

## **Jaarplan 2013 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 2013	5.
	5.1. Aandachtsgebieden	5.
	5.2. Werkgroep Branchering en centrumontwikkeling	5.
	5.3. Werkgroep Beheer, onderhoud en veilig ondernemen	6.
	5.4. Werkgroep(en) Evenementen en belevingswaarde	7.
	5.5. Werkgroep Communicatie, PR en promotie	8.
6.	Communicatie	9.
7.	Kalender 2013	10.
8.	Overlegstructuur	11.
	8.1. Bestuurlijk overleg	11.
	8.2. Beleidsoverleg	11.
	8.3. Overleg beheer openbare ruimte	11.
	8.4. Overleg marktcommissie	11.

## **1. Inleiding**

Het jaarplan 2013 geeft aan waar dit jaar, en daar waar mogelijk de volgende jaren, de accenten liggen bij het 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.

De activiteiten van het CMO kunnen worden verdeeld in de categorieën communicatie, overleg, evenementen en (sfeer)projecten. Op het gebied van communicatie zijn een eigentijdse huisstijl en thema ontwikkeld. Via website worden consumenten en ondernemers op de hoogte gehouden over ontwikkelingen, centrumnieuws en evenementen en voor de laatste groep is er ook een elektronische nieuwsbrief. Met de gemeente Oss is er gestructureerd overleg over beleid en de openbare ruimte. Met de ondernemers gebeurt dit via 18 straatambassadeurs en de ondernemersverenigingen. Naast de traditionele evenementen wordt voor nieuwe evenementen en activiteiten nog meer de samenwerking gezocht met de cultuursector. Ook het vernieuwde evenement Winterland Oss staat voor 2013 weer op het wensenlijstje. Nieuwe en Onderdelen als de energiezuinige sfeerverlichting, hanging baskets, nieuwe stadsbanken en aanpak van graffiti dragen door het gehele jaar heen bij aan het vergroten van de verblijfskwaliteit in het centrum. Het initiatief van de collectieve webshopcentrumoss.nl, welke online is gegaan in het najaar van 2012, illustreert de stappen van het CMO in het kader van het nieuwe winkelen.

Als grootste uitdagingen voor de toekomst ziet het CMO samen met de centrumondernemers het overbruggen van de (te) lange recessieperiode waarin de effecten op de koopkracht door onduidelijke en zwalkende kabinetsplannen steeds moeilijker in te schatten zijn. Hierdoor zijn door het recordlage consumentenvertrouwen de consumptieve bestedingen nog verder onder druk komen te staan. Een andere uitdaging is het behouden van de detailhandelspositie van het centrum ten opzichte van mogelijke ontwikkelingen in de periferie en op de meubelboulevard in Oss. Maar ook acquisitie, branchering en het tegengaan van leegstand staan hoog op de agenda van het CMO voor 2013.

## **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 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 publiekstrekkende culturele functies en de winkels in de aanloopstraten.

## **5. Activiteiten 2013**

De activiteiten CMO kunnen worden gerubriceerd in vier aandachtsgebieden. Vanuit deze aandachtsgebieden zal in 2013 allereerst worden verder gegaan met de in 2011 en 2012 opgepakte thema's en daar waar mogelijk zal de nadruk op nieuwe quick-wins, ontwikkelingen en kansen liggen.

### **5.1. Aandachtsgebieden**

De aandachtsgebieden CMO voor projectenprogramma 2013 zijn:

- Branchering en centrumontwikkeling
- Beheer, onderhoud en veilig ondernemen
- Evenementen en belevingswaarde
- Communicatie, PR en promotie

In de uitwerking van dit plan voor 2013 worden de "standaard activiteiten" zoals de vaste evenementen, sfeerverlichting en graffitibestrijding niet in detail meegenomen.

### **5.2. Werkgroep Branchering en centrumontwikkeling**

Doelstelling: het vergroten van de aantrekkingskracht en de bekendheid van het centrum van Oss door een gevarieerd en kwalitatief winkel en horeca-aanbod waardoor meer bezoekers vaker een bezoek aan het centrum brengen met een omzetverhogend effect voor alle centrumondernemers. Een onderwerp dat gezien de aanhoudende recessie, de toenemende leegstand en de ontwikkelingen van het Nieuwe Winkelen van groot belang is.

Project: Opzetten pandenbank

Met (lokale) makelaars zal het contact vanuit het CMO worden geïntensiveerd om de actuele en latente leegstand beter in kaart te brengen. Ook van mogelijke bedrijfssluitingen in verband met opvolgingsproblemen en stille verhuur kunnen hieraan worden toegevoegd. Dit geeft een overzicht van leegstaande maar ook van vrijkomende panden in de toekomst, ook met gebruik van de bij de gemeente Oss beschikbare gegevens.

Project: Acquisitiestrategie

In de strijd om de gunst van de consument in combinatie met het bestrijden van leegstand en het anticiperen op de voorziene krimp in winkels in de toekomst werd in 2012 een begin gemaakt met het voeren van een actieve acquisitiestrategie.

Hiervoor werd een kleine projectgroep samengesteld om te kijken welke aanpak en middelen kunnen worden ingezet om dit met bescheiden kosten te kunnen gaan realiseren. De projectgroep bestaat uit drie personen: Patrice Kuypers (afdeling Vastgoed gemeente Oss), Margret van Bohemen (afdeling Ondernemerszaken gemeente Oss) en de centrummanager.

In 2013 zal dit initiatief vervolg krijgen met onder meer het samenstellen van een wervende brochure waarin uiteengezet wordt waarom winkeliers en horecazaken zich moeten vestigen in Oss. Het opstellen van een acquisitielijst en het opbouwen van een netwerk met brancheorganisaties, winkelketens, makelaars en individuele ondernemers zullen de andere speerpunten zijn.

Project: Collectieve webshopcentrumoss.nl

Op 22 oktober 2012 is de collectieve webshopcentrumoss.nl live gegaan. Dit gebeurde door het opzetten van een collectieve webshop als digitaal warenhuis centrum Oss met een groot en breed aanbod, dagelijkse aanbiedingen, couponing door horecaondernemers en snelle bezorging in samenwerking met een lokale logistieke partner.

De doelstelling van het project "collectieve webshop centrum Oss" is het gezamenlijk benutten van de kansen die het internet (clicks) biedt als snel groeiend verkoopkanaal in combinatie met de kracht van de fysieke winkels (bricks). De beoogde resultaten van het project zijn toename van de omzetten van de individuele ondernemers, hun klantenbinding en hun klantrelaties, een stimulans voor de centrum economie met behoud of kleine groei van werkgelegenheid en een impuls aan het imago van het centrum Oss en de deelnemende en ondersteunende partners.

In 2013 zal periodiek met de kopgroep worden geëvalueerd over de voortgang, technische ontwikkelingen, logistiek en groeistrategie van dit platform. Het is ook de bedoeling dat de evenementen in het centrum van Oss een plaats krijgen binnen het platform zodat consumenten ook geïnformeerd worden over de vele activiteiten, evenementen en open zondagen in het centrum van Oss. Op het gebied van Social Media zal een facebookpagina worden opgezet.

#### Project: Winkeltijdenverordening

In 2012 heeft de Tweede Kamer ingestemd om de verantwoordelijkheid voor de winkeltijden op zon- en feestdagen bij de gemeentes in Nederland neer te leggen en niet meer landelijk te willen regelen. De Eerste Kamer zal zich naar verwachting hierover uitspreken voor de zomer van 2013. Het CMO vindt het een goede ontwikkeling dat de overheid de veranderende behoefte van consumenten naar een 24-uurs economie, waarvan de explosieve groei van webwinkels een duidelijk en niet te ontkennen signaal is, onderkend en zowel ondernemers als consumenten meer vrijheid geven. De bestaande koopzondagen in de diverse winkelgebieden in Oss hebben aangetoond dat mensen in toenemende mate hiervan gebruik maken. De diversificatie van leef- en arbeidspatronen spelen hierin een rol. Met name jongeren en gezinnen met tweeverdieners ervaren de koopzondag als prettig. CMO zal begin 2013 met de verantwoordelijken binnen de gemeente Oss in contact treden om op basis van de te verwachte aanname door de Eerste Kamer te kunnen anticiperen en medio 2013 een nieuwe winkeltijdenverordening al van kracht te hebben zodat hiervan al in 2013 geprofiteerd kan worden.

### **5.3. Werkgroep Beheer, onderhoud en veilig ondernemen**

Doelstelling: het vergroten van de veiligheid, leefbaarheid en hierdoor de aantrekkelijkheid van het centrum van Oss door een intensieve samenwerking tussen alle betrokken en belanghebbende partijen.

Er moet worden toegezien dat de binnenstad van Oss schoon, heel, veilig en bereikbaar is en blijft. Een plaats waar bezoekers en bewoners zich prettig voelen en graag naar toe gaan. Dit geldt voor de bestaande situatie in de binnenstad maar zeker ook voor de problemen en ongemakken die kunnen optreden bij de nieuwe (her)ontwikkelingslocaties in het centrum. Tevens ziet de werkgroep toe op een goede ruimtelijke inpassing van de ambulante handel en evenementen in de open lucht in het centrum van Oss. Voor de integrale aanpak van het beheer binnenstad is een structurele en blijvend aanpak noodzaak. CMO is in 2012 door de gemeente Oss gevraagd om mee te denken over de eerste stap in het proces van het borgen van de veiligheid voor de centrumhoreca en te komen tot een Kwaliteitsmeter Veilig Uitgaan.

#### Project: Kwaliteitsmeter Veilig Uitgaan

Samen met Koninklijke Horeca Nederland afdeling Oss en de gemeente Oss zal in 2013 een doorstart worden gemaakt met de Kwaliteitsmeter Veilig Uitgaan (KVU). Dit is een periodiek overlegorgaan tussen de Osse cafés, de politie de gemeente Oss en CMO. Daarbij worden verschillende onderwerpen ter verbetering van het uitgaansklimaat behandeld.

Het gaat dan bijvoorbeeld om het ontzeggingsbeleid, de sluitingstijden van de horeca en evenementen. Verder zal een KVVU werkgroep worden opgericht waarin het CMO actief zal participeren.

Project: Winkelsurveillance

Met enkel vertegenwoordigers van het Grootwinkelbedrijf in Oss (Hema, V&D, Blokker en Albert Heijn) hebben in 2012, op verzoek van deze bedrijven, oriënteren gesprekken plaatsgevonden om de wensen en mogelijkheden voor collectieve winkelsurveillance te onderzoeken. Dit project zal in 2013 worden voortgezet.

Project: Parkeren en bereikbaarheid

De kosten van parkeren zijn voor de economische positie van het centrum van Oss binnen de regionale concurrentieverhoudingen van groot belang. Het CMO zal daarom continu de vinger aan de pols dienen te houden met het oog op, naast een optimale bereikbaarheid, een passende tarifiering. Eind 2012 bereikte het CMO het bericht dat de gemeenteraad had ingestemd met forse tariefsverhogingen (15% tot 25%) voor de meeste grote parkeerterreinen en dagkaarten. CMO heeft invoering per 1 januari 2013 kunnen voorkomen.

Samen met de afdeling Parkeerbeheer van de gemeente Oss is een projectgroep samengesteld om te komen tot minder parkeertarieven en een acceptabeler niveau voor de uur- en dagtarieven. Het streven is invoering per 1 juli 2013.

Project: Stadsplattegronden en bewegwijzering

Samen met afdeling IBOR van de gemeente Oss, de ondernemersvereniging COO en CMO is in 2012 een klein project gestart met betrekking tot de bewegwijzering in het centrum vanaf de diverse parkeerplaatsen. In 2013 worden de eerste resultaten verwacht ondermeer met het plaatsen van enkele stadsplattegronden in het centrum en zal vervolg worden gegeven aan het uitwerken van andere opties.

Project: AED

Binnen het centrumgebied bevinden zich zeven AED's. De locaties hiervan zijn V&D (Walplein), Globe Travel-Team (Walstraat), La Colline (Heuvel), Boetiek De Kiep (Terwaenen), Opera (Heuvelstraat), Hema (Kruisstraat) en Groene Engel (Kruisstraat).

Weten hoe te reageren in een levensbedreigende situatie en direct kunnen en durven handelen is van groot belang bij bewusteloosheid en ademstilstand. 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 indien dit niet van toepassing is via het CMO. In de 2<sup>e</sup> helft van 2013 zullen de gratis (herhaling)trainingen via het CMO weer worden georganiseerd voor geïnterneerden ondernemers en personeelsleden in het centrum van Oss.

#### **5.4. Werkgroep(en) Evenementen en belevingswaarde**

Doelstelling: het bedenken en laten uitvoeren van nieuwe evenementen waardoor meer bezoekers vaker een bezoek aan het centrum brengen met een omzetverhogend effect voor alle centrumondernemers.

Project: nieuwe evenementen

Als het gaat om nieuwe evenementen wordt vooral gekeken naar meerdaagse evenementen zoals themaweken of evenementen die zullen worden herhaald. Als voorbeeld hiervan wordt gedacht aan het organiseren van Zomermarkten ter vervanging van het evenement Late Night Shopping dat op verzoek van een meerderheid van de ondernemers van de evenementenkalender is verdwenen. Maar ook het uitbouwen en/of combineren van bestaande evenementen staat op de agenda voor 2013.

Als voorbeelden in dit kader kunnen de Oranjefeesten/Koninginnemarkt en Muziekboulevard worden genoemd.

Om een goede afweging in werkzaamheden en denkkracht te kunnen realiseren wordt gedacht aan het samenstellen van meerdere werkgroepen van de diverse thema's zoals fashion, wonen en horeca. Het doel van de werkgroep(en) Evenementen en belevingswaarde is te komen tot een aantrekkelijk, leefbaar centrum voor de inwoners van Oss en haar verzorgingsgebied, maar ook tot een aantrekkelijk centrum voor bezoekers van buiten en de toeristen. Door het organiseren van evenementen moet het aantal bezoekers, maar ook het herhalingsbezoek, worden verhoogd. Tevens moet de waardering en de tevredenheid van de bezoekers aan het centrum toenemen.

Uitgangspunt is dat alle bestaande evenementen goed op elkaar worden afgestemd en daardoor elkaar zoveel mogelijk versterken. Daarvoor evalueert deze werkgroep(en) de huidige evenementen en beoordeelt ze op kwaliteit, effectiviteit en doelgroepenbereik. Tevens geeft de werkgroep een oordeel over de kwaliteit van de evenementen waarvoor een vergunning wordt aangevraagd.

#### Project: Winterland 2013

Nadat in het voorjaar van 2012 het bestuur van de Stichting Winterland Oss bekend maakte het om financiële redenen onverantwoord te vinden de editie 2012 in zijn huidige vorm door te zetten heeft het CMO daarna een plan uitgewerkt voor sfeervolle schaatsactiviteiten op de Heuvel in het centrum van Oss in de periode van 20 december 2012 tot en met 6 januari 2013. Het resultaat een zeer geslaagd evenement Jumbo Winterland Oss met twee overdekte schaatsbanen, enkele etenskramen en kindervermaak. De horecaondernemers op de Heuvel sloten zich aan bij dit evenement met hun programmering en aankleding.

Het stichtingbestuur Winterland Oss wilde 2012 gebruiken voor het verkennen van de mogelijkheden om, misschien in een aangepast concept, in 2013 een vervolg te geven aan het evenement. Samen met CMO zal in het voorjaar van 2013 worden gekeken naar de mogelijkheden voor december 2013.

### **5.5. Werkgroep Communicatie, PR en promotie**

Doelstelling: het inzetten van communicatiemiddelen om periodiek zoveel mogelijk inwoners van Oss en inwoners uit de directe regio te bereiken waardoor meer bezoekers vaker een bezoek aan het centrum brengen met een omzetverhogend effect voor alle centrumondernemers.

#### Project: Onderzoeken mogelijkheden Social Media

De communicatie, promotie, reclame- en marketingacties van de ondernemers in het centrum van Oss komen op dit moment veelal individueel of in enkele gevallen met een beperkte samenwerking tot stand. In deze marketinguitingen is het van belang dat de herkenbaarheid, de eigen identiteit en het toekomstig imago van het centrum een rol spelen. In 2013 zullen door een te formeren werkgroep de mogelijkheden voor het inzetten van Social Media worden onderzocht.



## **6. Communicatie**

De communicatie in 2013 zal weer via een kanalen verlopen zoals, website centrummanagementoss.nl, elektronische nieuwsbrieven, specials elektronische nieuwsbrieven, bijeenkomsten straatambassadeurs, ondernemersavond(en), bestuursvergaderingen KHN en COO, inloopsessies op basis van onderwerpen/projecten, bijwonen van vergaderingen over straatevenementen door de centrummanager.

Verder: vrije inloop kantoor centrummanagement Hooghuisstraat of de mogelijkheid voor het maken van een afspraak, de bezoeken van de centrummanager aan (nieuwe) centrumondernemers en op verzoek een afspraak met de bestuursleden van het CMO.

## **7. Kalender 2013**

Voor 2013 is in overleg met winkeliersvereniging COO gekomen tot een opzet van de open zondagen en bijbehorende thema's, de bijzondere dagen en avonden en de extra koopavonden. Alle data en thema's zijn onder voorbehoud.

### **Open zondagen 2013**

- 27 januari - Oss ruimt op!
- 24 februari - Modepreview
- 24 maart - Modepodium
- 28 april - Oss Zingt
- 26 mei - Bloemenmarkt
- 30 juni - Oss on Classic Wheels
- 25 augustus - Living Status
- 29 september - Modepodium
- 27 oktober - Woonmarkt
- 24 november - Zwarte Pieten Spektakel
- 22 december - Jumbo Winterland
- 29 december - Jumbo Winterland

### **Bijzondere dagen / avonden 2013**

- dinsdag 30 april - Koninginnemarkt
- donderdag 20 juni - Zomermarkt
- donderdag 27 juni - Zomermarkt
- donderdag 4 juli - Zomermarkt
- donderdag 11 juli Zomermarkt
- zaterdag 17 augustus - Kermisbraderie
- zaterdag 24 augustus - Oss Sport
- zaterdag 23 november - Intocht Sinterklaas

### **Extra koopavonden 2013**

- woensdag 4 december Sinterklaas
- vrijdag 20 december Kerst
- zaterdag 21 december Kerst (tot 19.00 uur)

De agenda zal worden aangevuld met activiteiten van derden zoals SCVO, Muzelinck en Verenigd Oss waardoor op meerdere momenten activiteiten en evenementen te beleven zijn in het centrum van Oss. CMO is in nauw contact met dergelijke organisaties om te praten over de afstemming en mogelijke (financiële) ondersteuning. Het aantal organisatie die kiezen voor afstemming is groeiende.

## **8. Overlegstructuur**

Voor 2013 zullen voor het CMO de volgende externe formele overleggen met de gemeente Oss op de agenda staan:

### **8.1. Bestuurlijk overleg**

In dit overleg wordt gesproken over ontwikkelingen in het centrum en beleidsmatige wensen van ondernemers en gemeente Oss. Het bestuurlijk overleg stelt de prioriteiten voor het centrum vast. Het bestuurlijk overleg vindt twee keer per jaar plaats.

Bij het bestuurlijk overleg zijn aanwezig:

- relevante wethouder(s)
- afvaardiging bestuur CMO, inclusief afvaardiging COO en KHN
- centrummanager

### **8.2. 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

### **8.3. 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

### **8.4. 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
- marktbonde
- afvaardiging bestuur CMO/COO
- centrummanager