

SAMEN WERKEN AAN GROTE UITDAGINGEN



**JAARPLAN
2023**

INHOUD

VOORWOORD	3		
1. INLEIDING	4		
2. ONDERNEMERS EN CENTRUM	5		
3. POLITIEK EN CENTRUM	6		
4. VASTGOED EN CENTRUM	7		
5. CMO ACTIVITEITEN 2023	8		
5.1. Evenementen	8		
5.1.1. Onderzoek	8		
5.1.2. Kalender	8		
5.1.3. Evenementenbeleid	9		
5.2. Communicatie	9		
5.2.1. Centrum Oss - Hart van de stad	9		
5.2.2. Website	9		
5.2.3. Centrumpagina weekblad Regio Oss	9		
5.2.4. Facebook- en Instagrampagina Het Osse Centrum	10		
5.2.5. Dtv Oss	10		
5.2.6. Chainels	10		
5.2.7. Ondernemersavonden	10		
5.3. Projecten	10		
5.3.1. Aanpak graffiti	10		
5.3.2. Hanging baskets	10		
5.3.3. Sfeerverlichting en achtergrondmuziek	10		
5.3.4. AED's	11		
5.3.5. Mijndroomwinkel	11		
5.4. Samenwerkingsinitiatieven	11		
5.4.1. Warenhuis	11		
5.4.2. Bouw Walkwartier	12		
5.4.3. Relatiemanager	12		
5.5. Aandachtsgebieden 2023	12		
5.5.1. Handhaving	12		
5.5.2. Fietsendiefstallen	12		
5.5.3. Zwerfafval	13		
5.5.4. Winkeluitstallingen	13		
5.5.5. Openingstijden	13		
5.5.6. Koopavonden	13		
5.5.7. Open zondagen	14		
5.5.8. Parkeren	14		
5.5.9. Bereikbaarheid	14		
6. INITIATIEVEN	15		
6.1. Rapport Stadshart 2025	15		
6.2. Vergroening centrum	15		
6.2.1. Park Eikenboomgaard	16		
6.2.2. Burgwal Boulevard	16		
6.2.3. Promenade Heuvelstraat	16		
7. OVER HET CMO	17		
7.1. Missie	17		
7.2. Doelstellingen	18		
7.3. Werkwijze	18		
7.4. Werkgebied	19		
7.5. Huisvesting	19		
8. AFSLUITING	20		



VOORWOORD

Na twee jaar van lockdowns en andere restricties leek in het voorjaar van 2022 eindelijk de zon weer door te breken voor de zwaar getroffen centrumondernemers in Oss. Centrumbezoekers stroomden massaal toe met drukke winkelstraten en volle terrassen als gevolg. Een lange warme zomer hielp hier ook bijzonder aan mee. Zozeer zelfs dat horecaondernemers maar ook winkeliers al snel kampten met personeelsgebrek. Sommige ondernemers beperkten noodgedwongen de openingstijden. Luxeproblemen dachten velen toen nog.

Met het einde van de zomer van 2022 in zicht pakten zich echter steeds meer donkere wolken boven het centrum van Oss samen. De kosten van inkoop en (geïndexeerde) huren rezen als gevolg van een ongekende inflatie de pan uit, energieprijzen explodeerden door de oorlog in Oekraïne. Ook de loonkosten gaan in rap tempo omhoog. Veel ondernemers begonnen in het najaar van 2022 met het verplicht betalen van uitgestelde belastingen en het aflossen van coronaleningen aan banken en derden. Er komt nauwelijks tot géén hulp uit Den Haag.

Aan de andere kant worden consumenten eveneens onaangenaam verrast door explosieve prijsstijgingen van onder meer dagelijkse boodschappen, energie en zorgpremies. Zozeer zelfs dat bij velen de koopkracht sterk afneemt tot een ongekend laag niveau en bij anderen de koopbereidheid een sterke afname laat zien door de grote onzekerheid. Bij de eerste categorie zijn er vaak géén financiële reserves aanwezig terwijl bij de tweede categorie de spaarwoede toeneemt.

Deze ontwikkelingen, waaronder een sterke afname van de koopkracht en de koopbereidheid, zullen in 2023 ongetwijfeld hun sporen achterlaten. Ook in het centrum van Oss. Ondernemers komen in een onmogelijke spagaat. Door twee zware coronajaren

zijn er weinig tot géén financiële reserves aanwezig. Daarnaast zal er tenslotte onder de streep ook iets over moeten blijven om van te leven.

Belangenorganisaties pleiten, tijdens het schrijven van dit jaarplan, bij de overheid om af te zien van de verhoging van de lonen, voor een betere tegemoetkoming voor de energielasten en voor een (tijdelijk) maximum op verhoging van de huurprijzen. De precieze impact van de coronacrisis is ongewis, maar de economische neergang is nu al groot. Lagere bezoekersaantallen, lagere omzetten en het sterk verminderend consumentenvertrouwen onderstrepen dit beeld. Dit alles heeft ongetwijfeld een structureel effect op het functioneren van stadscentra in Nederland, zo wordt verwacht.

De samenwerking tussen centrumondernemers, centrummanagement en de gemeente Oss zullen nog intensiever moeten worden om met elkaar de grote uitdagingen het hoofd te bieden. In dit proces worden ook de eigenaren van winkel- en horecavastgoed steeds belangrijker. Het verdwijnen van winkels en horeca in de flexibele schil, waaronder de drie passages, biedt ook kansen voor andere opgaven en ambities in het centrum zoals meer wonen, vergroenen, klimaatadaptatie en duurzame energie.

Veel centrumondernemers hebben in de afgelopen twee jaar hun flexibiliteit, daadkracht, doorzettingsvermogen en creativiteit aangeboord en dat verdient een groot compliment. Maar niemand had toch kunnen bedenken in welke situatie we nu met z'n allen zitten? Het bestuur van het Centrummanagement Oss (CMO) wenst alle centrumondernemers, maar ook centrumbezoekers, veel sterkte en veerkracht toe in deze ongekend zware en onzekere periode!

Jan van Loon, *voorzitter*



1. INLEIDING

Na eerdere thema's, zoals in het afgelopen jaar 'samen werken aan een grotere loyaliteit', heeft het bestuur van het CMO voor 2023 gekozen voor het thema 'samen werken aan grote uitdagingen'. Want die staan voor de deur!

Het CMO is inmiddels 12 jaar de belangenorganisatie in het centrum van Oss en acteert vanuit haar eigen visie en verantwoordelijkheid. Elk jaar stelt het CMO een jaarplan op waarin op hoofdlijnen haar activiteiten worden beschreven: welke instrumenten en middelen worden ingezet voor een aantrekkelijke, vitale en toekomstbestendige huiskamer van Oss en met welke partners we dit willen bereiken.

Voor u ligt het jaarplan 2023. Versterkt door Covid-19 en initiatieven zoals 'De winkelier van hier' is een steeds grotere groep consumenten waarde gaan hechten aan lokale contacten en producten. Lokaal is dichtbij, bereikbaar en veilig. In de ogen van consumenten staat het voor hoge kwaliteit, authenticiteit, betrouwbaarheid, transparantie en milieuvriendelijk. Het zorgt vooral voor een grotere binding met onze zelfstandige ondernemers - couleur locale - die het centrum van Oss, met een goede aanvulling van ketenbedrijven, uniek en onderscheidend maken. Het is essentieel om samen de gestegen loyaliteit vast te houden en verder te gaan versterken.

Ons stadscentrum is het hart van de gemeente Oss, een plek waar inwoners en mensen uit de regio graag komen. Het is de plek voor winkelen, recreëren met een hapje of drankje, elkaar ontmoeten en cultuur proeven. Mensen wonen er ook met plezier en er is altijd iets te doen. De aanwezigheid van cultuur, een groene uitstraling en het organiseren van evenementen zijn van groot belang om de aantrekkelijkheid te behouden en te vergroten.

Ons stadscentrum krijgt meer en meer belangstelling en een beter imago. De Osse politiek, gemeentebestuur, vastgoedeigenaren, centrumondernemers, organisatoren en andere belanghebbende partijen zijn zich meer en meer bewust van het grote belang van een aantrekkelijk stadscentrum waarin door al deze partijen samen wordt opgetrokken. De media hebben het afgelopen jaar een belangrijke rol gespeeld voor een beter imago van het Osse centrum.



2. ONDER- NEMERS EN CENTRUM

In de thema's van de afgelopen jaren is bewust gekozen voor het uiteen trekken het werkwoord 'samenwerken' in 'samen werken' omdat de grote uitdagingen in het centrum van Oss alleen door actieve steun door zoveel mogelijk ondernemers kunnen worden overwonnen. Een grote(re) loyaliteit, waarvoor we blijvend een beroep op de Ossenaren doen, is ook van toepassing op de centrumondernemers onderling. Hiervoor is onvoorwaardelijk een grote collectieve steun nodig. Deze ontbreekt, ondanks de jarenlange inspanningen van COO en CMO, in het centrum van Oss bij onderwerpen zoals openingstijden op koopavonden en open zondagen, maar ook bij het collectief omarmen en ondersteunen van evenementen, acties, en promoties. Aan dit rijtje kunnen het uitblijven van straatinitiatieven en een geringe deelname aan thema- en ondernemersavonden worden toegevoegd. Voor 2023 staat een onderzoek naar de haalbaarheid van een collectieve cadeaupas voor het centrum van Oss op de agenda van het CMO.



3. POLITIEK EN CENTRUM

Het Osse centrum mag al jaren op brede politieke aandacht en steun rekenen. Het CMO is blij met de deze broodnodige aandacht en (financiële) steun omdat dit structureel bijdraagt aan een vitaal en bruisend centrum. Dit is niet alleen van groot belang voor de centrumeconomie maar ook voor goed wonen, leven, imago en vestigingsklimaat van en binnen de gemeente Oss.

De grote opgave voor middelgrote stadscentra is al jaren de vitaliteit borgen. Een compact centrum met een gevarieerd maar vooral lokaal aanbod is hierin essentieel. Met de Koers Stadshart Centrum Oss werd in 2016 ingezet op een compacter centrum. Maar daar is het niet bij gebleven.

Met de realisatie van het Warenhuis binnen het project Walkwartier krijgen we straks een aantrekkelijk cultuurcluster maar ook een laagdrempelige ontmoetingsplek dat voor veel extra centrumbezoek gaat zorgen. Samen met de gemeente Oss wordt al jaren hard gewerkt aan vergroening.

Het CMO is erg blij met het verstedelijkingsprogramma van het college van B&W voor grootschalige woningbouw rond het centrum zoals aan de Raadhuislaan, de spoorzone en ook in de nieuwe wijk Amsteleind. Deze ontwikkelingen gaan de centrumeconomie op termijn zeker ten goede komen.



4. VASTGOED EN CENTRUM

De gemeente Oss heeft om het wonen in het centrum te stimuleren, een mooie financiële regeling voor pandeigenaren. Het centrum kent nauwelijks nog institutionele beleggers. Veel vastgoed is door nieuwe lokale eigenaren opgeknapt en wonen werd op veel bovenverdiepingen weer hersteld. Hierdoor daalden huurprijzen van winkel- en horecapanden aanzienlijk waardoor onze leegstand historisch laag is. Deze positieve ontwikkelingen blijven doorgaan.

Onder regie van de gemeente Oss en in samenwerking met het CMO kwam via het project 'Steengoed Oss' het rapport 'Stadshart Oss 2025' tot stand. Met dit project werd onderzocht welke kansen en mogelijkheden de vastgoedeigenaren in het centrum van Oss zien voor een compacter en toekomstbestendig centrumgebied. Aan de hand van het rapport is binnen de gemeenteraad van Oss een goede discussie op gang gekomen over het mogelijk wijzigen van straten in de pit en schil. Dit betekent dat er oog is voor actualiteit en beleid hierop aan te passen.



5. CMO ACTIVITEITEN 2023

Met de nog onzekerheden over de ontwikkelingen van Covid-19, de sterke afname van de koopkracht en de koopbereidheid welke in 2023 ongetwijfeld hun sporen zullen achterlaten in het centrum van Oss, blijft plannen maken voor 2023 en hieraan uitvoering geven in dit jaar opnieuw onzeker. Het CMO heeft weer gekozen voor de vasteaandachtsgebieden met blijvende aandacht voor consumentenloyaliteit en communicatie.

De activiteiten van het CMO worden gerubriceerd in vijf categorieën:

- Evenementen
- Communicatie
- Projecten
- Samenwerkingsinitiatieven
- Aandachtsgebieden

In dit hoofdstuk worden de hoofdlijnen van de diverse activiteiten uiteengezet. De begroting bij het jaarplan 2023, 'Samen werken aan grote uitdagingen', is opgebouwd rondom de onderwerpen in dit jaarplan.

5.1. EVENEMENTEN

5.1.1. Onderzoek

In het CMO Koersdocument 3.0 staat onder meer vermeldt dat het organiseren van evenementen van groot belang is om de aantrekkelijkheid van het centrum te behouden en te vergroten. Drie jaar geleden 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 werd door de onderzoeker een uitgebreid rapport opgesteld. Dit rapport is, post Covid-19, nog steeds actueel. Het rapport is te lezen op de website van het CMO.

5.1.2. Kalender

De evenementenkalender voor het centrum kende tot het uitbreken van Covid-19 in 2020 met ruim 50 evenementen, een zeer gevarieerd aanbod met een grote spreiding door het gehele jaar, waar we in Oss trots op mogen zijn. Naast het CMO is een toenemend aantal organisatoren hier mede verantwoordelijk voor met evenementen zoals Klunen, Ossenkoppenplein, Halfvastenoptocht, Maasdijk en Kermis Oss.

Het CMO is hoopvol gestemd dat 2023 weer een 'normaal' evenementenjaar wordt met een mooi en gevarieerd aanbod voor jong en oud. In afstemming, organisatie en veiligheid van centrumevenementen blijft de evenementencoördinator binnen het CMO een belangrijke en niet meer weg te denken rol spelen.

Het CMO organiseert jaarlijks een aantal evenementen via haar ondernemers of commissies zoals de Koningsmarkt, Halloween, Sinterklaasintocht, Pietenspektakel en nieuw na het wegvallen van Winterland Oss: Winter in Oss. Op verzoek van het CMO worden door derden evenementen georganiseerd zoals Living Statues Festival en Oss Fashion Weekend. Vanuit ondernemers komen mooie samenwerkingsinitiatieven tot stand zoals de Oranjefeesten en straatevenementen. Het CMO hoopt in deze laatste categorie weer te kunnen rekenen op een toenemend aantal verzoeken voor financiële ondersteuning vanuit de straten. Aan de evenementenkalender zullen de kinderactiviteiten zoals Summer In The City Kids tijdens vakantieperiodes niet ontbreken.

>



Het CMO komt regelmatig in contact met organisaties, verenigingen en goede doelen om te praten over hun plannen voor nieuwe evenementen en mogelijke (financiële) ondersteuning. De stichting 'Met je hart' is hier een voorbeeld van. Het CMO spreekt de wens uit dat ook in 2023 nieuwe initiatieven blijven volgen.

5.1.3. Evenementenbeleid

De gemeente Oss heeft een nieuw beleid voor evenementen. In dat beleid zijn binnen de gemeente Oss vijf plekken aangewezen voor grote evenementen die meerdere dagen mogen duren. Voor elke plek wordt een locatieprofiel gemaakt. Daar staan de voorwaarden en regels in waar een evenement op die plek aan moet voldoen. Het profiel wordt samen met inwoners en andere belanghebbenden gemaakt.

In het centrum van Oss gaat het om de locaties Heuvel, Eikenboomgaardstraat en Eikenboomgaardplein. De eerste bijeenkomsten voor de drie centrumlocaties hebben plaatsgevonden en krijgen in 2023 een vervolg. Een goede balans, met name voor de locaties Eikenboomgaardstraat en Eikenboomgaardplein, is ook van essentieel belang voor winkeliers omdat de impact op bereikbaarheid en parkeren nu nog te vaak wordt weggecijferd voor het organiseren van evenementen. Een situatie die met de huidige sombere vooruitzichten ongewenst is. Het CMO zal mede met en namens winkeliers een zorgvuldig proces bewaken.

In de begroting 2023 is voor evenementen een bedrag van € 122.100,- opgenomen voor onder meer jaarlijks terugkerende evenementen, horeca- en straatinitiatieven, straattheater en voor ondersteuning van nieuwe evenementen.

5.2. 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 in. In aanvulling op de promotie vanuit het CMO bepalen organisatoren van evenementen in het centrum zelf de marketing en inzet van communicatiemiddelen voor promotionele doeleinden. Twee jaar geleden werd aan dit rijtje het communicatieplatform Chainels toegevoegd.

5.2.1. Centrum Oss - Hart van de stad

Met de gemeente Oss werden in 2019 afspraken gemaakt over een bredere inzet van het CMO label 'Tref het in Oss'. Dit vooral met het oog op de promotie van het recreatieve aanbod in de regio. Als tegenprestatie werd overeengekomen dat het winkel- en horeca aanbod in het centrum een plek kreeg binnen de nieuwe website trefhetinoss.nl. In 2022 heeft het CMO geconstateerd dat het label 'Tref het in Oss' te ver afstaat van het centrum. Ook de redactieraad van het platform kreeg steeds meer moeite met de inzet van dit label door het CMO voor andere, niet recreatieve promoties. Met een lokaal communicatiebureau werd daarom een nieuwe huisstijl uitgewerkt: 'Centrum Oss - Hart van de stad'. In 2023 zal de nieuwe huisstijl worden geïmplementeerd.

5.2.2. Website

De website van het CMO is inmiddels ruim 12 jaar in gebruik. In de loop der tijd werden modules voor evenementen en huur van panden als functionaliteiten toegevoegd. In 2019 vond op basis van de nieuwe huisstijl 'Tref het in Oss' een restyling van de site plaats. In maart 2020 liet het CMO als 'antwoord' op de eerste lockdown

binnen het thema 'De winkelier van hier' snel een bijbehorende website ontwikkelen met als doel het winkel- en horeca aanbod onder de aandacht te brengen om het lokaal kopen en online bestellen in deze bijzondere tijd te stimuleren. Op de CMO-website is informatie te vinden over onder meer de openingstijden, open zondagen, parkeren, reclamebelasting, projecten, panden die te huur zijn, gemeentelijke notities, maar ook publicaties die van belang kunnen zijn voor (nieuwe) ondernemers. Het beheer van de website wordt uitgevoerd door de centrummanager.

Medio 2022 werd een verkenning gestart naar de mogelijkheden voor en wenselijkheid van een nieuwe website. Op basis van de uitkomsten heeft het CMO besloten om een nieuwe eigentijdse website in de nieuwe huisstijl te laten ontwikkelen die ook optimaal op mobiele telefoons werkt. Het winkel- en horeca-aanbod gaat ook onderdeel van de nieuwe site uitmaken. Via het domein winkeliervanhier.nl worden bezoekers automatisch doorgeleid naar de nieuwe website. Deze wordt gebouwd door een lokale specialist. De implementatie staat gepland voor het voorjaar van 2023.

5.2.3. Centrumpagina weekblad Regio Oss

Voor promotie van het centrum van Oss zal in 2023 weer elke twee weken een speciale centrumpagina in weekblad Regio Oss worden ingezet. Dit medium heeft met een oplage van 50.000 stuks binnen de gemeente Oss een groot bereik. Op deze pagina wordt aandacht gegeven aan evenementen, acties, activiteiten en nieuwe ondernemers in het centrum. Er is budget gereserveerd voor specifieke thema's, nieuwe of grote evenementen of extra open zondagen. Voor specifieke evenementen, zoals Living Statues Festival Oss, zullen ook buiten de regio advertenties worden geplaatst.

>



In aanloop naar de open zondagen loopt maandelijks een bannercampagne op Kliknieuws. De input en de coördinatie worden verzorgd door de centrummanager en de evenementencoördinator.

5.2.4. Facebook- en Instagrampagina Het Osse centrum

De Facebook- en Instagrampagina 'Het Osse Centrum' zullen in 2023 ook weer een belangrijke rol krijgen voor de promotie van het centrum, evenementen, ondernemers, acties, open zondagen en speciale gebeurtenissen.

De producties voor de Facebook- en Instagrampagina zijn uitbesteed aan een lokale social media partner met input van de centrummanager en de evenementencoördinator. Ruim 10.000 mensen volgen inmiddels de Facebookpagina en ruim 2.100 de Instagrampagina. In het najaar van 2021 werd geëxperimenteerd met het doorzetten van Facebookberichten in digitale nieuwsberichten van DPG Media zoals Brabants Dagblad, AD en Nu.nl. Dit zal in 2022 weer navolging krijgen.

5.2.5. Dtv Oss

Voor de promotie van het centrum via filmpjes met lokale ambassadeurs en promotiespots voor specifieke evenementen, acties en speciale gebeurtenissen wordt gebruik gemaakt van Dtv Oss. Dit kanaal zal ook in 2023 weer periodiek worden ingezet.

5.2.6. Chainels

Om de communicatie tussen stakeholders, in het bijzonder die tussen het CMO en de centrumondernemers, verder te professionaliseren werd ruim een jaar geleden het online communicatieplatform Chainels in gebruik genomen. Dit online platform is specifiek ontwikkeld voor winkelgebieden. Het bestaat uit een besloten

website en een app voor zowel Android als iOS. Relevante berichten op het platform kunnen per e-mail naar alle gebruikers worden gestuurd. Zo blijven ook de deelnemers die hun account (nog) niet hebben geactiveerd op de hoogte van wat er speelt in het centrum. Mutaties en berichten worden verzorgd door de centrummanager en de evenementencoördinator.

5.2.7. Ondernemersavonden

Als onderdeel in de communicatie met centrumondernemers kunnen, naast de website, Chainels en social media, ook ondernemersavonden door het CMO worden georganiseerd. Daarnaast worden centrumondernemers tijdens speciale avonden in de gelegenheid gesteld input te leveren voor plannen, evenementen, acties en promotiethema's. De inzet van dit medium in 2023 zal afhankelijk zijn van specifieke centrumontwikkelingen.

In de begroting 2023 is voor communicatie en pr een bedrag van € 43.250,- opgenomen verdeeld over onder meer centumpagina's, inzet van social media, bannering, bijeenkomsten ondernemers, Chainels, promotiefilmpjes en drukwerk.

5.3. PROJECTEN

In de categorie projecten zijn een aantal jaarlijks terugkerende onderwerpen gerubriceerd die vanuit het CMO ook in 2023 weer moeten bijdragen aan een aantrekkelijk centrum.

5.3.1. Aanpak graffiti

Het eerste project betreft de bestrijding van graffiti. Al jaren is hiervoor met een specialistisch schoonmaakbedrijf uit Oss een contract afgesloten voor de snelle verwijdering van ontsierende graffiti in het centrum. Een snelle verwijdering heeft ook een

preventieve werking zo wijst de praktijk uit. Het CMO krijgt in 2023 voor dit onderdeel vanuit de gemeente Oss een financiële ondersteuning in het kader van 'schoon-heel-veilig'.

5.3.2. Hanging baskets

Het volgende onderdeel onder projecten vormen de hanging baskets. De bloemenpracht vanuit ruim 150 bakken verspreid over het hele centrum inclusief aanloopstraten is niet meer weg te denken in de periode mei-oktober. Het CMO krijgt in 2023 voor dit onderdeel vanuit de gemeente Oss een financiële ondersteuning in het kader van 'schoon-heel-veilig'.

5.3.3. Sfeerverlichting en achtergrondmuziek

Bijzondere verlichting zorgt voor extra sfeer in de wintermaanden. Centrumbezoekers krijgen het feestdagengevoel en dat stimuleert de economie in het centrum van Oss al vele decennia lang. Daarnaast zorgt sfeerverlichting voor een hoger veiligheidsgevoel in de donkerste dagen van het jaar. Om het energieverbruik te verlagen verving het CMO twee jaar geleden al haar sfeerverlichting en sfeerornamenten voor zeer zuinige ledverlichting. Op basis van de sterk gestegen energiekosten en ook de maatschappelijke discussie over noodzakelijke verduurzaming besloot het CMO om de sfeerverlichting en de sfeerornamenten het afgelopen jaar wel te plaatsen maar de brandperiode en de branduren aanzienlijk te verkorten. Hiervoor werd gekozen omdat bezoekers de gezelligheid van sfeerverlichting in het centrum van Oss bijzonder waarderen, zo bleek ook uit de vele positieve reacties en veel media-aandacht na de eerdere vervanging. In 2023 zal wederom een zorgvuldige afweging worden gemaakt over de brandperiode en de branduren.

>



Om de sfeer in de decembermaand te verhogen werd een aantal jaren geleden voor het eerst geluidsapparatuur geïnstalleerd voor stemmige achtergrondmuziek tijdens de Sinterklaas- en kerstperiode. Ook in 2023 zal de sfeermuziek weer terugkomen in de periode november-december.

5.3.4. AED's

Binnen het centrumgebied bevinden zich acht levensreddende AED's. Vier op binnen-locaties en drie op buitenlocaties. Het CMO is verantwoordelijk voor het jaarlijkse onderhoud en controle na gebruik. Zoals in voorgaande jaren zullen in 2023 weer gratis trainingen via het CMO worden georganiseerd voor geïnteresseerde centrumondernemers en hun personeelsleden. Alle activiteiten met betrekking tot AED's zijn uitbesteed aan een Osse onderneming. De AED's zijn aangemeld bij het reanimatie oproepsysteem van Nederland HartslagNU.

5.3.5. Mijndroomwinkel

In het kader van leegstandsbestrijding en de wens om meer vernieuwende jonge ondernemers naar het centrum te krijgen nam het CMO vijf jaar geleden de lead in het opzetten van het project Mijndroomwinkel. Binnen dit project bood de Werkplaats Stadshart Oss startende ondernemers een unieke kans hun droom van een winkel waar te maken. Ook in 2023 wil het CMO via haar centrummanager weer in contact komen met startende ondernemers om te kijken waar en hoe het mogelijk is deze starters te ondersteunen. Het project Mijndroomwinkel wordt mede mogelijk gemaakt door financiële steun van de Kracht van Oss.

In de begroting 2023 is voor de bovenstaande projecten en het nieuwe dashboard Digitwin (zie hoofdstuk 7) een bedrag van € 72.250,- opgenomen.

5.4. SAMENWERKINGSINITIATIEVEN

In deze categorie beschrijven we een aantal samenwerkingsactiviteiten waaraan het CMO een bijdrage levert.

5.4.1. Project: Warenhuis

Het CMO krijgt onderdak in het Warenhuis in het te ontwikkelen Walkwartier. In het nieuwe Warenhuis voelen mensen zich thuis, terwijl ze van huis zijn. En als iemand zich op z'n gemak voelt, ontstaat er ook contact met anderen. De toegankelijke inrichting helpt daarbij. Net zoals het open podium en bepaalde collecties dat kunnen doen. Maar naast de hardware (het gebouw) is de software minstens zo belangrijk. Oftewel: het enthousiasme van de professionals die hier werken. Ze spelen immers een belangrijke faciliterende rol.

Met betrekking tot de toegevoegde waarde van het CMO aan het concept zijn de volgende punten gedefinieerd: 1. kenniscentrum voor ondernemers. 2. verbinder van organisaties en ondernemers en 3. ambassadeur voor (en door) Oss. Namens het CMO neemt de centrummanager deel aan dit project. In het rijtje Warenhuis-functies werd aan 'ontmoeten' en 'ontwikkelen' de drager 'ondernemen' toegevoegd.

Ondernemen IN het Warenhuis

Het Warenhuis geeft ondernemers volop de ruimte om elkaar te ontmoeten en zich te profileren. Wil een bedrijf het duurzaamste soepblik, de beste elektrische autoaandrijving of een

uitzonderlijke collectie presenteren aan afnemers? Dat kan. Jongeren interesseren in een vak of voor openstaande vacatures, of de Week van de Techniek hier aftrappen? Ook dat voelt volstrekt logisch. En ondertussen kijkt de rest van de gemeente mee.

Ondernemen MET het Warenhuis

Themadagen, -weken of zelfs -maanden zullen de rode draad voor de programmering vormen, waarbij ondernemers onmisbaar zijn. Daarom zullen we de lijnen met het bedrijfsleven kort houden; direct of via ondernemersverenigingen zoals 3O (Ondernemers Overleg Oss), OIK (Osse Industriële Kring) en TIBO (Toekomst in Bedrijven Oss). Zo profiteren wij van hun inhoudelijke bijdrage en zij van onze aantrekkingskracht. Activiteiten kunnen ook plaatsvinden op het nieuwe evenemententerrein, waar nu parkeerterrein de Wal is, of verspreid door de stad in samenwerking met centrumondernemers.

Ondernemen ALS het Warenhuis

Het Warenhuis zelf is ook een onderneming, met daarin verschillende ondernemers. Samen blijven we naar mogelijkheden speuren om bezoekers te verrijken met een veelzijdig cultureel en educatief aanbod. Daarom blijven we ook krachten bundelen met ons grote netwerk in Oss en daarbuiten. In eerste instantie zullen we hierin het initiatief moeten nemen; we dromen ervan dat organisaties zich bij óns melden.

In 2023 zal de strategiegroep zich vooral bezighouden met de fysieke ruimte. Hiervoor werd in het afgelopen jaar al een uitgebreide workshop georganiseerd. De inrichting is open, verbindend en uitnodigend, waardoor het Warenhuis een stadse huiskamer wordt. De handtekening onder het ontwerp is van Aat Vos.

>



Deze vooraanstaande architect maakt van publieke ruimtes een third place, naast huis en werkplek, waar ontmoeten, leren, werken en consumeren hand in hand gaan.

5.4.2. Project: bouw Walkwartier

Waar hard gewerkt wordt ontstaat hinder. Na jaren van relatieve rust is de transformatie naar een gemengd woon-, werk- en evenementengebied in het hartje van ons centrum begonnen. Tijdens de sloop en start van bouwwerkzaamheden werd de openbare ruimte kleiner en wordt deze tegelijkertijd intensiever gebruikt. Dit heeft zijn weerslag op de bereikbaarheid van het centrum en op het laden, lossen en parkeren. Ook heeft het consequenties voor verkeersstromen zoals die van fietsers.

Het CMO blijft in nauw contact met centrumondernemers in rondom de bouwplaats om knelpunten met de coördinatoren rondom de bouw te bespreken en op te lossen.

Vanuit de gemeente Oss is er communicatie via de website Walkwartier.nl en door periodieke nieuwsbrieven. Deze is bedoeld voor inwoners van Oss en natuurlijk voor centrumondernemers. Elk twee maanden vindt online overleg plaats met de projectmanager en ambtenaren gemeente Oss, de veiligheidscoördinator Walkwartier, de projectontwikkelaar, de bouwer, het TBL en de centrummanager. Ook belangstellende centrumondernemers kunnen deelnemen.

5.4.3. Project: relatiemanager

Om het centrum van Oss ook bij de landelijke ketens onder de aandacht te brengen en te houden, ging de gemeente Oss samen met het CMO afgelopen jaar op zoek naar een relatiemanager. De primaire taak van de relatiemanager is het centrum van Oss als aantrekkelijke vestigingslocatie te promoten bij de ketens die momenteel op zoek zijn naar nieuwe locaties. Daarnaast beheert de relatiemanager de contacten met de hoofdkantoren van ketens die momenteel gevestigd zijn in het centrum van Oss. De relatiemanager signaleert daarbij in een vroeg stadium kansen voor de vestiging van ketens, maar zeker ook bedreigingen met betrekking tot een mogelijk vertrek uit het centrum.

Voor deze belangrijke activiteit heeft de gemeente Oss voor een periode van drie jaar budget beschikbaar gesteld. In september van 2022 is een relatiemanager van start gegaan voor een eerste periode van een jaar. De relatiemanager rapporteert elke maand over haar bevindingen aan de centrummanager.

5.5. AANDACHTSGEBIEDEN 2023

5.5.1. Handhaving

Een absoluut speerpunt op de agenda van het CMO voor 2023 is het onderwerp handhaving. Op teveel onderwerpen en te vaak ontbreekt het hieraan in het centrum van Oss.

De consequenties:

- heeft grote gevolgen voor het economisch functioneren van het centrum
- leidt tot een afname van het aantal centrumbezoekers
- levert veel negatieve reacties en recensies op social media

- veroorzaakt niet-verhaalbare schade bij ondernemers
- veroorzaakt schade aan de openbare ruimte
- levert gevaarlijke situaties op
- leidt tot ruzies, bedreigingen en intimidaties
- leidt tot onaanvaardbare verrommeling.

Het betreft een groot aantal onderwerpen zoals (brom)fietsen, scooters, bezorgauto's, bouwverkeer, fietsendiefstallen, (zwerf) afval, uitstallingen, (jeugd)hangen, laden/lossen en vandalisme. Enkele onderwerpen komen hierna in dit hoofdstuk aan de orde. De enige oplossing is een toegewijd en geoccupeerd team/koppel handhavers dat op een aantal dagen of dagdelen per week uitsluitend in het centrum van Oss aan de slag gaat. Dit helpt preventief, opvoedend en als het moet afschrikwekkend. Het CMO wil hierover begin 2023 met de verantwoordelijke wethouder aan tafel.

5.5.2. Fietsendiefstallen

Een totaal onderbelicht probleem in het Osse centrum vormen de vele fietsendiefstallen. Wijkagenten centrum spreken nog steeds hun grote zorgen uit over de aantallen en het gemak waarmee, vooral tijdens winkelopeningstijden en vroeg in de avond, veel fietsen binnen enkele minuten verdwijnen. De zorgen van de wijkagenten betreffen ook het uitblijven van voldoende preventieve maatregelen. Bordjes over cameratoezicht zijn onvoldoende gebleken terwijl de eerder geplaatste lokfietsen na een korte periode door technische defecten niet meer kunnen worden ingezet. In 2023 wil het CMO dit onderwerp weer op de agenda plaatsen om samen met de gemeente Oss en politie naar passende maatregelen te zoeken, waaronder mogelijk tijdelijk cameratoezicht.

>



Cameratoezicht, eventueel periodiek, kan het centrum van Oss ook helpen bij het terugdringen van de toenemende overlast van hangjongeren en door hen aangebrachte schade in de avonduren en het bestrijden van het toenemend aantal winkeldiefstallen. Door een verslechtering van de koopkracht verwacht het CMO voor dit laatste onderwerp een forse toename.

5.5.3. Zwerfafval

Het gemeentelijke beleid van twee jaar geleden dat met het weghalen van prullenbakken centrumbezoekers worden gestimuleerd afval mee naar huis te nemen werkt niet. Ijsbakjes, koffiebekers en loempiabakjes gaan echter niet mee in de boodschappentas. Dit leidt al geruime tijd tot verrommeling van het centrum. Hier komt nog bij dat de bestaande bakken erg klein zijn en dat door de vorm het afval boven in de bakken blijft hangen. Het CMO verbaast zich ook dat er voor uitgiftepunten van ijs, koffie en snacks geen verplichting bestaat om afvalbakken te plaatsen. Twee jaar geleden heeft het CMO dit onderwerp voor de eerste keer aan de orde gesteld bij de beleidsmakers afval van de gemeente Oss. Eind 2022 werd onder centrumondernemers door de gemeente Oss een enquête uitgezet. Naar verwachting zal dit in 2023 een onderwerp van gesprek worden tussen de gemeente Oss en het CMO. Naast het zwerfafval is ook het dumpen van afvalzakken en huisraad rondom afvalcontainers in het centrum een onderwerp dat aandacht verdient. Dit fenomeen is het afgelopen jaar sterk toegenomen mede door de aanzienlijke toename van het wonen in het centrum.

5.5.4. Winkeluitstallingen

In de begroting 2023 van de gemeente Oss staat een aanzienlijk bedrag gereserveerd voor het vervangen van de noppenklinkers van de geleide strook voor visueel gehandicapten in het centrum. Het betreft vooral locaties in de aanloopstraten. Binnen het voetgangersgebied fungeren de hardstenen goten voornamelijk als geleide strook. In de afgelopen jaren hebben uitstallingen buiten winkels in het centrum van Oss steeds grotere en ongewenste vormen aangenomen met ernstige ontsiering van de openbare ruimte. De vele stoepborden, Beach vlaggen, kledingrekken, bakken met producten etc. etc. belemmeren daarnaast ook nog eens ernstig de toegankelijkheid voor visueel gehandicapten. Het CMO is van mening dat een halt moet worden toegeroepen aan deze wildgroei en wil terug naar het handhaven van uitstallingen op maximaal 1 meter uit de pui. Samen met de gemeente Oss kan dit probleem door middel van goede voorlichting en communicatie maar ook met strakke handhaving worden opgelost. Het CMO vindt dit een speerpunt voor 2023.

5.5.5. Openingstijden

Juist in een tijd dat dit steeds belangrijker wordt is in het centrum van Oss helaas nog steeds te weinig consistentie met betrekking tot openingstijden. Dit geldt voor de dagelijkse openings- en sluitingstijden inclusief koopavonden op donderdag en voor de open zondagen op de laatste zondag van de maand. Op maandagen blijven steeds meer winkel- en horecadeuren gesloten.

Dichte winkeldeuren zijn voor consumenten teleurstellend, werken niet bevorderend voor herhaalbezoek, stimuleren winkelbezoek elders en zorgen voor een slechte PR. Door acuut personeelsgebrek post-corona bij horecaondernemers en ook bij winkeliers beperkten

sommige ondernemers het afgelopen jaar noodgedwongen de openingstijden. Dit zal zich waarschijnlijk in 2023 blijven herhalen. Voor 2023 zal dit onderwerp een blijvend aandachtspunt blijven.

5.5.6. Koopavonden

De koopavonden staan, wat publieke belangstelling betreft, onder druk. Deze avonden krijgen ook minder charme doordat veel, vooral zelfstandige ondernemers, hun winkels op donderdag voortijdig sluiten. In eerdere jaren is met name in de maanden november en december geëxperimenteerd met koopavonden op vrijdag. Dit verliep zonder succes, mede door teveel gesloten deuren.

De discussie rondom openingstijden en koopavonden is beslist niet nieuw: al in de vorige eeuw waren dit agendapunten tijdens jaarvergaderingen van winkeliersverenigingen OVO en COO. Ook werden er in het verleden al meerdere enquêtes over dit onderwerp gehouden. Ruim 40 jaar geleden werd de koopavond in het centrum van Oss verplaatst van vrijdag- naar donderdagavond. De ratio hierachter was tweeledig: enerzijds onderscheid maken met andere steden die ook op vrijdagavond open waren en anderzijds de kans op herhaalbezoek in het weekend vergroten door een grotere interval.

Natuurlijk kan de vraag worden gesteld of Covid-19 nog impact heeft gehad op de huidige animo onder ondernemers voor de koopavond en de open zondagen en ook of de krapte op de arbeidsmarkt de animo nog heeft beïnvloedt. Het continueren van de bestaande situatie of het kiezen voor één van de andere opties: het succes zal blijven afhangen van een groot draagvlak onder de centrum-ondernemers. Het CMO vraagt in 2023 haar COO afgevaardigden dit onderwerp te blijven agenderen.

>



5.5.7. Open zondagen

In het centrum van Oss bestaat sinds vele jaren de vaste afspraak voor het plannen van de open zondagen op de laatste zondag van de maand. Dit enerzijds in verband met het besteedbare inkomen en anderzijds het gegeven dat door de jarenlange promotie het binnen en buiten Oss bekend is dat op elke laatste zondag van de maand de winkels in het centrum van Oss open zijn. Aan de meeste open zondagen wordt een thema of een evenement verbonden.

Voor 2023 zal weer in overleg met de COO gekeken worden naar aanvullingen op het aantal open zondagen tijdens speciale perioden of tijdens grotere evenementen. Dit geldt ook voor mogelijk extra koopavonden.

5.5.8. Parkeren

Bij de keuze van consumenten voor een specifiek winkelgebied geven de omvang en diversiteit van het aanbod en de aanwezigheid van specifieke winkels de doorslag. Hoewel het niet de belangrijkste factoren zijn, zijn bereikbaarheid, parkeermogelijkheden en parkeertarief van belang in het keuzeprocess.

Met het veranderende koopgedrag en de invloeden van Covid-19 zijn zowel (online) winkeliers en horecaondernemers nu meer dan ooit gebaat bij het wegnemen van elke drempel voor een kort centrumbezoek. Het wegnemen van betaald parkeren voor kortparkeerders is er één van.

Het CMO gaat daarom in 2023 weer pleiten bij de gemeente Oss voor het invoeren het eerste uur gratis parkeren. Dit stimuleert de centrumeconomie voor onder meer het ophalen van maaltijden,

het ophalen en retourneren van pakketten, het laten maken van een pasfoto voor rijbewijs of reisdocument en korte bezoeken aan bakker, chocolaterie, visboer, bloemist of schoenmaker. Centrumondernemers hebben daarnaast ook recht op een faire concurrentiepositie ten opzichte van andere aanbieders elders in Oss. Argumenten over parkeerdruk en tekorten bij het parkeerbedrijf moeten echt van discussietafel: wat is het verschil met de parkeerterreinen in de wijkwinkelcentra De Ruwert en Ussen?

De gemeente Oss gaat in 2023 werken aan een nieuwe mobiliteitsvisie. Het onderdeel parkeren in heel de gemeente Oss krijgt hierbinnen een hoge prioriteit, zo is aan het CMO medegedeeld. De gemeente Oss heeft aangegeven dat dit proces zorgvuldig zal worden uitgevoerd met hoor-en-wederhoor van alle stakeholders waaronder het CMO en de centrumondernemers. Alle bovenstaande punten zullen op de agenda komen.

5.5.9. Bereikbaarheid

Onderdeel van een goed bereikbaar centrum zijn, specifiek voor centrumbezoekers van buiten Oss, goede verwijzingen voor de kortste route naar het centrum en de daar beschikbare parkeerplaatsen. Het dynamische parkeerwijssysteem heeft slechts kort gewerkt. Deze noodzaak voor goede verwijzingen wordt, ook voor Ossenaars, nog eens versterkt door de bouw van het Walkwartier. Het CMO zal met betrekking tot dit project nauwlettend de vinger aan de pols houden.

Het CMO zoekt met winkeliers rondom de evenementenlocaties Eikenboomgaardstraat en Eikenboomgaardplein binnen het nieuwe evenementenbeleid van de gemeente Oss naar verantwoorde

locatieprofielen omdat de grote impact op bereikbaarheid en parkeren nu nog te vaak wordt weggecijferd voor het organiseren van evenementen. Een situatie die met de huidige sombere economische vooruitzichten ongewenst is.



6. INITIATIE- VEN

In dit hoofdstuk geven we aandacht aan initiatieven die meerdere jaren beslaan en richting of invulling (kunnen) geven aan de ontwikkeling van het centrum van Oss.

6.1. RAPPORT 'STADSHART OSS 2025'

In december 2016 is de visie Koers Stadshart Oss vastgesteld door de gemeenteraad van Oss. In deze visie kiest Oss duidelijk voor een compacte binnenstad met een hoge concentratie aan detailhandel, ontmoeting en cultuur, om zo de levendigheid te borgen.

Hiervoor wordt in het centrum onderscheid gemaakt tussen gebieden die tot de pit en de flexibele schil behoren. De pit is het gebied met aaneengesloten centrumfuncties, terwijl in de flexibele schil een verkleuring naar niet-centrumfuncties wordt toegestaan, zoals wonen op de begane grond.

Vier jaar na de vaststelling van Koers Stadshart Oss 2016 worden de belangrijkste uitgezette lijnen, zoals het inzetten op een compacter centrum en het onderscheid tussen pit en schil, nog steeds gedeeld door de stakeholders. Tegelijkertijd voelden vastgoedeigenaren zich nog onvoldoende betrokken en gehoord en klonken er geluiden om scherpere keuzes en meer daadkracht. Een compact centrum, graag, maar hoe? Wie is er aan zet? Hoe kunnen we gezamenlijk het tij van de verwachte toename in leegstand trachten te keren?

De bevindingen van het onderzoek resulteren in het rapport 'Stadshart Oss 2025'. Dit document biedt meer duidelijkheid over het perspectief van vastgoedeigenaren in het Osse centrum en biedt alle partijen houvast bij het werken aan de toekomst. Het rapport bevat gebiedsprofielen voor het Osse centrum, die een

aanscherping op en uitwerking vormen van Koers Stadshart Oss uit 2016. Deze gebiedsprofielen zijn gevoed door de inzichten die vastgoedeigenaren hebben opgeworpen in interviews, enquêtes en in werksessies. In totaal zijn vijf gebiedsprofielen geschetst, die qua gebiedsgrenzen grotendeels aansluiten op de Koers Stadshart Oss uit 2016, maar die een verdiepingsslag bieden op programma (functies), openbare ruimte en vastgoed.

In de uitvoeringsagenda van het rapport wordt ingegaan op verschillende manieren waarop gebiedstransformatie kan worden gestuurd en worden er concrete sturingsinstrumenten aangereikt die in Oss van toepassing kunnen zijn. De uitvoering van bepaalde acties die worden aangedragen in het rapport kan snel van start gaan, terwijl er voor andere acties meer tijd benodigd is. Voor de aangedragen sturingsinstrumenten geldt dat er eerst door de betrokken partijen een selectie en prioritering moet worden gemaakt, zodat ze daarna kunnen worden opgestart. Het CMO speelt hierin een belangrijke rol onder meer door een commissie van vastgoedeigenaren te formeren.

6.2. VERGROENING CENTRUM

In voorgaande jaren werden vanuit de Taskforce Stadshart Oss in diverse straten in het centrum kleine en middelgrote groeninjecties uitgevoerd, onder meer in de Peperstraat, Houtstraat, Monsterstraat, Kerkstraat, Klaphekkenplein en Walplein. Drie jaar geleden werd door de gemeenteraad van Oss unaniem een motie over het verder vergroenen van het centrum aangenomen.

>



Samen met ontwerpers en de gebiedsbeheerder van de gemeente Oss en met betrokken ondernemers en centrumbewoners kwam daarna de herontwikkeling van plein Terwaenen tot stand evenals een verdere vergroening van het Heuvelplein. Voor 2023 staat de Heuvelstraat op de uitvoeringsagenda.

Het CMO blijft proactief en ongevraagd zoeken naar bijzondere gebiedsontwikkelingen voor vergroening in het Osse centrum zoals Park Eikenboomgaard, Burgwal Boulevard en Promenade Heuvelstraat. Om de politieke aandacht niet de laten verslappen herhaalt het CMO haar vergroeningsideeën nog een keer in haar jaarplan 2023.

6.2.1. Park Eikenboomgaard

In 2018 heeft CMO een plan gepresenteerd voor Park Eikenboomgaard: een groen stadspark dat de verbinding vormt tussen de Eikenboomgaard en de Oostwal. De plannen beschrijven een multifunctioneel park met een gracht, hoogteverschillen en ruimte voor evenementen en manifestaties. De groenstructuur van Oss kenmerkt zich door een 'gordel' van veelal intieme groene ruimtes die als een ring rond het centrum liggen, waaronder ook het Jan Cunepark, het groen bij de Groene Engel of in de toekomst het TBL sportpark.

Qua locatie kan Park Eikenboomgaard zich voegen in deze groene gordelstructuur en zo in potentie de groene ring rond het centrum versterken. Een dergelijke groene gordel biedt Ossenaren

bijvoorbeeld de mogelijkheid om een 'ommetje Oss' te maken, een rondwandeling langs de verschillende groene plekken in de stad, die veelal gekoppeld zijn aan bijzondere gebouwen en betekenisvolle locaties in de stad. Het beoogde park biedt daarnaast ook een recreatieve ruimte voor het snel toenemend aantal centrumbewoners. Het CMO zal deze gebiedsontwikkeling op de politieke agenda blijven houden.

6.2.2. Burgwal Boulevard

In december 2019 presenteerde het CMO haar visie voor ontwikkelmogelijkheden in de Burgwal. De huidige Burgwal kent (nog) relatief veel leegstand en functioneert als een doorgaande weg van het Osse centrum voor automobilisten. Hierdoor passeren er relatief veel auto's, vaak met hoge snelheid. In en rondom deze straat is regelmatig gesproken over het wel of niet toevoegen van de Burgwal aan het voetgangersgebied of deze straat autoluw te maken. Binnen de gemeenteraad van Oss is nu de discussie ontstaan of deze straat geheel of gedeeltelijk als 'pit' moet worden aangewezen.

Het CMO plan Burgwal Boulevard is een combinatie van een aantrekkelijke, veilige winkelstraat met dito verblijfsruimte, fraaie gerenoveerde gevels met veel groen en een straat met een duidelijk profiel. Met de komst van het Walkwartier wordt een grote stap gemaakt. Een herontwikkeling van de naastgelegen Burgwal mag in de plannen niet ontbreken. Een ontwikkeling die overigens niet moet worden uitgesteld tot de realisatie van het Walkwartier.

6.2.3. Promenade Heuvelstraat

De populairste winkelstraat in het centrum is al vele jaren de Heuvelstraat. In het rapport 'Stadshart Oss 2025' wordt deze straat betiteld als 'kernstraat'. Het rapport schrijft over de openbare ruimte in de kernstraten het volgende: 'Om te zorgen dat de kernstraten hun rol als verbinders tussen het Walplein, Heuvel en Walkwartier is het belangrijk dat de openbare ruimte krachtig en aantrekkelijk is. Ook hier kan vergroening bijdragen aan de verbindingskracht van de kernstraten. Aangezien de straatprofielen van de kernstraten niet ruim zijn, liggen hier vooral kansen in gevelgroen.'

Het CMO presenteerde in januari 2022, als discussiestuk, haar groenplan Promenade Heuvelstraat met als doel de vergroening van deze straat en het gedeelte van de Heuvel aan de kop in 2023 te kunnen realiseren vanuit het groenfonds van de gemeente Oss.



7. OVER HET CMO

7.1. MISSIE

Mede door de sombere economische perspectieven voor centrum-ondernemers en hierdoor die van het centrum van Oss zijn de missie en de doelstellingen van het CMO belangrijker dan ooit tevoren!

Het CMO staat als belangenorganisatie voor de belangrijke opgave om, samen met de gemeente Oss en andere partners, blijvend vorm te geven aan ontwikkelingen om het centrum van Oss een vitale en bruisende huiskamer te maken van een gemeente van ruim 94.000 inwoners die op vele terreinen veel te bieden heeft. 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.

Samen met ondernemers, gemeente Oss en vastgoedeigenaren gericht werken aan een sterker stadshart is de opdracht.

Onze missie is: het versterken van het economisch functioneren van het stadscentrum van Oss en het verbeteren van het vestigings- en verblijfsklimaat.

Alle inspanningen vanuit de missie zijn gericht op een toename van de bestedingen van consumenten bij centrumondernemers, zowel in de fysieke winkels als online, in de horeca en bij de dienstverleners. Andere doelstellingen binnen de missie zijn toenames van bezoekduur, bezoekfrequentie en het behoud of groei van werkgelegenheid. De ontwikkelingen met betrekking tot Covid-19 en nu de actuele economische perspectieven hebben de bijzonder grote noodzaak benadrukt.

De sleutelindicatoren voor het CMO zijn:

- verbeteren van het economisch functioneren
- vasthouden en verhogen van de loyaliteit van consumenten
- versterken van de samenwerking tussen ondernemers en gemeente Oss
- vergroten onderscheid met lokaal en vernieuwend ondernemerschap

Het meten van bezoekersstromen is essentieel om het draagvlak voor een blijvende inzet onder centrumondernemers, vastgoed-eigenaren en bijvoorbeeld organisatoren en sponsors van evenementen te borgen en te versterken. Een nieuw dashboard Digitwin gaat het CMO in 2023 hierbij helpen. Het betreft een landelijke primeur. Digitwin is een gebruiksvriendelijk online dashboard.

Voor de indeling van het centrum is gekozen voor twaalf gebieden. Voor het totale centrum als voor elk van de gebieden komt de volgende informatie beschikbaar:

- bezoekersaantallen, opgesplitst in het aantal bezoeken en het aantal unieke bezoekers
- herkomst en bestemming tussen de gebieden waardoor getoond wordt hoeveel bezoekers voor of na een gebiedsbezoek ook een ander gebied hebben bezocht
- verzorgingsgebied op gemeentelijk- en wijkniveau laat zien waar de bezoekers wonen
- drukteverloop over de dag, drukteverschil tussen verschillende gebieden en de relatieve drukte ten opzichte van de afgelopen vier weken
- korte termijnvoorspellingen over het te verwachte aantal bezoekers op basis van historie en weersverwachtingen

>



In 2023 wordt aan het dashboard ook actuele leegstandsinformatie gekoppeld, alsmede een overzicht van de functies van de panden in het centrum. Binnen het dashboard is op pandniveau informatie beschikbaar over onder meer bouwjaar, oppervlakte en kadaster. Met het dashboard kan het CMO (potentiële) centrumondernemers en vastgoedeigenaren ondersteunen in het maken van plannen en het nemen van beslissingen. De relatiemanager kan met het dashboard met nog meer munitie naar (potentiële) ketens.

De basisdata die in Digitwin worden gebruikt bevatten geen persoonsgegevens of gegevens die herleidbaar zijn naar personen. Hierdoor is de basis informatie niet AVG gevoelig.

7.2. DOELSTELLINGEN

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

- versterken van economische functie binnen het verzorgingsgebied
- toename van het aantal centrumbezoekers
- verlengde verblijfsduur van de centrumbezoekers
- vergroten van de bezettingsgraad van panden door (tijdelijke) nieuwe functies
- stimuleren van vernieuwend ondernemerschap
- behoud en stimuleren van werkgelegenheid
- versterken van het imago
- toename van het draagvlak, organiserend vermogen en samenwerking
- verhogen participatie vastgoedeigenaren
- stimuleren wonen boven en in winkels
- versterken beleving met kwalitatieve evenementen

- goede bereikbaarheid en aantrekkelijke parkeervoorzieningen voor auto en fiets
- vergroten van de veiligheid voor bezoekers, ondernemers en medewerkers
- versterken loyaliteit van inwoners van Oss voor centrumondernemers

Als aanvulling op deze doelstelling juicht het CMO inspanningen van de gemeente Oss toe, onder meer op het gebied van stimuleren wonen, gevelrenovaties, meer openbaar groen en vormgeven aan een compacter centrum. Het CMO is erg blij met het verstedelijkingsprogramma van het college van B&W voor grootschalige woningbouw rond het centrum zoals aan de Raadhuislaan, de spoorzone en ook in de nieuwe wijk Amsteleind.

7.3. WERKWIJZE

Het CMO bestuur bestaat uit een onafhankelijke voorzitter en leden die de centrumondernemers vertegenwoordigen vanuit Koninklijke Horeca Nederland afdeling Oss (KHN), de winkeliers Centrum Ondernemers Oss (COO) en de niet georganiseerde vastgoedsector.

Het CMO heeft gekozen voor een 7-koppige bestuur.

De samenstelling is:

- Jan van Loon, *voorzitter*
- Wouter Wehberg, *secretaris (COO)*
- Jan ter Horst, *penningmeester (COO)*
- Frank Erren, *bestuurslid (COO)*
- Koos Jordaans, *bestuurslid (KHN)*
- Denise Trum, *bestuurslid (KHN)*
- Joris Welten, *bestuurslid (vastgoed)*

Het bestuur van het CMO is verantwoordelijk voor de uitvoering van projecten en activiteiten van en voor ondernemers, voor het organiseren, initiëren en coördineren van evenementen alsmede voor promotie en marketing van het centrum. Met betrekking tot de openbare ruimte zijn dat de thema's 'schoon, heel, veilig'.

Het CMO werkt op basis van een jaarplan en legt verantwoording af via een jaarverslag en een jaarrekening. Het bestuur van het CMO komt minimaal tweemaal per maand bij elkaar. Van de formele bestuursvergaderingen worden notulen gemaakt met een actielijst.

De voorzitter vertegenwoordigt het CMO samen met de centrummanager in een vier-wekelijks overleg met de verantwoordelijke wethouder 'centrum'. Eenmaal per jaar is er overleg met een afvaardiging van de Osse gemeenteraad.

Het bestuur stuurt een centrummanager aan. Deze manager neemt deel aan bestuursvergaderingen en werkgroepen en adviseert over beleidszaken. Hij rapporteert over lopende projecten aan het bestuur en bewaakt met hen de voortgang. Hij initieert ideeën voor activiteiten, concepten, evenementen en thema's en is het eerste aanspreekpunt van en naar (potentiële) centrumondernemers.

Hij signaleert knelpunten en verzamelt data en rapporteert over trends. De centrummanager is deelnemer aan diverse project- en regiegroepen zoals Het Warenhuis, vergroening, Bestuurlijk Bedrijven Overleg en Kracht van Oss. De centrummanager neemt deel aan de tweemaandelijks bouwvergaderingen Walkwartier waar ook de gemeente Oss, de projectcoördinator, de projectontwikkelaar en de bouwer aanschuiven.



De evenementencoördinator speelt een belangrijke rol in het initiëren, in het afstemmen, in de coördinatie van vergunning-aanvragen, het bewaken van de veiligheid en de uitwerking van (nieuwe) evenementen. De grote betrokkenheid en enthousiasme van de evenementencoördinator zorgt al weer enkele jaren voor een magneetwerking vanuit verenigingen, organisatiebureaus, culturele instellingen, goede doelen en onderwijs. Het stadscentrum wordt door deze partijen als een steeds belangrijker podium gezien. Het CMO juicht dit van harte toe in het kader van een multifunctionele binnenstad. Ook in 2023 wordt de functie van de evenementencoördinator gecontinueerd vanuit de Taskforce Stadshart Oss en het CMO.

In de begroting 2023 is voor organisatiekosten een bedrag van € 6.000,- opgenomen.

7.4. WERKGEBIED

Bij de afbakening van het werkgebied van het CMO gaat het niet alleen om het zogenaamde kernwinkelgebied (de pit), maar ook om het kernrandgebied van het centrum (de schil). De aantrekkingskracht van het centrum wordt namelijk niet alleen bepaald door de landelijke ketens en de horeca in het kernwinkelgebied maar ook door de horeca, de publiekstreckende culturele functies en de winkels, dienstverleners en voorzieningen in het kernrandgebied.

Voor het opleggen van de jaarlijkse aanslagen voor het ondernemersfonds werd bij de invoering van de reclamebelasting een heffingsgebied vastgesteld. Aan de noordkant wordt het heffingsgebied begrensd door de Hertogensingel, aan de zuidkant door de spoorwegovergang Molenstraat, aan de westkant door de Smalstraat en aan de oostkant door de Teugenaarstraat.

De woonfunctie, zowel boven als in winkels, krijgt een steeds grotere rol binnen het werkgebied van het CMO. Niet alleen door de planvorming Walkwartier, maar ook vanuit een toenemend aantal individuele initiatieven van herontwikkeling van commercieel vastgoed in het centrum waarbij de nadruk voornamelijk op bovenverdiepingen ligt. Om de (nieuwe) bewoners van het centrum recreatief te ondersteunen werd enkele jaren geleden door het CMO de gebiedsontwikkeling Park Eikenboomgaard gepresenteerd.

7.5. HUISVESTING

Sinds twee jaar is het CMO gehuisvest aan de Goudmijnhof 26a in Oss. Naast de eigen bestuurs- en commissievergaderingen en kleine themabijeenkomsten worden hier ondernemers, inwoners, ambtenaren van de gemeente Oss en organisatoren van evenementen ontvangen.

In de begroting 2023 is voor huisvesting een bedrag van € 12.000,- opgenomen, bestaande uit de posten huur, energie- en afvalkosten.



8. AFSLUITING

In het rapport 'Stadhart Oss 2025' wordt op prima wijze samengevat dat het CMO zich samen met alle partners, en in het bijzonder met de gemeente Oss, met volle kracht moet blijven inzetten voor een aantrekkelijke, vitale en toekomstbestendige huiskamer van Oss.

Samen werken aan een toekomstbeeld met de volgende ontwikkelrichtingen:

- drie sterke polen, die elkaar aanvullen en onderling een onderscheidend karakter hebben: de Heuvel, het Walplein en het Walkwartier
- een centrum dat van zichzelf aantrekkelijk is en belevingswaarde heeft met sterke en aantrekkelijke groene ruimtes, het uitlichten en aanlichten van belangrijke historische panden en plekken en daarvoor niet langer afhankelijk is van activiteiten
- verbindende 'kernstraten' met een ononderbroken commercieel programma op de begane grond - winkels en publieksfuncties - en wonen op de verdiepingen
- stadswoningen op de begane grond in de schil
- stevige vergroening van Heuvel, Walplein en Walkwartier en goede groene verbindingen in de rest van het centrum.

Het CMO is erg blij met de diverse plannen van het college van B&W voor grootschalige woningbouw rond het centrum zoals aan de Raadhuislaan, Spoorlaan en in de spoorzone, maar ook in de nieuwe wijk Amsteleind. Deze ontwikkelingen gaan de centrumeconomie zeker ten goede komen!



