

Jaarplan 2011 Centrummanagement Oss



samengesteld door

Jack van Lieshout
Centrummanager Oss

Inhoudsopgave

<u>Hoofdstuk</u>	<u>Onderwerp</u>	<u>Pagina</u>
1.	Inleiding	3.
2.	Missie	3.
3.	Doelstellingen en beoogde resultaten	3.
4.	Werkgebied	4.
5.	Activiteiten 2011	5.
	5.1. Inwerken centrummanager	5.
	5.2. Kennismaking	5.
	5.3. Belangen	5.
	5.4. Communicatie	5.
	5.5. Straataankleding	6.
	5.6. Evenementen	7.
6.	Overlegstructuur	8.
	6.1. Intern	8.
	6.2. Extern	8.

1. Inleiding

Het Centrummanagement Oss (CMO) zet zich, als onafhankelijke organisatie, sinds 2008 in om samen met de belangenorganisaties in het centrum van Oss de aantrekkelijkheid en aantrekkingskracht te vergroten.

Oss vervult een regionale rol voor wonen, werken en winkelen. Een attractief en bruisend stadscentrum is van groot belang om deze regionale rol te versterken en vast te blijven houden. Een aantrekkelijk stadscentrum stimuleert de keuze bij consumenten om in Oss te komen wonen of hier te blijven wonen en bij bedrijven om zich uit te breiden of zich in Oss te vestigen. Een boeiend stadscentrum zorgt voor een toename en binding van de koopkracht uit de directe omgeving en toevloeiing uit de regio. Dit geldt voor zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse bestedingen. Hierdoor blijven banen behouden en worden nieuwe banen gecreëerd.

In april 2010 heeft de gemeenteraad van de gemeente Oss de visie op de toekomst van het centrum vastgesteld in de "Visie Dynamisch Stadscentrum 2020". Deze visie wordt op dit moment in diverse uitwerkingsplannen vertaald. Sinds april 2010 zorgt invoering van een reclameheffing ook voor financiële zelfstandigheid van de centrummanagement organisatie. De gemeente ondersteunt dit initiatief met een structurele financiële bijdrage.

In januari van 2011 heeft een wisseling van centrummanagers plaatsgevonden. Jack van Lieshout heeft de functie van Erik Blokland overgenomen die deze functie vanaf 2008 heeft vervuld. Het jaarplan 2011 zal enerzijds, daar waar deze succesvol is gebleken, de ingeslagen weg vanaf 2008 blijven volgen en anderzijds accenten leggen op nieuwe initiatieven en ontwikkelingen om te streven het centrum van Oss naar een hoger niveau te tillen en zodoende ook de aantrekkingskracht te vergroten voor de lokale consument, de regionale consument en de toeristische bezoeker.

In hoofdstuk 5. zullen de activiteiten voor 2011 in hoofdlijnen beschreven worden. De activiteiten c.q. het jaarplan 2011 krijgt echter een dynamisch karakter op basis van voortschrijdend inzicht, ervaringen, ontwikkelingen, (externe) initiatieven en kansen en bedreigingen.

De centrummanager zal per kwartaal voor het bestuur een schriftelijk verslag opstellen met daarin een overzicht van afspraken, vergaderingen, evenementen, projecten, uitgevoerde werkzaamheden en andere noemenswaardige ontwikkelingen.

2. Missie

De missie van het CMO 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 vormen evenementen. Alle inspanningen vanuit de missie moeten gericht zijn op een toename van de bestedingen van consumenten bij centrumondernemers.

3. Doelstellingen en beoogde resultaten

CMO heeft voor de komende jaren een aantal overkoepelende doelstellingen geformuleerd die moeten leiden tot een aantal belangrijke, structurele resultaten.

De overkoepelende doelstellingen zijn:

- Versterken van de organisatiegraad in het centrum

- Versterken van de samenwerking en de communicatie tussen de belanghebbende partijen
- Versterken van de economische functie van het centrum door omzetverhoging en omzetbinding
- Versterkte wisselwerking tussen recreatieve, culturele en toeristische publiekstrekkingen in en aan de rand van het centrum
- Vergroten van de bekendheid van het centrum van Oss vanuit een onderscheidend, aantrekkelijk en eenduidig imago van Oss als stad in het algemeen en de binnenstad als centraal onderdeel daarvan
- In stand houden van een leefbaar en aantrekkelijk centrum.

De beoogde resultaten zijn:

- Toename van het draagvlak, organiserend vermogen en samenwerking
- Verhoogde verblijfskwaliteit van het centrum
- Toename van het aantal bezoekers
- Verlenging van de verblijfsduur van de bezoekers
- Toename van de bestedingen, dus meer omzet voor de gevestigde ondernemingen en culturele instellingen
- Toename van de werkgelegenheid

4. Werkgebied

Bij de afbakening van het werkgebied van het centrummanagement gaat het niet alleen om het zogenaamde kernwinkelgebied, maar ook om de randen van het centrum. De aantrekkingskracht van het centrum wordt immers niet alleen bepaald door de landelijke ketens in het zogenaamde A1 gebied, maar ook door de horeca, de publiekstrekkingende culturele functies en de winkels in de aanloopstraten.



5. Activiteiten 2011

In de eerste drie maanden zal de nieuwe centrummanager zich vooral bezighouden met inwerken, het leggen van (nieuwe) contacten en het identificeren van zogenaamde Quick-wins, waar volgens het bestuur van het CMO, meer nadruk op kan worden gelegd dan in voorgaande jaren.

5.1. Inwerken centrummanager

Met betrekking tot het inwerken worden een aantal acties ondernomen. Ondermeer op uitnodiging van het programmateam Centrummanagement Kamer van Koophandel Brabant. Deze heeft "een stageplan" beschikbaar om binnen enkele weken de benodigde kennis op de doen en ervaringen te delen met collega centrummanagers uit diverse steden in Brabant zoals Helmond, Uden, Veghel, Roosendaal, Bergen op Zoom, Veldhoven en Deurne. Daarnaast zal deze groep van senior centrummanagers vier tot zes maal per jaar bij elkaar komen voor overleg en themabijeenkomsten onder leiding van het programmateam van de Kamer van Koophandel. De centrummanager Oss mag zich hierbij aansluiten.

5.2. Kennismaking

De nieuwe centrummanager heeft de eerste kennismaking met een aanzienlijk aantal centrumondernemers gehad tijdens de jaarlijkse Ondernemersavond op 30 november 2010 in De Ontmoeting in Oss. Na het afronden van de het winterevenement Winterland Oss waar de nieuwe centrummanager sinds een aantal jaren actief was als manager van dit evenement wordt de kennismaking voortgezet met een groot aantal individuele centrumondernemers en mogelijk via straatvergaderingen.

Binnen de gemeente Oss zullen kennismakingsbijeenkomsten plaatsvinden met de drie bij het centrum van Oss betrokken wethouders van de gemeente Oss, haar directeuren en diverse individuele afdelingen en medewerkers. Daarnaast wordt een plenaire inloopsessie georganiseerd waar belangstellenden kennis kunnen maken met de nieuwe centrummanager. De coördinatie van de kennismakingsafspraken is in handen van Margret van Bohemen, senior medewerker afdeling Ondernemerszaken, gemeente Oss.

5.3. Belangen

Het centrummanagement heeft primair te maken met de collectieve en individuele belangen van de centrumondernemers maar ook met die van bewoners en vastgoedeigenaren en daarnaast met de secundaire belangen van een groot aantal andere partijen.

Het is noodzakelijk om op basis van een belangenmatrix alle belangen in kaart te brengen en hieraan prioriteiten te verbinden. Sprangers Communicatie uit Oss heeft aangeboden het CMO hiermee te willen helpen. De belangenmatrix zal dienen als leidraad voor het inzetten c.q. aanpassen van de communicatie.

5.4. Communicatie

Het centrum van Oss moet in Oss en haar dorpskernen zo populair worden dat het "naar de stad gaan" synoniem is voor het winkelen en recreëren in het stadscentrum.

In het eerste jaar van de huidige centrummanager zal als eerste prioriteit gegeven worden aan communicatie. Hieraan is in de voorgaande jaren, naar de mening van het bestuur van het CMO en uit vele reacties van ondernemers te weinig aandacht en invulling gegeven waardoor het functioneren van centrummanagement en in het bijzonder die van de centrummanager naar stakeholders onvoldoende naar voren is gekomen.

Op basis van hiervan zullen de volgende initiatieven worden genomen:

- Creëren van meer identiteit en uitstraling CMO. Deze identiteit moet herkend worden door alle ondernemers en consumenten. Herkenbaarheid zit hem voor een groot deel in een eigen stijl, die terug komt in de activiteiten en de uitingen van het centrummanagement. Herkenbaarheid moet onder andere worden gecreëerd door een nieuw logo en nieuwe thematiek die dienen als (nieuw) gezicht van CMO.
- De papieren nieuwsbrief, die voorheen twee tot vier keer per jaar werd verstuurd, gaat vervangen worden door een elektronische variant. Hierdoor werd het mogelijk om tegen zeer lage kosten maandelijks, en indien gewenst met een hogere frequentie, actueel nieuws op digitale wijze te distribueren. Een nieuwsbrief aan de ondernemers draagt bij aan het verbeteren van de communicatie, informatievoorziening en informatieoverdracht en het vergroten van het draagvlak.
- Een website is een makkelijk communicatiemiddel om het centrum van Oss te profileren en te promoten. Op de website kan onder andere het winkel- en horeca-aanbod gepresenteerd worden, de activiteitenkalender en de data van de koopzondagen. Daarnaast kan de website ook gebruikt worden om inzicht te geven in de projecten en de organisatie van het centrummanagement. De bestaande website www.centrummanagementoss.nl zal worden geactualiseerd en worden aangepast aan de nieuwe huisstijl van CMO.
- Naast het bijwonen door de centrummanager van de maandelijkse vergaderingen van de ondernemersvereniging COO en de horecavergaderingen zullen, om het draagvlak voor CMO te vergroten en communicatie te vereenvoudigen periodieke bijeenkomsten georganiseerd voor straatambassadeurs (streven 18 tot 20 personen) en vertegenwoordigers van het grootwinkelbedrijf in het centrum van Oss.
- In november zal voor alle belangstellende centrumondernemers weer de jaarlijkse Ondernemersavond worden georganiseerd om terug te kijken op de afgelopen periode en de plannen voor het volgend jaar, inclusief financiële overzichten.

5.5. Straataankleding

- Op basis van een kleine proef in 2010 in de Kruisstraat met 8 bakken zal een plan worden uitgewerkt om meer hanging baskets als decoratie in het centrum te krijgen. Hierbij zullen opties zoals "eigen beheer" en "uitbesteden" tegen elkaar worden afgewogen. Deze bloembakken geven gedurende een periode van 6 tot 7 maanden kleur aan straten en pleinen in het centrum.
- De huidige sfeerverlichting in het centrum van Oss blijkt gedateerd, duur in verbruik en is ook onvoldoende om zoveel mogelijk straten hiervan te laten profiteren. De beschikbare sfeerverlichting blijkt een samenraapsel van aankopen door ondernemers uit enkele straten. Op korte termijn zal een project worden opgestart om binnen de bestaande begroting nieuwe uniforme led-sfeerverlichting voor 2011 te kunnen realiseren met uitbreidingen voor Klaphekkestraat, Hooghuisstraat, Peperstraat en Houtstraat terwijl in de Kruisstraat de bestaande muurornamenten worden vervangen door overspanningen.

5.6. Evenementen

Evenementen trekken bezoekers naar de binnenstad van Oss. Ook wordt door evenementen de verblijfsduur van deze bezoekers verlengd en de bestedingen worden hierdoor gestimuleerd wat weer een impuls levert aan de werkgelegenheid. Dit is een duidelijke economische meerwaarde van evenementen. Daarnaast wordt er door de positieve effecten van evenementen op het leefklimaat, een sociale meerwaarde behaald. Oss wordt aantrekkelijker als vestigingsplaats of (tijdelijke) verblijfplaats voor verschillende doelgroepen door de kwaliteit van haar leefmilieu te verhogen. Ook worden door evenementen verschillende doelgroepen samengebracht.

Evenementen in het centrum van Oss worden geïnitieerd en georganiseerd door centrumondernemers, belanggroeperingen (bijvoorbeeld SCVO carnaval), stichtingen (bijvoorbeeld Verenigd Oss en Winterland-Oss) en gemeente Oss (bijvoorbeeld kermis). Het is van groot belang te zorgen voor een goede afstemming en onderling overleg tussen de diverse organisatoren van evenementen in het centrum om te komen tot een aantrekkelijk, leefbaar en veilig centrum waar regelmatig activiteiten en evenementen plaatsvinden en rekening wordt gehouden alle betrokken partijen waaronder ook de bewoners.

Vanuit het CMO zullen voor 2011 onder meer de volgende evenementen weer worden ondersteund:

- Klunen in Oss
- Openbaar Carnaval
- Modepodia in maart en september
- Koninginnemarkt - Kindervrijmarkt
- Muziek Boulevard
- Verenigd Oss
- Proeven in het centrum
- Oss On Classic Wheels
- Living Statues
- Fantastival
- Draaiorgeldag
- Intocht Sinterklaas
- Zwarte Pieten Spektakel
- Winterland Oss

Een belangrijk initiatief voor dit jaar wordt het stimuleren van activiteiten en evenementen per straat. Hiervoor zal een financiële regeling worden uitgewerkt waardoor meer straten individueel actief kunnen worden en het aantal kleinschalige evenementen kan worden gestimuleerd.

6. Overlegstructuur

6.1. Intern

Maandelijks zal het bestuur van het CMO een formele bestuursvergadering hebben waarvan notulen zullen worden opgemaakt. Daarnaast kunnen tijdens informeel overleg van het bestuur specifieke onderwerpen, ontwikkelingen of initiatieven aan de orde komen. Tijdens deze formele en informele vergaderingen zijn aanwezig:

- bestuursleden
- notulist
- centrummanager

6.2. Extern

Voor 2011 staan de volgende externe formele overleggen voor het CMO op de agenda:

Beleidsoverleg

In dit overleg wordt gesproken over ontwikkelingen in het centrum en beleidsmatige wensen van ondernemers en gemeente Oss en worden onderwerpen voor het bestuurlijk overleg voorbereidt. Het beleidsoverleg vindt eenmaal per twee maanden plaats.

Bij het beleidsoverleg zijn aanwezig:

- hoofd SLWE
- beleidsmedewerkers SLWE
- teamleider GBORPRB
- afvaardiging bestuur CMO
- centrummanager

Overleg beheer openbare ruimte

In dit overleg wordt gesproken over uitvoeringszaken. Het overleg beheer openbare ruimte vindt eenmaal per twee maanden plaats.

Bij het overleg beheer openbare ruimte zijn aanwezig:

- hoofd beheer openbare ruimte
- teamleider services backoffice
- wijkbeheerder
- politie
- wijkcoördinator
- beheerder markt, kermis en evenementen
- hoofd HOR en TOR
- afvaardiging bestuur CMO/COO
- centrummanager

Overleg marktcommissie

In dit overleg wordt gesproken over marktgerelateerde zaken met betrekking tot week- en zaterdagmarkt. Het overleg marktcommissie vindt twee keer per jaar plaats.

Bij het overleg marktcommissie zijn aanwezig:

- wethouder EZ
- hoofd beheer openbare ruimte
- teamleider services backoffice
- beheerder markt, kermis en evenementen
- hoofd HOR en TOR
- marktkooplui
- marktbond
- afvaardiging bestuur CMO/COO
- centrummanager