

CMO Jaarverslag 2020



*“De kracht van samenwerking is oog hebben voor
elkaars belangen en ervaren dat samenwerking
meer oplevert dan gescheiden opereren.”*

je
treft
't in
Oss !

Hart van de stad

Voorwoord bestuur CMO

Het jaar 2020 was een bijzonder jaar. Het uitvoeren van plannen, activiteiten, het organiseren en ondersteunen van evenementen werd vanwege de Covid-19-epidemie volledig op zijn kop gezet. Onze centrumondernemers hebben een bijzonder zwaar en onzeker jaar achter de rug. Het bestuur van het CMO heeft vanaf de vergadertafel veelvuldig moeten aanhoren welke grote gevolgen Covid-19 voor onze ondernemers heeft gehad. Groot is onze bewondering dat dit nog niet heeft geleid tot veel sluitingen. Het bestuur van het CMO is er alles aan gelegen om onze ondernemers op allerlei gebieden, waar het kan, te helpen of te verwijzen naar de hulpverlenende instanties.

Het jaar 2020 is ook een jaar geweest met veel (digitaal) overleg. We mogen constateren dat het CMO een onmisbare schakel is in het dynamisch houden en bevorderen van de huiskamer van Oss: het centrum van Oss. Wij zijn heel gelukkig dat we sterke uitvoerende mensen binnen onze organisatie hebben zoals centrummanager Jack van Lieshout en evenementencoördinator Bianca Hoegee. Zij bewaken dat in het centrum zaken opgepakt en uitgevoerd worden die een centrum aantrekkelijk maken en houden. Ook de gemeente Oss speelt nadrukkelijk hierin een belangrijke rol. Het CMO bestuur is bijzonder gelukkig dat de enigszins vertroebelde relatie weer volledig hersteld is en dat periodieke overleggen zijn opgestart met het college van B&W en leden van de Osse gemeenteraad.

Het is beslist de moeite waard om dit jaarverslag te lezen. U zult ervaren dat er een grote verlegging van accenten heeft plaatsgevonden van evenementen naar uitvoerige communicatie, promotie en voorlichting. Daarnaast zijn er nog veel meer zaken waarvan u wellicht nog geen weet had.

Het bestuur is ervan overtuigd dat de activiteiten van het CMO, samen met de inspanningen van haar partners - centrumondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente Oss - van essentieel belang zijn om het Osse centrum toekomstbestendig te houden.

Veel leesplezier!

Jan van Loon
Bestuursvoorzitter CMO



1. Inleiding

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 er 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 Osse politiek, vastgoedeigenaren, centrumondernemers en andere belanghebbende partijen zijn zich meer en meer bewust wat de kracht van samenwerking is: oog hebben voor elkaars belangen en ervaren dat samenwerking meer oplevert dan gescheiden opereren.

Het Centrummanagement Oss (CMO) is inmiddels ruim 10 jaar de belangenorganisatie in het Osse stadscentrum. Het CMO acteert vanuit haar eigen visie en verantwoordelijkheid.

Elk jaar stelt het CMO een jaarplan op waarin op hoofdlijnen haar activiteiten worden beschreven. Hierbij is het CMO Koersdocument 3.0 leidend. In het jaarplan geeft het CMO aan zich samen met alle partners, en in het bijzonder met de gemeente Oss, met volle kracht te blijven inzetten voor een aantrekkelijke, vitale en toekomstbestendige huiskamer van Oss!



Zo ook voor 2020. Het jaar was nog geen twee maanden jong toen een, tot op dat moment, onbekend virus Covid-19 de wereld, Nederland, Oss en het Osse centrum volledig op de kop zette. Het met zorg samengestelde jaarplan werd vanaf dat moment grotendeels en voor onbepaalde tijd aan de kant gezet. Vanuit een planmatige

werkwijze werd direct, snel en continue geschakeld naar acties om dat te doen wat voor dat moment noodzakelijk en gepast was, zoals het opzetten van het platform 'De winkelier van hier'. De 'gewijzigde' werkzaamheden van het CMO bestonden verder uit intensieve voorlichting aan, ondersteuning van en communicatie naar ondernemers en centrumbezoekers over maatregelen, regelingen en veiligheidsprotocollen.

Na afloop van elk jaar brengt het CMO inhoudelijk en financieel verslag uit. Het inhoudelijke verslag geeft in hoofdlijnen de activiteiten die in het centrum hebben plaatsgevonden, de uitvoering van de werkzaamheden, de lopende projecten en de samenwerkingen weer. Het financiële verslag bestaat uit een vastgestelde jaarrekening. Voor u ligt het jaarverslag van het, voor iedereen, heel bijzondere jaar 2020. Hierin start het CMO met een toelichting op de (blijvende) impact van Covid-19.

2. Covid-19

Covid-19 en het CMO

Gedwongen horecasluitingen voor langere tijd op respectievelijk 15 maart en 14 oktober 2020, gevolgd door gedwongen winkelsluitingen op 15 december 2020 noodzaakte het CMO om van een planmatige werkwijze af te stappen en direct, snel en continue te schakelen naar acties om dat te doen wat voor dat moment noodzakelijk en gepast was voor centrumondernemers en de veiligheid van hun medewerkers en centrumbezoekers.



Mensen aansporen om vooral weg te blijven uit het centrum. Nooit gedacht dat deze oproep ooit uit de koker van het CMO zou komen, maar toen Covid-19 in maart 2020 meedogenloos om zich heen begon te slaan kon het even niet anders. Niet bij de pakken neerzitten werd het credo. De mouwen werden nog eens extra opgestroopt want winkeliers en horecaondernemers stonden bijna van de ene op de andere dag voor ongekende situaties met enorme uitdagingen.

Samen met communicatiebureau Circa Twee werd in enkele dagen het online platform 'De winkelier van hier' opgezet. Het belangrijkste doel was een moreel appel te doen op de Ossenaars om loyaal te zijn aan de ondernemers in het Osse centrum en bij voorkeur bij hen te besteden. Ter ondersteuning werd een nieuwe communicatielijn ontwikkeld inclusief voorlichtings- en displaymaterialen, advertenties en filmpjes. Burgemeester Buijs was in december verhalenverteller en ambassadeur in een videoproductie voor veilig en verantwoord lokaal kopen.

Daar bleef het niet bij. Via korte lijnen met het Kernteam Economie van de gemeente Oss konden centrumondernemers direct geholpen worden met vragen en financiële steun. Verder hielp het CMO een lokale ontwikkelaar met de promotie van 'Hoale', een site die horecazaken snel aan een goedkope online bestelomgeving helpt. Social mediabedrijf Apostle ging via het CMO aan de slag om de centrumondernemers aan de hand van videoportretten extra aandacht te geven.



Door het kabinet werden na het uitbreken van Covid-19 in maart ook alle evenementen per direct verboden. In de periode daarna bleef het bij nieuwe maatregelen of versoepelingen lang ongewis wat eventueel nog mogelijk zou worden. Vanuit het CMO is veel tijd en aandacht besteed aan mogelijke verplaatsingen van kleine en grote evenementen in 2020 in het centrum, hierbij geadviseerd door de afdeling VTH van de gemeente Oss. Ondanks de vele inspanningen is het centrum in 2020 helaas nagenoeg 'evenementvrij' gebleven.

De coördinatie en de uitvoer van de bovenstaande activiteiten, was in handen van de centrummanager en de evenementencoördinator. Afstemming over de gewijzigde inzet van budgetten vond tweewekelijks plaats met het CMO bestuur.



Covid-19 en de impact op binnensteden

De organisatie Retailagenda deed in de zomer van 2020 onderzoek naar de impact van Covid-19 op binnensteden en winkelcentra en kwam met een aantal bevindingen:

- **Traffic voorlopig lager vooral in de grote steden**

Zolang er geen goed vaccin of medicijn is zal traffic niet op het oude niveau terugkeren. Retailers zullen langdurig te maken krijgen met minder traffic. Consumenten zullen meer gericht en vaker alleen komen winkelen. Dit zorgt voor een lagere traffic met een hogere conversie. De hogere conversie maakt de trafficdaling niet goed.



- **Forse afname van het aantal shoppingtrips**

Consumenten zullen 30% minder shoptrips gaan ondernemen zolang er geen goed vaccin of medicijn is. Men gaat gericht op pad en komt vaker alleen waardoor funshopping afneemt. Men geeft de voorkeur aan winkelen in de eigen woonplaats, omdat dit de vertrouwde omgeving is.

- **Online groeit en de helft daarvan is blijvend**

De groei van online is in een stroomverstelling gekomen. Dit heeft iedere branche ervaren. Door het vele thuis zijn hebben consumenten nog meer het gemak van online ervaren. In iedere leeftijdscategorie is men meer online gaan kopen. De verwachting is dat de helft van deze online groei ook na de coronacrisis zal aanhouden. Een deel van deze online groei is een definitieve verschuiving van fysieke omzet naar online omzet.

- **Veel winkelsluitingen in non-food verwacht**

De traffic is afgenomen, online stijgt, omzetten staan onder druk en retailers worden financieel geholpen door de overheid. Dit zorgt ervoor dat veel retailers nu nog overeind staan, maar daar komt naar verwachting snel verandering in. Verwacht wordt dat veel winkels de deuren gaan sluiten waarbij met name mode- en schoenenwinkels hard geraakt zullen worden. De verwachting is dat in 2021 zeker 15% van de non-food winkels zal verdwijnen oplopend tot 25-30% in de jaren daarna.

- **Meer druk op de huur en ruimte voor omzethuur**

Huurprijzen voor winkelvastgoed worden in Nederland voornamelijk gebaseerd op traffic. Deze verhoudingen zijn vandaag de dag niet meer in balans en de vraag is of en wanneer het weer op het oude niveau komt. De retailers en vastgoedpartijen denken dan ook dat er de komende tijd meer druk komt te staan op de huren en dat deze verlaagd dienen te worden. Daarnaast wordt verwacht dat er meer kortere huurcontracten worden afgesloten en meer omzethuurcontracten.

Covid-19 en lokaal kopen

Door de globalisering en ruime toegankelijkheid van producten via het internet is, mede versterkt door Covid-19, ook een tegenbeweging op gang komen. Een steeds grotere groep consumenten hecht waarde aan lokale contacten en producten. Lokaal is dichtbij, bereikbaar en veilig. In de ogen van consumenten staat het voor hoge kwaliteit, authenticiteit, betrouwbaar, transparant en milieuvriendelijk. Het zorgt voor een grotere binding met producten, de verkopers en producenten en geeft consumenten een goed gevoel.

Vanaf maart 2020 zijn veel consumenten via initiatieven zoals 'De winkelier van hier' lokale ondernemers gaan steunen. Deze ondernemers - couleur locale - maken ook het centrum van Oss uniek en onderscheidend. Consumenten zijn de afgelopen decennia steeds vaker bij het grootwinkelbedrijf gaan winkelen, maar zien ook steeds meer in dat de combinatie met zelfstandige ondernemers een winkelgebied aantrekkelijk maakt.

Daar waar ketenbedrijven vrijwillig massaal hun deuren sloten tijdens de eerste weken van de lockdown in maart 2020, bleven veel centrumondernemers nog wel open. Solidariteit en beschikbaarheid van fysieke producten kreeg opeens een andere lading waardoor het lokaal winkelen in een ander daglicht kwam te staan.





Op basis van de ontwikkelingen beschreven in de drie bovenstaande hoofdstukken kan worden geconstateerd dat Ossenaren in 2020 zeker loyaler zijn geworden. Activiteiten zoals de ingeslagen weg van 'De winkelier van hier' en 'Haal lokaal' hebben hier zeker aan bijgedragen.

Het massaal omvallen van ondernemers of gedwongen winkelsluitingen is in 2020 vooralsnog uitgebleven. Leegstandcijfers laten eind september zelfs een aanzienlijke daling tot onder de 15% zien, terwijl dit percentage in maart nog ruim 18% bedroeg.

Deze daling kan toegeschreven worden aan nieuwe ondernemers, verhuizing van ondernemers en aan transformatie van panden. In een bijzondere opdracht aan de centrummanager heeft het bestuur van het CMO het terugdringen van de leegstand een hoge prioriteit gegeven.

Covid-19 en de gemeente Oss

Na het uitbreken van de Covid-19 pandemie konden centrumondernemers ook rekenen op steunmaatregelen van de gemeente Oss. Niet alleen op financiële ondersteuning of voorlichting over landelijke regelingen maar ook in het bijzonder op andere gebieden zoals hieronder beschreven.

Fietsen in het centrum

Direct na het afkondigen van de lockdown in maart 2020 besloot het college van B&W op verzoek van het CMO dat tijdelijk niet gehandhaafd zou worden op het fietsen in het centrum na 11.00 uur. Hiermee werd in de praktijk het fietsen in het centrum weer toegestaan. Door deze tijdelijke maatregel kregen centrumbezoekers de gelegenheid om voor gerichte boodschappen een snel en kort bezoek aan het centrum te brengen, geheel passend in de veelvuldig gehoorde oproepen van onze regering. Met alle speculaties over mogelijke nieuwe besmettingsgolven hebben centrumbezoekers per fiets voor henzelf, maar ook voor andere centrumbezoekers, het grote voordeel om als passanten aanmerkelijk kortere contactmomenten met anderen te hebben. Zonder deze aanpassing hadden centrumondernemers nog veel meer averij opgelopen dan nu het geval was omdat juist veel consumenten blijken te kiezen voor hun eigen gezondheid. Het toestaan om te fietsen in het centrum eindigde weer op 1 juni van dat jaar. De lobby vanuit het CMO voor het langer toestaan van fietsen na 11.00 uur was tevergeefs.

Gratis parkeren

Op 19 maart 2020 besloot het college van B&W dat vanaf deze datum tijdelijk niet gehandhaafd zou worden op het niet-betalen van parkeertijd. Hiermee werd in de praktijk 'gratis parkeren' in het centrum mogelijk. Aanleiding voor het besluit waren de signalen vanuit het CMO dat het gebruik van de panelen van de parkeerautomaten, voor onder andere invoeren van het kenteken, ernstig besmettingsgevaar opleverde tijdens deze verplichte en uitgebreide handelingen. Centrumondernemers en centrumbezoekers, die daardoor juist wegbleven, hadden het CMO hierop gewezen.

In de communicatie werd het gratis parkeren uitgedragen als steuntje in de rug voor centrumondernemers. Ten onrechte ging al snel, door de bezetting op de parkeerterreinen, het beeld ontstaan dat het ondanks de horeca lockdown en oproepen om weg te blijven uit het centrum het toch 'druk' bleef in het centrum. Dit beeld werd echter veroorzaakt door verplichte thuiswerkers, ouders die overdag aan huis gebonden waren in verband met niet-schoolgaande kinderen, de sluiting van parkeergarage BergOss en door personeelsleden van centrumondernemers die geen gebruik konden (beperkte dienstregelingen) of wilden (besmettingsrisico's) maken van het openbaar vervoer. Per 15 juli werd het betaald parkeren weer van kracht.



Ondernemerszaken gemeente Oss

Op 18 maart werd het CMO door Ondernemerszaken van de gemeente Oss voor de eerste keer geïnformeerd hoe centrumondernemers door te sturen naar websites met de meest actuele informatie over ondersteuningsmaatregelen voor bedrijven en het verwijzen naar telefonische vraagbaken. Tevens werden centrumondernemers gewezen op het centrale loket via de afdeling Ondernemerszaken, waar zij hun eventuele knelpunten kunnen blijven doorgeven en of kunnen vertellen welke hulpvraag zij hebben. Daarna is periodiek informatie ontvangen, onder meer over steunmaatregelen en procedures die door het CMO weer werd gedeeld, onder andere via de CMO-website.

Voor een intensievere samenwerking met afdeling Ondernemerszaken heeft het bestuur van het CMO zich al meerdere malen hard gemaakt en zij zou de ingeslagen weg in 2020 graag willen continueren.

Tijdelijke uitbreiding terrassen

Op 7 april stuurde het CMO een brief met een voorstel aan het college van de gemeente Oss voor (tijdelijk) meer ruimte voor horecaondernemers in de openbare ruimte van ons centrum in de periode na de lockdown. Het uitbreidingsvoorstel, gebaseerd op de 1.5 meter economie, kende de volgende elementen: is tijdelijk tot 31 oktober 2020, hoeft niet te worden aangevraagd, wordt niet vastgelegd in een aangepaste terrasvergunning, is precariovrij, wordt niet gecontroleerd door handhaving en brengt het calamiteitenverkeer niet in gevaar.

De gemeente Oss stond hier positief tegenover en ging akkoord op voorwaarden van één totaalbeeld voor het hele centrum (voetgangersgebied en alle aanloopstraten) en één gezamenlijke centrale registratie. Het CMO heeft dit met steun van KHN afdeling Oss, die dit traject voor het buitengebied voor haar rekening nam, uitgevoerd. Van de 26 centrumondernemers die een plan indienden kregen er 24 een akkoord. Deze ondernemers hebben via het CMO een bevestiging en bijbehorende richtlijnen ontvangen.

Voor de Peperstraat, de Schakel en de Galerij werd tijdelijk éénrichtingsverkeer ingesteld. Op verzoek van de horecaondernemers ging de gemeente Oss later in 2020 akkoord om de periode van de extra vergunde terrasruimte tot maart 2021 te verlengen.

Cadeaubon gemeente Oss

In 2020 besloot het college van de gemeente Oss al haar medewerkers een cadeaubon te geven met een waarde van € 25,-. Om de centrumondernemers een steuntje in de rug te geven kon de bon gedurende drie maanden verzilverd worden bij 'De winkelier van hier'. Het CMO heeft het hele uitvoeringsproces voor haar rekening genomen zoals ontwerp van de cadeaubonnen en de verzilveringsprocedure. Inlevering door en uitbetaling aan de centrumondernemers, met 100% van de waarde, verliep via het CMO. In totaal werden 804 cadeaubonnen met een waarde van € 20.100,- ingeleverd.



Toiletservice centrum Oss

Met het sluiten van de horeca en van parkeergarage BergOss kwam in het najaar van 2020 ook het aanbod voor toiletgebruik in het centrum in de knel. Om dit aanbod tijdelijk te vergroten werd met de uitbaters La Colline aan de Heuvel een afspraak gemaakt dat de toiletten daar open bleven voor gratis gebruik door onze centrumbezoekers. Op enkele buitenlocaties in het centrum werd naar deze locatie verwezen. Vanuit het budget Tasforce Centrum Oss is hieraan € 2.650,- bijgedragen.



Stickers en belijning openbare ruimte

In het voorjaar van 2020 werden, samen met de gemeente Oss, grote stickers in de openbare ruimte aangebracht om centrumbezoekers te blijven informeren over het belang van 1.5 meter afstand.

Om loopstromen op de wat smallere routes in het centrum beter te scheiden, heeft de gemeente Oss in december 2020, op advies van het CMO, belijning aangebracht. Het betreft een witte lijn vanaf Terwaenen richting Heuvel, door de Heuvelstraat richting Kruisstraat midden door deze route. Idem voor de route Walstraat tot aan de Burgwal. Onbewust lopen nu meer bezoekers aan de rechterzijde van de witte streep waardoor zij nog veiliger kunnen winkelen.



3. Organisatie

Bestuur

Het bestuur van het CMO bestaat uit een onafhankelijke voorzitter en leden die de centrumondernemers vertegenwoordigen, onder meer vanuit de winkeliersvereniging Centrum Ondernemers Oss (COO) en Koninklijke Horeca Nederland afdeling Oss (KHN).

Het CMO bestuur is 7-koppig. De samenstelling is:

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

Het bestuur kwam in 2020, met uitzondering van februari, elke maand bij elkaar voor formele bestuursvergaderingen en tien keer voor informele overleggen. Vanaf maart waren dat voornamelijk online vergaderingen via Teams. In april was er, in verband met de ontwikkelingen Covid-19, tweemaal formeel overleg. Daarnaast namen bestuursleden en de centrummanager, die door het bestuur wordt aangestuurd, weer deel aan overleggen met de gemeente Oss en waren zij betrokken bij diverse project- en klankbordgroepen. Ook deze vergaderingen en bijeenkomsten waren veelal online. De voorzitter vertegenwoordigt het CMO in de Regiegroep van de Taskforce Stadshart Oss.

De jaarlijkse Ondernemersavond in november kwam door Covid-19 te vervallen. Hiervoor was, genoodzaakt door Covid-19 en in afwijking tot eerdere jaren, een informatief programma opgesteld in theater De Lievekamp. Door de gedwongen sluitingen van theaters moest deze alternatieve bijeenkomst worden afgeblazen.

COO winkeliersvereniging

Sinds 1983 behartigt de winkeliersvereniging COO de belangen van haar leden. Lidmaatschap is op vrijwillige basis. De leden betalen geen contributie. De COO is in het centrum actief via haar afgevaardigden in het bestuur van het CMO onder andere op het gebied van het (mede)organiseren van evenementen, inspraak en input op gemeentelijk beleid, projecten van het CMO, het vaststellen van open zondagen en voor interactie met winkeliers.

KHN horecavereniging

Koninklijke Horeca Nederland heeft regionale afdelingen in Nederland waaronder ook een in de gemeente Oss. Vier keer per jaar overlegt KHN, samen met de centrummanager en de evenementencoördinator, met de gemeente Oss over horeca gerelateerde wetten en regels in de gemeente en over veiligheid en openbare orde.

De KHN is in het centrum van Oss ook actief via haar afgevaardigde in het bestuur van het CMO onder andere op het gebied van het (mede)organiseren van evenementen en inspraak en input op gemeentelijk beleid. Tussen de regiomanager KHN en de centrummanager is periodiek overleg.

Uitvoering werkzaamheden

Het bestuur stuurt de centrummanager aan die acties uit het jaarplan uitvoert, deelneemt aan werkgroepen en adviseert over beleidszaken. Hij rapporteert aan het bestuur en bewaakt met hen de voortgang. Daarnaast speelt de centrummanager een actieve rol binnen diverse projecten zoals in 2020 binnen het gemeentelijke project 'Steengoed Oss'. Hij is het eerste aanspreekpunt van en naar (potentiële) centrumondernemers, maar ook in toenemende mate voor bewoners van het centrum. De centrummanager initieert ideeën voor activiteiten, promoties, acties, communicatie en gebiedsontwikkelingen zoals in 2020 het platform 'De Winkelier van hier'.

Namens het CMO bestuur maakt de centrummanager sinds twee jaar deel uit van de kerngroep Uithuis die zich intensief bezighoudt met de invulling en programmering van deze entiteit later in het Wal Kwartier. In 2020 werd door deze groep belangrijke input geleverd voor het 'Businessplan Walkwartier & Uithuis'.



Sinds twee jaar neemt de centrummanager deel aan een werkgroep die zich bezighoudt met het opstellen van de Visie recreatie en toerisme van de gemeente Oss. Ook het lidmaatschap aan de redactieraad 'Tref het in Oss' behoorde tot 2020 tot zijn activiteiten. Dit lidmaatschap werd in 2020 overgenomen door de evenementencoördinator. Tenminste vier keer per jaar vergadert de redactieraad om te evalueren over het lopende promotieprogramma en om nieuwe programmaonderdelen te bespreken en vast te stellen.



In 2020 bood de centrummanager veel ondersteuning aan individuele ondernemers voor Covid-19 gerelateerde vragen en was hij in nauw contact met het gemeentelijke ondersteuningsteam. Voor horecaondernemers in het centrum was hij in 2020 de coördinator voor de tijdelijke uitbreiding van de terrassen.

In 2020 kreeg de centrummanager een met betrekking tot Covid-19 een 'radarfunctie' voor het Veiligheidsteam van de gemeente Oss.

Voor de tientallen evenementen in het centrum wordt de centrummanager vanaf 2016 bijgestaan door een evenementencoördinator. Dit voor het afstemmen van evenementen, het uitwerken van nieuwe evenementen, de coördinatie van vergunningaanvragen en het bewaken van de veiligheid. In haar werkzaamheden trok zij in 2020 intensief op met de afdeling vergunningverlening van de gemeente Oss en met diverse organisatoren van grote en kleine evenementen. Door het verbod op evenementen door Covid-19 werden de contacten met partijen nog intensiever. Daarnaast gaf de evenementencoördinator veel steun aan het platform 'De winkelier van hier' en de hiermee gepaard gaande uitgebreide communicatie en promotie.

Huisvesting

Vanaf april 2016 is het CMO gehuisvest aan de Peperstraat 12 in Oss. De vergaderingen en werkzaamheden van het bestuur, de centrummanager en de evenementencoördinator vinden vanaf die tijd plaats vanuit deze locatie. In de beschikbare ruimten maken diverse andere partijen en individuen ook (tijdelijk) gebruik van het pand waaronder de organisatie van Winterland Oss, het initiatief VOLOP Oss en de kwartiermaker van Het Warenhuis.



De huurovereenkomst met de gemeente Oss voor deze locatie eindigde per 31 december 2020. Vanaf 1 januari 2021 is het nieuwe adres Goudmijnhof 26a in Oss.

4. Evenementen

In de begroting van 2020 werd voor evenementen een bedrag van € 110.500,- opgenomen. Dit bedrag is inclusief € 10.000,- voor ondersteuning.

Door het verbod op het organiseren van evenementen zijn de kosten in deze rubriek ruim € 70.000,- lager uitgevallen dan begroot. Het betrof onder andere het wegvallen van Bevrijdingsfestival, Samba Festival, Living Statues Festival, Zomer-stratevenementen, Halloween, Intocht Sinterklaas en Pietspektakel en Winterland Oss. Door het verbod werden ook inkomsten misgelopen voor onder meer de Koningsdag en de Modégala's. De jaarlijkse culturele subsidie voor het Living Statues Festival mocht van de gemeente Oss voor de Osse Casino Dagen, door het CMO in de laatste week van augustus georganiseerd, worden ingezet.

De niet bestede gelden van de door de ondernemers opgebrachte reclamegelden werden ruimschoots ingezet voor alternatieve activiteiten, maar in het bijzonder voor extra communicatie en voor voorlichting en promotie doeleinden.

Evenementen zijn, zeker gezien het veranderende karakter van het centrum, belangrijk voor de aantrekkelijkheid van het stadscentrum en daarmee voor het imago, de stadspromotie en economische ontwikkeling van Oss als gemeente. Het is van groot belang om naast de bestaande evenementen regelmatig nieuwe evenementen te bedenken, ook om als stadscentrum aantrekkelijk en onderscheidend in de regio te blijven.

Met ruim 50 evenementen in het voorgaande jaar was dit onderwerp vanzelfsprekend ook in 2020 een belangrijk aandachtsgebied met als rode draad de uitkomsten van een behoeften- en wensenonderzoek onder de inwoners van de gemeente Oss met betrekking tot evenementen in het centrum dat het CMO in 2019 liet uitvoeren. Hieruit blijkt dat 77% tot en met 87% van de inwoners van de gemeente Oss een positief gevoel heeft over evenementen in het centrum van Oss. Maar ook dat er een tekort is aan evenementen voor jeugd (12-17) en ouderen (70+), muziekevenementen ook kleinschaliger kunnen of in combinatie met eten, culturen, markten en thema's. Verder is het hebben van een veilig gevoel tijdens evenementen van groot belang vinden de respondenten.

Na succesvolle edities van Klunen in Oss en het Ossekoppenplein aan het begin van 2020 was door het, na het uitbreken van Covid-19, snel gedaan met evenementen in het Osse centrum. Door het kabinet werden alle evenementen per direct verboden. In de periode daarna bleef het bij nieuwe maatregelen of versoepelingen lang ongewis wat eventueel nog mogelijk zou worden. Vanuit het CMO is veel tijd en aandacht gegaan naar mogelijke verplaatsingen van kleine en grote evenementen in 2020, maar ook naar de organisatie van alternatieven, hierbij geadviseerd door de afdeling VTH van de gemeente Oss.

Enkele voorbeelden:

- Met de organisatie van De Osse Kwis werd op 27 juni 2020 vanuit theater De Lievekamp een online editie van deze populaire kwis georganiseerd. In het thema, in de vragen en in de opdrachten stond 'De winkelier van hier' centraal. Vanuit het CMO werd dit evenement ondersteund met een bijdrage van € 1.500,-.
- Vanwege het niet veilig kunnen organiseren van een kermis in het Osse centrum is deze in 2020 uitgeweken naar de Rusheuvel voor het 'grootvermaak' en voor een nostalgische kermis naar het Jan Cunen Park.

- Na het afgelasten van het evenement Fashion Oss eind maart werd voor de editie van september een alternatief op het Walplein georganiseerd. Dit bestond uit een catwalk van 80 meter met 200 stoelen op afstand eromheen. De kosten bedroegen € 6.900,-.



- Al heel vroeg werd vorig jaar duidelijk dat van een traditionele Sinterklaasintocht met ontvangst in de haven en een rijtoer naar het Osse centrum geen sprake kon zijn. Als alternatief werd een spetterende Osse Sint Show op het parkeerterrein aan de Wal uitgewerkt. Op deze locatie zou een overdekt openluchttheater gebouwd worden voor livemuziek en dans op veilige afstand van elkaar, maar niet minder leuk en gezellig voor het jeugdige publiek en hun ouders. Toen duidelijk werd dat Covid-19 hier ook roet in het eten ging gooien is als 'uitleg' naar alle kinderen in Oss een video gemaakt waarin te zien is dat Sinterklaas toch in Oss is gearriveerd. De kosten van deze productie bedroegen € 1.500,-.



- Ter vervanging van Living Statues Festival werd door het CMO een alternatief evenement 'De Osse Roulettedagen' op 29 en 30 augustus 2020 georganiseerd. Bij besteding in het Osse centrum ontvingen klanten een kraskaart die recht gaf op deelname aan de roulettetafel. Bij een winnend nummer ontvingen de klanten een waardebon van € 25,- te besteden bij 'De winkelier van hier'. De totale kosten van dit evenement, inclusief uitvoering en promotie bedroegen € 9.750,-. Hiervoor mocht de gemeentelijke subsidie voor het Living Statues Festival worden ingezet.

- Door heel veel enthousiasme bij organisatoren én Ossenaars is Halloween in een paar jaar tijd uitgegroeid tot een niet meer weg te denken evenement in het centrum. De organisatoren waren van mening dat, ondanks Covid-19, een verantwoord kinderprogramma moest worden geboden. Met veel creativiteit bestond dit uit acht gratis programmaonderdelen zoals een Heksenjacht en een Griezeltocht. Deze waren gepland voor de laatste twee weken van oktober. Door het verbod op evenementen eerder in oktober kwam ook het alternatieve programma te vervallen. De ingekochte versnaperingen zijn geschonken aan de Voedselbank Oss. De kosten waren € 760,-.

- Voor het belangrijke centrumevenement Winterland Oss, dat al weer enkele jaren op de Heuvel haar tenten optrekt, werd een alternatief uitgewerkt voor het parkeerterrein aan de Eikenboomgaard. De insteek was een compleet programma voor de jeugd inclusief kleine kermisattracties. Ook het alternatieve Winterland Oss mocht niet georganiseerd worden.

Verder is het centrum het hele jaar nagenoeg 'evenementvrij' gebleven. Om het verantwoord shoppen toch nog tot 'een feestje' te maken werden vanuit het CMO in november en december twee activiteiten georganiseerd voor centrumbezoekers en centrumondernemers:

Weekend inpakservice

Om centrumondernemers te ontlasten en lange rijen in en voor winkels te verkleinen, werd aan klanten gedurende vier weekenden in november en december 2020 een gratis inpakservice aangeboden. Op vertoon van de kassabon werd van elke aankoop een feestelijk cadeautje gemaakt. De locatie was de Galerij waar overdekt, met een goede routing, muziek en een feestelijke aankleding klanten terecht konden. Het inpakken werd gedaan door werknemers van enkele horecabedrijven waarmee afspraken waren gemaakt. Voor de promotie werden door het CMO winkelflyers voor ondernemers gemaakt, berichten op social media geplaatst, een commercial op Dtv uitgezonden en advertenties in Weekblad Regio Oss geplaatst. De kosten voor de uitvoering en de promotie van deze service waren € 2.300,-.



Decemberloterij

Voor de maand december werd een loterij uitgerold. Het principe was eenvoudig: elke deelnemende ondernemer regelt zijn eigen loterij zoals prijzenpakket, uitgifte van loten, de trekkingen en eigen communicatie. De ondersteuning van het CMO bestond uit grote raamstickers voor de herkenbaarheid van de deelnemers en het displayen van hun prijzen, loten voorzien van invulruimte naam-email-telefoonnummer voor eigen registratie van ondernemers en een lotenbox voor het inleveren van loten in de winkel. Voor de promotie werden door het CMO berichten op social media geplaatst en pagina grote advertenties in Weekblad Regio Oss geplaatst. De kosten voor de uitvoering en de promotie van deze loterij waren € 1.850,-.

5. Projecten

In de begroting van 2020 werd voor projecten een bedrag van € 68.000,- opgenomen. De werkelijke uitgaven voor projecten bedroegen € 58.000,-. Er werd onder meer geen beroep gedaan op de subsidie voor het project Mijn Droomwinkel.

Een korte toelichting op een aantal projecten.

AED

Het CMO is sinds enkele jaren verantwoordelijk voor de aanwezigheid en onderhoud van zeven AED's in het centrum. Vijf hiervan zijn tijdens winkelopeningstijden beschikbaar en twee tijdens de openingstijden van de horecabedrijven waar deze geplaatst zijn. Ondernemers en hun personeelsleden op de betreffende locaties worden periodiek getraind voor de juiste toepassing van de levensreddende AED apparatuur. Dit gebeurt vanuit eigen BHV opleidingen en via het CMO. Omdat de levensreddende acties bij bewusteloosheid en ademstilstand binnen zes minuten moeten worden gestart was uitbreiding van AED's op buitenlocaties voor het CMO een belangrijke vervolgstap. Dit met het oog

op een toename van het aantal centrumbezoekers en bezoekers aan evenementen en horeca. In 2019 werden door het CMO twee buitenkasten geplaatst op de locaties Meijerijische Kar en De Steeg. Bij de Rabobank aan het Heschepad was al een AED buiten aan het pand aanwezig.

Omdat in verband met Covid-19 geen bijeenkomsten georganiseerd mochten worden kwamen de jaarlijkse AED trainingen in 2020 te vervallen.



Graffiti

Een schoon, heel en veilig centrum is essentieel voor het trekken van bezoekers naar de binnenstad van Oss. Voor het onderdeel schoon heeft het CMO, inmiddels meer dan 10 jaar, een onderhoudsabonnement met een Osse onderneming voor de verwijdering van graffiti. Na melding worden tags binnen enkele dagen verwijderd. De abonnementskosten waren in 2020 € 12.420,-.

Hanging baskets

De hanging baskets in de zomer zijn niet meer weg te denken uit het centrum van Oss. Centrumbezoekers en centrumondernemers waarderen de verfraaiing van het straatbeeld met deze vorm van bloemen bijzonder. De baskets hangen in de periode mei tot en met oktober. De uitgaven voor de plaatsing, het watergeven en het onderhoud van de 120 dubbele en 35 enkele zomerbaskets in 2020 bedroegen € 17.000,-.

Sfeeractiviteiten

In de loop der jaren is de sfeerverlichting in het centrum voor de periode november – januari aanzienlijk uitgebreid. Het CMO is verantwoordelijk voor coördinatie van montage en demontage, leasekosten, onderhoudskosten van de boomverlichting, energiekosten en storingsmeldingen. Ook in het Covid-19 jaar heeft het bestuur van het CMO bewust gekozen om niet te minderen op sfeerverlichting en sfeer verhogende elementen zoals kerstbomen en aankleding van beschikbare etalages. In deze rubriek kwamen de totale uitgaven in 2020 uit op een bedrag van € 25.641,-.

Leegstandsbestrijding

In de begroting van 2020 werd voor leegstandsbestrijding, inclusief Mijndroomwinkel, een bedrag van € 10.000,- opgenomen. De werkelijke uitgaven waren bijna € 4.000,-.

Ondanks Covid-19 laten leegstandscijfers eind september 2020 een daling zien tot onder de 15%, terwijl dit percentage in maart van dat jaar nog ruim 18% bedroeg. Deze daling kan toegeschreven worden aan nieuwe ondernemers, verhuizing van ondernemers en aan transformatie van panden.

Mijndroomwinkel

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 kregen startende ondernemers een unieke kans hun droom van een winkel waar te maken. Dit initiatief bood in de jaren na de start aan acht starters de kans voor een eigen onderneming in het centrum van Oss. De centrummanager is (eind)verantwoordelijk voor de onder-

handelingen met de vastgoedeigenaren, het opstellen van de contracten, het begeleiden van diverse ondernemers en andere activiteiten die zich vanuit het lopende proces aandienden. In 2020 melden zich geen nieuwe kandidaten.

Pop-up-stores

Tijdelijke invulling van leegstaande panden met zogenaamde pop-up-stores, ook voor andere invullingen naast winkels en horeca, zorgen daarnaast ook voor een aanvullend aanbod voor de bezoekers van het centrum van Oss. Vanuit de Taskforce Stadshart Oss werd eerder contact gelegd met de



Stichting VOLOP Brabant die in 's-Hertogenbosch mooie resultaten op het gebied van pop-up-stores heeft gerealiseerd. Met hulp van de gemeente Oss kwam in 2019 een samenwerking met deze stichting voor Oss tot stand. Het CMO ziet dit initiatief als een mooie en zeer welkome aanvulling op het project Mijn Droomwinkel en steunt dit initiatief met advies en inzet via de centrummanager. Ook in 2020 was VOLOP Oss actief vanuit de Werkplaats Stadshart Oss aan de Peperstraat.

Overige inspanningen leegstandsbestrijding

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.

Om de aantrekkelijkheid voor het winkelend publiek te verhogen is er in het afgelopen jaar, ondanks Covid-19, weer aandacht geweest voor het etaleren van leegstaande winkelpanden. De verzorging is in handen bij een lokale etaleur. De coördinatie loopt via de centrummanager.

Schouw

Met de gebiedsbeheerder centrum van de gemeente Oss werd in 2020 weer periodiek een inspectieronde in het voetgangersgebied en de aanloopstraten gemaakt. Tijdens deze rondes wordt de status van de openbare ruimte bekeken zoals groen en andere voorzieningen en worden eventuele acties uitgezet. Meldingen over de openbare ruimte vanuit inwoners van Oss en centrumondernemers worden, indien noodzakelijk, direct gezamenlijk opgepakt. Ook onderwerpen zoals belijning van de openbare ruimte werden samen met de gebiedsbeheerder opgepakt.

Gebiedsprofielen en vergroening

Aan de beleving van het centrum van Oss moet blijvend hard gewerkt worden, onder meer door gebiedsprofielen en vergroening. Grootschalige gebiedsprofielen dragen bij aan het behoud van bestaande ondernemers, het aantrekken van nieuwe ondernemers en bieden daarnaast ook een recreatieve ruimte voor het toenemend aantal centrumbewoners.

Eikenboomgaard

In het najaar van 2018 presenteerde het CMO haar visie voor ontwikkelmogelijkheden in het gebied tussen de Eikenboomgaard en de Oostwal met het plan 'Park Eikenboomgaard'. Een dergelijk stads-

park, een groene long met water met een oppervlakte van 4.500 m², geeft volgens het CMO mogelijke oplossingen voor een aantal hete hangijzers waarmee het centrum van Oss stoeit. Zoals het houden van evenementen op de Eikenboomgaard, leegstand en het verplaatsen van de weekmarkt en een gedeelte van de kermis. Daarnaast voorziet het de binnenstad van de broodnodige impuls om het weer aantrekkelijk te maken voor winkelend publiek, landelijke ketens en lokale (nieuwe) ondernemers. Het park biedt daarnaast ook een recreatieve ruimte voor het toenemend aantal centrumwoners. Helaas ontbreekt de politieke steun momenteel om dit project vorm te geven.

Burgwal

In 2019 presenteerde het CMO het plan 'Burgwal Boulevard'. Dit plan is een combinatie van een aantrekkelijke winkelstraat met dito verblijfsruimte, fraaie gerenoveerde gevels met veel groen en een straat met een duidelijk profiel. Naar aanleiding van het plan vond in februari 2020 de eerste bijeenkomst plaats, gevolgd door een bijeenkomst in oktober. Er werden tijdens de eerste bijeenkomst twee werkgroepen geformeerd om het plan verder uit te werken. Binnen de werkgroepen werd consensus bereikt over de inrichting van de openbare ruimte, het handhaven van eenrichtingsverkeer en het handhaven voor het stallen van de fietsen. Dit laatste mogelijk in een overdekte ruimte. De vervolgacties liggen nadrukkelijk bij de deelnemers van de werkgroepen en bij de gemeente Oss voor de uitwerking van ideeën. Dit project kan zeer kansrijk zijn in combinatie met ontwikkelingen rondom het Walkwartier.

Walplein

Vanuit de Taskforce Stadshart Oss werd in 2017 geïnvesteerd in een kindvriendelijke zandbak en drie plantenbakken met zitbanken op het Walplein. Voor de uitvoering werden gebruikte pallets toegepast. Van de voorzieningen werd direct veel en dankbaar gebruikgemaakt, terwijl de elementen een mooie opvulling aan het plein gaven. In 2019 werd samen met de gemeente Oss besloten om de toenmalige



palletuitvoering te gaan verduurzamen. Hiervoor werd een overeenkomst gesloten met een gespecialiseerd bedrijf in Oss op het gebied 'betonprinten'. Helaas niet succesvol. In eerste instantie door niet te kunnen leveren en plaatsen in 2019 en daarna in 2020 met de uitvoering en kwaliteit van de materialen. Door het CMO werd aan dit project € 15.000,- bijgedragen. De gemeente Oss is regievoerder en zorgt voor de verdere afwikkeling met het bedrijf.

Terwaenen

Voor de kop van Terwaenen bestaat de wens om deze belangrijke stadsentree te versterken en aantrekkelijker te maken. Dit kan door hoofdzakelijk groenelementen toe te voegen waarmee een verbetering van de belevingswaarde, ook door minder verharding, kan worden bereikt. Ondernemers aan Terwaenen krijgen in deze ruimte ook de mogelijkheid om mooiere terrassen te plaatsen. In juli 2020 werden de contouren verder uitgewerkt. Op dinsdag 15 september vond in de Werkplaats Stadshart Oss aan de Peperstraat de eerste bijeenkomst met bewoners, vastgoedeigenaren en ondernemers plaats, gevolgd door nog enkele digitale bijeenkomsten. De plannen zullen naar verwachting in de eerste helft van 2021 worden uitgevoerd.

Heuvel

In 2020 werden met een aantal belanghebbenden ook de vergroeningsmogelijkheden voor de Heuvel opgepakt. De Heuvel is de huiskamer van het centrum waar veel activiteiten en evenementen plaatsvinden. Het uitgangspunt is dat deze activiteiten aanwezig blijven c.q. (grotere) evenementen georganiseerd kunnen blijven worden. Daarom wordt gedacht aan verplaatsbaar groen in de vorm van bakken. Het plein heeft rondom al fraaie bomen met een mooie schaduwwerking. Een groene poort bij de entree van de Galerij kan zowel de entree tot de achterliggende winkels aantrekkelijker maken evenals het zicht vanaf de Heuvel. Het is de bedoeling de groenplannen voor de Heuvel in het najaar van 2021 te realiseren.

Diversen

Na de eerdere herinrichting van het Klaphekplein met een bijen- en vlindertuin werd in juni 2020 de herinrichting van het Tapijplein een feit. Tussen het groen werden hier ook fraaie panelen van het kunstproject 'De Werkers' geplaatst.

Project Steengoed Oss

Hoe ziet de toekomst van het Osse centrum eruit? Hoe geven eigenaren, ondernemers en de gemeente samen vorm aan deze toekomst? Vragen die voor de corona-crisis al actueel waren maar nu meer dan ooit. De opgave om het stadshart Oss toekomstbestendig te houden en te maken vraagt om een op maat gesneden en doelgerichte aanpak.

Daarom werkten de gemeente Oss in 2020 samen met vastgoedeigenaren en het CMO aan het project 'Steengoed Oss'. Met dit project onderzochten de gemeente Oss en het CMO welke kansen en mogelijkheden de vastgoedeigenaren zien voor een compacter en toekomstbestendig centrumgebied. De expertbureaus Stad & Co en Ruimtevolk hielden verschillende (digitale) sessies en interviews met de vastgoedeigenaren uit het centrum. Daarin spraken ze over de toekomst van het Osse centrum en de kansen en wensen daarvoor. Het eindrapport, dat in het voorjaar van 2021 wordt verwacht, is een eerste 'kansen- en toekomstkaart vastgoed' voor het Osse centrum.

Het eindrapport gaat inzicht geven in verschillende ontwikkelrichtingen:

- drie polen, die elkaar aanvullen en onderling een onderscheidend karakter hebben
- een binnenstad die op zichzelf aantrekkelijk is en belevingswaarde heeft met sterke en aantrekkelijke groene ruimtes, het uitlichten en aanlichten van belangrijke historische panden en plekken
- stevige vergroening op de Heuvel, het Walplein en rondom het Walkwartier
- verbindende 'kernstraten' met een ononderbroken programma op de begane grond zoals winkels en publieksfuncties en met wonen op de verdiepingen
- binnenstedelijk wonen in de schil met proactief doorschuiven van winkels en publieksfuncties van de schil naar de pit.

De opbrengst van dit project is tevens dat er verder zal worden gewerkt aan een samenwerkingsverband van vastgoedeigenaren met een vertegenwoordiging in het bestuur van het CMO.

De Firma Streek

Binnen het CMO wordt, samen met de Maasmeanders, al enkele jaren nagedacht over de realisatie van een winkel met een gevarieerd aanbod van streekgebonden producten. Het concept van deze winkel is gebaseerd op het aanbod en de promotie van lokale (vers)producten. Dagvers, eerlijk, duurzaam, ambassadeurschap en samen ondernemen zijn kernwaarden.

In 2020 werden belangrijke stappen gezet ter voorbereiding op een mogelijke opening in 2021. Met een communicatiebureau kwam de naam 'De Firma Streek' met de bijbehorende huisstijl tot stand. Door het wegvallen van de activiteiten van VVV Noordoost Brabant zagen de initiatiefnemers kansen voor een mooie combinatie met een nieuw op te richten toeristisch informatiepunt Oss. Op 30 oktober verzorgde de centrummanager aan vier Osse wethouders een uitgebreide presentatie over het concept en de unieke kans op een combinatie met een toeristisch informatiepunt.

Aan de Kruisstraat 18 werd een optie genomen op een passend pand. Op 9 december werden daar bijna 50 belangstellende ondernemers in drie sessies door de centrummanager geïnformeerd over hun mogelijke deelname aan het concept De Firma Streek.

Dealokal

Op de cover van het CMO Jaarplan 2021 staat de volgende tekst: 'Consumenten kopen steeds meer lokaal en de trend dat grote steden aan populariteit winnen ligt voorlopig achter ons. Onze uitdaging in 2021 is om dit vast te houden en samen deze noodzakelijke loyaliteit te vergroten!'

Afgelopen jaar is veel energie gestoken in een unieke loyaliteitsapp met een lokale ontwikkelaar. Met deze app kunnen deelnemende centrumondernemers een brug slaan tussen online en offline. Op zeer eenvoudige wijze kunnen zij direct en dagelijks deals plaatsen en kunnen loyale klanten worden beloond.

De app geeft uitgebreide managementinformatie. De app komt beschikbaar via de appstores voor Apple en Android.

Vanuit zijn expertise van loyaliteitsproducten heeft de centrummanager bijgedragen aan de input voor de ontwikkeling van de app en deelgenomen als tester. Het CMO zal verder verantwoordelijk zijn voor de introductie naar en de begeleiding van alle centrumondernemers en ook voor een deel van de promotie waaronder de productie van promotiematerialen. De introductie staat gepland na het opheffen van de volledige lockdown voor zowel winkeliers als horecaondernemers. Met deze app krijgt het centrum van Oss een absolute primeur waarvoor géén investeringen in hard- en software nodig zijn en géén dure abonnementen, promotiekosten of betalingen over omzetten en vouchers betaald hoeft te worden.

6. Communicatie

Het CMO zet voor communicatie, naast de promotiemiddelen voor evenementen en open zondagen zoals advertenties en posters, haar website www.centrummanagementoss.nl, Facebook en Instagram Het Osse Centrum in. In de begroting van 2020 werd voor communicatie en pr een bedrag van € 33.700,- opgenomen. De werkelijke uitgaven bedroegen € 74.768,-. Een bedrag van € 32.896,- van de niet-begrootte kosten waren voor het platform 'De winkelier van hier'.

De winkelier van hier

In maart 2020 werd in enkele dagen tijd het online platform 'De winkelier van hier' opgezet. Het belangrijkste doel was een moreel appel te doen op de Ossenaars om loyaal te zijn aan de ondernemers in het Osse centrum en bij voorkeur bij hen te besteden. Ter ondersteuning werd een nieuwe communicatielijn ontwikkeld inclusief voorlichtings- en displaymaterialen, advertenties en filmpjes. Een korte toelichting op enkele acties:

- Met bureau Apostle werd een promotiecampagne voor centrumondernemers opgezet. Bij 45 ondernemers werden filmpjes opgenomen. Hiervoor werd voor 'De winkelier van hier' een eigen You-



Tube kanaal geopend. Naast aandacht voor de filmpjes via de Facebookpagina Het Osse Centrum werden de filmpjes ook gedeeld via de social mediakanalen van de deelnemende ondernemers voor een groter bereik. Deelname was gratis. De totale kosten voor deze campagne bedroegen € 4.000,-.

- Naast het hiervoor genoemde YouTube filmpjes liet het CMO in 2020 nog zes videoproducties maken voor uitzending via social mediakanalen en Dtv Oss. In een commercial 'Haal Lokaal' stond de vraag 'waar eten wij vandaag?' centraal. Tien horecaondernemers en hun gerecht werden gefilmd. In totaal had de 'Haal Lokaal' pagina binnen het platform 'De winkelier van hier' ruim 40 deelnemers. Burgemeester Buijs was in december verhalenverteller en ambassadeur in een videoproductie voor veilig en verantwoord lokaal kopen.
 - Voor de winkeliers was het belangrijk dat de winkels zoveel mogelijk openbleven. Om het deurbelid op een vriendelijke manier kenbaar te maken, werden diverse gratis point-of-sale materialen gemaakt waaronder deur- en vloerstickers.
 - In de zomer van 2020 verstuurde de bestuursleden van het CMO persoonlijke kaarten naar alle centrumondernemers om hen op deze wijze een steuntje in de rug te geven.
 - Aan de staalkabels van de sfeerverlichting hingen in de periode juni tot en met november 35 harten met het logo van 'De winkelier van hier'.
-
- Op verzoek van de COO werd eenmalig een couponactie in Weekblad Regio Oss opgezet. Hieraan konden centrumondernemers met in totaal 160 coupons gratis deelnemen. De kosten hiervoor waren in totaal € 5.040,-.
 - In de september editie van businessmagazine 'Bedrijvig Oss' kreeg het thema 'De winkelier van hier' aandacht.

Website

Via de website worden ondernemers geïnformeerd via vaste rubrieken maar wordt ook ingespeeld op actualiteit. Te vinden zijn diverse rubrieken zoals updates, schoon-heel-veilig en algemene informatie. Er zijn buttons 'te huur' en 'ter overname' te vinden voor een uitgebreid en actueel aanbod. In 2020 werden hieraan de rubriek 'Covid-19' toegevoegd evenals een link naar www.dewinkeliervanhier.nl. Het beheer van de website wordt uitgevoerd door de centrummanager. De kosten voor de website bedroegen in 2020 € 610,-.



Naar de stad uitingen

Voor promotie van het centrum van Oss verscheen ook in 2020 elke twee weken weer een speciale centropagina in Weekblad Regio Oss. Dit medium heeft een oplage van bijna 50.000 stuks. Op deze pagina werd aandacht gegeven aan evenementen, acties, activiteiten en nieuwe ondernemers in het centrum. Extra pagina's werden in 2020 ingekocht specifiek voor het thema 'De winkelier van hier'. Maar ook voor de inpak- en toiletserie en de Decemberloterij. De input en de coördinatie werd weer verzorgd door de centrummanager en de evenementencoördinator. De kosten voor deze printuitingen in Weekblad Regio Oss bedroegen € 14.060,-.

Marketingpromotie

Voor de promotie wordt ook op succesvolle wijze Facebook en Instagram Het Osse Centrum ingezet. De berichten en ook filmpjes via dit medium worden verzorgd door Social Media Oss met input van de centrummanager en de evenementencoördinator. Eind vorig jaar stond het aantal 'likes' op ruim 9.000. De uitgaven voor Facebook en Instagram in 2020 bedroegen € 6.192,-. De kosten van acties zoals de Decemberloterij vallen ook in deze rubriek.

Themaweken

In 2019 werden in de zomermaanden voor de eerste keer de succesvolle themaweken 'Summer in the city' georganiseerd. Door het CMO werd gezorgd voor straataankleding door middel van 'surfplanken' aan de kabels van de sfeerverlichting. Voor de promotie binnen winkels en horeca waren promotiematerialen zoals raamstickers, strandballen, etalageborden, bierviltjes en strandstoelen beschikbaar. Voor de zomer van 2020 stond een herhaling van de succesvolle weken op de planning. Door de ernstige beperkingen in verband met Covid-19 werd hiervan door het CMO afgezien.

Ondernemersavonden

Een belangrijk onderdeel in de communicatie met centrumondernemers zijn, naast de website, de nieuwsbrieven en social media, ook ondernemersavonden. Stakeholders worden uitgenodigd om over bepaalde thema's mee te komen praten. De bijeenkomsten worden georganiseerd door het CMO in samenwerking met winkeliersvereniging COO. De geplande avond in november 2020 kwam door Covid-19 te vervallen. Hiervoor was om deze reden, in afwijking tot eerdere jaren, een alternatief programma opgesteld in theater De Lievekamp. Door de gedwongen sluitingen van theaters vanaf 14 oktober moest ook deze geplande bijeenkomst worden afgeblazen. Ook konden er in 2020 geen themabijeenkomsten voor ondernemers worden georganiseerd.

Raadsinformatieavonden

In 2020 is een start gemaakt met het organiseren van twee bijeenkomsten per jaar met geïnteresseerde leden van de gemeenteraad van Oss. De eerste bijeenkomst was op 17 februari in De Werkplaats Stadshart Oss aan de Peperstraat. Hierbij was ook expertbureau Locatus aanwezig om de leegstand in het centrum van Oss te becommentariëren en af te zetten tegen de landelijke ontwikkelingen. De bijeenkomst van 9 december vond volledig digitaal plaats. De centrummanager gaf een uitgebreide terugblik op de centrumontwikkelingen in 2020.

Chainels

Om de communicatie tussen stakeholders, in het bijzonder tussen de gemeente Oss en de centrumondernemers via het CMO, te verbeteren, werd in 2019 onderzoek gedaan naar mogelijkheden voor een online communicatieplatform. Tijdens deze zoektocht zijn we uitgekomen op het online platform Chainels dat specifiek ontwikkeld is voor winkelgebieden. Het platform bestaat uit een besloten website en een app.

Relevante berichten op het platform kunnen per e-mail naar alle gebruikers worden gestuurd. Zo blijven ook de deelnemers die hun account niet hebben geactiveerd op de hoogte van wat er speelt, vooral ook over berichten, projecten en beleidswijzigingen van de gemeente Oss die relevant zijn voor centrumondernemers en hun klanten. Tot slot kunnen berichten in Chainels hergebruikt worden voor de eenvoudig te genereren nieuwsbrief. Deze kan worden gebruikt om relaties die niet bij het platform zijn aangesloten te informeren of om bepaalde berichten extra onder de aandacht te brengen. In 2020 werden binnen de regiegroep Taskforce Stadshart Oss (financiële) afspraken gemaakt voor de implementatie in 2021.

7. Diversen

- Met de Wijkraad CKM werden in de zomer van 2020 samen met het CMO vier 1.5 meterbankjes bedacht, geproduceerd en geplaatst op diverse locaties in en rond het centrum.
- Global Goals Oss organiseerde op 6 mei een online bijeenkomst onder het thema 'lokaal kopen'. Naast de directeur van expertbureau Strabo en centrumondernemer Peter ter Horst werd door de centrummanager een presentatie gegeven over de gevolgen van de coronacrisis in het Osse centrum en het platform 'De winkelier van hier.'
- Op 30 mei en 26 september was de centrummanager te gast in de uitzending van het programma Focus van nieuwszender Dtv Oss.
- Op 29 september verzorgde de centrummanager een uitgebreide presentatie voor het Kernteam Economie van de gemeente Oss over de impact van Covid-19 op het Osse centrum en haar ondernemers tot dat moment.
- Op vrijdag 11 december hebben wethouder Van Orsouw en de centrummanager een gesprek gehad op het hoofdkantoor van The Sting Company in Lijnden. Met de formuledirecteur de heer Den Os werd gesproken over het vertrek van zijn formule The Sting uit het centrum van Oss en de toekomstmogelijkheden voor zijn (andere) formules in het Walkwartier.

Hart van de stad

je
treft
't in
Oss!



“De kracht van samenwerking is oog hebben voor elkaars belangen en ervaren dat samenwerking meer oplevert dan gescheiden opereren.”

Stichting Centrummanagement Oss

Goudmijnhof 26a, 5348 KJ Oss

www.centrummanagementoss.nl