cmo jaarverslag

2017

"De kracht van samenwerking is oog hebben voor elkaars belangen en beseffen dat samenwerking meer oplevert dan gescheiden opereren."

centrumoss

naar de stad!

Inleiding

Jaarlijks brengt het Centrummanagement Oss (CMO) inhoudelijk en financieel verslag uit. Het inhoudelijke verslag geeft in hoofdlijnen de initiatieven, activiteiten en uitvoering van de werkzaamheden weer. Het financiële verslag bestaat uit een vastgestelde jaarrekening. Voor u ligt het inhoudelijke verslag van 2017.

Het stadscentrum is het hart van de gemeente Oss, een plek waar inwoners en mensen uit de regio graag moeten komen. Het is de plek voor winkelen, recreëren met een hapje of drankje, elkaar ontmoeten en cultuur proeven. Het CMO zet zich in als onafhankelijke organisatie om samen met de belangenorganisaties in het centrum de aantrekkelijkheid en aantrekkingskracht te vergroten. De crisis heeft ook het Osse centrum een gevoelige klap toegebracht en meer structurele veranderingen, zoals het veranderde koopgedrag van consumenten, hebben daar nog eens een flinke schep bovenop gedaan. Het college en de gemeenteraad van Oss hebben hard gewerkt aan de Koers Stadshart en de uitwerking van het Wal Kwartier. Het vaststellen van een visie, het benoemen van de belangrijkste opgave en het uitwerken daarvan getuigt van grote daadkracht en dat heeft het centrum nodig. De problematiek in het stadscentrum gaf ook alle aanleiding om de krachten te bundelen. Binnen de Taskforce Stadshart hebben de gemeente Oss, centrumondernemers, centrummanagement en vrijwilligers de handen succesvol ineengeslagen. Die samenwerking heeft zijn vruchten afgeworpen en doet dat nog steeds en past volledig in de nieuwe werkwijze van de gemeente Oss om samen met stakeholders te werken aan opgaven.

Fashion & Food

Het door het CMO in 2016 opgestelde Koersdocument 3.0 was leidend voor de inspanningen in 2017. Dit document werd afgestemd op de geformuleerde uitgangspunten van de Koers Stadshart Oss van de gemeente Oss omdat het CMO achter deze koers en de opgaven, zoals die daarin worden benoemd, staat. Als belangenorganisatie van de centrumondernemers wil het CMO zich graag optimaal inzetten om aan genoemde plannen en projecten mede uitvoering te geven. Dat blijft het CMO doen vanuit haar eigen verantwoordelijkheid en visie.

Halloween

Het CMO heeft in 2017 weer een aantal succesvolle evenementen terug laten keren. Maar er was ook ruimte voor nieuwe evenementen, vooral in vakantieperioden gericht op kinderen met zand, springen en water en voor volwassen met een uitgebreid programma 'straattheater' op zaterdagen. De evenementencoördinator speelde weer een grote rol in het afstemmen van evenementen, het uitwerken van nieuwe evenementen, de coördinatie van vergunningaanvragen en het bewaken van de veiligheid. In 2017 vonden bijna 60 evenementen plaats in het Osse centrum die door vele tienduizenden bezoekers vanuit de regio werden bezocht en gewaardeerd.

Straattheater

Voor de communicatie en promotie van het centrum in het algemeen en evenementen en activiteiten in het bijzonder, werden in 2017 de website centrummanagementoss.nl, digitale nieuwsbrieven, de Facebookpagina 'Het Osse Centrum' en de centrumpagina 'Naar de stad' in weekblad Regio Oss ingezet. Ook werd voor specifieke campagnes gebruik gemaakt van weekblad De Sleutel. Voor centrumondernemers werden diverse themabijeenkomsten, ondernemersborrels en vergaderingen georganiseerd.

Het samenwerkingsinitiatief tussen de gemeente Oss, centrumondernemers, CMO en de Taskforce Stadshart Oss, was ook in 2017 weer op diverse fronten actief met het revitaliseren van het centrum. Aanpak van de winkelleegstand, de verbetering van gevels en branding/communicatie naar consumenten stonden hoog op de agenda. Nieuwe thema's die aan deze agenda werden toegevoegd waren 'Mijndroomwinkel' en 'wonen in het centrum'. Ook werden vanuit het samenwerkingsinitiatief 'quick wins'

Sfeervolle Peperstraat

voor de openbare ruimte uitgewerkt zoals de groenprojecten Houtstraat en Walplein en welkomstbogen in de Peperstraat, Kerkstraat en Houtstraat.
Overleggen, bijeenkomsten en presentaties Taskforce Stadshart Oss vonden plaats in de Werkplaats Stadshart Oss aan de Peperstraat.

In aanloop naar de gemeenteraadsverkiezingen 2018 bezocht het CMO diverse raadsfracties om te praten over het veranderende winkellandschap, de positie van het centrum in een middelgrote stad als Oss en de noodzaak van nieuwe structurele impulsen zoals het Wal Kwartier met het concept UIThuis, het continueren van het initiatief Taskforce Stadshart Oss en de rol van een externe evenementencoördinator voor het centrum van Oss.

Het CMO was voor de gemeente Oss weer een belangrijke schakel en klankbord in de verschillende processen die in het centrum

Bikebabes

spelen zowel beleidsvoorbereidend als uitvoerend. Zo was het CMO betrokken bij de voorbereidingen van de plannen 'Wal Kwartier', de uitwerking van 'de markt van morgen' en de pilot 'parkeer maar raak voor een knaak'. Samen met het Kernteam Economie van de gemeente Oss werd eind 2017 de informatiebrochure 'Samen ondernemen in bruisend stadshart Oss' opgesteld om onder meer in te zetten als acquisitiedocument voor makelaars en potentiele (landelijke) ondernemers.

Het CMO bestuur kwam in 2017 elf keer bij elkaar voor formele bestuursvergaderingen en tien keer voor informeel overleg. Daarnaast namen bestuursleden deel aan overleggen met de gemeente Oss en waren zij betrokken bij diverse klankbordgroepen, kennisgroepen en ondernemersvergaderingen. Het afgelopen jaar nam bestuurslid Marcel van Gent afscheid. Centrumondernemer Stephan Damen werd zijn vervanger.

Bestuur Stichting Centrummanagement Oss

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

Uitnodiging Ondernemersavond

Samenvatting activiteiten 2017

1. Evenementen

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. Dit wisten we, zoals in de jaren daarvoor, ook in 2017 weer te realiseren.

In 2017 vonden bijna 60 evenementen plaats. Deze werden georganiseerd door of namens het CMO, door centrumondernemers en door derden.

In de begroting van 2017 werd voor evenementen een bedrag van € 79.050,- opgenomen. De werkelijke uitgaven in 2016 bedroegen € 84.679,-. Een jaar eerder werd een bedrag van € 76.903,- uitgeven voor evenementen.

De volgende evenementen werden gecontinueerd:

- Modegala's in maart en september
- Koningsmarkt en kindervrijmarkt
- Samba Festival
- Living Statues Festival
- City Jungle Oss (OssSport!)
- Halloween Weken
- Intocht Sinterklaas
- Pietenspektakel

Het CMO ondersteunde ook dit jaar weer een aantal door centrumondernemers georganiseerde evenementen:

- Muziekboulevard
- Oranjefeesten
- Walstraat presenteert

Financiële en/of organisatorische ondersteuning kregen de volgende evenementen georganiseerd door derden:

- Rockronde
- Her & Der
- Oss On Classic Wheels
- Cultureel Uitje
- Open Monumenten Dag
- Zandsculpturen Festival Brabant
- Winterland Oss

Nieuwe evenementen in het centrum van Oss waren:

- Korenfestival
- Oss Lakt voor Tijn
- Springkussen Festivals
- Zaterdag Straattheater
- Techniekmiddag

Daarnaast werden de bovenstaande evenementen in 2017 aangevuld met onder meer: het Ossekoppenplein en twee carnavalsoptochten van de SCVO, Fantastival van Muzelinck, Speciaalbierfestival van lokale horecaondernemers, de Kermis Oss van de gemeente Oss, Straatacties van Veilig Verkeer Nederland afdeling Oss, Lions Boekenmarkt, Osse Café Bridgedrive, Stadswandelingen, Pop-up Erfgoedhuis, Rotary Santarun, Muziek bij de Buren en Osjes Winterhuis.

In samenspraak met de winkeliersvereniging Centrum Ondernemers Oss (COO) werd dit jaar weer gekozen voor de open zondagen op de laatste zondag van de maand. Aan de meeste open zondagen in 2017 werd een thema, activiteit of evenement verbonden, de extra open zondagen in december in het thema Winterland Oss.

Een korte toelichting op enkele evenementen:

Korenfestival Oss

Gemengd koor mengelmOeSS uit Oss benaderde het CMO in januari 2017 voor de organisatie van korendag in Oss. Dit in navolging op succesvolle festivals in diverse steden in Nederland. Dergelijke festivals brengen veel publiek op de been. De eerste editie van Koren-

festival Oss vond plaats op open zondag 28 mei met diverse podia door het centrum. Naast een administratieve ondersteuning droeg het CMO € 1.250,- bij.

Oss lakt voor Tijn

Eind 2016 veroverde Tijn Kolsteren de harten van heel Nederland toen hij met het lakken van nagels meer dan € 2,5 miljoen euro ophaalde voor Serious Request. Tijn kwam in 2017 nog één keer in actie met 'LAK. door Tijn'. Deze actie was bedoeld voor een nieuwe, baanbrekende behandelmethode om kinderen met hersenstamkanker een betere

Oss lakt voor Tijn

kans op overleving te bieden. Op initiatief van centrumondernemer Wendy Vogels en met steun van het CMO stonden op 17 juni 2017 van 12.00 uur tot 16.00 uur van de Walstraat tot en met de Heuvel lange aaneengesloten tafels waar Ossenaren andere Ossenaren massaal de nagels konden lakken. De promotie was in handen van het CMO. Per lakbeurt werd een bijdrage van € 5,00 euro gevraagd die volledig naar het goede doel ging. Alle materialen werden gesponsord door lokale ondernemers. De deelname was echt overweldigend en ook de donaties van enkele centrumondernemers. De mooie opbrengst van dit spontane evenement bedroeg € 13.771,-.

Zomerentertainment

In de zomermaanden van 2017 is door het CMO gekozen om extra entertainment te verzorgen op woensdag- en zaterdagmiddagen. Op twaalf zaterdagen en in de periode juli tot en met september traden straatartiesten op die zich over het voetgangersgebied verplaatsten. Er werd gekozen voor uiteenlopende acts zoals een karikaturist, panda en aap, dino's, wandelend wild zwijn, Hunebed act, Pinokkio en Gepetto. Voor een aantal woensdagmiddagen werd gekozen voor drie grote en een klein springkussen op de Heuvel en het Walplein. Dit in combinatie met het water van de watertafel op de Heuvel en de grote zandbak op het Walplein. De uitgaven voor dit extra entertainment bedroegen € 13.909,-.

2. Projecten

In de begroting van 2017 werd voor projecten een bedrag van € 60.600,- opgenomen. Dit is inclusief de lease van € 20.000,- voor sfeerverlichting. De werkelijke uitgaven voor sfeerverlichting, graffitiverwijdering, hanging baskets en leegstandsbestrijding bedroegen € 80.517,-. Dit onder meer door een nieuw gestart project Mijndroomwinkel. In 2015 werd voor projecten een bedrag van € 59.114,- uitgegeven.

Een korte toelichting op enkele 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 betreffende horecabedrijven. 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. In 2017 werd zes keer een AED in het centrum gebruikt. Bij de Rabobank aan het Heschepad is sinds enige tijd een AED buiten aan het pand aanwezig. Omdat de levensreddende acties bij bewusteloosheid en ademstilstand binnen zes minuten moeten worden gestart was uitbreiding van AED's op andere buitenlocaties voor het CMO een belangrijke overweging. Dit met het oog op een toename van het aantal centrumbewoners en bezoekers aan evenementen en horeca. Ook na sluitingstijden van de horecabedrijven zijn deze bezoekers vaak nog enige tijd in het centrum aanwezig. Op basis hiervan werd in 2017 aan een Osse onderneming de opdracht verstrekt voor de productie van twee buitenkasten die medio 2018 zullen worden geïnstalleerd. Het betreft een investering van € 2.500,-.

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 al 10 jaar, een onderhoudsabonnement met een Osse onderneming voor de verwijdering van graffiti. De abonnementskosten waren in 2017 € 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 uitgaven voor de bijna 150 zomerbaskets in 2017 waren € 17.862,-.

Mijndroomwinkel

In het kader van leegstandbestrijding 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 on-

dernemers 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 in juni 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 konden ook nog rekenen op (gratis) support van zes businesspartners. Na de start waren nog eens twee andere vastgoedeigenaren bereid hun panden tegen speciale condities te verhuren aan starters waardoor uiteindelijk zeven nieuwe ondernemers aan de slag zijn gegaan. Het CMO steunde dit initiatief voor een bedrag van € 11.341,-.

Sfeerverlichting

In de loop der jaren is de sfeerverlichting in het centrum aanzienlijk uitgebreid. Naast 50 overspanningen en 10 wandornamenten zijn daar in de afgelopen jaren maar liefst 28 verlichte bomen aan toegevoegd. Ook kwam er in 2017 een tijdelijke uitbreiding van wandornamenten aan Terwaenen. Het CMO is verantwoordelijk voor coördinatie van montage en demontage, leasekosten, onderhoudskosten van de boomverlichting, energiekosten en storingsmeldingen. De totale uitgaven in 2017 waren € 28.890,-.

3. Communicatie

Het CMO zet voor communicatie, naast de promotiemiddelen voor evenementen en open zondagen zoals advertenties en posters, haar website www.centrummanagementoss.nl en Facebook in. In de begroting van 2017 werd voor communicatie en pr een bedrag van € 32.550,-opgenomen. De werkelijke uitgaven in 2017 bedroegen € 41.363,-. Een jaar eerder werd voor communicatie en pr een bedrag van € 31.548,- uitgegeven.

Een korte toelichting op enkele communicatie-instrumenten.

Website

Via de website worden ondernemers geïnformeerd via vaste rubrieken maar wordt ook ingespeeld op actualiteit. Te vinden zijn diverse rubrieken zoals 'agenda', 'nieuwsbrief' en 'jaarplan'. Er zijn buttons 'te huur' en 'ter overname' te vinden voor een uitgebreid en actueel aanbod. Het beheer van de website wordt uitgevoerd door de centrummanager. De kosten voor de website, inclusief nieuwe fotografie, bedroegen in 2017 € 1.000,-.

Naar de stad uitingen

Voor promotie van het centrum van Oss verscheen ook in 2017 elke twee weken weer een speciale centrumpagina in weekblad Regio Oss in een oplage van bijna 50.000 stuks. Op deze pagina werd aandacht gegeven aan evenementen, acties en activiteiten en nieuwe ondernemers in het centrum. Extra pagina's werden in 2017 ingekocht voor specifieke promoties voor onder meer 'Oss Lakt voor Tijn' en de parkeeracties in de zomer en in december. In aanloop naar de open zondagen liep maandelijks een bannercampagne op Kliknieuws. Winkelposters werden ook weer ingezet voor de promotie van de open zondagen. De coördinatie wordt verzorgd door de centrummanager. De kosten voor alle 'Naar de stad uitingen' kwamen in 2017, door de uitbreiding van de promoties, uit op € 13.308,- vergeleken met € 8.250,- in het voorgaande jaar.

Marketingpromotie

In deze rubriek vallen alle communicatieacties voor promotie van het centrum algemeen, en thema's of speciale evenementen in het

bijzonder in print en via social media. De input voor de content komt onder meer via de centrummanager. De uitgaven in 2017 bedroegen € 22.146,- ten opzichte van € 15.483,- in 2016. Een korte toelichting:

- ## Facebook

Voor de promotie wordt ook op succesvolle wijze Facebook ingezet. De berichten via dit medium worden verzorgd door Social Media Oss. Eind 2017 stond het aantal 'likes' op meer dan 7.500.

- ## Black Friday

Black Friday is de vrijdag na Thanksgiving waarop veel Amerikanen traditiegetrouw beginnen met hun kerstinkopen. Op deze zeer populaire dag wordt in Nederland door webshops inmiddels massaal ingesprongen. In steden in Nederland is dat nog niet het geval. Het idee om in te haken op dit thema speelde al geruime tijd. Op verzoek van enkele centrumondernemers (winkeliers en horeca) zette het CMO dit in 2017 in gang. Deelname was voor alle ondernemers vrijblijvend en gratis. Er golden geen regels voor deals en aanbiedingen. Ter promotie van deze dag werden via Persgroep Nederland 280.000 vertoningen ingekocht voor bannering op de websites van het Brabants Dagblad, AD en de Volkskrant in regio Oss. Daarnaast werd promotie gemaakt door advertenties in De Sleutel en het Brabants Dagblad. Op Facebook werd een evenement aangemaakt. Voor de deelnemende centrumondernemers was gratis promotiemateriaal beschikbaar. De regionale media gaven veel aandacht aan dit nog redelijk unieke evenement. Op vrijdag 24 november kwamen bijna 10.000 bezoekers meer naar het centrum van Oss dan op de drie voorafgaande vrijdagen in deze maand.

- ## Vintageroute

Kringloopwinkels zijn helemaal in trek en verkopen aantrekkelijke, hippe spullen. Deze winkels hebben het stoffige imago van zich afgeschud en je mag er gezien worden. Tweedehands spullen kopen is trendy en ook nog eens duurzaam. Deze ontwikkeling sluit heel mooi aan bij een zeer gevarieerd vintageaanbod dat ook in het centrum van Oss aanwezig is. Zeven centrumondernemers creëren een aantrekkelijke route. Het zijn stuk voor stuk gastvrije ondernemers die hun bezoekers de tijd en de ruimte geven om lekker rond te snuffelen. De moeite waard om eens op je gemak te bezoeken. In 2017 nam het CMO het initiatief voor de promotie van deze route door het opstellen van een leaflet waarin alle deelnemers zich introduceren. Dit werd ook campagnematig ondersteund in weekblad De Sleutel.

- ## Parkeercampagne

Nadat de gemeenteraad van Oss op 2 november akkoord ging met een uitgewerkt voorstel voor een parkeerpilot is het CMO, volgens afspraak, aan de gang gegaan met het uitwerken van een promotiecampagne. Dit heeft geresulteerd in twee campagneslogans: 'parkeer maar raak voor een knaak' en 'koop maar raak voor een knaak'. Point-of-sale materialen, zoals posters, wobblers en flyers, werden geproduceerd voor centrumondernemers. Reclamepartner Circa 2 ontwikkelde ook twee commercials die de hele maand december op D-tv Oss werden uitgezonden. De ontwikkelingskosten, productie- en drukkosten van de campagne waren € 4.910,-.

Bijeenkomsten

Een belangrijk onderdeel in de communicatie met centrumondernemers zijn, naast de website, de nieuwsbrieven en social media, bijeenkomsten waaronder in 2017 enkele ondernemersborrels. De bijeenkomsten werden georganiseerd door het CMO maar ook door de Taskforce Stadshart Oss. De kosten voor de bijeenkomsten in 2017 die door het CMO werden georganiseerd kwamen uit op € 1.588,-.

- ## Nieuwjaarsborrel

Op 19 januari 2017 werd in DNW een nieuwjaarsborrel georganiseerd voor centrumondernemers, leden Taskforce Centrum Oss en bestuursleden CMO en COO.

- ## Bruisend Stadshart

Op 23 februari 2017 konden ondernemers in de Werkplaats Stadshart Oss meepraten over nieuwe concepten voor een bruisend stadshart. Hiervoor waren ook experts van buiten Oss uitgenodigd.

Living Statues Festival

- ## Centrummarkten
  Op 13 maart 2017 werd voor ondernemers in de Werkplaats Stadshart Oss een klankbordavond georganiseerd over de toekomst van de weekmarkten in het Osse centrum.

- ## Oss lakt voor Tijn
  Op 15 juni 2017 werden centrumondernemers in DNW geïnformeerd over de lakactie op 17 juni in het centrum van Oss.

- ## Profilering centrum
  Op 31 oktober 2017 konden ondernemers in de Werkplaats Stadshart Oss meepraten over een stevige verbeterslag in de communicatie met consumenten die dringend is 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 deze daarna met succes uit te dragen naar de consument.

- ## Ondernemersavond
  Op 13 november 2017 vond de jaarlijkse Ondernemersavond plaats in Het Lokaal aan de Eikenboomgaard. Speciale gasten op deze avond waren stedenbouwkundige Martin Hagreis van de gemeente Oss om de aanwezigen te informeren over de voortgang Wal Kwartier en het project City Ring en de voorzitter van Winterland Oss. Verder stonden de ontwikkelingen Werkplaats Stadshart Oss op de agenda alsmede de hoofdlijnen van het CMO jaarplan 2018.

- ## Toekomst aanloopstraten
  Op 20 november 2017 werd, onder leiding van Ruimtevolk, in de Werkplaats Stadshart Oss, een werksessie 'Toekomst aanloopstraten' georganiseerd waarvoor centrumondernemers en vastgoedeigenaren Burgwal en Walstraat waren uitgenodigd. De hoofdonderwerpen waren de (tijdelijke) invulling, de profilering en de verkeerscirculatie in deze straten met het oog op de revitalisering van de omgeving De Wal.

Branding
Het CMO is groot voorstander van een krachtige brandingstrategie voor het Osse centrum waar alle stakeholders aan bijdragen. Betere en herkenbare communicatie met name gericht op de consument beschouwt het CMO hierbinnen als een belangrijk speerpunt. In 2017 werd hier verder over gesproken onder meer met de DNA Groep Taskforce Stadshart Oss. De DNA groep liet hiervoor ook nog onderzoek uitvoeren door een studente HBO retail-marketing. Op basis van de uitkomsten gingen meerdere lokale deskundigen aan de slag met het formuleren van de propositie en opdrachtomschrijving, de plan- en conceptontwikkeling en de uitvoering. Dat laatste werd naar 2018 doorgeschoven.

Halloween

4. Ontwikkelingen, activiteiten en acties

Bezetting panden

In 2017 ging het CMO door met haar activiteiten om meer leegstand te voorkomen, maar ook om leegstand terug te dringen. Op de website van het centrummanagement Oss staat een uitgebreide en actuele 'te huur' en 'ter overname' rubriek.

Daarnaast bleef het CMO actief met periodieke overleggen met vastgoedeigenaren en met makelaars om over acquisitie en huurcondities te praten. Het CMO benaderde ook in 2017 een aantal pandeigenaren van leegstaande panden op prominente plaatsen om de lege etalages aan te kleden. Voor het aankleden van etalages werd in 2017 een bedrag van € 1.485,- uitgegeven.

Eind 2017 zijn vanuit de Taskforce Stadshart Oss het nut en de noodzaak uitgesproken om het eerdere gezamenlijke vastgoedinitiatief weer nieuw leven in te blazen en te komen tot een Makelpunt. De samenstelling van de projectgroep bestaat uit ambtenaren van de gemeente Oss, makelaars, vastgoedeigenaren en het CMO. Dit initiatief heeft drie speerpunten:

- **Gevelproject**
  Mooie gevels stimuleren het gebruik van panden en zorgen voor een beter kwaliteitsbeeld. In 2017 hebben enkele vastgoedeigenaren weer met succes een beroep gedaan op de 'Stimuleringsregeling gevelproject'. Binnen deze regeling geeft de gemeente Oss een aanmoedigingssubsidie voor het weghalen van luifels en draagt zij bij in de architectenkosten voor gevelverbetering. Sinds 2010 zijn er inmiddels ruim 25 gevels opgeknapt en luifels weggehaald. Het CMO heeft diverse projecten begeleid.

- **Leegstand**
  Samen met het Kernteam Economie van de gemeente Oss werd eind 2017 de informatiebrochure 'Samen ondernemen in bruisend stadshart Oss' opgesteld om onder meer in te zetten als acquisitiedocument voor makelaars en potentiele (landelijke) ondernemers.

- **Wonen in winkels**
  Het centrum is gebaat bij levendigheid en de aanwezigheid van voldoende inwoners in het stadshart. Daarom stimuleert de gemeente eigenaren van panden in het centrum om deze (deels) te verbouwen tot woonruimten. Daarvoor stelt de gemeente de stimuleringsregeling wonen in het centrum beschikbaar. Pandeigenaren in het centrum kunnen subsidie aanvragen om hun winkel- of horecapand om te bouwen naar één of meer woonruimten. In het centrum-kerngebied gaat het om wonen boven winkels, in het centrum-randgebied geldt de regeling ook voor de begane grond. Het subsidiebedrag hangt onder andere af van het aantal en het type woonruimten en van de daadwerkelijke kosten voor de verbouwing. De hoogte van de subsidies en de voorwaarden staan zowel op de website van de gemeente Oss als op die van het CMO. Er is ook een flyer gemaakt.

Herinrichtingen

Het verbeteren van de openbare ruimte is in principe een gemeentelijke taak. Het CMO stimuleert ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners hierover samen in gesprek te gaan. De nieuwe inrichting wordt dan, in samenhang met de aanwezige functies en de plannen van vastgoedeigenaren, tot een geheel gesmeed. Iedereen draagt bij aan de kosten van herinrichting en het eventueel latere beheer. Fraaie voorbeelden van gerealiseerde projecten zijn 't Gengske in 2014 en de Peperstraat in 2016.

- **Groenproject Walplein**
  Na de eerdere projecten zoals hierboven vermeld was in 2017 het Walplein aan de beurt. Voor dit plein werd gekozen voor een aantal grote bloembakken en een grote zandbak gemaakt van pallets die tevens dienen als zitelementen. Met Brabant Water werd een watertappunt gerealiseerd.

• Groenproject Houtstraat

Met ontwerpers van de gemeente Oss, het VVV en enkele centrumondernemers uit de Houtstraat werd met een specialistisch bureau uit de gemeente Oss een plan uitgewerkt voor een verticale tuin in deze straat. De prijs om dit te kunnen realiseren bedroeg in totaal Euro 10.000,-. Hieraan droeg Waterschap AA en Maas € 3.000,- bij in het kader van de Stimuleringsregeling Klimaatactief Bebouwd Gebied, en eerder ontving het CMO al een aanmoedigingscheque van IVN- de Groene Loper ter waarde van € 750,-. De bijdrage vanuit de Houtstraat is de verzorging van de wand. De bijdrage vanuit het CMO bedroeg € 6.250,-.

Markt van morgen

De gemeente Oss was sinds september 2016 in gesprek met een werkgroep over de toekomst van de centrummarkten op dinsdag en zaterdag. In deze werkgroep waren naast marktondernemers en wijkraad CKM ook centrumondernemers vertegenwoordigd. Het uitvoeringsprogramma bevatte de volgende onderdelen: typering/branchering voor de markten met bijzondere aandacht voor vernieuwing, innovatie en marketing van de markt op passende locaties, dagen en tijdstippen. Het eerste resultaat van deze werkgroep was de nieuwe invulling en opstelling van de dinsdagmarkt die op 5 september 2017 voor de eerste keer werd gepresenteerd met inpassing van non-food op de Heuvel en food voornamelijk op Terwaenen. Ook werden de openingstijden aangepast van 8.30 uur tot 14.00 uur. De volgende fase van dit project is de zaterdagmarkt.

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 keuzeproces. 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 hebben we in 2016 tweemaal 'geëxperimenteerd' met parkeertarieven: in augustus en december was het parkeren op de koopavonden gratis. Met deze acties werd veel sympathie geoogst onder de centrumbezoekers. Begin 2017 spraken partijen de wens uit om gezamenlijk de tarifering voor het parkeren in het Osse centrum eens tegen het licht te houden. In mei en juni 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: 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 voorstel uitgewerkt: het dagtarief op parkeerterreinen en parkeergarages verlagen van € 4,- naar € 2,50. Het aantal parkeerterreinen voor een dagtarief werd uitgebreid met onder andere De Wal, Boschpoorthof en Koornstraat. Op 2 november nam de gemeenteraad van Oss het besluit voor een pilot voor de periode 1 december 2017 tot en met 1 januari 2019.

Schouw

Met de gebiedsbeheerder centrum en beheerder groen van de gemeente Oss werd in 2017 weer periodiek een inspectieronde in het voetgangersgebied en de aanloopstraten gemaakt. Tijdens deze rondes wordt de status van de openbare ruimte bekeken en worden eventuele acties uitgezet.

Diversen

Om tijdens de decembermaand de sfeer in het centrum nog verder te verhogen werd voor decoratiedoeleinden in leegstaande panden een mechanische poppengroep gekocht van € 14.929,-. De afschrijvingstermijn van deze investering is 60 maanden. Verder werd kerstdecoratie gekocht voor een bedrag van € 1.175,- en werden optredens in het centrum verzorgd voor een bedrag van € 3.150,-.

MET LEF - VERTROUWD - PERSOONLIJK

OP EIGEN WIJZE - VEERKRACHTIG - HERKENBAAR:

zo ondernemen we in het centrum van Oss!

centrumoss
naar de stad!

Stichting Centrummanagement Oss Peperstraat 12 5341 CZ Oss www.centrummanagementoss.nl