

## JAARPLAN 2018

## CENTRUMMANAGEMENT OSS



centrumoss *naar de stad!*

## **Inhoudsopgave**

<u>Hoofdstuk</u>	<u>Onderwerp</u>	<u>Pagina</u>
1.	Inleiding	3.
2.	Missie	4.
3.	Werkwijze	4.
4.	Doelstellingen	6.
5.	Werkgebied	6.
6.	Couleur locale	7.
7.	Activiteiten 2018	7.
	7.1. Evenementen	8.
	7.2. Communicatie	8.
	7.3. Open zondagen	9.
	7.4. Openingstijden algemeen	9.
	7.5. Projecten centrummanagement	10.
	7.6. Samenwerkingsprojecten	11.
	7.6.1. Werkplaats Stadshart Oss	11.
	7.6.2. Stimuleren wonen in het centrum	11.
	7.6.3. Retail makelpunt	12.
	7.6.4. Kinderentertainment	12.
	7.6.5. Markt van morgen - zaterdagmarkt	13.
	7.6.6. Centrumbranding	13.
	7.6.7. Pilot parkeren	13.
8.	Afsluiting	14.

## **1. Inleiding**

Inmiddels tien jaar geleden werd, vanuit het perspectief dat het goed was om collectief te werken aan het vergroten van de aantrekkelijkheid en de aantrekkingskracht van het centrum van Oss, vanuit de gemeente Oss een start gemaakt met de oprichting van centrummanagement Oss (CMO). Voor de financiering van de activiteiten werd in 2010 een ondernemersfonds, op basis van reclamebelasting, ingesteld.

Daarna heeft de crisis het centrum van Oss een gevoelige klap toegebracht. Ook hebben meer structurele veranderingen, zoals het veranderde koopgedrag van consumenten, daar nog eens een flinke schep bovenop gedaan. Dat gaf alle aanleiding om nog meer krachten te bundelen. Vanuit het CMO werden de afgelopen jaren samen met de gemeente Oss initiatieven genomen tot een nog hechtere samenwerking tussen ondernemers en vastgoed. Dit resulteerde in 2015 in een Taskforce Centrum Oss en in 2016 in de Werkplaats Stadshart Oss.

Onder het motto 'Het centrum als bedrijf' heeft de afgelopen periode vooral het accent gelegen op innovatie, kennisvermeerdering en nieuw ondernemerschap. Dat heeft naast de eerder gestarte projecten zoals gevelverbetering en verbetering van de kwaliteit van de openbare ruimte, zijn beslag gekregen in cursussen voor zittende ondernemers, diverse afstudeerstages rond marketingcommunicatie, duurzame logistiek en projecten als Mijndroomwinkel en het Retail makelpunt. De agenda voor de toekomst is ambitieus met een sterke verbetering van de marketingcommunicatie over het centrum van Oss, een verdere doorontwikkeling van het Retail makelpunt, het stimuleren van wonen in het centrum en het continueren van het concept Mijndroomwinkel.

De ontwikkeling van het Wal Kwartier met een aantrekkelijk UITHuis is een essentiële stap in de verdere ontwikkeling van een vitaal en toekomstbestendig centrum, maar het is beslist niet de enige stap. Voor u ligt het CMO Jaarplan 2018. Dit plan geeft aan waar dit jaar op hoofdlijnen de accenten liggen bij het streven naar vitaliteit, weerbaarheid en aantrekkelijkheid van en de samenwerking binnen het centrum van Oss te vergroten. Het door het CMO in 2016 opgestelde Koersdocument 3.0 is leidend geweest bij het opstellen van dit jaarplan.

Voor 2018 is gekozen om een aantal succesvolle evenementen terug te laten komen. Er is ook weer ruimte voor nieuwe evenementen. Bovendien wordt het centrum meer en meer gezien als podium voor activiteiten op sportief, maatschappelijk en cultureel gebied en onderwijs. Variërend van de finish van de Maasdijkmarathon tot de Samenloop voor Hoop, Techniekmiddag en de Zomerconcerten van cultuurpodium De Groene Engel. De evenementenkalender groeit sterk en dat wordt door het CMO uiteraard van harte toegejuicht, getoetst en daar waar mogelijk (financieel) ondersteund, onder meer door de evenementencoördinator van het CMO. Daarmee laat het CMO zien zowel structureel evenementen te ondersteunen als op nieuwe kansen voor evenementen in te spelen. Hierbij rekeninghoudend met de wensen van ondernemers voor nog meer spreiding van evenementen.

In 2018 zullen een aantal projecten en pilots, zoals die op het gebied van parkeren en vernieuwend ondernemerschap, worden doorgezet. In dat jaar zal de invloed van de Taskforce Centrum Oss, waaronder het initiatief Werkplaats Stadshart Oss, weer een belangrijke bijdrage leveren aan de centrumontwikkelingen.

## **2. Missie**

Het CMO staat, als belangenorganisatie voor bijna 300 centrumondernemers, voor belangrijke opgaven om, samen met gemeente en andere partners, vorm te geven aan ontwikkelingen om het centrum van Oss een bruisende huiskamer te maken van een gemeente van ruim 90.000 inwoners die op vele terreinen alles te bieden heeft. Een goed functionerend centrum is van groot belang voor goed wonen, leven, imago en vestigingsklimaat binnen de gemeente Oss, maar ook in het bijzonder voor de bestedingen van consumenten bij centrumondernemers, zowel in de fysieke winkels als online en in de horeca.

Alle inspanningen vanuit de missie moeten gericht zijn op een toename van de bestedingen van consumenten bij centrumondernemers, toename van bezoekduur en bezoekfrequentie en het behoud van werkgelegenheid. Ook de komende jaren zullen wij met ondernemers, gemeente Oss en vastgoedeigenaren samen optrekken. De missie is daarmee niet veranderd, de aanpak wel.

Samen gericht werken aan een sterker stadshart is de opdracht. Onze missie is: het versterken van het economisch functioneren van het stadscentrum van Oss en het verbeteren van het vestigings- en verblijfsklimaat. Een belangrijk onderdeel binnen de mix van instrumenten om de missie te realiseren, vormt de goede beleving voor de bezoekers.

Om doelgericht te werken, is het meten van de effecten van de inzet aan de ontwikkeling van een aantal sleutelindicatoren belangrijk. Dit inzicht in de effecten is nodig om het draagvlak onder de ondernemers en vastgoedeigenaren te waarborgen en te versterken.

De sleutelindicatoren voor het CMO zijn:

- verbeteren van het economisch functioneren
- verhogen van de waardering door consumenten
- een positief imago voor het stadshart van Oss
- versterken van de samenwerking
- vergroten onderscheid met lokaal en vernieuwend ondernemerschap

## **3. Werkwijze**

Het CMO heeft een 6-koppig bestuur. Het bestuur bestaat uit een onafhankelijke voorzitter en leden die de centrumondernemers vertegenwoordigen, ondermeer vanuit de winkeliersvereniging Centrum Ondernemers Oss (COO) en Koninklijke Horeca Nederland afdeling Oss.

De bestuurssamenstelling is:

- Jan van Loon - voorzitter
- Ton de Vet - penningmeester
- Wouter Wehberg - secretaris
- Jan ter Horst - bestuurslid
- Koos Jordaans - bestuurslid
- Stephan Damen - bestuurslid

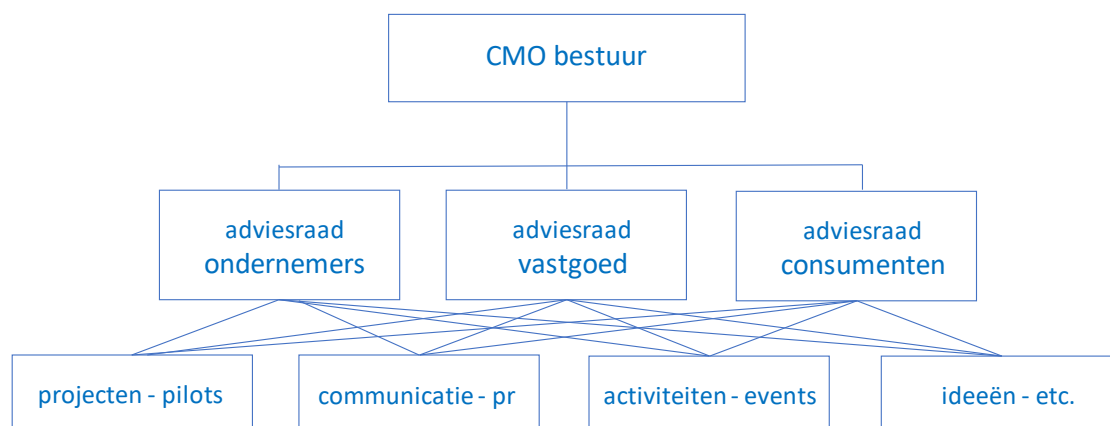
Het bestuur van het CMO is verantwoordelijk voor de uitvoering van de projecten en activiteiten van de ondernemers. Zij werken op basis van een jaarplan en leggen verantwoording af via een jaarverslag en een jaarrekening. Het bestuur van het CMO komt tweemaal per maand bij elkaar. De voorzitter van het CMO vertegenwoordigt het CMO in de regiegroep van de Taskforce Centrum Oss.

Met de gemeente Oss is er structureel overleg over beleid, openbare ruimte, horeca, markt, evenementen en veiligheid. Daarnaast zit het CMO, als afgevaardigde van de centrumondernemers, al dan niet aangevuld met ondernemers, in toenemende mate als partner aan tafel bij de gemeente Oss bij klankbordgroepen en evaluatie- en actualisatie vraagstukken op regels en verordeningen. Met de komst van de Taskforce Centrum Oss eind 2014 werd de slagkracht aanzienlijk vergroot. Vanuit het project Stadshart Oss werd in april 2016 aan de Peperstraat 'Werkplaats Stadshart Oss' voor ondersteuning aan centrumondernemers geopend.

Het bestuur stuurt een centrummanager aan. De centrummanager neemt deel aan werkgroepen en adviseert over beleidszaken. Hij coördineert de werkzaamheden van de werkgroepen. Hij rapporteert hierover aan het bestuur en bewaakt met hen de voortgang. Daarnaast speelt de centrummanager een actieve rol binnen de diverse projecten. Hij initieert ideeën voor activiteiten en evenementen en is het eerste aanspreekpunt van en naar (potentiële) centrumondernemers. Hij verzamelt data en rapporteert over trends. Samen met het Kernteam Economie van de gemeente Oss zal de centrummanager in 2018 intensiever naar potentiële ondernemers op zoek gaan.

In september 2015 werd door de gemeente Oss, via de Taskforce Centrum Oss, voor bepaalde tijd een evenementencoördinator aangesteld. De evenementencoördinator speelt sinds die tijd een goede maar ook belangrijke rol in het afstemmen van evenementen, de coördinatie van vergunningaanvragen, het bewaken van de veiligheid en in de uitwerking van nieuwe evenementen. In 2018 wordt de functie van de evenementencoördinator gecontinueerd vanuit de Taskforce Centrum Oss en het CMO omdat veiligheid, afstemming, coördinatie en begeleiding van een toenemend aantal evenementen dit noodzakelijk maakt. De aanstelling, de betrokkenheid en ook het grote enthousiasme van de huidige evenementencoördinator is door partijen niet onopgemerkt gebleven en heeft het effect van een magneet opgeleverd. De toename van evenementen komt onder meer vanuit verenigingen, organisatiebureaus, culturele instellingen, goede doelen en onderwijs. Het stadscentrum wordt door deze partijen als een steeds belangrijker podium gezien. Het CMO juicht deze ontwikkelingen van harte toe en stimuleert deze ook in het kader van een multifunctionele binnenstad.

Het CMO onderzoekt in 2018 de gewenste aanpassingen van de organisatie waarbij via adviesraden ondernemers en vastgoedeigenaren een belangrijkere rol krijgen in het beoordelen van, het inspelen op en het evalueren van actuele thema's, activiteiten, pilots, ideeën, centrumbranding en communicatie. Het betrekken van consumenten via een adviesraad is nieuw. Hierbij wordt gedacht aan een brede afspiegeling in leeftijd en achtergrond.



Concept structuur CMO adviesraden

#### **4. Doelstellingen**

Het CMO heeft een aantal doelstellingen geformuleerd die moeten leiden tot structurele resultaten. De doelstellingen zijn:

- versterken van economische functie binnen het verzorgingsgebied
- consolidatie en bij voorkeur toename van het aantal bezoekers
- verlengde verblijfsduur van de bezoekers
- vergroten van de bezettingsgraad van panden
- stimuleren van vernieuwend ondernemerschap
- behoud van de werkgelegenheid
- verhoogde verblijfskwaliteit van het centrum
- in stand houden van een leefbaar en aantrekkelijk centrum
- versterken van de bekendheid van het centrum van Oss vanuit een onderscheidend, aantrekkelijk en eenduidig imago van Oss
- versterken van het samenspel en de communicatie tussen partijen
- toename van het draagvlak, organiserend vermogen en samenwerking in het gehele centrum
- meten is weten door middel van meetbare sleutelindicatoren
- participatie vastgoedeigenaren
- versterken beleving met kwalitatieve evenementen
- goede bereikbaarheid en parkeervoorzieningen
- meer jeugdbeleving in centrum

#### **5. Werkgebied**

Bij de afbakening van het werkgebied van het CMO gaat het niet alleen om het zogenaamde kernwinkelgebied, maar ook om de randen van het centrum. De aantrekkingskracht van het centrum wordt namelijk niet alleen bepaald door de landelijke ketens en de horeca in het kernwinkelgebied maar ook door de horeca, de publiekstrekkende culturele functies en de winkels in het kernrandgebied.

Voor de voeding van het ondernemersfonds, via reclamebelasting, is in 2010 een heffingsgebied vastgesteld. Aan de noordkant wordt het heffingsgebied begrensd door de Hertogensingel, aan de zuidkant door de spoorwegovergang Molenstraat, aan de westkant door de Smalstraat en aan de oostkant door de Teugenaarstraat.

In de notitie 'Koers Stadshart Oss', vastgesteld door de gemeenteraad van Oss in december 2016, heeft de gemeente Oss uitgewerkt wat genoemde ontwikkelingen voor het Osse centrum gaan betekenen. Een van de opgaven binnen deze notitie is het 'compacte centrum'. Het compacte centrum bestaat uit een zogenaamde pit en een flexibele schil. Een aaneengesloten centrumwand in de pit vraagt een actieve inzet en samenwerking van alle partijen. De woonfunctie, zowel boven als in winkels, krijgt een grotere rol binnen het werkgebied van het CMO zeker vanuit de eerste opgave voortvloeiend uit de vastgestelde koers: de revitalisering van De Wal.

## **6. Couleur locale**

De charme van het centrum, en daarmee de aantrekkingskracht op bezoekers, zit vooral in de 'couleur locale', de specifieke eigenschappen en elementen die het verschil maken ten opzichte van andere binnensteden.

Het verleden is overal tastbaar, ook al is er in de loop van de tijd (te) veel verdwenen. Hetzelfde geldt voor de uitgesproken Osse ondernemers, die in tal van branches de binnenstad een eigen kleur geven. Ooit bestond het stadscentrum uitsluitend uit lokale ondernemers. In de loop der tijd is daar een groot aandeel aan landelijke filiaalbedrijven voor in de plaats gekomen, waardoor veel centra op elkaar zijn gaan lijken.

Juist in deze context maken de lokale ondernemers ook nu nog het verschil. Zij maken het onderscheid ten opzichte van andere binnensteden met hun eigen producten en diensten. En wat geldt voor winkels geldt zeker ook voor horeca, culturele instellingen, dienstverlening, de Osse markt en niet in de laatste plaats voor de typische Osse evenementen. Veel evenementen kennen een lange geschiedenis en zijn onderdeel van de lokale cultuur.

Veel lokale ondernemers zijn te vinden in de aanloopstraten, waar huurprijzen lager zijn dan in de zogenaamde A-winkelstraat, maar ook op tal van andere plaatsen, deels buiten het winkelgebied. De wisselwerking tussen landelijke ketens en lokale ondernemingen is een belangrijk thema. De aantrekkingskracht van grotere landelijke filiaalbedrijven blijft zeker belangrijk voor de levensvatbaarheid van lokale ondernemingen. Om de stad te profileren is het centraal stellen van de 'couleur locale' van toenemend belang. Zij bepalen mede het DNA van Oss. Initiatieven zoals Mijndroomwinkel met vernieuwend ondernemerschap dragen hieraan bij.

Specifieke kenmerken 'couleur locale' zijn de afgelopen jaren ook doorgevoerd in de openbare ruimte. Denk hierbij aan de bewegwijzering, welkomstbogen en specifieke zaken in diverse aanloopstraten. Budgetten hiervoor kwamen beschikbaar via het eenmalig beschikbaar gestelde budget Taskforce Centrum Oss. De Taskforce gelden in 2018 zijn niet meer toereikend om in te zetten voor 'couleur locale'. Daarom wordt dit, voor zover mogelijk, overgenomen door het CMO.

## **7. Activiteiten 2018**

De activiteiten van het CMO worden gerubriceerd in vier aandachtsgebieden:

- evenementen
- communicatie
- projecten
- samenwerking

In 2018 zullen de activiteiten zich, gesteund vanuit de Taskforce Centrum Oss en Werkplaats Stadshart Oss, ook weer voornamelijk op deze vier aandachtsgebieden richten. Daarnaast zal, daar waar mogelijk, de nadruk op nieuwe quick-wins, ontwikkelingen en kansen liggen. Ook met verrassende en vernieuwende initiatieven vanuit de ondernemers wordt weer rekening gehouden. In willekeurige volgorde worden in dit hoofdstuk de hoofdlijnen van de diverse activiteiten uiteengezet.

De begroting bij het jaarplan 2018 is opgebouwd rondom deze vier aandachtsgebieden.

## **7.1. Evenementen**

Het CMO organiseert jaarlijks een aantal evenementen via haar ondernemers of commissies zoals de Koningsmarkt, Muziekboulevard, Halloween, Zomerconcerten, Sinterklaasintocht en Pietenspektakel. Vanuit ondernemers komen mooie samenwerkingsinitiatieven tot stand zoals de Oranjefeesten en straatevenementen in de Walstraat en Kerkstraat. Op verzoek van het CMO worden door derden evenementen georganiseerd zoals Living Statues, OssSport! en het Sambafestival.

Daarnaast stimuleert en ondersteunt het CMO collectieve evenementen in de (aanloop) straten. Het CMO hoopt in deze categorie weer te kunnen rekenen op een toenemend aantal verzoeken vanuit de straten.

Het CMO komt regelmatig in contact met organisaties om te praten over hun plannen voor nieuwe evenementen en mogelijke (financiële) ondersteuning. Voor 2018 is dat onder andere de Maasdijkmarathon. Een aantal initiatieven zal ook in 2018 weer worden ondersteund zoals Rockronde, Zandsculpturenfestival, Mozaïekfestival en Winterland Oss.

De evenementenkalender voor het centrum van Oss voor 2018 zal verder worden aangevuld met activiteiten van derden zoals SCVO, Kermis Oss, Fantastival, diverse goede doelen en belangenorganisaties waardoor op meerdere momenten activiteiten en evenementen te beleven zijn in het centrum.

De evenementen die in 2018 financieel ondersteund worden zijn:

- Rockronde
- Fashion voorjaar en najaar
- Koningsdag en Kindervrijmarkt
- Oranjefeesten
- Muziekboulevard
- Streekmarkt
- Zandsculpturen Festival
- Oss On Classic Wheels
- Sambafestival
- Kidsdag
- Living Statues
- Foodfestival
- OssSport!
- Popronde
- Mozaïekfestival
- Halloween
- Pietendag
- Winterland Oss

*In de begroting 2018 is voor evenementen een bedrag van € 122.750 opgenomen verdeeld over jaarlijkse evenementen, horeca-evenementen, straatevenementen en ondersteuning van evenementen. Dit bedrag is inclusief € 10.000 voor de coördinatie van evenementen.*

## **7.2. Communicatie**

De communicatie in 2018 verloopt via de website centrummanagementoss.nl, de periodieke digitale nieuwsbrieven, de Facebookpagina Het Osse Centrum en de tweewekelijkse centrumpagina 'Naar de stad' in weekblad Regio Oss. Periodiek zal weekblad De Sleutel worden ingezet voor speciale promoties, acties en routes.



De website van het CMO is in 2010 opgezet om de centrumondernemers zo goed mogelijk te voorzien van informatie. Naast de uitgebreide (dynamische) agenda is op de website informatie te vinden over de open zondagen, parkeren, reclamebelasting, panden die te huur zijn, nieuwsbrieven, gemeentelijke notities maar ook diverse publicaties die van belang kunnen zijn voor ondernemers. Een module geeft uitgebreide informatie over en zoekfuncties naar beschikbare (winkel)panden. Ook voor bedrijfsovernames biedt deze module een oplossing. In 2018 zal de bestaande website vervangen gaan worden door een nieuwe meer wervende website waarop ook vooral de consument op snelle en aantrekkelijke wijze geïnformeerd wordt over het centrum van Oss en haar activiteiten.

Voor de promotie van het centrum, evenementen, ondernemers, acties, open zondagen en speciale gebeurtenissen zullen naast de Facebookpagina Het Osse Centrum, banners op Kliknieuws worden geplaatst en winkelposters worden gemaakt.

Binnen het centrum gaan al langere tijd geluiden op voor een uitgebreide campagne voor citymarketing. Met deze boodschap ging in 2016 binnen de Werkplaats Stadshart Oss een initiatiefgroep aan de slag met het doorlichten van de huidige communicatiemiddelen inclusief huisstijl en thema. Omdat de nieuwe voorstellen in 2017 financieel niet haalbaar bleken is gekozen voor een bescheidenere ontwikkeling van een platform centrumbranding, financieel ondersteunt door de Taskforce Centrum Oss en het CMO.

Gedurende een periode van drie jaar kon, via het budget Taskforce Centrum Oss, aan bezoekers van het centrum van Oss gratis Wifi worden aangeboden. Voor 2018 is er vanuit deze bron geen budget meer. Het CMO heeft besloten dit niet over te nemen op basis van een aantal argumenten zoals de hoge jaarlijkse kosten, de noodzakelijke investeringen om een volledig dekkend netwerk te krijgen, 4G op veel telefoons van bezoekers en het aanbod van gratis Wifi via centrumondernemers.

*In de begroting 2018 is voor communicatie een bedrag van € 50.600 opgenomen verdeeld over de centropagina's, inzet van social media, posters, banners, bijeenkomsten ondernemers, nieuwsbrieven en drukwerk. Dit bedrag in de begroting is inclusief € 10.000 voor de herontwikkeling van de website en € 10.000 voor de ontwikkeling van een platform centrumbranding.*

### **7.3. Open zondagen**

In het centrum van Oss bestaat sinds vele jaren de vaste afspraak voor het plannen van de open zondagen op de laatste zondag van de maand. Dit enerzijds in verband met het besteedbare inkomen en anderzijds het gegeven dat door de jarenlange promotie het binnen en buiten Oss bekend is dat op elke laatste zondag van de maand de winkels in het centrum van Oss open zijn. Aan de meeste open zondagen wordt een thema, een activiteit of een evenement verbonden.

De huidige openingstijden van 12.00 uur tot 17.00 uur zullen in 2018 samen met de winkeliersvereniging COO worden getoetst en mogelijk worden bijgesteld. Voor 2018 zal weer in overleg met de winkeliersvereniging COO gekeken worden naar een aanvulling op het aantal open zondagen tijdens speciale perioden, bijvoorbeeld de maand december, of tijdens grote evenementen.

### **7.4. Openingstijden algemeen**

De winkeliersvereniging COO zal verder voor 2018, naast de wekelijkse koopavond op donderdag, voor de maanden november en december 2018 mogelijk nog extra koopavonden aan de kalender toevoegen.

In het centrum van Oss is nog te weinig consistentie met betrekking tot de openingstijden. Dit is, naast de wekelijkse koopavond op donderdag, van toepassing op de dagelijkse openingstijden en sluitingstijden en tijdens de open zondagen op de laatste zondag van de maand. Gesloten winkeldeuren zijn voor consumenten teleurstellend, werken niet bevorderend voor herhaalbezoek, stimuleren winkelbezoek elders en zorgen voor een slechte PR. Acties naar winkeliers in overleg met de winkelierverseniging COO hieromtrent zijn zeer gewenst. Het CMO wil in 2018 het proces mee gaan begeleiden maar ook consumenten via de adviesraad hierin als klankbord betrekken.

## **7.5. Projecten centrummanagement**

In de categorie projecten zijn een aantal onderwerpen bij elkaar gebracht die allemaal moeten bijdragen aan een aantrekkelijker centrum. Voor 2018 worden hier Mijndroomwinkel en Couleur Locale aan toegevoegd.

- Het eerste project betreft de bestrijding van graffiti. Al jaren is hiervoor met een specialistisch schoonmaakbedrijf uit Oss een contract afgesloten voor de snelle verwijdering van ontsierende graffiti in het centrum. Een snelle verwijdering kan ook een preventieve werking hebben. Het CMO krijgt ook in 2018 voor dit onderdeel vanuit de gemeente Oss financiële ondersteuning in het kader van 'schoon-heel-veilig'.
- Het volgende onderdeel onder projecten vormen de hanging baskets. De bloemenpracht vanuit bijna 150 bakken verspreid over het hele centrum is niet meer weg te denken in de periode mei - oktober. Het CMO krijgt in 2018 ook voor dit onderdeel vanuit de gemeente Oss financiële ondersteuning in het kader van 'schoon-heel-veilig'.
- Om de sfeer in de decembermaand te verhogen werd een aantal jaar geleden voor de eerste keer geluidsapparatuur geïnstalleerd voor stemmige achtergrondmuziek tijdens de Sinterklaas- en kerstperiode. Ook in 2018 zal de sfeermuziek in de maanden november en december weer terugkomen. Vanuit de winkeliersvereniging COO bestaat nog steeds de wens om voor een permanente oplossing voor het hele jaar te kiezen. In 2017 is het gebleven bij enkele verkenningen van de mogelijkheden door winkeliersvereniging COO. In 2018 zal dit samen met het CMO verder worden onderzocht.
- Binnen het centrumgebied bevinden zich zeven AED's. In 2018 zullen de gratis (herhalings)trainingen via het CMO weer worden georganiseerd voor geïnteresseerde ondernemers en personeelsleden in het centrum van Oss. Het plaatsen van twee AED's in de openbare ruimte, om de beschikbaarheid 24/7 te kunnen garanderen, zal begin 2018 worden gerealiseerd.
- In 2018 loopt het leasecontract van de sfeerverlichting - overspanningen en paalelementen - af. Medio 2018 zal daarom een projectgroep worden geformeerd om de wensen te inventariseren en het offerte traject in te gaan. Daarnaast komen de onderhouds-, vervangings- en reparatiekosten van de sfeerverlichting in de diverse bomen in het centrum uit het CMO budget. Dit zijn inmiddels 26 bomen.
- Specifieke kenmerken 'couleur locale' zijn de afgelopen jaren via de Taskforce Centrum Oss doorgevoerd in de openbare ruimte. Denk hierbij aan de bewegwijzering, welkomstbogen en specifieke zaken in diverse aanloopstraten. Budgetten hiervoor kwamen beschikbaar via het eenmalig beschikbaar gestelde budget Taskforce Centrum Oss. Omdat de Taskforce gelden in 2018 niet meer toereikend zijn om in te zetten voor 'couleur locale' wordt dit overgenomen door het CMO. Aandacht in 2018 is er voor meer groen in ondermeer de Houtstraat, de Kerkstraat, de Monsterstraat en op het Kazerneplein.

- In het kader van leegstandsbestrijding en de wens om meer vernieuwende jonge ondernemers naar het centrum te krijgen nam het CMO in 2017 de lead in het opzetten van het project Mijndroomwinkel. Binnen dit project bood de Werkplaats Stadshart Oss startende ondernemers een unieke kans hun droom van een winkel waar te maken. Alleen of samen met anderen konden starters in drie winkelpanden in het centrum van Oss, horecagelegenheid of werkplaats/atelier met verkoop beginnen. De belangstelling was groot. Gedurende de tenderperiode bood een andere vastgoedeigenaar ook nog een pand voor het project aan. Veertien startende ondernemers leverden twaalf plannen in voor de vier beschikbare locaties. Een beoordelingscommissie wees de beschikbare panden toe aan vijf starters. Deelnemers aan het project kunnen ook nog rekenen op (gratis) support van zes businesspartners. Gezien de grote animo voor deelname, maar ook door de bereidheid van andere vastgoedeigenaren in het centrum om mee te participeren zal er in 2018 doorlopende aandacht voor het project Mijndroomwinkel zijn. De mogelijkheden van Mijnstreekwinkel worden ook door het CMO onderzocht.

*In de begroting 2018 is voor de bovenstaande projecten een bedrag van € 81.750 opgenomen. Dit bedrag is inclusief € 12.500 voor leegstandsbestrijding en het project Mijndroomwinkel en € 10.000 voor Couleur Locale.*

## **7.6. Samenwerkingsprojecten**

In deze categorie beschrijven we een aantal samenwerkingsactiviteiten waarvan het CMO opdrachtgever is of waaraan het CMO, via de Taskforce Centrum Oss of rechtstreeks vanuit gemeentelijk beleid, een bijdrage levert.

### **7.6.1. Project: Werkplaats Stadshart Oss**

In 2016 werd door een aantal partijen, waaronder het CMO, een keuze gemaakt voor gezamenlijke huisvesting aan de Peperstraat 12 in Oss met de verwachting dat dit uit zou kunnen groeien naar de ontmoetingsplek voor de centrumondernemers. Anderhalf jaar na de opening hiervan kan worden vastgesteld dat deze verwachting ook steeds meer wordt ingevuld. De Werkplaats Stadshart Oss is inmiddels het centrum waar veel activiteiten plaatsvinden door en voor winkeliersvereniging COO maar ook voor jongeren, onderzoekers, studenten, centrumbewoners, onderwijsinstellingen, culture-instellingen, verenigingen, goede doelen en de gemeente Oss. In 2018 zal vanuit het CMO het gebruik verder worden gestimuleerd.

### **7.6.2. Project: Stimulering wonen in het centrum**

Eind 2016 stelde de gemeenteraad de Koers Stadshart Oss vast. Het versterken van de woonfunctie in het centrum is één van de uitgangspunten van de Koers Stadshart Oss. Een stimuleringsregeling voor wonen in het centrum draagt bij aan de uitvoering daarvan. Het gaat zowel om het stimuleren van wonen boven winkels in de 'pit' van het centrum, als het stimuleren van volledige transformatie naar wonen in de 'schil' van het centrum. Het mogelijk maken van wonen boven winkels draagt bij aan de levendigheid van het centrum buiten de openingstijden van de detailhandel.

De Koers Stadshart Oss gaat uit van een compact centrum waarin de detailhandel, horeca en andere publiekstrekkende functies zijn geconcentreerd. De transformatie van panden in de 'schil' van het centrum draagt bij aan een compact centrum. Hiermee wordt leegstand in de 'schil' tegengegaan en wordt de ruimtelijke uitstraling verbeterd. Ook verspreid liggende voorzieningen - buiten de wijk-buurtcentra - en andere publiekstrekkende functies in Oss met een toegevoegde waarde voor het centrum zouden bij voorkeur daar naar toe moeten worden verplaatst. Voor behoud en versterking van het Osse centrum is dit een belangrijk uitgangspunt.

De regeling moet het volgende stimuleren:

- toevoegen woningen op de verdiepingen in het centrumgebied
- omzetten naar wonen - begane grond en verdiepingen - in de 'schil'
- verplaatsen detailhandel, horeca en andere publiekstrekkende functies met een toegevoegde waarde naar het centrumgebied

Vanuit het CMO zal, in het kader van de leegstandsbestrijding, actief met stakeholders worden gecommuniceerd om bewoning boven winkels en in voormalige winkels in de schil te stimuleren. Vooral het slagen van 'winkelwonen' in het kader van het compacte centrum en het terugdringen van de leegstand wordt de komende jaren essentieel.

### 7.6.3. Project: Retail makelpunt

De gemeente Oss heeft in de Koers Stadshart Oss gekozen voor een compacter stadscentrum, een stadscentrum waarin de detailhandel wordt geconcentreerd. De focus moet gericht zijn op concentratie en diversificatie van winkels in het centrumgebied.

Om dit doel te bereiken moeten we actief en creatief omgaan met het bestaande retailaanbod in de stad en waar mogelijk dit verder versterken door middel van nieuw aanbod/uitbreiding en het verplaatsen van winkels die nu nog gevestigd zijn buiten het stadscentrum. De focus dient hierbij ook gericht te zijn op nieuwe- en vernieuwende winkelconcepten en het tot stand brengen van een evenwichtige branchering tussen winkels en horeca in het centrum van Oss.

Dit is één van de projecten van de Stichting Stadshart Oss die zij in samenwerking met winkeliers, vastgoedeigenaren en makelaars vorm en inhoud wil gaan geven middels de inrichting van een makelpunt. De ambitie is te komen tot een 100% bezetting van de beschikbare winkeloppervlakte in het compacte(re) centrum van Oss met een goed, gevarieerd en aantrekkelijk aanbod van winkels. Daarnaast dienen instrumenten ontwikkeld te worden om verhuizing van potentiële ondernemers van periferie naar stadscentrum te faciliteren. Het streven is twee nieuwe ondernemers per jaar.

Vanuit het makelpunt wordt ook gewerkt aan het beschikbaar stellen van panden in het centrum waar kortstondig startende of gevestigde centrumondernemers nieuwe concepten en formules kunnen testen. Het in 2017 gestarte project Mijndroomwinkel is hier een voorbeeld van. Het tijdelijk gebruik van een leegstaand pand kan, naast de voordelen voor de directe omgeving, ook positieve effecten opleveren voor de betreffende panden zelf, omdat de tijdelijke gebruikers de (andere) mogelijkheden van het pand kunnen laten zien. Tijdelijke invulling van leegstaande panden met zogenaamde pop-up-stores, ook voor andere invullingen naast retail en horeca, zorgen daarnaast ook nog voor een aanvullend aanbod voor de bezoekers van het centrum van Oss.

Voor de website van het CMO werd al eerder een module ontwikkeld met uitgebreide informatie over en zoekfuncties naar beschikbare (winkel)panden. Ook voor het aanbod van bedrijfsovernames biedt deze module een oplossing. In 2018 zullen door het CMO weer zoekopdrachten worden begeleid en mutaties direct worden verwerkt.

### 7.6.4. Project: Kinderentertainment

Ook in het jaarplan van 2017 werd al gesproken over de grote aantrekkingskracht die de watertafel op de Heuvel al enkele jaren in de zomermaanden uitoefent op kleine kinderen. Binnen de DNA groep Taskforce Centrum Oss werd, op basis van dit succes, geïnvesteerd in een kindvriendelijke zandbak op het Walplein. Vanuit het CMO werden in de zomermaanden op woensdagen kinderactiviteiten georganiseerd. In 2018 zal dat worden gecontinueerd.

Het uitgangspunt is het binden en boeien van kleine kinderen in het centrum zowel indoor als outdoor. Ook het voor- en najaar krijgen hier tijdens de schoolvakanties meer aandacht, onder meer door het continueren van het evenement Halloween.

#### 7.6.5. Project: markt van morgen - zaterdagmarkt

De gemeente Oss is sinds september 2016 in gesprek met een werkgroep over de toekomst van de centrummarkten op dinsdag en zaterdag. Het uitvoeringsprogramma bevat de volgende onderdelen:

- voor typering/branchering voor de markten in het centrum met bijzondere aandacht voor vernieuwing, innovatie en marketing van de markt
- voor passende locatie, dagen en tijdstippen voor de centrummarkten
- over hoe de gemeente samen met markt- en centrumondernemers naar de nieuwe markten toe gaat werken en in de toekomst ook samen blijft werken aan goed functionerende centrummarkten.

Het eerste resultaat van deze gesprekken was de nieuwe invulling en opstelling van de dinsdagmarkt die op 5 september 2017 voor de eerste keer werd gepresenteerd. De volgende fase van dit project is de zaterdagmarkt. Voor de toekomst van deze markt zijn er mogelijkheden om die te verplaatsen naar De Wal en omgeving. Op dit moment worden er plannen gemaakt voor een gebiedsontwikkeling voor De Wal en omgeving. De huidige situatie met marktkramen op de Heuvel blijft ongewijzigd tot een maximum van 2 jaar. Als De Wal dan klaar is, gaat de zaterdagmarkt naar De Wal of directe omgeving. Is de herinrichting van De Wal nog niet afgerond, dan krijgen de marktondernemers die nu op de Heuvel staan een tijdelijke oplossing aangeboden. Er komen geen marktondernemers meer bij op de Heuvel. Maximaal 10 keer per jaar maken de marktondernemers in overleg met de centrumondernemers op de Heuvel plaats voor evenementen en horeca.

#### 7.6.6. Project: Centrumbranding

Het Osse centrum is goed bezig. Er is een volle evenementenagenda. De kwaliteit van de buitenruimte en de gevels verbetert sterk. Er zijn realistische plannen voor de omvang van het centrum, ambitieuze plannen voor de toekomst van de V&D locatie, er is ruimte voor nieuw ondernemerschap, de samenwerking tussen verschillende stakeholders is goed. Alleen te weinig mensen weten er nog van, en dat is geen wonder, want de informatie is niet goed en erg versnipperd beschikbaar. Er is bovendien te weinig samenhang. Passend in de opdracht aan de Werkplaats Stadshart Oss is een stevige verbetering in de communicatie met consumenten samen met het CMO dringend gewenst.

Uitgangspunt voor alle communicatie is de profilering van het centrum van Oss:

- wie of wat zijn we nou eigenlijk?
- welke eigenschappen heeft het centrum Oss?
- wat heeft Oss de consument te bieden?
- onderscheidt het zich van concurrerende stadscentra?

Het centrum dient op zoek te gaan naar haar eigen kracht. Om die daarna met succes uit te dragen naar de consument. In 2018 zal een centrumbrede communicatiestrategie worden uitgewerkt.

#### 7.6.7. Project: Pilot Parkeren

Parkeren is één van de factoren die de aantrekkingskracht van een centrum bepalen. De hoogte van de parkeertarieven zijn landelijk al enige tijd onderwerp van discussie. Onderzoek onder consumenten wijst uit dat zij vooral kiezen voor een winkelgebied omdat het dichtbij is gelegen.

Bij winkelen, vooral mode, geeft het winkelaanbod de doorslag, evenals de omvang en diversiteit van het aanbod en de aanwezigheid van specifieke winkels. Hoewel het niet de grootste factor is, zijn achtereenvolgens autobereikbaarheid, de parkeermogelijkheden en het parkeertarief wel degelijk van belang in het keuzeprocess. Zeker als het gaat om aankopen in de categorie 'in en om het huis'. Het is niet voor niets dat deze winkels vaak geconcentreerd zijn op goed bereikbare woonboulevards met veel en gratis parkeren.

Samen met de gemeente Oss werd er in 2016 tweemaal 'geëxperimenteerd' met parkeertarieven: in augustus en december was het parkeren op de koopavonden gratis. Met deze acties werd veel sympathie geogst onder de centrumbezoekers. Begin 2017 spraken (politieke) partijen de wens uit om gezamenlijk de tarifiering voor het parkeren in het Osse centrum eens tegen het licht te houden.

In 2017 organiseerde de gemeente Oss onder leiding van Parkeeradviesbureau Spark twee workshops. Naast een ambtelijke afvaardiging namen ook centrumondernemers en bestuursleden van COO en CMO hieraan deel. Samengevat was de opgave om te komen tot een goed en evenwichtig voorstel met als doel om de verblijfsduur van de bezoekers te verlengen, nieuwe bezoekers te trekken, verloren bezoekers terug te winnen en bezoekers vaker te laten terugkomen. Na de twee intensieve, constructieve workshops werd een mooi voorstel uitgewerkt. In november 2017 besliste de gemeenteraad van Oss om in te stemmen met het voorstel voor de pilot.

In de periode 1 december 2017 tot en met 1 januari 2019 zal het dagtarief voor het parkeren in het centrum van Oss op alle parkeerterreinen en in de parkeergarages worden verlaagd van € 4,00 naar € 2,50. Na 6 en 12 maanden zal de pilot (tussentijds) worden geëvalueerd door de gemeente Oss en het CMO. Het CMO is verantwoordelijk voor de promotie van de pilot.

## **8. Afsluiting**

Het stadscentrum is het hart van de gemeente Oss, een plek waar inwoners en mensen uit de regio graag komen. Het is de plek voor winkelen, recreëren met een hapje of drankje, elkaar ontmoeten en cultuur proeven. Mensen wonen ook met plezier en er is altijd iets te doen. De aanwezigheid van cultuur, een groene uitstraling en het organiseren van evenementen zijn van groot belang om de aantrekkelijkheid te behouden en te vergroten. Het centrum van Oss staat volop in de belangstelling. Zowel de politiek, centrumondernemers als belanghebbende partijen zijn zich terdege van bewust dat door veranderende maatschappelijke ontwikkelingen stilzitten ten aanzien van ontwikkelingen in de detailhandel onverantwoord is.

Het CMO gaat ervan uit dat met de Gemeenteraadsverkiezingen in maart 2018 voor de deur alle politieke partijen het centrum van Oss zullen opnemen in hun verkiezingsprogramma omdat evident is dat een bruisend centrum ook van groot belang is voor goed wonen, leven, imago en vestigingsklimaat van en binnen de gemeente Oss. De relatie tussen de meeste politieke partijen en het CMO is, door de inmiddels jarenlang opgebouwde band, goed te noemen. Het CMO zal zich daarom inspannen, direct naar de diverse politieke partijen toe, om met financiële steun voor evenementencoördinator, gevelsubsidie, taskforce budget, city marketing, straatprofielen, Mijndroomwinkel, werkplaats deze belangrijke aspecten in de komende jaren te kunnen continueren.

Met het Jaarplan 2018, waarbij het CMO Koersdocument 3.0 leidend is geweest, geeft het CMO aan zich, samen met partners, optimaal te blijven inzetten voor een bruisende en toekomstbestendige binnenstad.