

## Jaarplan 2017 Centrummanagement Oss



NAAR DE SHOP

NAAR DE STAD

voor 15 uur besteld, dezelfde dag bezorgd  
[www.webshopcentrumoss.nl](http://www.webshopcentrumoss.nl)

centrumoss   
naar de stad!

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



## **Inhoudsopgave**

<u>Hoofdstuk</u>	<u>Onderwerp</u>	<u>Pagina</u>
1.	Inleiding	3.
2.	Missie	4.
3.	Werkwijze	4.
4.	Doelstellingen	5.
5.	Werkgebied	5.
6.	Couleur locale	6.
7.	Activiteiten 2017	6.
	7.1. Evenementen	7.
	7.2. Communicatie	7.
	7.3. Open zondagen	8.
	7.4. Openingstijden algemeen	8.
	7.5. Projecten	9.
	7.6. Samenwerkingsactiviteiten	9.
	7.6.1. Koers Stadshart Oss	9.
	7.6.2. Verlichte regels - blurring	10.
	7.6.3. Stimuleren jonge ondernemers	11.
	7.6.4. Retail makelpunt	11.
	7.6.5. Kids-Town	12.
	7.6.6. Markt van morgen	12.
	7.6.7. Structureel overleg vastgoed	12.
	7.6.8. Centrumcommunicatie	13.
	7.6.9. Dashboard	13.
8.	Afsluiting	14.

## **1. Inleiding**

Het initiatief voor Centrummanagement Oss (CMO) werd in 2008 gestart. Destijds 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. Voor de financiering van de activiteiten is een ondernemersfonds ingesteld. Met de snelle veranderingen in de detailhandel, het consumentengedrag en het sterker wordende krachtveld online en in de fysieke regio, neemt de complexiteit van de opgaven voor het centrum van Oss toe. Dit vraagt om een verdere professionalisering en intensivering van de samenwerking tussen partijen.

Vanuit het CMO werden de afgelopen drie jaar samen met de gemeente Oss initiatieven genomen tot een nog hechtere samenwerking tussen ondernemers en vastgoed. Dit heeft geresulteerd in een Taskforce centrum en de Werkplaats Stadshart Oss. Vanuit de gemeente Oss is een koersdocument opgesteld om het centrum aantrekkelijk, levendig en toekomstbestendig te houden. Een compacter centrum is hierin essentieel. Het doel van dit koersdocument is een heldere richting uit te zetten voor het centrum van Oss om duidelijkheid en vertrouwen te bieden aan investeerders, ondernemers, eigenaren en bewoners. De bovenstaande ontwikkelingen en de uitdagingen waar het centrum van Oss voor staat, vormden aanleiding voor het CMO om een veranderende koers vast te stellen: Centrummanagement Oss 3.0.

Een groep betrokken Ossenaars, afkomstig uit het centrum, culturele instellingen, vastgoed en de kunstsector, presenteerden aan de politiek in Oss in oktober 2016 een manifest UIThuis. In dit manifest wordt bepleit dat cultuur de drager en verbinder is van de kwaliteitsimpulsen die het centrum nodig heeft. Men pleit voor een cultuurhuis in het centrum met een moderne bibliotheek als cruciale hoeksteen. Het CMO deelt dit initiatief en uitgangspunt volledig.

Voor u ligt het CMO Jaarplan 2017. Dit plan geeft aan waar dit jaar op hoofdlijnen de accenten liggen bij het streven de vitaliteit, de weerbaarheid en de aantrekkelijkheid van en de samenwerking binnen het centrum van Oss te vergroten. Alle inspanningen zijn erop gericht om de leegstand terug te dringen. Projecten zoals een Retail makelpunt, het stimuleren van jonge ondernemers, het blijven zoeken naar en het realiseren van quick wins, kindervermaak en verlichte regelgeving dragen hier aan bij.

Voor 2017 is gekozen om een aantal succesvolle evenementen terug te laten komen. Er is ook weer ruimte voor nieuwe evenementen, voornamelijk vanuit de aanloopstraten. 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 2017 worden een aantal projecten doorgezet. In dat jaar zal de invloed van de Taskforce Centrum Oss, waaronder het initiatief Werkplaats Stadshart Oss, ook weer een belangrijke bijdrage leveren aan de centrumontwikkelingen.

Door nog intensiever samen te werken en het maken van goede en verantwoorde keuzes biedt het centrum van Oss ruimte voor ondernemerschap, zelfrealisatie en investeringsbereidheid. Uitvoeringsprogramma's binnen de gemeentelijke koers 'Stadshart Oss', vastgoedinitiatieven en de snelle realisatie van het UIThuis werken als een sterke katalysator van deze processen.

## **2. Missie**

Het CMO staat als belangenorganisatie voor ruim 300 centrumondernemers voor belangrijke opgaven om, samen met gemeente en andere partners, vorm te geven aan de 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. Maar ook vooral voor de bestedingen van consumenten bij centrumondernemers en het behoud van werkgelegenheid in het centrum.

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.

Alle inspanningen vanuit de missie moeten gericht zijn op een toename van de bestedingen van consumenten bij centrumondernemers 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, onder andere samen met de Taskforce Centrum Oss.

Om doelgericht te werken, is het afmeten 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

## **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
- Marcel van Gent - 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 frequent bij elkaar. Een vertegenwoordiger uit het bestuur 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 in 2014 werd de slagkracht aanzienlijk vergroot. Vanuit het project Stadhart Oss werd in april aan de Peperstraat 'Werkplaats Stadhart Oss' voor ondersteuning aan centrumondernemers geopend. Een uniek project waar ook de grootste non-food brancheorganisatie INretail zich aan heeft gecommitteerd.

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.

#### **4. Doelstellingen**

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

- versterken van de economische centrumfunctie door consumentenbinding in ons eigen verzorgingsgebied
- consolidatie en bij voorkeur toename van het aantal bezoekers
- verlengde verblijfsduur van de bezoekers
- minder leegstand
- 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.

Een van de aanbevelingen uit de Evaluatie reclamebelasting in 2014 was het verkennen van de mogelijkheden om de grondslag voor de heffing aan te passen zodat meer recht wordt gedaan aan de omvang en de ligging van een onderneming. Op basis van deze wens van de centrumondernemers wordt in 2017 een gemoderniseerde reclamebelasting toegepast. Dit betekent dat de grondslag voor de reclameheffing wordt gekoppeld aan de WOZ-waarde van het pand.

In de notitie 'Koers Stadshart Oss' 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. Medio 2017 zal de gemeenteraad de koers vaststellen. Consequenties voor het werk- en heffingsgebied zijn daarom in 2017 niet aan de orde.

## **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 opzicht 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 winkelketens en lokale ondernemingen is een belangrijk thema in de toekomstverkenning voor het Osse centrum. De aantrekkingskracht van enkele grotere landelijke filiaalbedrijven is zeker belangrijk voor de levensvatbaarheid van lokale ondernemingen. Maar om de stad te profileren is het centraal stellen van de couleur locale van het allergrootste belang. Zij bepalen mede het DNA van Oss.

## **7. Activiteiten 2017**

De activiteiten van het CMO worden gerubriceerd in vier aandachtsgebieden:

- evenementen
- communicatie - overleg
- projecten
- samenwerking - partners

In 2017 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.

### **7.1. Evenementen**

Het CMO organiseert jaarlijks een aantal evenementen via haar ondernemers of commissies zoals de Koningsmarkt, Muziekboulevard, Halloween en Sinterklaasintocht. Vanuit ondernemers komen mooie samenwerkingsinitiatieven tot stand zoals de Oranjefeesten en het Foodfestival Oss. 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 zoals het afgelopen jaar uit onder meer de Walstraat, Houtstraat, Kerkstraat en Terwaenen.

Het CMO komt regelmatig in contact met organisaties om te praten over hun plannen voor nieuwe evenementen en mogelijke (financiële) ondersteuning. Een aantal initiatieven zal ook in 2017 weer worden ondersteund zoals Rockronde.

De evenementenkalender voor het centrum van Oss voor 2017 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 2017 financieel ondersteund worden zijn:

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

*In de begroting 2017 is voor evenementen een bedrag van € 101.550 opgenomen verdeeld over jaarlijkse evenementen, horeca-evenementen, straatevenementen en ondersteuning van evenementen.*

### **7.2. Communicatie**

De communicatie in 2017 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.

De website van het CMO is 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 en 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.

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.

In Oss gaan steeds meer geluiden op voor een grootschalige campagne voor citymarketing. Met deze boodschap is binnen de Werkplaats Stadshart Oss een initiatiefgroep bezig met het doorlichten van de huidige communicatiemiddelen inclusief huisstijl en thema.

Naast de communicatie via print en web blijkt er een behoefte te zijn aan meer fysieke contactmomenten door ontmoetingen met ondernemers. Werkbesprekingen in de Werkplaats Stadshart Oss zullen hiervoor frequenter worden ingezet. Daarnaast wordt in 2017 op elke 3e donderdag van de maand vanaf 21.00 uur een ondernemersborrel met gastspreker georganiseerd.

*In de begroting 2017 is voor communicatie een bedrag van € 32.550 opgenomen verdeeld over de centropagina's, inzet van social media, posters, banners, bijeenkomsten ondernemers, nieuwsbrieven en drukwerk.*

### **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.

Voor 2017 zal 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 zoals de Kermis Oss en Fantastival. Daarnaast ontstaat bij een aantal centrumondernemers de roep om een structurele uitbreiding van het aantal open zondagen. Dit punt heeft in 2017 samen met winkeliersvereniging COO ook aandacht.

### **7.4. Openingstijden algemeen**

De winkeliersvereniging COO zal verder voor 2017, naast de wekelijkse koopavond op donderdag, voor de maanden november en december 2017 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 en het CMO zijn gewenst.

## **7.5. Projecten**

In de categorie projecten zijn een aantal onderwerpen bij elkaar gebracht die allemaal moeten bijdragen aan een aantrekkelijker centrum.

- 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 in 2017 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. Enkele jaren geleden werd gestart met een kleine proef. Deze proef werd voor de zomerperiode aanzienlijk uitgebreid. In 2016 nog met het plaatsen van extra baskets aan palen. Het CMO krijgt in 2017 ook voor dit onderdeel vanuit de gemeente Oss financiële ondersteuning in het kader van 'schoon-heel-veilig'.
- Eind 2011 werd een nieuwe investering in de vorm van een contract aangegaan voor de vervanging en uitbreiding van de bestaande sfeerverlichting in modernere led verlichting. In december 2014 werd vanuit de Taskforce Centrum Oss geïnvesteerd in een uitbreiding van de sfeerverlichting in 14 bomen en in 't Gengske. In 2015 zijn daar 8 bomen aan de Hooghuisstraat, Kerkstraat en Kruisstraat aan toegevoegd. De jaarlijkse onderhoudskosten komen gedeeltelijk uit het CMO budget.
- Om de sfeer in de decembermaand te verhogen werd twee jaar geleden voor de eerste keer geluidsapparatuur geïnstalleerd voor stemmige achtergrondmuziek tijdens de Sinterklaas- en kerstperiode. Ook in 2017 zal de sfeermuziek in de maand december weer terugkomen. Vanuit de winkeliersvereniging COO is de wens gekomen om voor een permanente oplossing voor het hele jaar te kiezen. In 2017 zal dit worden onderzocht.
- Binnen het centrumgebied bevinden zich zeven AED's. In 2016 werden de accu's vervangen. In 2017 zullen de gratis (herhaling)trainingen via het CMO weer worden georganiseerd voor geïnteresseerde ondernemers en personeelsleden in het centrum van Oss. Het plaatsen AED's in de openbare ruimte behoeft aandacht in 2017.

*In de begroting 2017 is voor de bovenstaande projecten een bedrag van € 60.600 opgenomen.*

## **7.6. Samenwerkingsactiviteiten**

In deze categorie beschrijven we een aantal samenwerkingactiviteiten waarvan het CMO opdrachtgever is of waaraan het CMO, via de Taskforce Centrum Oss, een bijdrage levert.

### **7.6.1. Koers Stadshart Oss**

In de notitie 'Koers Stadshart Oss' uit 2016 heeft de gemeente Oss uitgewerkt wat genoemde ontwikkelingen voor het Osse centrum gaan betekenen.

Het CMO onderschrijft deze koers en wil graag samenwerken aan de vijf opgaven die uitgewerkt moeten worden. In elk van deze opgaven ziet het college voor de komende jaren een grote of kleine(re) rol voor het CMO.

De vijf opgaven zijn:

- compact centrum
- meer verrassing en beleving
- uitgesproken identiteit en authenticiteit
- parkeren en bereikbaarheid
- revitaliseren van De Wal en omgeving

Het doel van de opgave 'compact centrum' is een herkenbaar en aaneengesloten centrumgebied, met een hoge concentratie detailhandel, ontmoeting, cultuur en leisure. De nadruk ligt hierbij op de pit van het centrum. De pit en de flexibele schil vormen samen het centrum. Het centrumgebied zal compacter worden. In de flexibele schil rond de pit is ruimte voor ondersteunende centrumfuncties en transformatie.

Hierbij gelden een aantal uitgangspunten: contour definiëren van het compacte gebied, concentreren van winkels en ontmoeting in het compact gebied, focus op de pit want als deze niet functioneert, functioneert het hele centrum niet, kiezen voor perspectiefrijke delen van centrum, opheffen van perspectiefarme winkelstrips en verplaatsing van verspreid gelegen winkels.

Het CMO onderschrijft de noodzaak van een compacter centrum. In de processen rondom alle bovenstaande opgaven worden ook centrumondernemers betrokken.

#### 7.6.2. Verlichte regels - blurring

De gemeente Oss en het CMO startten in maart 2015 een pilot om vernieuwend ondernemerschap te stimuleren in het centrum van Oss. Dit initiatief kwam voort uit de landelijke pilot 'Verlichte regels winkelgebieden', een onderdeel van de Retailagenda van minister Henk Kamp van Economische Zaken. Aan het einde van de pilot, op 1 oktober 2016, kon de balans worden opgemaakt: 21 initiatieven waarvan 7 initiatieven de Drank- en Horecawet betroffen. Een resultaat waar de gemeente Oss en het CMO zeer tevreden over zijn.

Centrumondernemers zullen steeds meer moeten bieden om bezoekers te blijven trekken. Het draait allemaal om het zoeken naar toegevoegde waarde voor de consument. De consument verwacht keuze, kwaliteit en beleving.

De consument komt niet zomaar naar een winkel; 's ochtends de sleutel omdraaien en schappen vullen, dat is niet meer voldoende. Ondernemers spelen hier ook volop op in: detailhandel, horeca en dienstverlening worden steeds vaker in één ruimte gecombineerd. Verschillende ondernemers vormen samen nieuwe concepten waarbij 'traditionele' businessmodellen worden gecombineerd. Deze trend wordt 'blurring' genoemd. In het buitenland zijn dit soort nieuwe concepten al langer ontzettend populair, maar ook in Nederland zien we een toename van gecombineerde concepten van detailhandel en horeca.

Op basis van de positieve ervaringen van de pilot is afgesproken dat nieuwe initiatieven binnen het centrumgebied van Oss ook in 2017 kunnen worden ingediend bij de commissie die eerder de pilootaanvragen in behandeling nam.

### 7.6.3. Project Stimuleren jonge ondernemers

Het stadscentrum van Oss kan zich mede onderscheiden met een evenwichtige branchering met winkels en horeca. Tevens zal de focus ook gericht moeten zijn op de toevoeging van nieuwe- en vernieuwende winkelconcepten. Enerzijds kan dit worden ingevuld met reeds bestaande formules anderzijds kan dit ook worden ingevuld door het werven van en het ruimte bieden aan jonge startende ondernemers.

Dit project focust zich ook op het stimuleren van jonge startende ondernemers om zich te vestigen in het centrum van Oss met als doel: te komen tot een nieuwe lichter van jonge ondernemers die gaan zorgen voor de continuïteit van het ondernemerschap en te bereiken dat via dit spoor ook nieuwe vormen van ondernemerschap met nieuwe winkelconcepten en verdienmodellen zich in het centrum ontwikkelen.

De beoogde resultaten van dit project zijn het tot stand brengen van een stimulerings- en of participatiefonds met als risicodragende partijen: gemeente, banken, marktpartijen en lokale investeerders om het starten van een onderneming in het centrum van Oss financieel mede mogelijk te maken. Kernbegrippen hierbij moeten ook zijn: innovatie- en verbreding van winkelconcepten en branches centrum Oss met nieuwe verdienmodellen. De opdrachtomschrijving bevat ondermeer het opzetten van een broedplaats in het centrum van Oss waar jonge ondernemers een start kunnen maken met hun concept. Het streven is twee nieuwe ondernemersinitiatieven per jaar.

### 7.6.4. 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 centrum gebied.

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.

De opdrachtomschrijving bevat ondermeer het inventariseren van de huidige branchering in het centrum inclusief een sterke- zwakte analyse, een inventarisatie van de aanwezige winkels in de periferie inclusief de beoordeling in hoeverre deze zouden kunnen bijdragen aan de totale branchering in het stadscentrum. 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 gaat ook worden gewerkt aan het beschikbaar stellen van een pand in het centrum waar kortstondig startende of gevestigde centrumondernemers nieuwe concepten en formules kunnen testen. Het tijdelijk gebruik van een leegstaand pand kan, naast de voordelen voor de directe omgeving, ook positieve effecten opleveren voor de betreffende pand zelf, omdat de tijdelijke gebruikers de (andere) mogelijkheden van het pand kunnen laten zien.

Tijdelijke invulling van leegstaand pand met zogenaamde pop-up-stores zorgen daarnaast ook nog voor een aanvullend aanbod voor de bezoekers van het centrum van Oss.

Voor de website van het CMO werd een module ontwikkeld met uitgebreide informatie over en zoekfuncties naar beschikbare (winkel)panden. Ook voor bedrijfsovernames biedt deze module een oplossing. In 2017 zullen door het CMO weer zoekopdrachten worden begeleid en mutaties direct worden verwerkt.

#### 7.6.5. Project Kids-Town

Al enkele jaren oefent de watertafel op de Heuvel in de zomermaanden een grote aantrekkingskracht uit op kleine kinderen tijdens een bezoek met ouders of opa's en oma's aan het Osse centrum. Binnen de DNA groep Taskforce Centrum Oss wordt in 2017 het project Kids-Town opgestart. Het uitgangspunt is het binden en boeien van kleine kinderen in het centrum zowel indoor als outdoor. Vanuit het CMO is eind 2016 samen met de stadsontwerper al een aanzet gegeven voor zogenaamde quick wins. Deze bestaan uit het plaatsen van kleine speel-, klim- of muziektoepassingen verspreid door het centrum.

In het verlengde van kindervermaak werden in oktober 2016, tijdens de week van de herfstvakantie, met het thema Halloween enkele kinderactiviteiten georganiseerd waaronder workshops, speur- en wandeltochten. Deze activiteiten zullen in 2017 worden herhaald en daar waar mogelijk uitgebreid.

#### 7.6.6. Project Markt van morgen

Er wordt al lang gesproken over het verbeteren van de markt. Tot op heden heeft dat nog niet geleid tot concrete eindresultaten met teleurstelling bij alle betrokkenen als resultaat. Dit resultaat is wel noodzakelijk om de markten in Oss een nieuwe impuls te kunnen geven, deze nog aantrekkelijker te maken voor de bezoekers en de markten in Oss ook een positieve impuls te kunnen laten geven voor het centrum van Oss.

Daarom is er vanuit de gemeente nu een projectgroep samengesteld die dit proces zal faciliteren en de komende maanden met alle belanghebbenden toe zal werken naar een concreet uitvoeringsprogramma met een advies naar de gemeenteraad.

De Koers Stadshart Oss beschrijft een aantal opgaven. Hiervoor moeten nog keuzes gemaakt worden welke mogelijk bepalend kunnen zijn voor keuzes die in dit project gemaakt moeten worden.

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.

#### 7.6.7. Project: Structureel overleg vastgoed

Twee centrumontwikkelingen - 't Gengske en Peperstraat - laten zien dat, naast individuele afspraken, collectieve afspraken met vastgoedeigenaren een aanzienlijke bijdrage kunnen leveren aan meer gebiedsontwikkelingen in het centrum. De noodzaak hiervoor blijft groot. Daarnaast blijven vastgoedeigenaren verantwoordelijk voor het groot onderhoud aan de panden, bepalen zij aan wie de panden verhuurd worden en wat er gebeurt wanneer de panden leeg staan. Daarmee leveren de vastgoedeigenaren een belangrijke bijdrage aan het straatbeeld, zowel in fysieke als in functionele zin.

Getracht wordt de organisatiegraad onder de vastgoedeigenaren te vergroten en met hen periodiek overleg te hebben met als doel om op een hoger schaalniveau na te denken over de rol van vastgoed in de ontwikkelingen in het centrum van Oss. Het is niet realistisch om te verwachten dat alle eigenaren mee zullen werken maar iedere stap voorwaarts naar bundeling van krachten is er één. Door een dergelijk overlegorgaan in te stellen, kan de vastgoedsector een formele stem krijgen in het CMO.

Met een grotere organisatiegraad c.q. een afvaardiging binnen het CMO, waardoor ook meer sector kennis wordt binnengehaald, kunnen drie onderwerpen structureel aandacht en invulling krijgen:

- gevelverbetering
- gebiedsontwikkeling
- wonen boven en in winkels

Vooraf het slagen van 'winkelwonen' in het kader van het compacte centrum en het terugdringen van de leegstand wordt de komende jaren essentieel.

#### 7.6.8. Project Centrumcommunicatie

Het leuke van het centrum van Oss is de grote diversiteit. In en rond het centrum gebeurt veel. Er zijn vele manieren waarop er over het centrum wordt gecommuniceerd. Er zijn diverse websites, Facebookpagina's en betrokkenen communiceren ook via hun eigen accounts. Er is dus een veelvoud aan communicatiekanalen, boodschappen en campagnes. Jammer, want ondanks dat er veel wordt gemeld, wordt het versnipperd gebracht en zijn de communicatiekanalen meestal zwak in hun bereik en continuïteit.

Voor het centrum van Oss zou het goed dit te veranderen. Zo min mogelijk versnippering en een sterke website waarin alles bij elkaar komt. De rijkheid van het centrum komt daarmee tot zijn recht en wordt direct zichtbaar. De website biedt de optie te werken met subdomeinen die kunnen worden toegekend aan straten en evenementen.

Een goede uitstraling begint met een goed beeldmerk dat onderscheidend is en dat verbeeldt wat we graag willen uitdragen. Het nieuwe beeldmerk moet zich eveneens lenen in thematische variant bij grote evenementen en activiteiten. Naast het beeldmerk is er een pay-off met een belofte, dat wat je mag verwachten.

In 2017 zal een nieuwe, centrumbrede communicatiestrategie worden uitgewerkt waar de bovenstaande elementen deel van uitmaken. Een integrale aanpak voor deze centrummarketing kan als testcase dienen voor een later uit te rollen citymarketing platform voor de gemeente Oss.

#### 7.6.9. Project Dashboard

Binnen de Taskforce Centrum Oss werd een jaar geleden een plan inclusief financiering uitgewerkt voor het uitvoeren van permanente passantentellingen in het centrum voor een periode van drie jaar. Vanuit 14 locaties verspreid over het centrum worden vanaf juni 2015 de passanten geteld. Hierdoor krijgen we antwoorden op vragen zoals welke delen van het centrum populair of minder populair zijn, wat de invloed van evenementen op de bezoekers is, wat de invloed is van de open zondagen en de onderlinge verschillen, de populariteit van de (extra) koopavonden, de invloed van wegwerkzaamheden, de aantrekkelijkheid van de markt, het effect van straatevenementen en aanpassingen van parkeertarieven.

Met betrekking tot dat laatste konden de positieve invloeden van de parkeeractie in de zomer van 2016 worden gemeten.

Gedurende zes weken was het parkeren op de wekelijkse koopavond gratis. Ook werd gemeten dat de positieve tendens van substantieel meer bezoekers zich ook na de actieperiode continueerde.

De afdeling parkeerbeheer van de gemeente Oss is eind 2016 gestart met het rapporteren van parkeerbewegingen in het centrum. Het CMO registreert de winkelmutaties en heeft een overzicht van alle evenementen.

Met de bovenstaande informatie kan via een dashboard periodiek de vitaliteit en de weerbaarheid van het centrum worden gemeten.

## **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.

Met het Koersdocument 3.0 en het Jaarplan 2017 geeft het CMO aan zich, samen met partners, optimaal te blijven inzetten voor een bruisende en toekomstbestendige binnenstad.