

CENTRUMMANAGEMENT OSS
Jaarverslag 2019



je
treft
't in
Oss !

Hart van de stad

*'Samen ondernemen in een
bruisend stadshart Oss'*

1 Inleiding



Het Centrummanagement Oss (CMO) staat voor een florerende binnenstad van Oss, behartigt de belangen van ondernemers in het centrum en zorgt voor een prettig klimaat waar bezoekers zich welkom voelen. Een goed functionerend centrum is van groot belang voor aantrekkelijk wonen, het behouden of aantrekken van nieuwe ondernemers en het imago van de gemeente Oss. Het CMO zet zich in om samen met belangenorganisaties, waaronder partner gemeente Oss, het bovenstaande te realiseren.

Winkelen blijft een belangrijke centrumfunctie maar is al jaren niet meer voldoende om onze binnenstad aantrekkelijk te houden. De groei van het horeca-aanbod zette ook in 2019 door evenals de afname van het aantal winkels. Dit laatste wordt enerzijds veroorzaakt door het nog altijd groeiende online aanbod en anderzijds door saneringen en faillissementen in de detailhandel. De uitdaging voor het CMO blijft door de bovenstaande ontwikkelingen onverminderd groot.

Het CMO acteert vanuit haar eigen visie en verantwoordelijkheid. Elk jaar stelt het CMO een jaarplan op waarin op hoofdlijnen haar activiteiten worden beschreven. Hierbij is het CMO Koersdocument 3.0 leidend. Na afloop van het jaar brengt het CMO inhoudelijk en financieel verslag uit. Het inhoudelijke verslag geeft in hoofdlijnen de activiteiten die in het centrum hebben plaatsgevonden, de uitvoering van de werkzaamheden, de lopende projecten en de samenwerkingen weer. Het financiële verslag bestaat uit een vastgestelde jaarrekening.

Voor u ligt het jaarverslag 2019

'Samen ondernemen in een bruisend stadshart Oss'.

je
treft
't in
Oss



2 Organisatie

Bestuur

Het bestuur van het CMO bestaat uit een onafhankelijke voorzitter en leden die de centrumondernemers vertegenwoordigen, onder meer vanuit de winkeliersvereniging Centrum Ondernemers Oss (COO) en Koninklijke Horeca Nederland afdeling Oss (KHN).

In het afgelopen jaar formaliseerde het CMO het proces bij het ontstaan van vacatures in het bestuur door vastlegging van de volgende tekst in haar notulen: 'In het CMO bestuur is plaats voor afvaardiging van de belangengroeperingen COO, horeca en vastgoed. Een hieruit ontstane vacature in het bestuur zal opnieuw worden ingevuld door deze vacature voor te leggen aan betreffende organisatie(s) met het verzoek om nieuwe bestuurlijke vertegenwoordiging in het CMO.'

Het CMO bestuur werd in oktober 2019 uitgebreid en is nu 7-koppig. De samenstelling is:

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

Het bestuur kwam in 2019 elf keer bij elkaar voor formele bestuursvergaderingen en tien keer voor informeel overleg. Daarnaast namen bestuursleden en de centrummanager, die door het bestuur wordt aangestuurd, deel aan overleggen met de gemeente Oss en waren zij betrokken bij diverse klankbordgroepen en ondernemersvergaderingen. De voorzitter vertegenwoordigt het CMO in de regiegroep van de Taskforce Stadshart Oss.

COO winkeliersvereniging

Sinds 1983 behartigt de winkeliersvereniging COO de belangen van haar leden. Lidmaatschap is op vrijwillige basis. De leden betalen geen contributie. De COO is in het centrum actief via haar afgevaardigden in het bestuur van het CMO onder andere op het gebied van het (mede)organiseren van evenementen,



Volop diversiteit in de Peperstraat

inspraak en input op gemeentelijk beleid, projecten van het CMO, het vaststellen van open zondagen en voor interactie met winkeliers.

KHN horecavereniging

Koninklijke Horeca Nederland heeft regionale afdelingen in Nederland waaronder ook een in de gemeente Oss. Vier keer per jaar overlegt KHN, samen met de centrummanager en de evenementencoördinator, met de gemeente Oss over horeca gerelateerde wetten en regels in de gemeente en over veiligheid en openbare orde. De KHN is in het centrum van Oss ook actief via haar afgevaardigde in het bestuur van het CMO onder andere op het gebied van het (mede)organiseren van evenementen en inspraak en input op gemeentelijk beleid. Tussen de regiomanager KHN en de centrummanager is periodiek overleg.

Uitvoering werkzaamheden

Het bestuur stuurt de centrummanager aan die acties uit het jaarplan uitvoert, deelneemt aan werkgroepen en adviseert over beleidszaken. Hij rapporteert aan het bestuur en bewaakt met hen de voortgang. Daarnaast speelt de centrummanager een actieve rol binnen diverse projecten. Hij is het eerste aanspreekpunt van en naar (potentiële) centrumondernemers, maar ook in toenemende mate voor bewoners van het centrum. Hij initieert ideeën voor activiteiten, promoties, acties, communicatie en

2 Organisatie

gebiedsontwikkelingen zoals Park Eikenboomgaard en Burgwal Boulevard.

Namens het CMO bestuur maakt de centrummanager sinds 2019 deel uit van de kerngroep UIthuis die zich intensief bezighoudt met de invulling en programmering van deze entiteit later in het Wal Kwartier.

Sinds het najaar van 2019 neemt de centrummanager deel aan een werkgroep die zich bezighoudt met het opstellen van de Visie recreatie en toerisme van de gemeente Oss.

Voor de tientallen evenementen in het centrum wordt de centrummanager vanaf 2016 bijgestaan door een evenementencoördinator. Dit voor het afstemmen van evenementen, het uitwerken van nieuwe evenementen, de coördinatie van vergunningaanvragen en het bewaken van de veiligheid. In haar werkzaamheden trok zij in 2019 intensief op met de afdeling vergunningverlening van de gemeente Oss en met diverse organisatoren van grote

en kleine evenementen waaronder het Kermisteam van de gemeente Oss.

Huisvesting

In 2016 werd door een aantal partijen, waaronder het CMO, een keuze gemaakt voor gezamenlijke huisvesting aan de Peperstraat 12. De locatie kreeg de naam 'Werkplaats Stadshart Oss'. De vergaderingen en werkzaamheden van het CMO bestuur, de centrummanager en de evenementencoördinator vinden vanaf die tijd plaats vanuit deze locatie.

De werkplaats is inmiddels een centrum waar veel activiteiten plaatsvinden zoals workshops en trainingen. Daarnaast hebben ook organisatoren van evenementen deze locatie ontdekt ter voorbereiding op of als basis tijdens hun evenementen. In oktober 2019 betrok het initiatief VOLOP Oss als nieuwe gebruiker een ruimte in het pand.



Concept Walplein



Concept Burgwal Boulevard

3 Evenementen

Evenementen zijn, zeker gezien het veranderende karakter van het centrum, belangrijk voor de aantrekkelijkheid van het stadscentrum en daarmee voor het imago, de stads promotie en economische ontwikkeling van Oss als gemeente. Het is van groot belang om naast de bestaande evenementen regelmatig nieuwe evenementen te bedenken, ook om als stadscentrum aantrekkelijk en onderscheidend in de regio te blijven. Dit wisten we, zoals in de jaren daarvoor, ook in 2019 weer te realiseren. In het afgelopen jaar vonden ruim 50 evenementen plaats. Deze werden georganiseerd door of namens het CMO, door centrum- en horecaondernemers en door derden.

In 2019 liet het CMO een behoeften- en wensenonderzoek onder de inwoners van de gemeente Oss uitvoeren met betrekking tot evenementen in het centrum. In het kader van een afstudeeropdracht bij Breda University is door de onderzoeker een omvangrijk rapport opgesteld. Hieruit blijkt dat 77% tot en met 87% van de inwoners van de gemeente Oss een positief gevoel heeft over evenementen in het centrum van Oss. Maar ook dat er een tekort is aan evenementen voor jeugd (12-17) en ouderen (70+), muziek-evenementen ook kleinschaliger kunnen of in combinatie met eten, culturen, markten en thema's. Verder is het hebben van een veilig gevoel tijdens evenementen van groot belang vinden de respondenten.

In de begroting van 2019 werd voor evenementen een bedrag van € 127.250,- opgenomen. Dit bedrag is inclusief € 10.000,- voor ondersteuning. De werkelijke



Living Statues Festival

uitgaven in 2019 bedroegen na aftrek van subsidies, deelnamekosten en andere bijdragen netto € 109.774,-.



Speciaalbierfestival

Opgemerkt mag worden dat door een aantal grote evenementen die door derden worden uitgevoerd, zoals Klunen in Oss, het Ossekoppenplein, Absolute Orange, SamenLoop voor Hoop, Maasdijk, Fantastival, Osse Kermis, Lions Boekenmarkt, Rotary Santarun en Winterland Oss, de evenementenwaarde in het centrum een veelvoud is van de uitgaven door het CMO.

De volgende evenementen werden door het CMO gecontinueerd: Fashion Days, Koningsmarkt, Kindervrijmarkt, Living Statues Festival, Zomerentertainment, Halloween Weken, Intocht Sinterklaas en

4 Projecten



Winterland

Pietenspektakel. Het CMO ondersteunde ook dit jaar weer een aantal door centrumondernemers georganiseerde evenementen zoals Absolute Orange, de Muziekboulevard, Speciaalbierfestival en diverse straatevenementen. Financiële ondersteuning door het CMO kregen ook de volgende evenementen: Oss City Run, Maasdijk, Dag van de Techniek, Oss On Classic Wheels en Winterland Oss.

In de zomermaanden van 2019 werd, na het succes een jaar eerder, door het CMO weer gekozen voor extra entertainment op woensdag- en zaterdagmiddagen. Op twaalf zaterdagen in de periode juli tot en met september traden straatartiesten op die zich door het voetgangersgebied verplaatsten. Er werd gekozen voor uiteenlopende acts. Voor een aantal woensdagmiddagen kwamen springkussens

en andere spelen op de Heuvel en het Walplein. De uitgaven voor dit entertainment bedroegen € 17.533,-.

Op 15 april 2019 vond de lancering van de ResourCity app plaats. Met dit unieke online spel moeten in het centrum van Oss scheikundige elementen gezocht worden. Oss is de eerste stad in Nederland waar deze app gespeeld kan worden. De introductie werd financieel ondersteund door het CMO.

Op advies van de winkeliersvereniging Centrum Ondernemers Oss (COO) werd dit jaar wederom gekozen voor de open zondagen op de laatste zondag van de maand. Dit in verband met duidelijkheid en besteedbaar inkomen van consumenten aan het einde van de maand. Aan de meeste open zondagen in 2019 werd een thema, activiteit of evenement verbonden.



ResourCity app

In de begroting van 2019 werd voor projecten een bedrag van € 95.250,- opgenomen. De werkelijke uitgaven voor projecten bedroegen € 160.126,-. Twee groenprojecten waren met € 40.000,- grotendeels verantwoordelijk voor de extra uitgaven.

Een korte toelichting op een aantal projecten.

AED

Het CMO is sinds enkele jaren verantwoordelijk voor de aanwezigheid en onderhoud van zeven AED's in het centrum. Vijf hiervan zijn tijdens winkelopeningstijden beschikbaar en twee tijdens de openingstijden van de horecabedrijven waar deze geplaatst zijn. Ondernemers en hun personeelsleden op de betreffende locaties worden periodiek getraind voor de juiste toepassing van de levensreddende AED apparatuur. Dit gebeurt vanuit eigen BHV opleidingen en via het CMO. Omdat de levensreddende acties bij bewus-



Het netwerk van AED's in Oss werd in 2019 met 2 exemplaren in het centrum uitgebreid

telooheid en ademstilstand binnen zes minuten moeten worden gestart was uitbreiding van AED's op buitenlocaties voor het CMO een belangrijke overweging. Dit met het oog op een toename van het aantal centrumbewoners en bezoekers aan evenementen en horeca. In 2019 werden door het CMO twee buitenkasten geplaatst op de locaties Meijerij'sche Kar en De Steeg. Bij de Rabobank aan het Heschepad was al een AED buiten aan het pand aanwezig. Hierdoor ontstond een goede spreiding. De investering bedroeg € 2.500,-.



Permanente sfeerverhogende overspanning in de Kerkstraat

Graffiti

Een schoon, heel en veilig centrum is essentieel voor het trekken van bezoekers naar de binnenstad van Oss. Voor het onderdeel schoon heeft het CMO, inmiddels meer dan 10 jaar, een onderhoudsabonnement met een Osse onderneming voor de verwijdering van graffiti. Na melding worden tags binnen enkele dagen verwijderd. De abonnementskosten waren in 2019 € 12.420,-.

Hanging baskets

De hanging baskets in de zomer zijn niet meer weg te denken uit het centrum van Oss. Centrumbezoekers en centrumondernemers waarderen de verfraaiing van het straatbeeld met deze vorm van bloemen bijzonder. De baskets hangen in de periode mei tot en met oktober. De uitgaven voor de plaatsing, het watergeven en het onderhoud van de 120 dubbele en 38 enkele zomerbaskets in 2019 bedroegen € 17.602,-.

Sfeeractiviteiten

In de loop der jaren is de sfeerverlichting in het centrum voor de periode november - januari aanzienlijk uitgebreid. Naast 50 overspanningen en 10 wandornamenten zijn daar in de afgelopen jaren maar liefst 28 verlichte bomen aan toegevoegd. Ook kwam er later een permanente uitbreiding van wandornamenten aan Terwaenen en overspanningen in de

4 Projecten

Monsterstraat. Het CMO is verantwoordelijk voor coördinatie van montage en demontage, leasekosten, onderhoudskosten van de boomverlichting, energiekosten en storingsmeldingen. De totale uitgaven voor sfeerverlichting in 2019 waren € 18.598,-.

Andere sfeerverhogende elementen die in de maanden aan het einde van het jaar werden ingezet waren het plaatsen van kerstbomen door het centrum en het ophangen van speakers van een geluidsinstallatie voor stemmige achtergrondmuziek. De uitgaven voor deze twee onderdelen in 2019 waren € 6.060,-.

Vergroening

In voorgaande jaren werden in diverse straten in het centrum groeninjecties toegepast, onder meer in de Peperstraat, de Houtstraat en in de Monsterstraat. De Kerkstraat was de volgende straat waar in 2019 samen met de ontwerpers van gemeente Oss en ondernemers en bewoners uit deze straat een groenplan werd uitgewerkt.

Kort na de zomer werd uitvoering gegeven aan de groeninrichting van deze straat. De bijdrage van het CMO voor deze ingreep bedroeg € 15.000,-.

Vanuit de Taskforce Stadshart Oss werd twee jaar geleden geïnvesteerd in een kindvriendelijke zandbak en drie plantenbakken met zitbanken opgebouwd uit pallets op het Walplein. Van deze voorzieningen werd veel en dankbaar gebruikgemaakt terwijl de elementen een mooie opvulling gaven aan het plein. De bakken hadden een tijdelijk karakter en werden in 2019 verwijderd. De gemeente Oss en het CMO hebben daarna een plan uitgewerkt voor een structurele, duurzame constructie. Aan het CMO werd om een substantiële bijdrage gevraagd. Gelet op het belang van de verbetering van de openbare ruimte werd hiervoor door het CMO een bedrag van € 25.000,- beschikbaar gesteld. Door problemen met de leverancier moest plaatsing en ingebruikname van de nieuwe bakken enkele malen worden uitgesteld.

Op 4 juli 2019 nam de gemeenteraad van Oss unaniem een motie aan waarin het college van B&W

wordt opgedragen de vergroening van het centrum verder vorm te gaan geven. Het CMO is blij met deze vervolgstap.

Gebiedsprofielen

Aan de beleving van het centrum van Oss moet blijvend hard gewerkt worden, onder meer door gebiedsprofielen en vergroening. Grootschalige gebiedsprofielen dragen bij aan het behoud van bestaande ondernemers, het aantrekken van nieuwe ondernemers en bieden daarnaast ook een recreatieve ruimte voor het toenemend aantal centrumbewoners.

In september 2018 presenteerde het CMO haar visie voor ontwikkelmogelijkheden in de omgeving Eikenboomgaard. Het plan 'Park Eikenboomgaard' kreeg in 2019 navolging met het plan 'Burgwal Boulevard'.

De Burgwal heeft te kampen met veel leegstand van commerciële ruimtes. De laatste jaren zijn steeds meer ondernemers gestopt of verhuisd. De gevels zijn grotendeels gedateerd en voldoen niet meer aan de eisen van een moderne winkelstraat. Daarnaast geeft de openbare ruimte een erg rommelig beeld door de huidige infrastructuur met veel (fiets)parke-



Concept Burgwal Boulevard

ren en voorzieningen hiervoor. De huidige Burgwal functioneert als een van de doorgaande wegen voor automobilisten. Hierdoor passeren er relatief veel auto's. De onaantrekkelijkheid van deze centrumstraat

je treft 't in Oss!



Nieuw elan in de Osse horeca

wordt ook nog eens vergroot door de hoge snelheid van dit doorgaande autoverkeer.

Plan 'Burgwal Boulevard', dat in december 2019 door het CMO werd gepresenteerd, is een combinatie van een aantrekkelijke winkelstraat met dito verblijfsruimte, fraaie gerenoveerde gevels met veel groen en een straat met een duidelijk profiel: hier moet je zijn voor het thema 'beauty en body'. Het aanbod dient hierop afgestemd te worden door bestaande en nieuwe ondernemers.

De realisatie van Burgwal Boulevard is mogelijk indien vastgoedeigenaren en de gemeente Oss, eventueel de provincie Noord-Brabant en bestaande en nieuwe ondernemers dit project omarmen. Voor studies en de visuele uitwerking van het plan werd een bedrag van € 4.000,- uitgegeven. Deze kosten vallen in de categorie leegstandsbestrijding.

Leegstandsbestrijding

In de begroting van 2019 werd voor leegstandsbestrijding, inclusief Mijndroomwinkel, een bedrag van € 12.500,- opgenomen. De werkelijke uitgaven waren € 14.679,-.

De gemeente Oss heeft in de Koers Stadshart Oss gekozen voor een compacter stadscentrum waarin de detailhandel wordt geconcentreerd. De toenemende winkelleegstand, die zich in 2019 ook weer manifesteerde, vraagt om gerichte, creatieve en gezamenlijke acties. Een kort overzicht van inspanningen in het afgelopen jaar.

Mijndroomwinkel

In het kader van leegstandsbestrijding en de wens om meer vernieuwende jonge ondernemers naar het centrum te krijgen nam het CMO in 2017 de lead in het opzetten van het project Mijndroomwinkel. Binnen dit project kregen startende ondernemers een unieke kans hun droom van een winkel waar te maken. Dit initiatief bood uiteindelijk aan zeven starters de kans voor een eigen onderneming in het centrum van Oss. De centrummanager nam de (eind) verantwoordelijkheid voor de onderhandelingen met de vastgoedeigenaren, het opstellen van de contracten, het begeleiden van diverse ondernemers en andere activiteiten die zich vanuit het lopende proces aandienen.



4 Projecten

Ook in de twee jaren daarna continueerden deze werkzaamheden zich met onder meer (her)onderhandelingen van lopende contracten, verhuizingen en eventuele afwikkelingen bij sluiting. Eind 2018 kende het project nog vier deelnemers. In 2019 vestigde een nieuwe droomondernemer 'The Brow Express' zich in de Houtstraat. De uitgaven in 2019 bedroegen € 6.412,-. Het project wordt via de Taskforce Stadshart Oss mede mogelijk gemaakt door steun van de Kracht van Oss.

Pop-up-stores

Tijdelijke invulling van leegstaande panden met zogenaamde pop-up-stores, ook voor andere invullingen naast retail en horeca, zorgen daarnaast ook voor een aanvullend aanbod voor de bezoekers van het centrum van Oss. Vanuit de Taskforce Stadshart Oss werd eerder contact gelegd met de Stichting VOLOP Brabant die in 's-Hertogenbosch mooie resultaten op het gebied van pop-up-stores heeft gerealiseerd. Met hulp van de gemeente Oss kwam medio 2019 een samenwerking met deze stichting voor Oss tot stand.

Het CMO ziet dit initiatief als een mooie en zeer welkome aanvulling op het project Mijn Droomwinkel en steunt dit initiatief met advies en inzet via de centrummanager. Vanaf oktober 2019 is VOLOP Oss actief vanuit de Werkplaats Stadshart Oss.

Overige inspanningen leegstandsbestrijding

Voor de website van het CMO werd al eerder een module ontwikkeld met uitgebreide informatie over en zoekfuncties naar beschikbare (winkel)panden. Ook voor het aanbod van bedrijfsovernames biedt deze module een oplossing. In 2019 werden door de centrummanager weer diverse zoekopdrachten begeleid.

Om de aantrekkelijkheid voor het winkelend publiek te verhogen is er in het afgelopen jaar ook weer aandacht geweest voor het etaleren van leegstaande winkelpanden. In 2019 waren dat zeven panden met wisselende invullingen. De verzorging is in handen bij een lokale etaleur. De coördinatie loopt via de centrummanager.

Schouw

Met de gebiedsbeheerder centrum van de gemeente Oss werd in 2019 weer periodiek een inspectieronde in het voetgangersgebied en de aanloopstraten gemaakt. Tijdens deze rondes wordt de status van de openbare ruimte bekeken zoals groen en andere voorzieningen en worden eventuele acties uitgezet. Meldingen over de openbare ruimte vanuit inwoners van Oss en centrumondernemers worden indien noodzakelijk direct gezamenlijk opgepakt.

Duurzame gastvrijheid!

Het is een serieus dilemma waar veel winkeliers mee worstelen: zet ik mijn deur in de winterperiode, on-



Meer dan 80 winkeliers maakten gebruik van het gratis bordje

geacht het weer, open of niet? De argumenten voor sluiten liggen voor de hand. Het levert een besparing op in de stookkosten. Dat is goed voor de portemonnee en voor het milieu. Maar straalt een dichte deur niet uit dat je gesloten bent? En gaat het niet ten koste van onze klandizie?

Onder het motto 'Stadshart Oss kiest voor duurzame gastvrijheid! gaf het CMO in het najaar van 2019 haar centrumondernemers de overweging mee om tijdens koude dagen de winkeldeuren te sluiten en klanten via een opvallend bordje erop te attenderen dat de winkel open is. Meer dan 80 winkeliers hebben gebruik gemaakt van de aangeboden bordjes en uitleg voor winkelpersoneel. De kosten bedroegen € 1.850,-.

Decemberloterij

Tijdens een avondbijeenkomst met een aantal centrumondernemers in november werd onder meer een loterij voor de maand december 2019 besproken en uitgewerkt. Het principe was eenvoudig: elke deelnemende ondernemer regelt zijn eigen loterij zoals prijzenpakket, uitgifte van loten, de trekkingen en eigen communicatie.

De ondersteuning van het CMO bestond uit grote raamstickers voor de herkenbaarheid van de deelnemers en het displayen van hun prijzen, loten voorzien van invulruimte naam-email-telefoonnummer voor eigen registratie van ondernemers en een lotenbox voor het inleveren van loten in de winkel. Voor de promotie werden door het CMO berichten op social media geplaatst en pagina grote advertenties in de laatste drie weken van december in Weekblad Regio Oss geplaatst. De kosten voor de uitvoering en de promotie van deze loterij waren € 2.600,-.

je
treft
't in
Oss!



Winkel open; deuren sluiten

5 Communicatie

Het CMO zet voor communicatie, naast de promotiemiddelen voor evenementen en open zondagen zoals advertenties en posters, haar website www.centrummanagementoss.nl en Facebook Het Osse Centrum in. In de begroting van 2019 werd voor communicatie en pr een bedrag van € 25.500,- opgenomen. De werkelijke uitgaven bedroegen € 46.916,-. Het initiatief Themaweken was grotendeels verantwoordelijk voor de extra uitgaven.

Alle communicatie-uitingen werden in januari 2019 aangepast naar de nieuwe huisstijl 'Je treft het in Oss'. Een korte toelichting op enkele communicatie-instrumenten.

Website

Via de website worden ondernemers geïnformeerd via vaste rubrieken maar wordt ook ingespeeld op actualiteit. Te vinden zijn diverse rubrieken zoals updates, schoon-heel-veilig en algemene informatie. Er zijn buttons 'te huur' en 'ter overname' te vinden voor een uitgebreid en actueel aanbod. Het beheer van de website wordt uitgevoerd door de centrummanager. De kosten voor de website, inclusief nieuwe fotografie, bedroegen in 2019 € 2.014,-.



Website centrummanagementoss.nl

Naar de stad uitingen

Voor promotie van het centrum van Oss verscheen ook in 2019 elke twee weken weer een speciale centropagina in weekblad Regio Oss. Dit medium

heeft een oplage van bijna 50.000 stuks. Op deze pagina werd aandacht gegeven aan evenementen, acties, activiteiten en nieuwe ondernemers in het centrum. Extra pagina's werden in 2019 ingekocht voor specifieke thema's zoals Summer in the city, Black Friday, Decemberloterij of extra open zondagen. In aanloop naar de open zondagen liep maandelijks een bannercampagne op Kliknieuws. Winkelposters werden weer ingezet voor de promotie van de open zondagen. De input en de coördinatie wordt verzorgd door de centrummanager. De kosten voor deze printuitingen kwamen uit op € 12.240,-.

Marketingpromotie

In deze rubriek vallen alle communicatieacties voor promotie van het centrum algemeen, en thema's of speciale evenementen in het bijzonder in print en via social media. De input voor de content komt onder meer via de centrummanager. De uitgaven in 2019 bedroegen € 15.854,-.

Voor de promotie wordt ook op succesvolle wijze Facebook Het Osse Centrum ingezet. De berichten en vooral ook filmpjes via dit medium worden verzorgd door Social Media Oss met input van de centrummanager en de evenementencoördinator. Eind 2019 stond het aantal 'likes' op ruim 8.500. De uitgaven voor Facebook in 2019 bedroegen € 8.773,-.

Om nog meer zichtbaarheid voor het aanbod in het centrum te krijgen werd een overeenkomst gesloten met Maasland FM-Dtv voor de productie en uitzending van acht promotiefilmpjes. Het betreft een bedrag van € 6.600,-.

Themaweken

Met een aantal centrumondernemers werd in het voorjaar van 2019 uitvoerig gesproken over het organiseren van een zomeractiviteit met als resultaat de themaweken 'Summer in the city'. Vanaf zaterdag 6 juli 2019 werd, in de periode van de overgang naar de zomervakanties, dit thema uitgedragen in het gehele centrum. De themaweken eindigden op zaterdag 7 september 2019.

Door het CMO werd gezorgd voor straatankleding



Themaweken 'Summer in the city'

door middel van 'surfplanken' aan de kabels van de sfeerverlichting. Voor promotie binnen winkels en horeca waren promotiematerialen zoals raamstickers, strandballen, etalageborden en bierviltjes gratis beschikbaar. De posters voor de open zondagen in juli en augustus werden in het thema uitgevoerd. Als extra eyecatcher konden centrumondernemers voor een geringe vergoeding strandstoelen bestellen.

De belangrijkste rol in deze periode was weggelegd voor winkeliers en horeca om op creatieve wijze het thema binnen hun ondernemingen door te voeren. Op verzoek van een aantal centrumondernemers werd op dinsdagochtend in de periode van dinsdag 9 juli tot en met dinsdag 13 augustus de zomerbraderie herhaald. Het CMO stelde hiervoor weer gratis marktkramen beschikbaar. De kosten voor de uitvoering van deze themaweken waren € 18.495,-.

Branding

De Taskforce Stadshart Oss werkte samen met het CMO in 2019 verder aan de verbetering van de communicatie en profilering van het centrum. Meer samenhang, meer consistentie, meer eenduidigheid in de afzender en door samenwerking ook meer continuïteit. In de zoektocht naar een goede leverancier voor die site bleek dat ook het Platform Vrijetijd Oss doende was de communicatie met meer samenhang en met een betere profilering over Oss en haar omliggende (natuur)gebieden te organiseren. Samen met dit platform, de Bibliotheek Oss en de Maasmeanders werden de voorbereidingen gestart voor een gezamenlijke campagne en website 'Je treft 't in Oss'.

Vanaf februari 2019 zijn partijen zich, na een introductiebijeenkomst voor ondernemers op het gemeentehuis van Oss op 25 februari, gezamenlijk gaan richten op de bezoekers uit Oss en van daarbuiten. Dat was een aanzienlijke stap op weg naar het einde van versnippering in informatie over Oss. De individuele centrumondernemers en de centrumevenementen zijn ook te vinden op het nieuwe platform.



Uitnodiging Ondernemersavonden

Uitnodiging Ondernemersavonden. Stakeholders worden ook uitgenodigd om over bepaalde thema's mee te komen praten. De bijeenkomsten worden georganiseerd door het CMO in samenwerking met winkeliersvereniging COO. De avonden in 2019 vonden op 27 mei en op 7 oktober plaats. Tijdens de bijeenkomst op de laatste datum stond de input voor het CMO jaarplan 2020 centraal. De kosten voor de twee bijeenkomsten in 2019 bedroegen € 3.468,-.

Chainels

Om de communicatie tussen stakeholders, in het bijzonder tussen de gemeente Oss en de centrumondernemers via het CMO, te verbeteren, is in 2019 onderzoek gedaan naar mogelijkheden voor een online communicatieplatform. Tijdens deze zoektocht zijn we uitgekomen op het online platform Chainels dat specifiek ontwikkeld is voor winkelgebieden. Het platform bestaat uit een besloten website en een app.

Relevante berichten op het platform kunnen per e-mail naar alle gebruikers worden gestuurd. Zo blijven ook de deelnemers die hun account niet hebben geactiveerd op de hoogte van wat er speelt, vooral ook over berichten, projecten en beleidswijzigingen van de gemeente Oss die relevant zijn voor centrumondernemers en hun klanten. Tot slot kunnen berichten in Chainels hergebruikt worden voor de eenvoudig te genereren nieuwsbrief. Deze kan worden gebruikt om relaties die niet bij het platform zijn aangesloten te informeren of om bepaalde berichten extra onder de aandacht te brengen. Gezien de aanzienlijke implementatie- en jaarlijkse onderhoudskosten wil het CMO in 2020 de mogelijkheden nog eens onder de loep nemen.

Ondernemersavonden

Een belangrijk onderdeel in de communicatie met centrumondernemers zijn, naast de website, de nieuwsbrieven en so-

6 Diversen

- Op 20 februari 2019 was het CMO in de Werkplaats Stadshart Oss gastheer voor een netwerkbijeenkomst Midsize Brabant met een aantal wethouders uit Noord-Brabant.
- Op 22 maart 2019 bracht gedeputeerde van de provincie Noord-Brabant Eric van Merrienboer met ambtelijke ondersteuning een bezoek aan de Werkplaats Stadshart Oss. De centrummanager verzorgde voor het gezelschap een presentatie over de onderwerpen branding en centrumpromotie, vastgoed en het initiatief Park Eikenboomgaard.
- Op 23 april 2019 verstuurde de centrummanager naar onder meer de betrokken wethouders centrum en programmamanager centrum van de gemeente Oss voor discussiedoeleinden een notitie 'Revolverend ontwikkelfonds vastgoed centrum Oss'
- Op 25 april 2019 tekenden de voorzitter en de secretaris van het CMO een intentieovereenkomst als toekomstige gebruikers van het UIThuis.
- In juli 2019 stelde de centrummanager de notitie 'Vereniging vastgoedeigenaren centrum Oss' samen voor discussiedoeleinden met de betrokken wethouders centrum en programmamanager centrum van de gemeente Oss.



je
treft
't in
Oss!

Stichting Centrummanagement Oss

Peperstraat 12, 5341 CZ Oss

www.centrummanagementoss.nl