als Grundvoraussetzung für gute medizinische Praxis verstanden wird. Die jungen Medizinerinnen und Mediziner sollen nicht nur fachlich, sondern auch menschlich auf ihren Beruf vorbereitet werden.

Ein Blick in den Studienverlaufsplan der EMS macht schnell deutlich: Der umsichtige, kompetente Kontakt zu Patientinnen und Patienten muss ebenso erlernt werden wie der Aufbau des menschlichen Skeletts. Aus diesem Grund üben schon die Erstsemester in Patientenvorlesungen den Umgang mit Krankheitsbildern im direkten Dialog mit Betroffenen. Nicht selten zeigt sich: Was im Lehrbuch steht,

kann im Gespräch mit dem Gegenüber ganz anders klingen. Bei Hospitationen in Arztpraxen aus einem großen Lehrpraxennetzwerk lernen die Studierenden zudem schon früh den Arbeitsalltag kennen und dürfen auch hier theoretische Erkenntnisse um praktische Eindrücke erweitern.

Im weiteren Verlauf des Studiums sind längere Praxisblöcke in unterschiedlichen Oldenburger Kliniken vorgesehen, die Teil der Kooperation sind. Es liegt auf der Hand: Die Studierenden verbringen die sechsjährige Ausbildung nicht nur im Seminarraum, sondern erfahren einen regen Wechsel zwischen Arbeitsplatz und Hörsaal.

STARKE UNI-MEDIZIN IM NORDWESTEN

Die EMS ist über die Verzahnung von Theorie und Praxis hinaus innovativ: Die



Das Studium an der European Medical School verspricht eine praxisnahe Ausbildung.

länderübergreifende Kooperation mit der Reichsuniversität in Groningen macht den Studiengang europaweit einmalig. Bei einem einjährigen Aufenthalt in der Partnerstadt erhalten die zukünftigen Ärztinnen und Ärzte aus Oldenburg wertvolle Einblicke in ein fremdes Gesundheitssystem. Umgekehrt ist es den niederländischen Studierenden der EMS freigestellt, ihrerseits einen Teil des Studiums in Oldenburg zu verbringen. Anderer Hörsaal, andere Sitten – an der Partneruniversität lernt man sowohl inhaltlich als auch fürs Leben dazu.

Längst hat sich der Modellstudiengang Humanmedizin an der EMS erfolgreich etabliert. Das beweisen exzellente Leistungen der bisherigen Absolventinnen und Absolventen, aber auch die positive Evaluation des Wissenschaftsrates im Jahr 2018 mit einer klaren Empfehlung zur Weiterentwicklung der Fakultät. Die EMS ist richtungweisend für den gesamten Nordwesten – um dem gravierenden Ärztemangel entgegenzuwirken, ist die Region auf Nachwuchs angewiesen.

Im Wintersemester 2020 können 80 Erstsemester ihr Studium aufnehmen. Bereits Mitte des Jahrzehnts sollen es jährlich 200

sein. Um dieses Ziel realisieren zu können, muss die Universitätsmedizin in Oldenburg räumlich und personell wachsen. Zentral ist hierfür die Errichtung eines neuen Lehr- und Forschungsgebäudes auf dem Campus Oldenburg, dessen Kosten sich schätzungsweise auf 142 Millionen Euro belaufen.

LANDESREGIERUNG SICHERT FINANZIERUNG ZU

Die Weichen für den Baubeginn waren zu Beginn des Jahres bereits gestellt – eigentlich. Zu diesem Zeitpunkt hatte die Landesregierung finanzielle Unterstützung für die medizinische Fakultät der Universität zugesagt. Im Juli stellte sich jedoch überraschend heraus, dass der Haushaltsentwurf des Landes für die kommenden Jahre doch keine Mittel für das Bauvorhaben vorsieht. Ein harter Rückschlag für die Universitätsmedizin in Oldenburg, der für empörte Reaktionen sorgte. Nach vehementer Kritik aus Stadt, Region und Universität wurde zunächst die Bereitstellung von 40 Millionen Euro bewilligt. Ende September dann Erleichterung: Der Haushalt des Landes deckt auch den Betrag von weiteren 40 Millionen Euro ab.

Die Zusagen sind ein Anfang, die den ersten Bauabschnitt des neuen Gebäudes ermöglichen. Ein großer Erfolg. Oberbürgermeister Jürgen Krogmann äußerte sich zufrieden über die Botschaft aus Hannover: „Damit ist klar, dass dieser Studiengang auf Dauer gesichert wird und einen wichtigen Beitrag zur ärztlichen Versorgung im gesamten ländlichen Raum leisten kann.“

Ähnlich sieht es Universitätspräsident Prof. Dr. Dr. Hans Michael Piper: „Die aktuelle Entscheidung der Landespolitik nehmen wir mit großer Freude zur Kenntnis. Sie ist ein Etappensieg für uns und die gesamte Region.“ Zur Fertigstellung des gesamten Projektes werden jedoch weitere Gelder nötig sein. Ob und wann diese bewilligt werden, ist nicht abzusehen. Die zahlreichen Unterstützer werden weiterhin nicht lockerlassen, damit die EMS zukünftig noch mehr begeisterte, junge Medizinerinnen und Mediziner auf ihren beruflichen Weg schicken kann.

Civic Data Lab

#OL2030 die Zweite

Digitale Bürgerbeteiligung mit weitreichenden, barrierefreien Angeboten ist in Corona-Zeiten wichtiger denn je. In den neuen Digitalen Lernlaboren entwickeln Bürgerinnen und Bürger Ideen für die Anwendungen der Zukunft. Und festigen digitale Kompetenzen auf dem Weg zur „Smart City“.

Der erste Hackathon im Juni war ein voller Erfolg – erschweren Bedingungen zum Trotz. „Das Format lebt eigentlich vom

25 Teilnehmenden überzeugt. Viele freuen sich bereits auf die nächste Ausgabe.

Mit der Vision der „Smart City“ hat Oldenburg ein klares Ziel vor Augen. „Wir wollen eine lebendige Beteiligung für die Oldenburgerinnen und Oldenburger anbieten, die digitale und analoge Formate vereint und somit in den Alltag aller passt und niemanden ausschließt“, erklärt Oberbürgermeister Jürgen Krogmann. „Erprobte Formate aus den Digitalen Lernlaboren sollen in unserer Partizipationsplattform Gemeinsam Oldenburg etabliert werden.“

In 48 Stunden haben drei Gruppen – quer durch alle Alters- und Gesellschaftsschichten – zu selbstgewählten Themen rund um das Zusammenleben in der Stadt im Jahr 2030 gearbeitet. Jurysieger wurde die App-Idee „Klimakarma“, ein „Serious Game“ mit dem Ziel, zu ökologisch nachhaltigem Verhalten zu ermutigen. Auch die Idee einer intelligenten Ampelschaltung, die klimafreundliche Mobilität belohnt, und der Entwurf einer App, die Kontaktverfolgung in Zeiten der Pandemie vereinfacht, überzeugte.

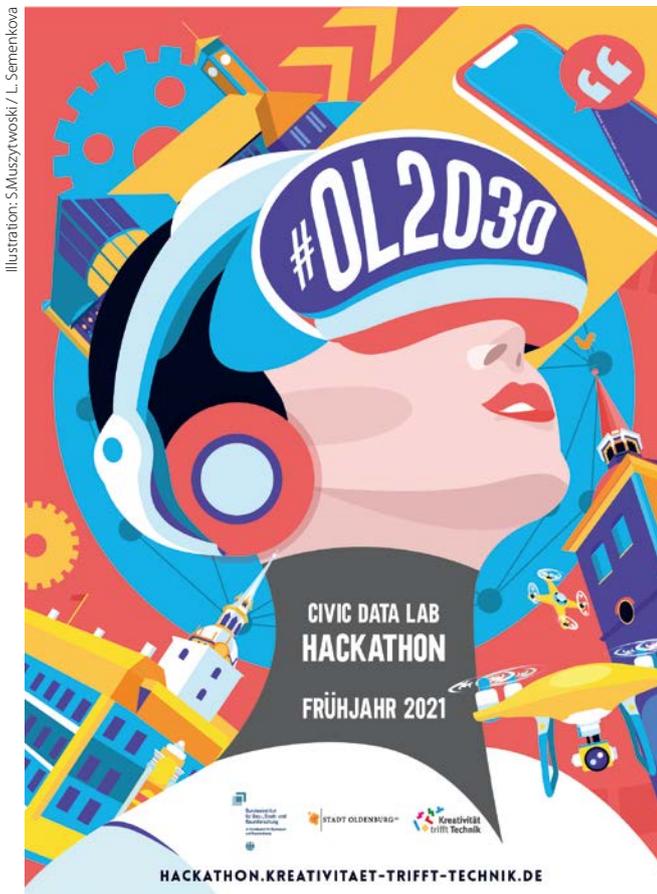
Dafür gilt es, digitale Kompetenzen zu festigen und zu erweitern – damit alle mitgenommen werden, aber auch weil in der Gesamtheit ein riesiges Potenzial liegt. Wer zukunftsweisende Themen früh mit einer repräsentativen Bevölkerungsgruppe und innovativen Unternehmen bearbeitet, kann agieren statt reagieren. Ein wichtiger Arbeitsbereich der Stabsstelle Digitalisierung, in der auch die Partizipationsplattform betreut wird, sind darum die Digitalen Lernlabore. Im Urban Data Lab geht es um die Nutzung von 3D-Daten, um Beteiligung bei der Stadtplanung zu vereinfachen. Das Civic Data Lab hat Formate zur Kompetenzstärkung entwickelt, von den Hackathons über IT-Lotsen bis zum digitalen Stadterleben.

Für Friederike Hackmann sind nicht nur die Ergebnisse der Arbeitsgruppen wertvoll. „Wir erforschen,

Der nächste Hackathon wird für das Frühjahr 2021 geplant. In Kleingruppen stehen diesmal die „Werkzeuge“ im Mittelpunkt. In den Räumen des Vereins „Kreativität trifft Technik.“ warten 3D-Druck, VR-Brillen, Lasercutter sowie die gut ausgestattete Holz- und Elektrowerkstatt darauf, für neue, zukunftssträchtige Anwendungen eingesetzt zu werden.

Weitere Informationen:

www.oldenburg.de/digitale-lernlabore



Der nächste Hackathon steht im Frühjahr 2021 auf dem Programm.

persönlichen, direkten Austausch. Es wird gemeinsam skizziert, entworfen und diskutiert“, erklärt Friederike Hackmann. Sie verantwortet das Civic Data Lab der Stadt Oldenburg und hat gemeinsam mit dem Verein „Kreativität trifft Technik“ als Co-Veranstalter die erste Ausgabe kurzfristig Pandemie-sicher umgesetzt. Videokonferenz statt Präsenzveranstaltung, Snack-Pakete statt Catering und ein virtuelles Abschluss-Event haben die

wie wir Beteiligungsprozesse gestalten, damit sie eine breite Bevölkerungsschicht erreichen.“ Die Evaluation von Format und Ablauf gehört genauso dazu wie die Zusammenarbeit mit Partnern. Die Ergebnisse des aus Mitteln des Förderprogramms „Experimenteller Wohnungs- und Städtebau“ (BBSR) geförderten Projekts stehen später auch anderen Kommunen zur Verfügung.

Projekt Wunderline

Digitale Schnitzeljagd zwischen Groningen und Bremen

Mit dem grenzübergreifenden Bahnprojekt „Wunderline“ soll für die Strecke zwischen Groningen und Bremen eine nachhaltige Alternative zur Fahrt mit dem Auto geschaffen werden. Die Wirtschaftsförderung und ihre Projektpartner beauftragen eine App, mit der Zugreisende die Orte an der Strecke durch Augmented Reality spielerisch entdecken können.



„Digitale Entdeckungen an der Wunderline“ lautet der Titel des Projekts, das die Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg mit

Unterstützung der Provinz Groningen und der Ostfriesland Tourismus GmbH ins Leben gerufen hat. Das Projekt wird im Rahmen des Interreg V A Programms Deutschland-Niederland mit Mitteln aus dem Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE) kofinanziert. Weitere Projektpartner sind die 17 Kommunen entlang der Strecke.

Ab Sommer 2021 lässt sich an jedem Haltepunkt der geplanten Bahnstrecke ein sogenanntes „Wunder“ per Smartphone erkunden – zum Beispiel ein historisches Ereignis, das Leben einer bekannten Persönlichkeit oder eine regionale Besonderheit. Verantwortlich für die Entwicklung der App ist die im Technologie- und Gründerzentrum (TGO) ansässige Quantumfrog GmbH. „Bei der App handelt es sich um ein Serious Game, also eine Anwendung, die Wissen spielerisch vermittelt“, erklärt Geschäftsführer Hendrik Rump. „Dabei setzen wir auf Augmented Reality (AR): Während Nutzer die reale Umgebung durch ihre Handykamera betrachten, erscheinen auf dem Display 3D-Objekte, die durch Text, Video oder Grafik die Geschichte des jeweiligen Wunders erzählen.“

Ein erzählerischer Bogen von Start- bis Zielbahnhof nimmt Zugreisende und Bewohnerinnen und Bewohner der beteiligten Gemeinden mit auf eine deutsch-niederländische Spurensuche. „Unser

Serious Game soll einen Anreiz schaffen, auch den kleinen Orten entlang der Strecke eine Chance zu geben“, so Rump. „Der Urlaub vor der Haustür liegt in diesen Zeiten wieder zunehmend im Trend. Warum also nicht die nächsten Ferien nutzen und eine digitale Schnitzeljagd mit der Familie planen?“

Anhand von GPS-Koordinaten werden virtuelle Inhalte platziert, die durch AR-Technologien im realen Raum verortet und dann über das Kamerabild gelegt werden (siehe QR-Code). Die Objekte sind zum Teil interaktiv angelegt, sodass man Gegenstände auf dem Display verschieben oder kombinieren kann, um dadurch weitere Animationen auszulösen. Im Gegensatz zu Virtual Reality (VR), die nur mit speziellen Brillen funktioniert, ist für die AR-basierte App kein weiteres Zubehör nötig. Zumeist genügt ein Smartphone, das nicht älter als zwei Jahre ist.

Mit einem Marktzuwachs von 20 Prozent werden Serious Games in den kommenden Jahren weiter an Bedeutung gewinnen, schätzt der Verband der deutschen Games-Branche. Hier erprobte Techniken lassen sich auch in anderen Bereichen einsetzen: „Mittlerweile arbeitet man überall mit realitätsgetreuen Simulationen“, erklärt Rump. „Da wird z.B. eine Operation am Bildschirm geplant oder die Wartung von Offshore-Windanlagen virtuell vorbereitet.“

Eine erste Demoversion der „Wunderline“-App ist fürs kommende Frühjahr geplant. Die fertige App steht dann im Sommer 2021 für iOS und Android zum kostenlosen Download bereit.

Kontakt:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Ina Lehnert-Jenisch
Telefon: 0441 235-2105
ina.lehnert-jenisch@stadt-oldenburg.de



Per App lassen sich AR-Inhalte der Sehenswürdigkeiten wie dem Groninger Museum betrachten.

Foto: Wunderline

Werbegemeinschaften

Alles für den Stadtteil

Die Stadtteile stärken und die Interessen von Handel und Gastronomie in den Außenbezirken vertreten – das sind die großen Ziele von Werbegemeinschaften. Sieben davon haben sich im Dachverband DOLW zusammengefunden. Sie stellen unter Beweis, dass Oldenburg überall attraktiv ist.

Arbeitsgemeinschaft Alexanderstraße & umzu

Mehr als fünf Kilometer schlängelt sich die Alexanderstraße vom Gertrudenfriedhof bis zum Ortseingang nach Metjendorf durch den Stadtnorden. Hier und in den umliegenden Seitenstraßen findet sich eine Vielzahl von Geschäften und Gewerbetreibenden, die sich zur Arbeitsgemeinschaft Alexanderstraße und umzu zusammengeschlossen haben und durch verschiedenste Aktionen auf ihre Interessen aufmerksam machen.

Weitere Informationen:

www.alexanderstrasse-oldenburg.de

Wir vom Haarentor e.V.

Als einzige Werbegemeinschaft ist „Wir vom Haarentor“ kein Mitglied im Oldenburger Dachverband. Die Vereinigung versteht sich in erster Linie als Zusammenschluss von Unternehmen, die Kontakte unter- und miteinander pflegen wollen. Zudem orientiert man sich nicht wie die meisten anderen an einem einzelnen Straßenzug, sondern betrachtet das gesamte Haarentor-Viertel als Einzugsbereich.

Weitere Informationen:

www.haarentor.de

Werbegemeinschaft Eversten

Die schon 1980 noch als „Werbegemeinschaft Hauptstraße Eversten“ gegründete Vereinigung vertritt die Interessen der hier ansässigen Gewerbetreibenden. Geprägt wird der Zusammenhalt der Gemeinschaft durch regelmäßige Events wie dem alljährlichen Brunnenlauf oder dem Lichter- und Laternenfest, das zusammen mit den Vereinen im Stadtteil veranstaltet wird.

Weitere Informationen:

www.werbegemeinschaft-eversten.de

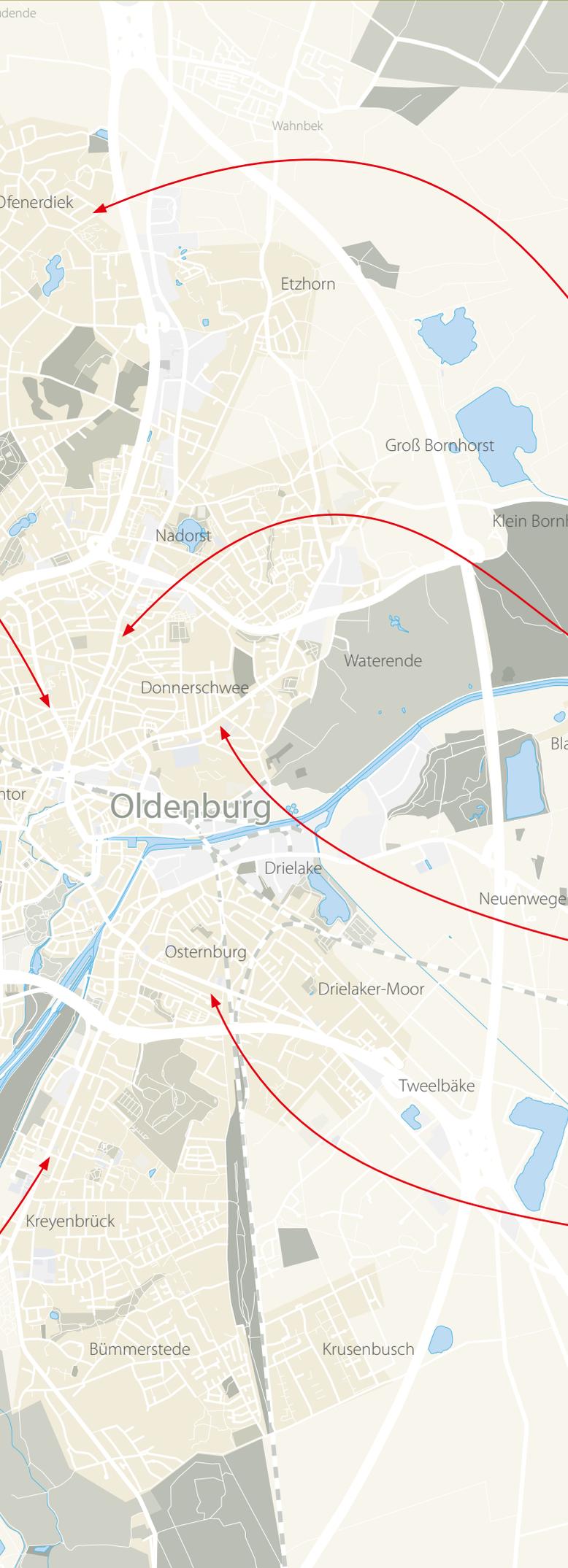
IG Die Kreyenbrücker e.V.

Die heutige Interessengemeinschaft "Die Kreyenbrücker e.V." ging 2018 aus der Werbegemeinschaft Cloppenburg Straße hervor, deren Wurzeln bis in die Mitte der 1970er-Jahre reichten. „Wir mischen uns ein, wenn es um den Stadtsüden geht“, verspricht die Website. Die Mitglieder verpflichten sich gemäß der Vereinssatzung u.a. auch zur Förderung des sozialen und kulturellen Engagements im Stadtsüden von Oldenburg.

Weitere Informationen:

www.die-kreyenbruecker.de





HUGO, Handel u. Gewerbe Ofenerdiek e.V.

Die Ursprünge liegen in der 1984 gegründeten „Werbegemeinschaft Ofenerdiek“, aus der später der HUGO e.V. hervorging. Eine der zentralen Ideen aus den Anfangstagen hat bis heute Bestand: Der Verein möchte nicht nur eine Zweckgemeinschaft mit wirtschaftlichen Interessen sein, sondern sich auch gesellschaftlich öffnen und im konstruktiven Miteinander um die Belange Ofenerdieks kümmern.

Weitere Informationen:
www.hugo-ofenerdiek.de

Die Nadorster e.V.

Die 2008 gegründete Gemeinschaft versteht sich als Sprachrohr und Interessenvertretung der Nadorster Unternehmen. Ziel ist es, die Nadorster Stimme bei Medien, Behörden, Rat und Verwaltung besser zu Gehör bringen zu können. Zu den wichtigsten Aktivitäten zählen die jährlichen Flohmärkte und die Teilnahme am Kramermarktsumzug. Auch im Sanierungsbeirat „Untere Nadorster Straße“ ist man vertreten.

Weitere Informationen:
www.die-nadorster.de

Werbegemeinschaft Donnerschwee e.V.

Als Ende des letzten Jahrhunderts mit dem Umbau der vorderen Donnerschwee Straße begonnen wurde, schlossen sich Geschäftsleute aus dem Stadtteil zu einer Interessengemeinschaft zusammen. Sie bildet bis heute die Grundlage der 2008 ins Leben gerufenen Werbegemeinschaft. Inzwischen geht es ihren Mitgliedern aber in erster Linie darum, die Attraktivität des Standorts zu fördern und auszubauen.

Weitere Informationen:
www.die-donnerschwee.de

Interessengemeinschaft Bremer Straße e.V.

Auch die Interessengemeinschaft Bremer Straße ist ein Kind der Jahrtausendwende. Sie entstand aus der damaligen „Werbegemeinschaft Osterburg“. Nun reicht das Einzugsgebiet von der Cäcilienbrücke bis zum Beginn der Bremer Heerstraße. Der jährliche Flohmarkt an der Bremer Straße gehört zu den Veranstaltungshöhepunkten Osterburgs.

Weitere Informationen:
www.die-bremer-strasse.de
 (zurzeit nicht aktiv)





Bloherfelde
Aktuelle Bauvorhaben

Es wird gebaut ...



1 Braasch-Gruppe

Die Braasch-Gruppe wird die Marke SEAT von der Hauptstraße an die Bremer Heerstraße verlegen. Damit wird es künftig einen gemeinsamen Standort mit dem Volkswagen Zentrum geben. Das bestehende Objekt an der Bremer Heerstraße wird mit einem Investitionsvolumen von 1,3 Mio. Euro umfangreich erweitert. Dank der zusätzlich generierten Flächen wird die Gebrauchtwagenausstellung Platz für bis zu 230 Fahrzeuge bieten, zudem werden repräsentative Verkaufsräume in den Neubau integriert. Die Ausstellung wird ferner um die sportliche Marke Cupra ergänzt, für die die Braasch-Gruppe einen exklusiven Händlervertrag erhalten hat. Mit den 25 Beschäftigten, die von der Hauptstraße an den neuen Standort ziehen, werden dort insgesamt über 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter tätig sein.

2 Ostmann

Der Bau des Gartencenters Blumen Ostmann am Oldeweg in Tweelbäke, dessen Eröffnung im Frühjahr 2021 geplant ist, nimmt Gestalt an. Auf einer Fläche von knapp 3 ha entsteht eine große grüne Erlebniswelt. Zudem werden Themengärten, ein Picknick-Bereich, eine Kindergärtnerei und viele Attraktionen sowie ein Gartencafé angeboten. Familie Ostmann ist stolz, in Oldenburg eines der deutschlandweit innovativsten und größten Gartencenters zu errichten. Zum Start werden 50 bis 60 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einen modernen grünen Arbeitsplatz vorfinden.

3 Vierol

Die Erweiterung der Firmenzentrale der Vierol AG an der Karlstraße steht vor dem Abschluss. Mit dem Anbau werden zusätzlich 3.500 m² Büronutzfläche und 145 Parkplätze, 62 davon in einer Tiefgarage, geschaffen. Neben Büros entstehen Seminar-, Besprechungsräume und Projekträume. Vorstandsvorsitzende

Mirja Viertelhaus-Koschig freut sich über die Expansion und blickt positiv in die Zukunft: „Uns ist es nun möglich, das Team der 110 kaufmännischen Beschäftigten auf bis zu 200 zu erweitern. Außerdem wird im Zuge des Neubaus auch der Großtagespflege Vierolino mit zehn Betreuungspätzen ein größeres Raumangebot inklusive Garten gemacht.“

Kontakt:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
Kersten Mittwollen
Telefon: 0441 235-2259
kersten.mittwollen@stadt-oldenburg.de

Jörg Triebe
Telefon: 0441 235-2625
joerg.triebe@stadt-oldenburg.de



Preis für die Vereinbarkeit von Familie, Pflege und Beruf

OLLY 2021

Im Jahr 2021 wird der OLLY zum siebten Mal verliehen. Er ist eine nicht dotierte Auszeichnung für kleine, mittlere und große Unternehmen sowie für Institutionen mit Sitz in Oldenburg. Mit ihm prämiert die Stadt Oldenburg vorbildliche, individuelle Konzepte zum Thema „Vereinbarkeit von Familie, Pflege und Beruf“. Über die Vergabe entscheidet eine unabhängige Jury unter Vorsitz von Oberbürgermeister Jürgen Krogmann.

Gesucht werden Unternehmen und Institutionen mit Angeboten und Maßnahmen, die zu einer Verbesserung der Situation der Beschäftigten im Hinblick auf Beruf und Familie führen und über gesetzlich vorgeschriebene Maßnahmen hinausgehen. Berücksichtigt werden nicht nur einzigartige innovative Lösungen, sondern auch Leistungen, die in den Unternehmen und Institutionen als beispielhaft und nicht ganz selbstverständlich empfunden werden. Bewertet werden sowohl Angebote und Hilfen bei der Betreuung von Kindern als auch bei der Unterstützung zu pflegender Angehöriger. Die angegebenen Maßnahmen und Angebote müssen realisiert oder es muss mit der Umsetzung begonnen worden sein. Bisher ausgezeichnete Unternehmen und Institutionen können nach zwei Preisverleihungen wieder teilnehmen.

Bewerbungsschluss für den OLLY 2021 ist am 22. März 2021. Die Preisverleihung ist für den 17. Mai 2021 beim Kontaktpunkt Wirtschaft im Oldenburgischen Staatstheater geplant. Detaillierte Informationen zur Ausschreibung können bei der Wirtschaftsförderung angefordert werden.

Kontakt:

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg
 Birgit Schulz
 Telefon: 0441 235-2821
 birgit.schulz@stadt-oldenburg.de

2021



Hier könnte der Name Ihres Unternehmens stehen.

2018



CEWE Stiftung / ise Individuelle Software und Elektronik GmbH

2015



Evangelisches Krankenhaus / Vierol AG / KiTaP Mühlengarten eG (Sonderpreis)

2012

OLB / Stadtbäckerei Schröder

2010

LzO / Firmengruppe Eriksen

2008

EWE AG



2007

BÜFA / Physikalische Therapie-Praxis Dillmann-Willers (Sonderpreis)

Foto: Dr. Wiater



Mittagspause

Energielieferant Powernapping

Der Mittagsschlaf im Büro wird in Deutschland noch immer kritisch beäugt – zu Unrecht, sagt Dr. Alfred H. Wiater. Der Vorstandsreferent der Deutschen Gesellschaft für Schlafforschung und Schlafmedizin (DGSM) berichtet über die Vorzüge des Powernapping.

Frage: Herr Dr. Wiater, bei einem Powernap schließt man nur kurz die Augen. Warum ist dieser Schlaf so erholsam?

Dr. Alfred H. Wiater: Unser Gehirn kann auch während einer kurzen Ruhezeit bereits viele Regenerationsvorgänge ankurbeln. Powernapping führt dazu, sich binnen weniger Minuten zu regenerieren und danach erholt und fitter den Rest des Tages zu gestalten.

Warum sollte man auch im Büro einen Powernap einplanen?

Dr. Wiater: Wer sich nach der Mittagspause die Zeit für einen Powernap nimmt, profitiert in vielerlei Hinsicht: Die Merkfähigkeit wird erhöht, die Aufmerksamkeit gesteigert und auch die Stimmung kann sich deutlich verbessern – unterm Strich ist man nach dem Aufwachen deutlich leistungsfähiger. Leider wird das kurzzeitige Schlafen am Arbeitsplatz hiezu-lande noch immer oft mit Faulheit gleichgesetzt. In anderen Kulturen, wie etwa in Japan, gilt der Mittagsschlaf hingegen als Zeichen besonderer Produktivität: Wenn ein Mitarbeiter mittags für ein paar Minuten die Augen schließt, zeigt das,

wie sehr er sich am Vormittag bereits für sein Unternehmen ins Zeug gelegt hat. Mit neuer Energie kann er am Nachmittag genauso emsig weiterarbeiten. Es ist also alles eine Frage der Perspektive.

Was muss beim idealen Powernap bedacht werden?

Dr. Wiater: Powernapping sollte zwischen 12 und 14 Uhr, also in der Zeit des „Mittagstiefs“, erfolgen und maximal 20 bis 30 Minuten dauern. Wer länger schläft, gerät in die Tiefschlafphase, ist beim Aufwachen schlaftrunken und findet nur schwer in die Arbeit zurück. Zudem sollte der Tagesschlaf nicht einen zu kurz geratenen oder nicht erholsamen Nachtschlaf kompensieren. Grundsätzlich gilt: Powernapping ist die Extraportion Tagesschlaf.

Kann man schnelles Einschlafen trainieren?

Dr. Wiater: Ja, das ist eine Sache der Gewohnheit. In einem stillen, abgedunkelten Raum findet man schneller zur Ruhe, eine bequeme Position erleichtert zusätzlich das Abschalten. Der Körper gewöhnt sich recht zügig an diese Form der Wellness.

Schöne Feiertage!

Advent, Weihnachtszeit, Jahreswechsel – normalerweise eine gute Gelegenheit, Bilanz zu ziehen und die verschiedenen Facetten des Jahres Revue passieren zu lassen. Aber seien wir ehrlich: Das fällt diesmal so schwer wie lange nicht. Corona hat uns allen einen gewaltigen Schrecken eingejagt. Die Pandemie war in allen Lebensbereichen das bestimmende Thema. Wir dürften uns einig sein: 2020 hatten wir uns ganz anders vorgestellt.

2021 kann nur besser werden. Darauf bauen wir – und ebenso darauf, dass Sie zum Jahresende zumindest für einige Augenblicke zur Ruhe kommen, damit Sie gestärkt im neuen Jahr durchstarten können. Wir hoffen auch weiterhin auf eine gute Zusammenarbeit und wünschen Ihnen besinnliche Feiertage und ein gutes und gesundes neues Jahr.

*Ihr Team der Wirtschaftsförderung
Stadt Oldenburg*



Herausgegeben von

Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg · Industriestraße 1 c · Telefon: 0441 235-2350 · Fax: 0441 235-3130
wirtschaftsfoerderung@stadt-oldenburg.de · www.wirtschaftsfoerderung-oldenburg.de

Konzeption | Koordination: Wirtschaftsförderung Stadt Oldenburg, Fachdienst Standortmarketing · Titelmotiv: Christian J. Ahlers
Redaktion | Produktionsleitung: www.mediavanti.de · Gestaltung | Produktion: www.stockwerk2.de · Druck: www.flyerheaven.de