

cmo jaarverslag

2014



*“Werken aan een vitaal en toekomstbestendig
stadscentrum Oss slaagt alleen
als we dit samen blijven doen”*



centrumoss 
naar de stad!

Inleiding



Het bestuur van de stichting Centrummanagement Oss (CMO) heeft een jaarverslag samengesteld over de door haar gerealiseerde activiteiten, initiatieven en inspanningen in het jaar 2014. Het CMO heeft er ook in 2014 weer voor gekozen om een aantal succesvolle evenementen op de jaargenda terug te laten komen. Op het gebied van nieuwe evenementen waren dat ondermeer Zandsculpturen Festival Brabant, Food Festival Oss, Herdenking Market Garden en Winterland Oss. Extra middelen voor communicatie gingen naar Facebook voor het opzetten van een zomercampagne en gedrukte nieuwsbrieven. In het kader van projecten werd budget vrijgemaakt voor het uitbreiden van de sfeerverlichting, het opknappen van 't Gengske en het plaatsen van winterbaskets.

In de Uitvoeringsovereenkomst Reclamebelasting tussen de gemeente Oss en het CMO werd vastgelegd dat het CMO in 2014 een evaluatie zou uitvoeren naar haar functioneren. Hierbij dienden ondermeer de wijze van financiering van de activiteiten, de verrichte bestedingen en de behaalde resultaten aan de orde te komen. Bij centrumondernemers en de gemeente Oss ontstond de wens deze evaluatie door een onafhankelijke organisatie te laten uitvoeren onder de regie van de gemeente Oss. Gezamenlijk werd de keuze van de uitvoerende organisatie bepaald alsmede de manier van onderzoek en de wijze van rapportage. Het bureau Seinpost kreeg de opdracht en presenteerde op woensdag 10 september in het gemeentehuis aan belangstellenden haar evaluatierapport.

De rapportage geeft een goed beeld hoe de voorafgaande jaren zijn verlopen en hoe het er nu voor staat met het CMO. Het CMO voelt zich gesterkt door de uitkomsten van het onderzoek. We zijn op de goede weg, maar er is zeker nog ruimte voor verbetering. In dit rapport werden ook tien aanbevelingen gepresenteerd. Hiermee is het CMO aan de slag gegaan. Op het punt van communicatie werden de eerste aanbevelingen doorgevoerd. Een andere grondslag voor de reclamebelasting staat op het programma voor 2015.

Het CMO is al een aantal jaren voor de gemeente Oss een belangrijke schakel in verschillende processen die in het centrum spelen, zowel beleidsvoorbereidend als uitvoerend. Op het gebied van beleid werden in 2014 zeer intensieve politieke discussies gevoerd over de hoofdkeuzes van het detailhandelsbeleid binnen de gemeente. Tot groot genoegen van het CMO maakte het college van B&W, gesteund door de gemeenteraad, belangrijke keuzes: prioriteit voor het centrum, een woonboulevard die aanvullend is aan het centrum en het niet toevoegen van vierkante meters met een algemene detailhandelsbestemming in het buitengebied. Het college verschaftte duidelijkheid en schiep vooral vertrouwen om te investeren en te ondernemen in het centrum.

Naast de goede en intensieve contacten van het CMO met betrokken medewerkers uit de gemeentelijke organisatie kwam met de oprichting van de Taskforce Centrum Oss een nog intensievere, maar vooral ook een breder gedragen samenwerking met meer structuur en slagkracht op gang. De eerste mooie resultaten werden in 2014 een feit.

De samenstelling van het bestuur van het CMO werd op 1 november 2014 gewijzigd. Na een periode van ruim 6 jaar trad voorzitter Rien Damen af alsmede penningmeester Sjoerd Bijkersma. De rol van voorzitter werd op interim-basis overgenomen door bestuurslid Pierre Vink. Bestuurslid Ton de Vet werd per 1 november de nieuwe penningmeester.

Het bestuur kwam in 2014 voor bestuursvergaderingen twintig keer bij elkaar. Daarnaast namen bestuursleden deel aan overleggen met de gemeente Oss en waren zij betrokken bij diverse klankbordgroepen en kennisgroepen Taskforce Centrum Oss.

Bestuur Stichting Centrummanagement Oss

centrumoss 
naar de stad!

Samenvatting activiteiten 2014

1. Evenementen en belevingswaarde

Evenementen zijn belangrijk voor de aantrekkelijkheid van het stadscentrum en daarmee voor het imago, de stadspromotie en economische ontwikkeling van Oss. Zij moeten meer bezoekers naar het stadscentrum halen en deze blijven binden en boeien. Het is van groot belang om naast de bestaande evenementen regelmatig nieuwe evenementen te bedenken en te (laten) uitvoeren, ook om als stadscentrum aantrekkelijk en onderscheidend in de regio te blijven.

In de begroting van 2014 werd voor evenementen, inclusief de kerstsfeeractiviteiten, een bedrag van € 167.950,- gereserveerd. Dit bedrag is inclusief € 11.500,- voor de promotie van evenementen. De werkelijke uitgaven in 2014 voor evenementen kwamen uit op een bedrag van € 154.837,- inclusief een bedrag van € 13.063,- voor promotie. In 2013 bedroegen de totale uitgaven voor evenementen € 115.417,-. Dit betekent dat het afgelopen jaar aan evenementen een belangrijke impuls is gegeven.

De volgende evenementen werden gecontinueerd:

- Klunen in Oss
- Oss Sport!
- Oss Zingt
- Oss Fashion Week
- Koningsmarkt
- Oude ambachten markt
- Kindervrijmarkt
- Intocht Sinterklaas
- Muziekboulevard
- Sinterklaashuis
- Oss on Classic Wheels
- Popronde Oss
- Oss = beeldig
- Pietendag

Het CMO ondersteunde weer evenementen vanuit de eigen centrumondernemers:

- Peperfestijn
- Boekenmarkt Peperstraat
- Kermisbraderie
- Tussen Hemel & Aarde Markt
- Stiletto Run
- Oranjefeesten

Aan de evenementenkalender werden evenementen toegevoegd die het CMO financieel en/of organisatorisch ondersteunde:

- Cultureel Uitje Oss
- Beachevent
- BabsFestival
- Zandsculpturen Festival Oss
- Kids Day!
- Food Festival Oss
- Verjaardag Osje
- Herdenking Operation Market Garden

Onder een nieuw bestuur werd het, mede door de financiële participatie door het CMO, weer mogelijk om in december midden op de Heuvel te kunnen schaatsen tijdens een nieuwe editie van het evenement Winterland Oss.

De evenementenkalender voor 2014 werd verder weer aangevuld met activiteiten van derden zoals SCVO met het Ossekoppenplein en twee optochten, Muzelink met de organisatie van Fantastival, Kermis Oss, Veilig Verkeer Nederland afdeling Oss, Pop Ronde Oss, Showvenster, Osse Cafe Bridgedrive en diverse goede doelen. Het CMO was in nauw contact met deze organisaties om te praten over de afstemming en mogelijke (financiële) ondersteuning. Vanuit het Stadsarchief werden in 2014 diverse exposities georganiseerd die zorgden voor combinatiebezoek aan het centrum.

In overleg met 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 werd een thema, activiteit of evenement verbonden. Aan de open zondagen werden als proef de kermiszondag 17 augustus en Fantastival zondag 14 september toegevoegd. De animo voor deelname door ondernemers bleek niet voldoende groot waardoor deze extra open zondagen minder succesvol verliepen ten opzichte van de reguliere open zondagen.

In 2014 kreeg de gemeente Oss een nieuw evenementenbeleid. Het CMO was bij de totstandkoming hiervan zeer intensief betrokken. Hieronder een toelichting op een aantal bijzondere en nieuwe evenementen.

• Oss Fashion Week

Het weekend van 29-30 maart stond in het teken van Oss Fashion Week. De organisatie kan terugkijken op een zeer geslaagd evenement: twee dagen lang vele winkelende consumenten en overvolle terrassen. Het prachtige voorjaarsweer speelde hierin ook een rol. Op zaterdag trokken de dansdemonstraties veel publiek en was er de prijsuitreiking van de ontwerpwedstrijd voor kinderen.



Op zondag was het echt show time: op twee grote podia vonden om het half uur modeshows plaats van de 20 deelnemende ondernemers. Ook de fashion gerelateerde ondernemers, waaronder Young designers, in de diverse pagodetenten verspreid door het centrum trokken met hun aanbod op het gebied van ambacht, lichaamsverzorging, styling en workshops volop belangstellenden. Nieuw tijdens Oss Fashion Week was de loterij waaraan ruim 60 ondernemers deelnamen. Uit de vele reacties blijken consumenten een dergelijk initiatief bijzonder te waarderen. Hetzelfde succesvolle concept werd in het weekend van 27-28 september herhaald.

• **Koningsmarkt**

Dit grote populaire publieksevenement wordt al weer vele jaren onder de supervisie van het CMO georganiseerd maar vraagt om doorlopende aandacht. Naast de naamswijziging - voorheen Koninginnemarkt - betekende dit in 2014 nieuwe afspraken met de horeca en aanpassingen in documentatie zoals de invoering van een inschrijfformulier, reglement, wervingsbrief, persberichten en de inzet van social media. Maar ook overleg met de gemeente Oss, politie en brandweer over afsluitingen, aangepaste bebording, schoonmaak en nieuwe eisen aan het calamiteitenplan vroegen om aandacht. Het aantal deelnemers aan de kindervrijmarkt rondom de Groene Engel bereikte met 208 kinderen een nieuw record.



• **Oranjefeesten 2014**

Een aantal horecaondernemers had ook in 2014 weer een programma samengesteld voor de Oranjefeesten van 25 tot en met 27 april. Mede door de financiële ondersteuning van Muzelinck en het CMO kreeg Oss op 27 april haar 3e editie van "Oss zingt!". Samen met de andere organisatoren werd veel aandacht gegeven aan communicatie en de uitgifte van liederenkrant. Voor de aankleding van diverse straten werden rood-wit-blauwe banieren aan de kabels van de sfeerverlichting bevestigd.

• **Cultureel Uitje Oss**

Met de organisatie van "Cultureel Uitje Oss" zetten de culturele instellingen Muzelinck, Theater De Lievekamp, Bibliotheek Oss, Cultuurpodium De Groene Engel, Museum Jan Cunen en het Stadsarchief Oss op zondag 25 mei 2014 een nieuw evenement neer.

De samenwerking tussen deze culturele instellingen vloeide voort uit de herziening van het cultuurbeleid van de gemeente Oss. Naast de opdracht om te bezuinigen werd er gestreefd naar meer of nauwere samenwerking tussen de kunst- en cultuurinstellingen. Met de organisatie van een gezamenlijke open dag kwam dit nieuwe evenement tot stand. Om naast het Stadsarchief aan de Peperstraat meer exposure in het centrum te krijgen werd het CMO benaderd voor het organiseren van en financieel participeren in een gevarieerd podiumprogramma tijdens de open zondag op 25 mei. Het initiatief op de Heuvel kreeg bijzonder veel belangstelling van het winkelende publiek. De culturele instellingen spraken bij de evaluatie met het CMO de wens uit tot het continueren van deze samenwerking.

• **Zandsculpturen Festival Brabant**

Eind 2013 kwam vanuit de Taskforce Centrum Oss het contact tot stand met Global PowwoW. Deze organisatie houdt zich internationaal bezig met het organiseren van festivals met zandsculpturen. De organisatie had de wens om in 2014 en vervolgjaren een festival in Brabant te organiseren. Als passende locatie werd binnen de kern van Oss en de dorpen gezocht. Gezien de grote landelijke aantrekkingskracht van een dergelijk evenement leek het centrum van Oss voor het CMO dé ideale locatie voor dit evenement. De gemeente Oss steunde dit idee van harte en zegde haar medewerking toe voor een bijzondere centrumlocatie. Het werden de sheddaken en het hieraan grenzende terrein voor de kunstwerken. Een groot voordeel van deze locatie was ook dat belangrijke voorzieningen voor parkeren en openbaar vervoer in de directe omgeving beschikbaar waren.

Van juni tot en met september 2014 werd dit evenement op deze unieke locatie aan de Oostwal georganiseerd, mede door de financiële bijdragen vanuit het budget van de Taskforce Centrum Oss en het CMO. De eerste editie van dit evenement, met ruim 20 kunstwerken gebouwd uit 500.000 kilo zand, trok ruim 45.000 bezoekers waarvan velen ook een combinatiebezoek brachten aan het centrum. Deze bezoekersstroom werd ondermeer bereikt door een zandsculpturenroute door het centrum. In acht etalages verschenen kunstwerken die via een routekaartje te bewonderen waren. Maar er was meer spin off van dit festival, zoals het organiseren van een geslaagd tweedaags beachevent op de Heuvel door betaaldvoetbalorganisatie FC Oss.

• **Bevrijdingsconcert Market Garden**

Op vrijdag 19 september 2014 werd herdacht dat Oss 70 jaar geleden werd bevrijd. Dit werd gevierd met onder andere een bezoek van de toer van Operation Market Garden aan Oss. Om de bevrijding van Oss en het belang van vrijheid onder de aandacht van de Osse inwoners te brengen maar ook om het heugelijke feit de bevrijding van 70 jaar geleden op muzikale wijze te vieren organiseerde het CMO het gratis Bevrijdingsconcert Market Garden Oss op de Heuvel. De muzikale uitvoering was in handen van de Big Band Oss met leadzangeres Babs van Balveren.

• Winterland Oss

Na het afhaken van het bestuur van Winterland Oss in 2012 organiseerde het CMO met haar centrummanager dat jaar eenmalig een kleinschaligere editie met twee ijsbanen op de Heuvel. Voor een nieuwe editie in 2014 werd een nieuw Winterlandbestuur geformeerd. De centrummanager heeft voor dit nieuwe bestuur een uitgebreid subsidieverzoek met bijbehorende begroting voor de gemeente Oss opgesteld op basis van zijn organisatorische en financiële expertise van de schaatsbanen in 2012 en het Winterhuis in 2013. Na honorering van het subsidieverzoek door de gemeente Oss bleef de centrummanager

betrokken als adviseur van het nieuwe stichtingsbestuur.

Uit het positieve exploitatieresultaat van de editie die in 2012 onder auspiciën van het CMO werd georganiseerd, ondermeer door de onverwacht hoge sponsoring en lagere dan begrote kosten, kende het bestuur van het CMO voor de editie 2014 €30.000,- sponsoring aan dit voor het centrum en de stad Oss belangrijke evenement toe. Het terugkeren van Winterland Oss midden in het centrum werd in Oss positief ontvangen en ervaren door centrumbezoekers.



2. Projecten

In de begroting van 2014 werd voor projecten een bedrag van €47.100,- gereserveerd. De werkelijke uitgaven in 2014 voor projecten kwamen uit op een bedrag van €51.416,-. Dit is inclusief de kosten van leegstandsbestrijding - nieuw project - en de collectieve webshopcentrumoss.nl. In 2013 bedroegen de totale uitgaven voor projecten €38.578,-.

• Graffiti en kauwgom

Een schoon, heel en veilig centrum is essentieel voor het trekken van bezoekers naar de binnenstad van Oss. Voor het onderdeel schoon neemt het CMO, naast de periodieke schoonmaak door de gemeente Oss, de verwijdering van graffiti al enkele jaren voor haar rekening. Hiervoor is een contract met een lokaal schoonmaakbedrijf afgesloten. De kosten voor de graffiti verwijdering bedroegen in 2014 €12.000,-.

Begin 2014 ondernam de gemeente Oss een bijzondere schoonmaakactie in het centrum met het verwijderen van kauwgomresten. Kauwgom heeft een afbreektijd van 25 tot 30 jaar. De kosten voor uitvoering van deze verwijderingsactie, waarvoor ook een subsidie werd ontvangen, bedroegen €26.000,-.

• Hanging baskets

De eerste hanging baskets in het centrum van Oss werden door het CMO geplaatst in de zomer van 2010. Bij wijze van proef werden acht bakken opgehangen aan de Kruisstraat. Na evaluatie waren zowel ondernemers als centrumbezoekers bijzonder te spreken over de verfraaiing van het straatbeeld met bloemen. In de jaren daarna werd het aantal bakken van 8 naar 140 uitgebreid.

In 2013 verschenen de eerste winterbakken als uitbreiding en in 2014 werd dit herhaald met een groter aantal. In de maanden november en december werden in de winterbakken nog kerstdecoraties toegevoegd. De uitgaven voor de baskets in 2014 bedroegen €29.518,-.

• Sfeermuziek

Na het succes in het voorgaande jaar spraken de Straatambassadeurs weer de wens uit voor sfeermuziek in het centrum in de maand december. Dit verzoek werd door het CMO weer opgepakt en uitgevoerd door middel van het plaatsen van speakers aan lantaarnpalen. Uitbreiding ten opzichte van het jaar daarvoor vond plaats op het parkeerterrein aan de Eikenboomgaard voor de dinsdag- en zaterdagmarkten. Maasland FM verzorgde weer een stemmige playlist maar ook voor een speciale commercial namens de centrumondernemers. Deze commercial werd tussen de muzieknummers uitgezonden. De uitgaven voor de sfeermuziek bedroegen €2.500,-.

• Uitbreiding sfeerverlichting

Samen met de gemeente Oss werd een voorstel uitwerkt voor de uitbreiding van de sfeerverlichting om de aantrekkelijkheid van het centrum te versterken. De keuze viel op led-boomverlichting die meerdere jaren gebruikt kan worden. Gekozen werd voor verlichting in vijftien grote bomen op de Heuvel, Walplein, Wal, Kruisstraat en Kazerneplein. De kosten voor de aanschaf van 3.660 meter met 36.600 lampjes voor een bedrag van €23.500,- komt uit het budget van de Taskforce Centrum Oss. De kosten van het verbruik, €0,40 per uur, en het jaarlijkse onderhoud van €3.000,- komen voor rekening van de het CMO. Daarnaast werd door het CMO €2.500,- uitgegeven voor de uitbreiding van de sfeerverlichting in 't Gengske en op Terwaenen.

3. Communicatie

In de begroting van 2014 werd voor communicatie en pr, naast het budget voor de promotie van evenementen, een bedrag van €20.180,- gereserveerd. De werkelijke uitgaven in 2014 voor communicatie en pr kwamen uit op een bedrag van €26.331,-. In 2013 bedroegen de totale uitgaven voor communicatie en pr €9.010,-.

Het CMO zet voor communicatie, naast de promotiemiddelen voor evenementen en open zondagen zoals advertenties, banners en posters, haar website in. Via deze website worden ondernemers geïnformeerd via vaste rubrieken maar wordt ook ingespeeld op actualiteit. Te vinden zijn hier ondermeer de rubrieken agenda, centrumwijzer, nieuwsbrief, parkeertarieven, publicaties, straathoofden en te huur.

Voor promotie van het centrum van Oss verscheen elke twee weken 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, maar ook vooral aan (nieuwe) ondernemers in het centrum. Naast deze gedrukte promotie verscheen in 2014 ook maandelijks advertenties voor de open zondagen en evenementen in de huis aan huis bladen van De Winter mediagroep in de regio's Uden, Veghel en Maasdonk.

Voor periodieke communicatie aan ondernemers wordt gebruik gemaakt van een digitale nieuwsbrief. In 2014 ontvingen de 514 geadresseerden achtmaal een nieuwsbrief. De digitale nieuwsbrief werd in 2014 tweemaal aangevuld met een gedrukt exemplaar. Ook werd het jaarverslag 2013 gedrukt en per post verspreid onder de centrumondernemers.

Om terug te kijken op de afgelopen periode en de plannen van het CMO voor 2015 toe te lichten werd op maandag 17 november 2014 voor belangstellende centrumondernemers weer de jaarlijkse Ondernemersavond georganiseerd in De Ontmoeting in Oss. In 2014 werd een aantal zaken aan de communicatiemix van het CMO toegevoegd.



• Bijeenkomsten centrumondernemers

Onder de vlag van de Taskforce Centrum Oss kwamen centrumondernemers naar speciale bijeenkomsten zoals op:

- 31 maart 2014 voor een symposium in hotel De Weverij. Tijdens dit symposium ging retailexpert Felix Wigman in op vragen zoals: Zijn binnensteden te groot voor de toekomst of juist te klein? Komen er nieuwe activiteiten bij? Wat bepaalt de aantrekkingskracht van de binnenstad? Waar liggen de kansen en wat moet er in Oss gebeuren om die kansen waar te maken? Daarna nam marketingstrateeg Paul Moers de aanwezigen op zeer humoristische wijze mee in heel concrete stappen hoe dienstbaar zijn vanuit de onderneming kan worden gestimuleerd.
- 23 juni 2014 voor een ontbijtseminar in het gemeentehuis van Oss. Tijdens deze bijeenkomst werden de structuur van de kennisgroepen Taskforce Centrum Oss en hun eerste activiteiten uitvoerig belicht.
- 13 oktober 2014 op uitnodiging van INretail naar de hotel De Weverij. Tijdens deze avond gaf retailexpert en trendwatcher Harry Bijl van INretail een boeiende presentatie over de laatste trends, uitdagingen, kansen en veranderingen in de detailhandel. Daarna volgde een prikkelend forumdebat met lokale ondernemers.
- 3 november 2014 voor een workshop Couleur Locale in museum Jan Cunen. Tijdens een inspirerende workshop werden ideeën verzameld om met de lokale ondernemers en andere betrokkenen samen het stadscentrum nadrukkelijker te profileren en te promoten. Verschillende perspectieven kwamen daarbij aan de orde zoals locatiebeleid, kansen voor startende ondernemers en branchering.

• Zomercampagne

Het centrum van Oss kreeg in 2014 een eigen zomercampagne. Het CMO sloeg samen met centrumondernemers, gemeente Oss, promotiecommissie Kermis Oss en de mediabedrijven De Winter en Social Media Men de handen ineen om al de evenementen en acties in de zomerperiode te bundelen in één campagne. Een campagne met een frisse en herkenbare uitstraling met als thema "Vier jouw zomer in de stad" werd een feit. De campagne kwam met name in beeld via posters, weekblad Regio Oss en Kliknieuws maar ook met een eigen succesvolle Facebookpagina "hetossecentrum"

• Gratis WiFi

Om consumenten in het centrum meer te boeien en te binden en hiermee de centromeconomie te stimuleren kwam in juli 2014 gratis WiFi voor bezoekers aan het centrum beschikbaar. De Jongerenraad Oss adviseerde de gemeente Oss al eerder hiervoor stappen te zetten. Dit initiatief werd ondersteund door het CMO en schept nieuwe communicatiemogelijkheden met centrumbezoekers. De middelen voor deze gratis voorziening komen voor twee jaar uit het budget van de Taskforce Centrum Oss.

4. Branchering en centrumontwikkeling

Het vergroten van de aantrekkingskracht van het centrum van Oss is essentieel. Een aandachtsgebied dat gezien de aanhoudende recessie, de leegstand en de ontwikkelingen van het Nieuwe Winkelen ook in 2014 weer van groot belang was. Het gaat bij een goed stadscentrum allang niet meer om zoveel mogelijk winkels. Essentieel is het creëren van een voor consumenten interessante en onderscheidende mix van winkels, aansprekende horeca en een gevarieerd aanbod van kunst, cultuur en bijzondere evenementen. Maar ook een schone en een prettige omgeving met mooie panden en veel groen, goed bereikbaar en met goede parkeervoorzieningen zijn hierbij belangrijk om succesvol te zijn.

• Leegstand en acquisitie

Door recessie en structurele verandering van het detailhandelslandschap met een afnemende behoefte aan winkelvloeroppervlakte ontstond in het centrum van Oss in de periode 2008-2013 ook meer leegstand. Deze ontwikkeling was niet alleen in de aanloopstraten naar het centrum waarneembaar zoals in de Kruisstraat, Hooghuisstraat, Houtstraat, Kerkstraat en Walstraat maar ook op A1 locaties zoals aan de Heuvel en in de Heuvelstraat.

In 2014 ging het CMO door met het jaar daarvoor ingezette activiteiten om nog meer leegstand te voorkomen, maar ook om leegstand terug te dringen. Deze activiteiten bestonden onder meer uit periodiek overleg met vastgoedeigenaren en met makelaars om over acquisitie en huurcondities te praten. Ook de gemeente Oss was via acquisitieoverleg hierbij intensief betrokken.

De lege panden in het centrum staan, met enkele kenmerken, geregistreerd. Een actuele lijst is beschikbaar op de website van het CMO. Updates worden hier direct in verwerkt.

Alle inspanningen beginnen langzaam vruchten af te werpen met een positief saldo. In 2014 sloten 9 winkels hun deur waaronder, na tientallen jaren, Dolcis en Van Oorschot Mode. In 2014 waren er twee overnames waaronder Delifrance. Ook was er een formulewijziging: Duthler werd Hout-Brox. In 2014 verhuisden 10 ondernemers binnen het centrum waaronder Claessens en Ditjes & Dotjes. In 2014 verwelkomden we maar liefst 24 nieuwe ondernemers waaronder de ANWB winkel, Van Bakel Vis, Tokyo Express en Y Kapsalons.

In 2014 kreeg het winkelpand Houtstraat 19 een tijdelijke invulling door het kunstenaarscollectief Ruw 'Art. Het pand aan de Hooghuisstraat 19 werd in november weer ingericht als tijdelijk Sinterklaashuis.

• Passage - 't Gengske

Waarschijnlijk ligt het meest besproken straatje van Oss in het centrum: 't Gengske. Deze doorgang was er tot begin 2014 beroerd aan toe met flarden van posters, bruine beplating, vergeelde makeelaarsposters met "Te huur", donker en somber met lekkende luifels, duivenstront en lege winkels. 't Gengske dat volgens stadgids Jan Ulijn ooit door de gemeenteraad "Oss op z'n smalst" genoemd werd, is weer één van de mooiste passages in het centrum geworden met gezellige kleine winkeltjes waarin drie nieuwe centrumondernemers gehuisvest zijn.

Dat dit er echt van gekomen is was vooral de verdienste van de vasthoudendheid van een paar betrokkenen bij de gemeente Oss samen met het CMO.



Het resultaat van het geloof dat alleen met vereende krachten, samen met de vastgoedeigenaren, het meest historische steegje weer die allure kreeg die het verdient. Met budget van de Taskforce Centrum Oss werd de steeg ook opnieuw bestraat en werden nieuwe verlichting en ornamenten aangebracht. In juni 2014 was de renovatie voltooid.

Van de Ontwerperskring Oss ontvingen de initiatiefnemers tijdens de feestelijke opening op 5 juni de wisseltrofee van deze kring voor de opmerkelijke verbetering van de ruimtelijke kwaliteit. 't Gengske heeft een ook eervolle vermelding in de wacht gesleept tijdens het Festival Ruimtelijke Kwaliteit. Het festival is een initiatief van "Mijn Mooi Brabant" waarmee de provincie, samen met andere partijen de ruimtelijke kwaliteit van Brabant wil versterken. De jury vond dat het gerenoveerde Gengske liet zien hoe een verwaarloosde steeg nieuw elan kan krijgen als het probleem gezamenlijk en lokaal wordt opgepakt.

De officiële naamswijziging uit februari 1949 van 't Gengske naar Passage werd in juni 2014 weer teruggedraaid waardoor deze steeg weer officieel de naam terugkreeg waaronder die bij vele Ossenaars bekend staat.

• Peperstraat

Door het succes van de renovatie van 't Gengske ontstond ook bij een aantal vastgoedeigenaren in de Peperstraat de behoefte om gezamenlijk de renovatie van deze straat te onderzoeken. Samen met een team van de gemeente Oss en het CMO werd de draad opgepakt. Na een inventarisatie van de individuele panden werden de eerste verkennende studies gemaakt. Betrokkenen kwamen in 2014 drie keer bij elkaar. De gevelrenovatie van het eerste pand Peperstraat 22 werd in december voltooid. De renovatie van in ieder geval zes andere panden gaat in 2015 plaatsvinden. Met budget van de Taskforce Centrum Oss zal ook de Peperstraat daarna opnieuw worden bestraat.

Via de Peperstraat werd ook de ontsluiting van de woonruimten van drie grote winkelpanden aan de Heuvel onderzocht. Door meer bewoning in de Osse binnenstad mogelijk te maken en te stimuleren, blijft het centrum ook na sluitingstijd van de winkels levendig en veilig. Op 9 oktober was de gemeente Oss gastheer voor de Stichting Binnenstadsmanagement voor hun jaarvergadering 2014. Het CMO verzorgde een presentatie over het onderwerp "Wonen boven winkels" en de ontwikkelingen in 't Gengske als woonstraat. Het gezelschap van ruim 50 personen kreeg daarna een uitgebreide rondleiding door het centrum.





5. Beheer, onderhoud en veilig ondernemen

Het centrum als een plaats waar bezoekers en bewoners zich prettig voelen en graag naar toe gaan. Met allen betrokken en belanghebbende partijen erop toegezien dat de binnenstad van Oss schoon, heel, veilig en bereikbaar is en blijft stond in 2014 ook weer hoog op de agenda.

• Herinrichting Kruisstraat

In april 2014 startte de werkzaamheden met betrekking tot de laatste fase van de herinrichting van het deel van de Kruisstraat tussen de Lievekampaan en de Boterstraat. In deze fase werden de straat en het trottoir aangepast en voorzien van een nieuwe klinkerbestrating. Ook werd het pleintje voor de molen Zeldenrust aangepakt en voorzien van een nieuwe inrichting. Door een korte afsluiting werd een omleidingsroute ingesteld. Om toch te kunnen bevoorraden werd de afsluiting van de Boterstraat ter hoogte van het fietspad Heschepad tijdelijk opgeheven. De plannen en werkzaamheden werden regelmatig afgestemd met het CMO. Door een faillissement van de uitvoerder kort voor de zomervakantie kwamen de werkzaamheden stil te liggen. Het CMO werd door ondernemers gevraagd om te bemiddelen voor een snelle oplossing. Samen met de gemeente Oss werd snel doorgepakkt en bleef de vertraging beperkt tot enkele weken.

• Kwaliteitsmeter Veilig Uitgaan

Met KHN afdeling Oss, de politie, Novadic-Kentron, de gemeente Oss en het CMO was in 2014 weer periodiek overleg over de Kwaliteitsmeter Veilig Uitgaan (KVU). Doel van de overleggen is het actualiseren van de KVU matrix. In 2014 werd dit initiatief verder uitgebreid waardoor ook thema's zoals het glasgebruik tijdens evenementen en onderwerpen uit het nieuw op te stellen evenementenbeleid voor Oss hier een plaats kregen.

• Parkeren

In het voorjaar van 2014 werden door de gemeente Oss de indeling van de zones met betaald parkeren en parkeren met vergunning aangepast. Verschillende zones werden

samengevoegd waardoor vergunninghouders in een groter gebied kunnen parkeren. Hierdoor konden ook veel verkeersborden worden opgeruimd waardoor het straatbeeld netter werd. De tarieven voor het betaald parkeren werden in 2014 niet gewijzigd, ook de tarieven voor parkeervergunningen niet. Het CMO heeft tenminste twee keer per jaar overleg met de afdeling parkeerbeheer van de gemeente Oss.

• AED

Verspreid door het centrum bevinden zich zeven AED's. Ondernemers en hun personeelsleden op de betreffende locaties worden periodiek getraind voor de juiste toepassing van deze levensreddende apparatuur. Dit gebeurt vanuit eigen BHV opleidingen en bij belangstelling via het CMO. In 2014 maakte zes personen gebruik van een gratis door het CMO georganiseerde training. Ook werd de jaarlijkse keuring van de AED's in opdracht van het CMO weer uitgevoerd door een gespecialiseerd bedrijf.

• Schouw

Met de gebiedsbeheerder centrum en beheerder groen van de gemeente Oss werd in 2014 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.

• Stadsplattegronden

Samen met afdeling GIBOR van de gemeente Oss, de ondernemersvereniging COO en CMO werd in 2014 een klein project opgestart en afgerond met betrekking tot de bewegwijzering in het centrum vanaf de diverse parkeerplaatsen. Het resultaat was het plaatsen van drie fraaie en informatieve stadsplattegronden in juni 2014 op de parkeerterreinen Jurgensplein, Eikenboomgaard en Burchtplein.



6. Diversen

Buiten de hiervoor genoemde onderwerpen was er in 2014 nog een aantal belangrijke onderwerpen voor het CMO, de centrumondernemers en de bezoekers aan het centrum.

• Evaluatie reclamebelasting

In de Uitvoeringsovereenkomst Reclamebelasting tussen de gemeente Oss en het CMO werd vastgelegd dat het CMO in 2014 een evaluatie zou uitvoeren naar haar functioneren. De onafhankelijke rapportage over de evaluatie van de reclamebelasting door Seinpost Adviesbureau B.V. geeft een goed beeld hoe de voorafgaande jaren zijn verlopen en hoe het er nu voor staat met het CMO. Het bestuur van het CMO voelt zich gesterkt in de uitkomsten van het onderzoek: we zijn op de goede weg maar er is zeker nog ruimte voor verbetering.

In het rapport werden door Seinpost 10 aanbevelingen aan het CMO gedaan:

- 1 Alle partners in het centrummanagement hebben een rol in het goed laten functioneren van deze organisatie. Alle partijen moeten elkaar scherp houden op elkaars rol en inbreng. Dit geldt bijvoorbeeld voor wat partijen verwachten van gezamenlijke belangenbehartiging en belangenbehartiging via de samenwerkende partners zoals de ondernemersvereniging.
- 2 Het CMO en (individuele) ondernemers moeten beter met elkaar in gesprek over de opgaven waar het centrum voor staat en de rol van individuele ondernemers en het centrummanagement daarbinnen. Individuele ondernemers hebben binnen de bestaande opzet van het centrummanagement voldoende ruimte om actief sturing te geven aan het centrummanagement via de werkgroepen, via straatambassadeurs en via de belangenorganisaties. Tevens kan de verdeling van de aandacht en inzet over de verschillende delen van het centrum daarbij focus krijgen. Een "koersdocument" op het niveau van het centrum, en gebiedsprofilen kunnen daarbij helpen.
- 3 We adviseren het CMO om, op basis van prioriteiten die gesteld worden doelstellingen te concretiseren in meetbare indicatoren. En de ontwikkelings op de verschillende indicatoren ook frequent, bijvoorbeeld een jaarlijkse monitor, te meten. Naast objectief meetbare feiten en cijfers is ook de subjectieve waardering door de consument en de ondernemer van essentieel belang.
- 4 We adviseren het CMO om de verschillende activiteiten zoveel mogelijk op een projectmatige manier op te zetten en te beschrijven. Hierdoor krijgen ze een duidelijke kop en staart en wordt de sturing gemakkelijker.
- 5 Jaarplannen en verslagen moeten eenduidig gekoppeld worden aan de doelen en de beoogde effecten.

Op projectniveau moet voldoende inzicht worden verkregen in investeringen en resultaten. Dit leidt ook tot transparantie in het stellen van prioriteiten en het aangaan van verplichtingen. Overwogen moet worden om een accountant de financiële stukken te laten controleren en te laten adviseren over het opstellen van een begroting.

- 6 Gelet op het belang van het vastgoed in de binnenstad adviseren wij om ook een delegatie vanuit de vastgoedeigenaren zitting te laten nemen in het centrummanagement waarbij uiteraard ook een financiële deelname wordt verwacht.
- 7 Het centrummanagement leunt zwaar op de centrummanager. Door sommigen worden het centrummanagement en de centrummanager als een en dezelfde gezien. Het bestuur en de werkgroepen mogen meer zichtbaar worden in beleidsvoorbereiding, beleidsvorming, uitvoering en in de communicatie. Dit vraagt ook dat er binnen het centrummanagement het gesprek wordt gevoerd over taken en verantwoordelijkheden.
- 8 De externe communicatie behoeft aandacht. Naast de websites e.d. is een gerichte branding van Oss, onder andere voor nieuw ondernemerschap, aan te bevelen. De eerder genoemde gebiedsprofilen kunnen daarbij helpen.
- 9 Een bezoeker zal niet als vanzelf alle delen van het centrum van Oss bezoeken. De ruimtelijk economische structuur is daarvoor te complex. Als het regent in het hart van het centrum, betekent dit nog niet automatisch dat het elders drupt. Wij adviseren het centrummanagement om samen met de verschillende deelgebieden op zoek te gaan naar het (bijzondere) karakter van de deelgebieden en dit te vertalen in gebiedsprofilen en passende activiteiten. De ene keer acties op straatniveau, de andere keer wellicht meer thematisch en op die manier aansluiten bij het karakter van deelgebieden.
- 10 Verken 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. Mogelijkheden daarbij zijn de reclamebelasting met de WOZ-waarde als grondslag of het instrument van de bedrijveninvesteringszone waarbij ook de WOZ-waarde als grondslag dient.

Het CMO is aan de slag gegaan om voor deze aanbevelingen met concrete acties te komen. Met de door de gemeente Oss en het CMO opgerichte Taskforce Centrum Oss, waarin ook betrokken centrumondernemers participeren, zullen ook diverse aanbevelingen worden opgevolgd. Het onderzoeken van een andere grondslag voor de reclameheffing die meer recht doet aan de omvang en ligging van de onderneming krijgt in 2015 een hoge prioriteit. Ook het opstellen van een nieuw koersdocument staat op de agenda.



• Taskforce Centrum Oss

Vanuit de gemeente Oss werd in het najaar van 2013 beschreven dat het centrum wel een flinke impuls kon gebruiken. Tot dat moment gebeurde er al veel in het centrum vanuit de gemeente Oss zoals vanuit de Visie Dynamisch Stadscentrum en de diverse grote projecten binnen deze visie. Maar ook door de ondersteuning van het CMO, het opstellen van een nieuw bestemmingsplan en verkeersstructuurplan, het bevorderen van gevelverbetering en de gezamenlijke acquisitie met het CMO voor het aantrekken van nieuwe formules in het centrum. Dit kon volgens de gemeente Oss nog intensiever en uitgebreider, vooral in samenwerking met meer ondernemers.

Begin 2014 werd een Taskforce Centrum Oss, het nieuwe samenwerken tussen gemeente, centrummanagement en ondernemers, een feit. De bedoeling is extra aandacht te krijgen voor het stadscentrum, wat leidt tot meer bezoekers in het centrum die daar ook langer verblijven in een tijd dat grote veranderingen en hiermee kansen voor een stadscentrum zich aandienen. Hierop moet worden geanticipeerd en worden ingespeeld. Belangrijke doelen binnen het initiatief Taskforce Centrum Oss zijn de ondersteuning van het CMO bij het mobiliseren van meer centrumondernemer en van initiatieven van centrumondernemers.

Maar ook het bundelen en afstemmen van de vele lopende projecten, acquisitie en evenementen.

Binnen de Taskforce Centrum Oss werden begin 2014 vier kennisgroepen opgezet:

- DNA/toekomst van het centrum
- Evenementen en PR
- Vastgoed - openbare ruimte
- Communicatie.

Alle groepen worden bemenst door medewerkers van de gemeente Oss, centrumondernemers en andere betrokkenen.

Vanuit de vier kennisgroepen zijn daarna weer diverse werkgroepen ontstaan die aan de gang zijn gegaan met één specifiek onderwerp of opdracht.

De eerste resultaten in 2014 zijn ondermeer de organisatie van symposia voor ondernemers, realisatie van gratis WiFi, renovatie 't Gengske en Peperstraat en uitbreiding sfeerverlichting.

• Proef fietsen in centrum

Een politieke motie over een proef voor het fietsen in het centrum van Oss werd in november 2013 aangenomen. In een commissievergadering werden begin 2014 de voorwaarden voor de proef afgesproken. Ter voorbereiding op deze commissievergadering ging een werkgroep aan de slag met het opstellen van de criteria van de proef. Hierbij waren naast het CMO ook centrumondernemers en andere partijen zoals de Fietsersbond en de Wijkraad CKM betrokken. De proef voor een periode van één jaar is van start gegaan op vrijdag 28 maart 2014 en wordt begeleidt door Megaborn, specialist op gebied van verkeer, infra en mobiliteit. Het doel van de begeleiding is het in beeld brengen van de effecten van het toestaan van fietsers in het voetgangersgebied. De effecten hebben betrekking op de aspecten leefbaarheid, bereikbaarheid, veiligheid, ruimte, economie en milieu. Voor de diverse tellingen fungeert het kantoor van het CMO als uitvalsbasis.



*MET LEF - VERTROUWD - PERSOONLIJK
OP EIGEN WIJZE - VEERKRACHTIG - HERKENBAAR:
zo ondernemen we in het centrum van Oss!*

centrumoss 
naar de stad!