

Centrummanagement Oss

Jaarverslag 2023

'Samen werken aan grote uitdagingen!'

Inhoudsopgave

<u>Hoofdstuk</u>	<u>Onderwerp</u>	<u>Pagina</u>
	<u>Voorwoord</u>	3.
1.	<u>Inleiding</u>	4.
2.	<u>Organisatie</u>	
	2.1. Bestuur	5.
	2.2. KHN horecavereniging	5.
	2.3. Vastgoedsector	5.
	2.4. Politiek	6.
	2.5. Centrummanager	6.
	2.6. Evenementencoördinator	7.
	2.7. Huisvesting	7.
	2.8. Werkgebied	7.
	2.9. Relatiemanager	8.
	2.10. SWOT-analyse	8.
	2.11. Onderzoek Mobiliteit en bestedingen	9.
	2.12. Detailhandelsbeleid gemeente Oss 2024	11.
	2.13. Actualisatie Horeca- en terrassenbeleid	11.
	2.14. Onderzoek zwerfafval centrum	12.
3.	<u>Evenementen</u>	
	3.1. Overzicht	13.
	3.2. Pasar Malam	13.
	3.3. Weekend inpakservice	13.
	3.4. Winter in Oss	14.
	3.5. Locatieprofielen	14.
4.	<u>Projecten</u>	
	4.1. AED	16.
	4.2. Graffiti	16.
	4.3. Hanging Baskets	16.
	4.4. Sfeerverlichting en achtergrondmuziek	16.
	4.5. Groen	16.
	4.6. Mijndroomwinkel	17.
	4.7. Duurzame gastvrijheid!	17.
	4.8. Digital Twin	17.
5.	<u>Communicatie</u>	
	5.1. Huisstijl	18.
	5.2. Website	18.
	5.3. Naar de stad uitingen	18.
	5.4. Marketingpromotie	19.
	5.5. Chainels	19.
	5.6. Dag van de ondernemer	19.
	5.7. Enquête openingstijden	19.
6.	<u>Samenwerkingsinitiatieven</u>	
	6.1. Warenhuis	21.
	6.2. Bouw Walkwartier	21.
	6.3. Schouw	22.
7.	<u>Afsluiting</u>	23.

Voorwoord

Een economisch sterk centrum dat toekomstbestendig is willen we allemaal graag in Oss. Niet voor niets wordt het de 'huiskamer' van gemeente Oss genoemd. Samen met bezoekers, ondernemers, bewoners en onze centrumpartners zoals de gemeente Oss, blijft de stichting Centrum Management Oss (CMO) werken aan een bruisend centrum met een levendige functiemix van wonen, ondernemen en ontmoeten. Wij hopen dat het nieuwe Walkwartier met het Warenhuis daar een enorme impuls aan gaan geven. Wij willen een centrum waar inwoners trots op zijn en werken aan een goede mix van beleving om bezoekers te kunnen verrassen.

Hoge energielasten, het betalen van de uitgestelde belasting, de opgebouwde coronaschuld en personeelstekorten hebben in 2023 het uiterste van ondernemers gevraagd. De koopavond is verder onder druk komen staan, bezoekersaantallen stagneren maar ondanks alles heeft Oss toch een centrum waar het goed vertoeven is.

Gelukkig is de gemeente een prima partner en laat de belangen van het centrum zwaar wegen. College, ambtenaren en gemeenteraad willen duidelijk dat het centrum economisch gezond, levendig en veilig is en zijn voor het CMO makkelijk te bereiken, constructief en meedenkend. Op het gebied van parkeren en bereikbaarheid zijn de gesprekken aanzienlijk lastiger, maar ook daarover zijn we blijvend in gesprek ter voorbereiding op nieuwe gemeentelijke beleidsnotities.

Na een hectisch jaar 2023 kijken we in dit jaarverslag terug om de vele acties die door het CMO zijn ondernomen of onder de aandacht gebracht. Dit kunnen we aangeven in enkele hoofdthema's die ook verder in dit jaarverslag terugkomen:

- Bereikbaarheid en parkeren in het centrum
- Toezicht en handhaving in brede zin zoals fat bikes, zwerfafval, bouwverkeer en fietsendiefstallen
- Beleving door evenementen en groen
- Walkwartier en Warenhuis

CMO behartigt als organisatie alle belangen van de centrumondernemers. De bestuursvergaderingen verlopen prettig en constructief en met deugdelijke besluiten. Centrummanager Jack van Lieshout en evenementencoördinator Bianca Lammerts Hoegee boeken resultaten in hun werk die van groot belang zijn voor het centrum van Oss. Daarbij blijft het CMO ook de komende jaren de partij die helpt, verbindt en communiceert.

Jan van Loon
Voorzitter CMO

1. Inleiding

Het CMO acteert, inmiddels al weer sinds 2009, vanuit haar eigen missie, visie en verantwoordelijkheid als belangenorganisatie in het centrum van Oss. Elk jaar stelt het CMO een jaarplan op waarin op hoofdlijnen haar activiteiten worden beschreven. Na afloop van elk 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 met een korte toelichting. Voor u ligt het jaarverslag 2023.

De centrumontwikkelingen in 2023 zijn vooral bepaald door macro-economische ontwikkelingen. Aan het einde van de zomer van het voorgaande jaar ontstonden er bijzondere ontwikkelingen. 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 gingen 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.

Aan de andere kant werden consumenten eveneens onaangenaam verrast door explosieve prijsstijgingen van onder meer dagelijkse boodschappen, energie en zorgpremies. Zozeer zelfs dat bij velen de koopkracht sterk afnam tot een ongekend laag niveau en bij anderen de koopbereidheid een sterke afname liet zien door de grote onzekerheid. Bij de eerste categorie waren er vaak géén financiële reserves aanwezig terwijl bij de tweede categorie de spaarwoede toenam. Ook het natte laatste kwartaal van 2023 heeft beslist niet bijgedragen aan een verbetering van de centrum-economie.

Het voor 2023 gekozen jaarthema 'Samen werken aan grote uitdagingen!' was daardoor zeker op zijn plaats.

2. Organisatie

In de begroting van 2023 werd voor bedrijfskosten - organisatie, huisvesting, personeel - een bedrag van netto € 101.000,- opgenomen. De werkelijke uitgaven bedroegen in 2023 netto € 104.329,-.

2.1. 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), Koninklijke Horeca Nederland afdeling Oss (KHN). Daarnaast is ook de vastgoedsector vertegenwoordigd in het zevenkoppige bestuur.

Het CMO bestuur kende in 2023 de volgende samenstelling:

- Jan van Loon - voorzitter
- Jan ter Horst - penningmeester winkeliers
- Wouter Wehberg - secretaris winkeliers
- Frank Erren - bestuurslid winkeliers
- Koos Jordaans - bestuurslid horeca
- Denise Trum - bestuurslid horeca
- Joris Welten - bestuurslid vastgoed

Het bestuur kwam in 2023 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 inzetbaar bij diverse klankbordgroepen en ondernemersvergaderingen. De voorzitter vertegenwoordigde in 2023 het CMO, samen met de centrummanager, weer in de regiegroep van de Taskforce Stadshart Oss. Aan dit maandelijks overleg nemen namens de gemeente Oss wethouder Dolf Warris, programmamanager centrum Petra Kamsma en contactpersoon centrumondernemers Marscha van de Poppel deel.

De activiteiten van het CMO worden gerubriceerd in vijf categorieën: evenementen, communicatie, projecten, samenwerkingsinitiatieven en aandachtsgebieden.

2.2. 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. Twee jaar geleden werd Marscha van de Poppel vanuit de gemeente Oss aangesteld als horecacoördinator. Met deze ambtenaar is vanuit het CMO intensief contact en overleg over horeca gerelateerde zaken maar ook over diverse andere centraal aangelegenheden in de breedste zin.

2.3. Vastgoedsector

De gemeente Oss heeft, om het wonen in het centrum te stimuleren, al enkele jaren 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.

Onder de 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.

Daarna werden Peperstraat, Kerkstraat (voetgangersgebied) en de westzijde van de Burgwal toegevoegd aan de pit. De laatste locatie krijgt na diverse jaren van grote leegstand ook meer belangstelling van nieuwe huurders.

2.4. Politiek

Het centrum van Oss mag al jaren op brede politieke aandacht en steun rekenen. Het CMO is blij met 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. Eenmaal per jaar heeft het CMO overleg met een afvaardiging van de Osse gemeenteraad.

Al ruim een aantal jaren heeft de gemeenteraad van Oss een budget beschikbaar gesteld: de zogenaamde 'Taskforcegelden'. Deze zijn de afgelopen jaren aanzienlijk verlaagd maar wel belangrijk gebleken om vanuit het CMO incidentele zaken, problemen of evenementen snel te kunnen oppakken en realiseren. Dit budget moet opnieuw, het liefst structureel, door de gemeenteraad van Oss worden vastgesteld. In 2023 werden uit dit budget onder meer de ondersteuning van de evenementencoördinator betaald alsmede een deel van de kosten van de enquête 'Mobiliteit en bestedingen' en evenementenkosten Winter in Oss.

Het CMO blijft erg blij met de diverse plannen van het college van B&W voor grootschalige woningbouw rond het centrum zoals aan de Raadhuislaan maar ook in de nieuwe wijk Amsteleind en later in het Fraterspark. Deze ontwikkelingen gaan de centrumeconomie, in combinatie met het toekomstige Warenhuis, zeker ten goede komen.

2.5. Centrummanager

Het bestuur stuurt een centrummanager aan. Deze manager, Jack van Lieshout, 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 onder meer voor het vinden van passende huisvesting. Hij signaleert knelpunten en verzamelt data en rapporteert over trends.

De centrummanager is deelnemer aan diverse project- en regiegroepen zoals Het Warenhuis, periodieke overleggen over recreatie & toerisme, branding, vergroening en beleid. De centrummanager neemt deel aan overleggen van Bestuurlijk Bedrijven Overleg en Kracht van Oss. Eind 2023 zijn deze twee overleggen samengevloeid in een nieuw overleg Kracht van Oss Economic Board.

Opgemerkt mag worden dat de centrummanager een eigen database heeft ontwikkeld van panden in het centrum, verdeeld in pit en schil, met gegevens over mutaties, bezetting, branchering en kenmerken. Maandelijks worden data geactualiseerd. Door deze werkwijze is deze database actueler dan die van landelijke, periodieke onderzoekers zoals Locatus. Ook de gemeente Oss wordt periodiek geïnformeerd over mutaties en kan gebruikmaken van de data inclusief die uit de DigiTwin.

Eind 2023 heeft de centrummanager de kandidatuur van het Walkwartier voor deelname aan de verkiezing 'Meest inspirerende Binnenstadsproject' in gang gezet met het opstellen van een uitgebreide aanbeveling.

De leegstand op 31 december 2023 liet ten opzichte van 31 december 2022 de volgende ontwikkeling zien:

<u>december 2022</u>	<u>aantal</u>	<u>leeg</u>	<u>%</u>
pit	123	13	10,6
schil	233	28	12,0
<u>totaal</u>	<u>356</u>	<u>41</u>	<u>11,5</u>

<u>december 2023</u>	<u>aantal</u>	<u>leeg</u>	<u>%</u>
pit	123	12	9,6
schil	229	22	9,6
<u>totaal</u>	<u>352</u>	<u>34</u>	<u>9,6</u>

2.6. Evenementencoördinator

Voor de tientallen evenementen in het centrum wordt de centrummanager inmiddels acht jaar bijgestaan door de evenementencoördinator Bianca Lammerts-Hoegge. 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 het afgelopen jaar ook weer 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 en diverse horecaondernemers in het centrum van Oss.

De evenementencoördinator was in 2023 kartrekker voor diverse 'eigen' evenementen zoals Modepodia, Koningsmarkt en Kindervrijmarkt, Summer in the city Kids, Living Statues Festival, Halloween, Intocht Sinterklaas, Pietenspektakel en Winter in Oss en nieuw: de Pasar Malam. De evenementencoördinator maakt ook deel uit van de redactieraad 'Tref het in Oss'. Tenminste vier keer per jaar vergadert de redactieraad om te evalueren over het lopende promotieprogramma en om nieuwe programmaonderdelen te bespreken. In 2023 had de evenementencoördinator periodiek afspraken met de afdeling VTH van de gemeente Oss ter voorbereiding op en evaluatie van de diverse centrumevenementen.

Waar in de beginjaren na haar aanstelling nog enige discussie was over belang en financiering van de evenementencoördinator is deze inmiddels een onmisbare schakel geworden in de totale beleving van het centrum. De evenementencoördinator wordt mede betaald uit de Taskforcegelden.

2.7. Huisvesting

Het CMO is inmiddels drie jaar 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. Na oplevering medio 2025 krijgt het CMO onderdak in het Warenhuis in het Walkwartier.

2.8. 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 in het kernwinkelgebied maar ook door horeca, lokale ondernemers, culturele functies, dienstverleners en voorzieningen.

Aan de noordkant wordt het werkgebied begrensd door de Hertogensingel, aan de zuidkant door de spoorwegovergang Molenstraat, aan de westkant door de Smalstraat en aan de oostkant door de Teugenaarstraat.

2.9. Relatiemanager

Om het centrum van Oss ook bij de landelijke ketens onder de aandacht te brengen en te houden werd in 2022 een zoektocht gestart en afgerond voor het aantrekken van een externe relatiemanager. De primaire taak van de relatiemanager was het centrum van Oss als aantrekkelijke vestigingslocatie promoten bij de ketens die momenteel op zoek zijn naar nieuwe locaties. Daarnaast was het de bedoeling dat de relatiemanager de contacten met de hoofdkantoren van ketens die al gevestigd zijn in het centrum zou gaan beheren. De relatiemanager zou op deze manier in een vroeg stadium kansen voor de vestiging van ketens, maar zeker ook bedreigingen met betrekking tot een mogelijk vertrek uit het centrum van Oss kunnen signaleren. De gemeenteraad van Oss stelde hiervoor budget beschikbaar.

Na een half jaar werd al duidelijk dat economische ontwikkelingen bij de grote landelijke ketens, welke een afwachtende houding hebben aangenomen voor nieuwe winkels in middelgrote binnensteden, de taak van de relatiemanager al bemoeilijkten. Op 10 mei 2023 vond, volgens afspraak, een tussentijds evaluatiegesprek plaats met relatiemanager Monique de Rooter en haar project-collega Rien Romijn van expertbureau Ginder, de programmamanager centrum van de gemeente Oss en de centrummanager. Samengevat kon worden dat alle betrokkenen tijdens dit overleg van mening waren dat de manier van werken niet oplevert wat ervan werd verwacht. Overeengekomen werd de lopende bijeenkomst per 1 juni 2023 te ontbinden.

2.10. SWOT-analyse

Als basis voor het CMO Jaarplan 2024 werd door het CMO bestuur in het najaar van 2023 een nieuwe SWOT-Analyse opgesteld met daarin de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen van en voor het centrum van Oss.

Sterktes

- veel zelfstandige ondernemers
- goede mix detailhandel en (sterke) horeca
- mooie variatie kleine en grote evenementen
- compact centrum met pit en flexibele schil
- betrokken vastgoedeigenaren en veel lokaal eigendom
- relatief lage huurprijzen
- goede samenwerking met gemeente Oss
- gebiedsontwikkeling De Wal met cultuurcluster Warenhuis
- centrummanagement met ondernemersfonds

Zwaktes

- ontbreken ketens 'jonge mode'
- aantal (pro)actieve ondernemers
- collectieve openings- en sluitingstijden
- bereidheid tot samenwerking ondernemers
- onvoldoende tot geen toezicht en handhaving
- opvolging klachten ondernemers door gemeente
- schoonmaak openbare ruimte
- onderhoud groen
- concurrentiepositie 'dagelijks' door betaald parkeren
- aanbod, uitstraling en locaties weekmarkten
- ambtelijke expertise strategie en beleid

Kansen

- ontwikkeling stads- en evenementenpark
- opvullen 'gaten' in modebranche
- evenwichtigere branchering
- introductie nieuwe loyaliteitsinstrumenten
- uitbreiden vers-aanbod
- blijven stimuleren startups en innovatieve ondernemers
- compactere weekmarkten
- uniforme openingstijden
- versoepelen regelgeving (blurring)
- invoeren leegstandsbeheer en leegstandsverordening
- bewaakt parkeren fietsen met oplaadfaciliteiten

Bedreigingen

- afname bereikbaarheid
- verschraving parkeervoorzieningen en nieuwe tarifiering
- ambitieuze grootstedelijke plannen en mobiliteitsvisie
- doorlooptijden herontwikkelingen
- overlast in openbare ruimte en (winkel)criminaliteit
- verscherpte regelgeving evenementen
- regelgeving duurzaamheid
- politieke expertise en daadkracht
- bemoeienissen hulpdiensten
- (nieuw) beleid zonder controle en handhaving

Met de programmamanager centrum van de gemeente Oss werd daarna afgesproken om samen deze SWOT-analyse in het nieuwe jaar, daar waar gewenst, bij te stellen en te actualiseren.

2.11. Onderzoek Mobiliteit en bestedingen

De gemeente Oss en het CMO werken aan een aantrekkelijk centrum, waarin ruimte is voor veel groen en duurzame vormen van mobiliteit zoals de fiets. Om daarin nieuwe stappen te maken hebben partijen onderzoek laten doen naar de relatie van bestedingen van bezoekers en het vervoermiddel waarmee zij naar het centrum zijn gekomen. Het onderzoek vond plaats in de eerste drie weken van oktober 2023. In die periode werd aan bezoekers van het centrum gevraagd deel te nemen aan een korte vragenlijst. Daarnaast werden bezoekers van het centrum via flyers, posters, advertenties en social media gevraagd om deel te nemen. Ook aan het Burgpanel van de gemeente Oss werd de vragenlijst voorgelegd. De onderzoeksresultaten worden gebruikt bij de evaluatie van de Koers Stadshart die voor 2024 op de agenda staat. Dit onderzoek werd tegelijkertijd in 18 andere grote en middelgrote steden in Nederland uitgevoerd.

Response: Voor het centrum van Oss zijn in totaal 794 ingevulde enquêtes opgehaald, die op verschillende manieren zijn verzameld. De basis is verzameld via face-to-face straatenuquêtes en posters/flyers ter plaatse. Aanvullend zijn ook enquêtes opgehaald via social media en het (burger)panel. Via deze weg zijn 565 ingevulde enquêtes opgehaald. Hieronder enkele conclusies uit het onderzoek.

Herkomst: 83% van de bezoekers aan het centrum van Oss zijn bewoners uit de eigen gemeente. Het overige deel van de bezoekers komt van buiten. Dit komt nagenoeg overeen met de herkomst van detailhandelsbestedingen (89%) uit het Koopstromenonderzoek uit 2021. Wanneer specifiek naar de woonplaats Oss wordt gekeken komt 72% van de bezoekers uit de woonplaats Oss.

Bezoekmotieven: De belangrijkste bezoekmotieven voor de bezoekers aan het centrum van Oss zijn 'mode & luxe' (38%), 'boodschappen doen' (36%) en winkels voor 'huishoudelijke artikelen' (34%). Als de bezoekmotieven van Oss vergeleken worden met de resultaten van de andere middelgrote centra dan valt op dat de drie meest genoemde bezoekmotieven redelijk dicht bij elkaar liggen.

Bezoekfrequentie: Net als in de andere middelgrote centra ligt in het centrum van Oss de bezoekfrequentie relatief hoog. Mensen komen relatief vaak en verblijven relatief kort. Dit is een indicatie dat het centrum vooral voor efficiënte aankopen wordt bezocht. Dit kan worden ondersteund door de conclusie dat zowel boodschappen doen als winkelen voor mode & luxe en huishoudelijke artikelen de belangrijkste bezoekmotieven zijn.

Vervoersmiddel: De auto is het meest gebruikte vervoersmiddel voor een bezoek aan het centrum van Oss (37%) gevolgd door de (elektrische) fiets (33%). Ook komt 26% van de bezoekers te voet. Overige vervoersmiddelen zoals OV worden veel minder vaak gebruikt. Opvallend is dat er weinig grote verschillen zijn in de vervoersmiddelkeuze van bezoekers afkomstig uit de woonplaats Oss en bezoekers van buiten de woonplaats. Ook de eigen inwoners zijn sterk gericht op de auto. Afstand en het makkelijk meenemen van aankopen zijn belangrijke redenen om te kiezen voor de auto. In 2021 liet ook het Koopstromenonderzoek zien dat de auto het belangrijkste vervoersmiddel is voor het centrum van Oss.

Bestedingen: Voor het centrum van Oss is de gemiddelde besteding aan 'mode & vrije tijd' (€ 123,-) het hoogst. Ook wordt gemiddeld veel uitgegeven aan 'overig winkelaanbod' (€ 119,-). Wanneer een uitsplitsing gemaakt wordt naar herkomst is zichtbaar dat er een beperkt verschil zit in de bestedingen van bezoekers afkomstig uit de eigen woonplaats en de bezoekers van buiten de woonplaats. Bezoekers afkomstig van buiten de woonplaats besteden gemiddeld iets meer aan met name 'mode & vrije tijd'. Bezoekers afkomstig uit de eigen woonplaats besteden gemiddeld € 117,-, bezoekers van buiten de eigen woonplaats besteden gemiddeld € 130,-. Deze laatste bezoekers komen doorgaans minder frequent, maar als ze iets besteden is dat meer. Ook is de gemiddelde besteding afgezet tegen de frequentie: naarmate de frequentie afneemt stijgt de gemiddelde besteding. Dit is met name zichtbaar bij 'mode & vrije tijd' aankopen.

Op basis van wegingen frequentie, bezoekaandeel en loyaliteit aan het vervoersmiddel bedragen, volgens berekeningen van het CMO, de omzetaandelen in de drie hoofdcategorieën: voetganger 20,3%, fietser 28,2% en automobilist 51,5%.

Relatie vervoersmiddel en besteding: Bezoekers met de auto of motor besteden per bezoek gemiddeld meer dan andere bezoekers. Met name bij bestedingen in 'mode & vrije tijd' is een groot verschil zichtbaar tussen de verschillende vervoersmiddelen. Een fietser besteedt gemiddeld € 91,- aan 'mode & vrije tijd', voor een bezoeker die met de auto of motor komt bedraagt de gemiddelde besteding € 163,-. Ook de gemiddelde besteding bij boodschappen verschilt per vervoersmiddel. Gemiddeld geeft een bezoeker die met de auto komt het meest uit (€ 40,-). Opvallend is dat de auto- of motorbezoeker relatief vaak (7x) het centrum van Oss bezoekt. Het gemiddeld aantal bezoeken in september met de fiets is lager (6x) en die van de voetganger gelijk (7x).

2.12. Detailhandelsbeleid gemeente Oss 2024

In 2023 heeft het CMO haar input mogen geven op de actualisatie van het detailhandelsbeleid binnen de gemeente Oss. Dit beleid zal medio 2024 worden vastgesteld.

Het CMO kan zich vinden in het continueren van de bestaande detailhandel structuur voor het centrum van Oss, de wijk- en buurtwinkelcentra, de centra in de stadjes en kernen en de bijzondere winkellocatie de Woonboulevard. En later de uitbreiding in de nieuwe wijk Amsteleind. We zijn blij dat het beleid erop is gericht de bestaande locaties kwalitatief te versterken. Ook specifiek voor ons centrum, dat met andere middelgrote centra in Nederland, als 'kwetsbaar' wordt betiteld.

De door DTNP geschetste trends zijn duidelijk maar in de ogen van het CMO niet compleet. Wat we missen is de omvang, de impact en de ontwikkelingen van het aanbod van niet-dagelijkse producten door particulieren vanuit garages, serres en zolders etc. binnen de gemeente Oss. Via social media is te volgen dat dit al enkele jaren een toenemend fenomeen is geworden op vaste momenten zoals woensdagen en weekenddagen en hierdoor zorgt voor (oneerlijke) concurrentie voor de reguliere detailhandel.

Het CMO is blij dat 'bereikbaarheid en parkeer- en stallingsmogelijkheden' in het beleidsstuk ook als belangrijke ingrediënten voor succes van het centrum worden genoemd. Het CMO gaat ervan uit c.q. wil dat dit ook de uitgangspunten zijn in verdere discussies, notities en beleid over centrummobiliteit. Dat geldt ook voor de volgende passage in het beleidsstuk: 'Ook een uitnodigende en groene openbare ruimte, met veel ruimte voor verblijven en ontmoeten hoort daarbij'. In 2018 presenteerde het CMO haar plan voor Park Eikenboomgaard om (toekomstige) centrumbewoners een aantrekkelijke recreatieve ruimte te bieden, maar ook ruimte voor onder meer kermisfeesten, weekmarkten en evenementen zoals Winterland en Paaskermis. Beide bovenstaande onderwerpen maken al langere tijd onderdeel uit van de CMO jaarplannen, ook in 2023 weer, en worden regelmatig geagendeerd voor gemeentelijk overleg. Helaas nog zonder enig tastbaar resultaat. Vooral de druk op parkeervoorzieningen en bereikbaarheid baren ons de meeste zorgen.

In het beleidsstuk wordt gesproken over de groei van afhaalpunten. Wij zien hier (naast horeca) ook een groei vanuit bestaande detaillisten. De vaker geuite wens c.q. noodzaak van het CMO voor een initiële gratis parkeertijd willen we in deze reactie maar weer eens herhalen. Ook voor de levensvatbaarheid van de aanbieders van vers, bloemisten en schoenmakers etc. in ons centrum.

Het CMO, maar ook ondernemers uit de wijkwinkelcentra, hebben diverse malen geklaagd dat vanuit bedrijventerrein(en) door groothandel(s) aan particulieren wordt verkocht. Dit blijft onder het nieuwe beleidsstuk verboden. We verwachten dat de gemeente Oss hierop nu echt gaat toezien en ingrijpt bij overtredingen.

2.13. Actualisatie Horeca- en terrassenbeleid

Op 23 februari 2023 heeft het CMO bestuur kennis gemaakt met een door de gemeente Oss aangestelde projectmanager voor het actualiseren van het bestaande horeca- en terrassenbeleid. Het huidige horecabeleid is inmiddels van 2011. De projectmanager heeft zijn beoogde werkwijze uiteengezet. Als planning werd aangegeven het beleid in concept voor de zomer klaar te hebben en in het najaar vast te laten stellen door de gemeenteraad. Afsproken werd het concept tijdens een informele vergadering van het CMO toe te lichten. Dit heeft eind 2023 nog niet plaatsgevonden.

2.14. Onderzoek zwerfafval centrum

Vanuit samenleving waaronder ondernemers en politiek is onvrede over de netheidsgraad van het stadscentrum. Men vindt het stadscentrum niet schoon genoeg: in de beleving ligt er – met name in het weekend – veel zwerfafval op straat. Ook is er geregeld sprake van bijplaatsingen van huisvuil en huisraad naast ondergrondse containers. Dit versterkt het rommelige beeld en is vaak een bron voor (extra) zwerfafval. Mogelijk is er ook een relatie tussen de beleving van de netheidsgraad en veranderingen in het afvalbeleid (maximum aantal stortingen, grof vuil storten tegen betaling) en uitvoering van het Afvalbakkenplan (minder afvalbakken). Verder speelde de discussie om de inzet van de zwerfafvalzuiger in het stadscentrum stop te zetten.

Tegen deze achtergrond heeft de gemeente besloten dat het – los van het treffen van praktische maatregelen – van belang is om meer inzicht te verwerven in de zwerfafvalproblematiek in het stadscentrum. Dit was aanleiding om een breder onderzoek uit te zetten en de zwerfafvalproblematiek vanuit verschillende invalshoeken te belichten. Een netheidsmetingen, ondernemersenquête, een sorteeranalyse afval, praktijkinterview met reinigingsmedewerkers en zwerfafval meting evenement maakte onderdeel uit van het onderzoek. Via het CMO werd de ondernemers enquête uitgezet.

Op basis van de bevindingen uit het onderzoek zijn de volgende aanbevelingen te benoemen:

- De pragmatische oplossing door bijgeplaatst huisvuil alsnog te laten storten door het zwerfafvalteam, lijkt geen goede oplossing voor de lange termijn: immers hiermee wordt de vervuiler 'beloond' en het gaat ten koste van de beschikbare uren voor het ruimen van zwerfafval. Aanbevolen wordt in ieder geval om het aantal bijplaatsingen zorgvuldig te monitoren, zodat een mogelijke trend zichtbaar wordt. In geval het aantal bijplaatsingen niet afneemt, dan wordt aanbevolen om andere maatregelen te treffen. Handhaving lijkt hierbij in eerste instantie het meest voor de hand liggend.
- Individueel aanspreken en het maken van afspraken op maat met ondernemingen waarvan de activiteiten een duidelijk negatieve impact hebben op de netheid van het stadscentrum. Denk aan het laten plaatsen van eigen afvalbakken, voorlichten van klanten en het zelf frequent(er) schoonhouden van het gebied voor/rondom de onderneming. Dit geldt met name voor supermarkten en horecazaken.
- Bij evenementen in het stadscentrum structureel afspraken maken met de verantwoordelijke organisatie en/of uitvoerende partij voor het opruimen van zwerfafval en het legen van afvalbakken voorafgaand, tijdens en direct na afloop van het evenement.
- Opstellen van een concrete aanpak voor het schoonhouden van de 'hotspots': hierbij enerzijds inzetten op het frequenter schoonmaken en anderzijds oorzaken proberen weg te nemen. Hierbij samen optrekken met de uitvoerende partij en gebruik maken van de praktijkinzichten.
- Het nemen van maatregelen koppelen aan monitoring: in de vorm van 'effectmetingen' objectief onderzoeken of en in hoeverre maatregelen ook daadwerkelijk zinvol zijn. Op deze manier ontstaat beter inzicht in de effectiviteit van interventies en komen (ongewenste) bijeffecten vroegtijdig in beeld. Dit geeft tevens een onderbouwing voor eventueel benodigde extra investeringen.
- De netheidsmetingen jaarlijks of meer-jaarlijks herhalen om de ontwikkelingen in brede zin te volgen. Naast de 'hotspotmeting' zoals nu verricht, ook een reguliere CROW-meting uitvoeren om de algehele beeldkwaliteit vast te leggen. Hierbij gebruik maken van ofwel vaste meetlocaties dan wel een randomselectie.

3. Evenementen

In de begroting van 2023 werd voor evenementen een bedrag van € 122.100,- opgenomen. De werkelijke uitgaven voor evenementen bedroegen € 122.976,-.

Evenementen zijn, zeker gezien het veranderende karakter van het centrum, belangrijk voor de aantrekkelijkheid van het stadscentrum en daarmee voor het imago, de stadspromotie 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.

Nieuw in 2023 vanuit het CMO was het evenement Pasar Malam in juni. Met financiële ondersteuning van de gemeente Oss kwam het evenement 'Winter in Oss' ook in december 2023 weer op de agenda terug. Deze twee evenementen en de 'Weekend Inpakservice' worden nader toegelicht.

3.1. Overzicht

De volgende evenementen konden weer door het CMO als organisator worden opgepakt:

- Fashion Days in maart en september
- Koningsmarkt en kindervrijmarkt
- Summer in the city kids: schuimparty, bungee jump, speurtocht en spidertoren
- Living Statues Festival
- Halloween
- Intocht Sinterklaas en Pietenspektakel

Financiële ondersteuning van het CMO was er voor een aantal door centrumondernemers georganiseerde evenementen:

- Muziekboulevard
- Kermisfeesten Peperstraat
- Camping Kerkstraat
- Rock Ronde
- Wolf Rally

Ook een aantal jaarlijks terugkerende evenementen, georganiseerd door derden, mochten weer rekenen op financiële ondersteuning door het CMO:

- Oss City Run
- Maasdijk
- Oss On Classic Wheels

Verder werden de bovenstaande evenementen in 2023 aangevuld met onder meer het Klunen in Oss, Ossekoppenplein, Halfvasten Optocht, Kermis Oss, Lions Boekenmarkt, Café Bridge Drive en Stadswandelingen. Hieronder een korte toelichting op twee evenementen en de weekend inpakservice.

3.2. Pasar Malam

De eerste Pasar Malam in het centrum van Oss werd op 25 juni 2023 een feit. De organisatie was in handen van het CMO en enkele centrumondernemers. Rondom het verblijfsplein van Terwaenen en in de straat verzezen stands en foodtrucks met authentieke Indonesische producten en gerechten. Op de Heuvel kwam een groot podium met een mooie variëteit aan artiesten en diverse dansdemonstraties. Uit de vele lovende reacties mag worden opgemaakt dat dit nieuwe evenement een schot in de roos is geweest en voor de komende jaren geprogrammeerd moet blijven.

3.3. Weekend inpakservice

Om centrumondernemers te ontlasten en lange rijen in en voor winkels te verkleinen, werd aan klanten gedurende vijf weekenden in november en december 2023 weer een gratis inpakservice aangeboden.

Op vertoon van de kassabon werd van elke aankoop een feestelijk cadeautje gemaakt. De locatie was een pand met feestelijke aankleding en stemmige muziek op de Heuvel waar klanten terecht konden. Voor de promotie werden door het CMO flyers voor ondernemers gemaakt, berichten op social media geplaatst, een commercial op Dtv uitgezonden en advertenties in Weekblad Regio Oss geplaatst.

3.4. Winter in Oss

Op initiatief van de gemeente Oss en het CMO vond in 2022-2023 op de Heuvel de eerste editie plaats van 'Winter in Oss' met een gevarieerd programma, vooral gericht op jeugd. Vanwege het succes van de eerste editie kreeg dit evenement een vervolg van 15 december 2023 tot en met 6 januari 2024.

Het programma speelde zich af op de Heuvel in een sfeervol paviljoen, in twee winkelpanden en op de terrassen. Op de agenda stonden onder andere een Foute Kersttruienparty, Kerstival Cultureel, Kerst Pub Quiz, Curling competitie, Glühwein Bingo, Silent Disco en live optredens van opleidingsorkest Hartog, Dala Cana, Dave Brokken, Amezizing Christmas Edition en TOP 1000 Goede Doelenactie met DJ. Het gevarieerde jeugdprogramma kende diverse kunstworkshops, winterspelen, lampionnenoptocht en VR behendigheidsspellen. Op Heuvel 27 was tot en met de 24 december een 'Herberg van Vrede' te vinden. Dit was een initiatief van de Raad van Kerken Oss. In deze ontmoetings- en bezinningsruimte stonden diverse kerststallen en buiten een wensboom.

De organisatie en coördinatie van het evenement Winter in Oss was in handen van evenementencoördinator van het CMO. De uitgaven werden begroot op € 52.250,-. De werkelijke uitgaven bedroegen € 50.793,-. De gemeentelijke subsidie bedroeg netto € 23.700,-.

Het CMO kijkt terug op een geslaagd evenement met een leuke mix van activiteiten dat beslist heeft bijgedragen aan het centrumbezoek qua aantallen, frequentie en verblijfsduur. De muzikale onderdelen van het evenement hebben zo'n 1.500 tot 2.000 bezoekers naar de Heuvel getrokken. De curlingcompetitie kende 50 deelnemers, de bingo's 80 personen, de knutselworkshops trokken ruim 300 kinderen en aan de sportactiviteiten van samenwerkingspartner SEC namen bijna 300 deelnemers deel. Het evenement is ook weer goed gebleken voor de pr voor ons centrum: lokale media hebben op diverse momenten aandacht gegeven aan onderdelen van de programmering. Echter het 'gemis' van een ijsbaan bij deze editie van het evenement was jammer.

3.5. Locatieprofielen

Het CMO is betrokken geweest in het participatietraject om te komen tot de locatieprofielen voor het centrum van Oss. Na ontvangst van de conceptprofielen op 2 maart 2023 heeft het bestuur van het CMO deze bestudeert en besproken en is tot een unaniem standpunt gekomen: akkoord met de opgestelde locatieprofielen Burchtplein, Heuvel en Oostwal inclusief Hooghuisstraat en niet akkoord met het opgestelde locatieprofiel 2. voor het Eikenboomgaardplein.

De reden hiervoor is het feit dat met het voorstel het parkeerterrein Eikenboomgaardplein 108 dagen per jaar wordt onttrokken als één van de belangrijkste parkeerterreinen in het Osse centrum. Dit terwijl binnen ons centrum het parkeren momenteel niet op orde is en er sinds februari 2023 gewerkt wordt aan een Mobiliteitsvisie Oss waarin ook het parkeren in het centrum gaat worden meegenomen. Naar parkeren en parkeergedrag is veel onderzoek gedaan en er is veel over gepubliceerd. Hieruit kan onomstotelijk worden geconcludeerd dat prettig parkeren consumenten stimuleert om meer, vaker en langer in stadscentra te verblijven. Maar ook dat bezoekers wegtrekken en wegblijven als het parkeergemak te wensen overlaat en achterop raakt bij buurgemeentes.

Natuurlijk ziet het CMO ook het belang van het Eikenboomgaardplein voor een paar jaarlijks terugkerende (muziek)evenementen. Op basis van de argumentatie in de bijgaande notitie stelden wij voor 2023 en 2024 een aantal van 21 dagen per jaar voor. Voor het opbouwen van het evenement krijgen de organisatoren ieder 3 dagen en voor het afbreken van het evenement ieder 2 dagen. Hiermee komt het aantal niet-beschikbare parkeerdagen van het Eikenboomgaardplein uit op 36 dagen per jaar.

Tijdens de participatiebijeenkomsten in 2022 werd ambtelijk betoogd dat juridisch het vastleggen van op- en afbouwdagen niet mogelijk was. Een verdere onderbouwing tijdens de avonden alsmede een inhoudelijke reactie op onze brief op dit punt bleven uit. Uit reacties tijdens commissie- en raadsvergaderingen bleek dat politieke partijen zich helaas niet hadden verdiept in de uitvoerige inhoudelijke reactie van het CMO van 20 maart 2023. Wat gelukkig wel intact bleef was de volgende passage uit het concept voor het locatieprofiel Eikenboomgaardplein: 'Op deze locatie mogen geen evenementen plaatsvinden 2 weken vóór kerst en 1 week vóór Pasen. Behalve als er geen gebruik hoeft te worden gemaakt van parkeerplaatsen.'

4. Projecten

In de begroting van 2023 werd voor projecten een bedrag van € 72.250,- opgenomen. De werkelijke uitgaven voor projecten bedroegen € 65.742,-.

Een korte toelichting op een aantal projecten waaronder een nieuwe: Digital Twin.

4.1. AED

Binnen het centrumgebied is het CMO verantwoordelijk voor het beheer en onderhoud van zeven levensreddende AED's. Vijf hiervan bevinden zich in winkels en bij de horeca en twee op een buitenlocatie. De locaties in het centrum zijn Travel Team Walstraat rechts buiten aan het pand, La Colline Heuvel, H 32 buiten aan de Meierijsche Kar, Bistro Louis Peperstraat, Hema Kruisstraat, Groene Engel Kruisstraat en Voorafentoe Galerij buiten aan het pand. Onze AED's zijn aangemeld bij Hartslag.nu. Bij meldingen van calamiteiten worden via dit platform burgerhulpverleners in en rondom ons centrum ingeschakeld voor eerste hulp. Net zoals in voorgaande jaren werden gratis trainingen door het CMO georganiseerd voor geïnteresseerde ondernemers en hun personeelsleden. De kosten bedroegen € 1.736,-.

4.2. 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 € 12.420,-.

4.3. Hanging baskets

De hanging baskets in de zomer zijn, na 10 jaar, 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 125 dubbele en 38 enkele zomerbaskets bedroegen € 18.000,-.

4.4. Sfeerverlichting en achtergrondmuziek

In 2021 werd nieuwe sfeerverlichting, bestaande uit overspanningen, boomversieringen en enkele sfeerobjecten, in gebruik genomen. Met financiële steun vanuit het fonds Taskforce Stadshart Oss kon de sfeerverlichting door het CMO worden aangekocht waardoor jaarlijks alleen de kosten voor montage en demontage door de leverancier in rekening worden gebracht.

Vanuit de Taskforce Stadshart Oss is samen met het CMO ook aandacht gegeven aan tijdelijke sfeerverlichting rondom de bouwput Walkwartier. Voor een periode van drie jaar werden afspraken gemaakt met het Osse bedrijf 3 TAC. Andere sfeer verhogende activiteiten in november en december waren het plaatsen van de metalen kerstboom op de Heuvel en het ophangen van geluidsapparatuur voor achtergrondmuziek.

In verband met de sterke stijging van de energieprijzen gaf het CMO een signaal af door de sfeerverlichting in 2023 in plaats van de hele dag en avond voor een aanmerkelijk kortere periode te laten branden. De totale kosten voor de sfeerelementen – verlichting en geluid - waren € 30.261,-.

4.5. Groen

Aan de beleving van het centrum van Oss moet blijvend hard gewerkt worden. Groen speelt hierin een belangrijke rol. Het CMO blijft proactief en ongevraagd zoeken naar bijzondere en noodzakelijke gebiedsontwikkelingen voor vergroening in het centrum. Alweer vijf jaar geleden presenteerde het CMO haar visie voor groenmogelijkheden in de omgeving Eikenboomgaard.

Het plan 'Park Eikenboomgaard' kreeg daarna navolging met het plan 'Burgwal Boulevard' en weer wat later met de presentatie van plan 'Promenade H'. Het blijft onduidelijk of deze initiatieven worden gewaardeerd omdat op géén enkel plan een uitnodiging voor een nadere toelichting of verkenning is gekomen of dat deze plannen als uitgangspunten voor verdere studies dienen. Om de aandacht niet te laten verslappen herhaalt het CMO, daar waar mogelijk, haar vergroeningsideeën omdat met name de importantie van de ontwikkeling van een stads- en evenementenpark aan de Eikenboomgaard alleen maar toeneemt.

4.6. Mijndroomwinkel

In het kader van leegstandsbestrijding en de wens om meer vernieuwende jonge ondernemers naar het centrum te krijgen nam het CMO alweer vijf jaar geleden de lead in het opzetten van het project Mijndroomwinkel. Binnen dit project werd startende ondernemers een unieke kans geboden hun droom van een winkel waar te maken. In 2023 kwam het CMO via haar centrummanager weer in contact komen met enkele potentiële starters en kon bemiddeld worden met vastgoedeigenaren. Sinds 2023 wordt de centrummanager hierbij intensief geassisteerd door een accountmanager van de gemeente Oss. Dit was ook van toepassing op enkele horeca-overnames.

4.7. Duurzame gastvrijheid!

Onder het motto 'Stadshart Oss kiest voor duurzame gastvrijheid' gaf het CMO in het najaar van 2022 haar centrumondernemers opnieuw 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 100 winkeliers hebben gebruik gemaakt van de aangeboden bordjes. Een aantal filiaalbedrijven maakt gebruik van eigen uitingen, en uitleg voor winkelpersoneel. In het voorjaar van 2023 werd de campagne herhaalt maar nu gericht op de zomerperiode waarin airco's en gordijnen boven winkeldeuren voor een aangenaam koele omgeving moeten zorgen. Het resultaat is dat steeds meer winkels, zowel tijdens extreme kou en warmte, de deuren gesloten houden. In een aantal gevallen werden ook bouwkundige aanpassingen aan puin doorgevoerd onder meer door het aanbrengen van toegangsdeuren achter stalen rolgordijnen.

4.8. Digital Twin

Het meten van bezoekersstromen is essentieel om het draagvlak voor een blijvende inzet onder centrumondernemers, vastgoedeigenaren en bijvoorbeeld organisatoren en sponsors van evenementen te borgen en te versterken. Een nieuw dashboard Digital Twin gaat het CMO hierbij helpen. Het betreft een landelijke primeur. Digital Twin is een gebruiksvriendelijk online dashboard. In augustus 2022 werd door het CMO een samenwerkingsovereenkomst met ontwikkelaar Argaleo uit Den Bosch getekend waarna de ontwikkeling is gestart. In maart 2023 werd aan het dashboard ook actuele leegstandsinformatie, branchering, ondernemersvormen en verdeling food en non-food toegevoegd. 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 basisdata die in Digital Twin worden gebruikt bevatten geen persoonsgegevens of gegevens die herleidbaar zijn naar personen. Hierdoor is de basis informatie niet AVG gevoelig.

5. Communicatie

In de begroting van 2023 werd een bedrag van € 43.250,- voor communicatie opgenomen. De werkelijke uitgaven voor communicatie bedroegen € 54.837,-.

De extra uitgaven werden voornamelijk gedaan in de categorie 'De winkelier van hier'. Medio 2023 werden de commercials via Maasland FM-Dtv weer opgepakt voor het promoten van evenementen en open zondagen: € 5.699,-. Een campagne voor centrumondernemers rondom de Dag van de Ondernemer in november 2023 met een presentje werd herhaalt: € 3.240,-. Aan een communicatiebureau werd de opdracht gegeven twee campagnes uit te werken voor een enquête onder en communicatie naar centrumondernemers over de wekelijkse koopavonden en een onderzoek naar de relatie tussen mobiliteit en bestedingen onder centrumbezoekers en inwoners van Oss: € 2.497,-.

Het CMO zet voor communicatie, naast de promotiemiddelen voor evenementen en open zondagen zoals advertenties en posters, haar website www.centrummanagementoss.nl, Facebook en Instagram 'Het Osse Centrum' in. Voor de communicatie naar centrumondernemers en andere stakeholders werd een jaar eerder het platform Chainels in gebruik genomen.

5.1. Huisstijl

Een aantal jaren geleden werd door het CMO samen met partijen in recreatie en toerisme, waaronder Maasmeanders, Maashorst Betrokken Ondernemers en de Bibliotheek Oss gekozen voor een uniforme huisstijl 'Tref het in Oss' met gezamenlijke campagnes en promotionele website. De deelnemers in het platform spraken in 2022 de wens uit om de focus van 'Tref het in Oss' nog meer te leggen op recreatie en toerisme. Het CMO gebruikte het logo voor al haar communicatie-uitingen (zowel naar consumenten als naar ondernemers) en dat bleek verwarrend. Om deze reden werd voor het CMO een nieuwe huisstijl ontwikkeld: 'Centrum Oss, hart van de stad'. In 2023 werd de nieuwe huisstijl op alle dragers en in alle interne en externe communicatie doorgevoerd.

5.2. Website

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. Aan de website werden al eerder modules voor evenementen en huur van panden als functionaliteiten toegevoegd. Het beheer van de website wordt uitgevoerd door de centrummanager. Anderhalf jaar geleden 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 moest ook onderdeel van de nieuwe site uitmaken. De ontwikkeling werd in maart 2023 afgerond. Een aanzienlijk deel van de ontwikkelkosten werden in het voorgaande jaar betaald. In 2023 bedroegen de kosten voor de website € 1.081,-.

5.3. Naar de stad uitingen

Voor promotie van het centrum van Oss verscheen ook in 2023 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 2023 ingekocht specifiek voor (nieuwe) evenementen zoals "Summer in the city kids, en 'Winter in Oss' maar ook voor het Mobiliteitsonderzoek en de nieuwe adviestijden voor sluiting op koopavonden. De input en de coördinatie werd verzorgd door de evenementencoördinator en de centrummanager. De kosten voor deze printuitingen in Weekblad Regio Oss bedroegen € 16.003,-.

5.4. Marketingpromotie

De Facebook- en Instagrampagina 'Het Osse Centrum' speelden ook in 2023 weer een belangrijke rol 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. Bijna 11.000 mensen volgen inmiddels de Facebookpagina en 2.300 de Instagrampagina. De uitgaven bedroegen € 6.275,-.

Voor de promotie van het centrum via filmpjes met lokale ambassadeurs en promotiespots voor specifieke evenementen, acties en speciale gebeurtenissen werd in het afgelopen jaar weer gebruik gemaakt van Dtv Oss. Ook voor de promotie van diverse (nieuwe) evenementen. De uitgaven voor deze promoties waren € 5.699,-.

De voorstellen voor reclame-uitingen, advertenties, aanpassingen en onderhoud platform 'De Winkelier van hier', uitwerking van thema's, consumentenacties, grafische ontwerpen, promotie- en actiematerialen en de productie hiervan werd in 2023 weer uitbesteed aan enkele partners binnen de gemeente Oss. Deze hebben weer bijgedragen aan een goede PR ondersteuning van het centrum van Oss. De uitgaven voor marketingpromotie voor bovenstaande activiteiten, inclusief plaatsingskosten van advertenties in diverse andere media en relatieacties, bedroegen € 12.287,-.

5.5. Chainels

Om de communicatie tussen stakeholders, in het bijzonder die tussen het CMO en de centrumondernemers, verder te professionaliseren werd het online communicatieplatform Chainels in gebruik genomen. Dit 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. Na uitgebreide voorbereidingen en het inrichten is vorig jaar, net voor de zomer, dit nieuwe communicatieplatform in gebruik genomen. De halfjaarlijkse abonnementskosten voor 2023 bedroegen € 7.155,-.

5.6. Dag van de ondernemer

Het CMO gebruikte weer de landelijke 'Dag van de ondernemer' op 17 november 2023 om haar complimenten over te brengen aan al haar centrumondernemers en filiaalmanagers met een sporttas als presentje. De tas had een begeleidende kaart met de volgende tekst: 'Centrumondernemers hebben in het afgelopen jaar weer hun flexibiliteit, daadkracht, doorzettingsvermogen en creativiteit laten zien en dat verdient een groot compliment. Dat maakt ons centrum wat het vandaag is: een aantrekkelijke huiskamer van Oss! Dank je wel voor jouw inzet! Het bestuur van het CMO wenst alle centrumondernemers op deze 'Dag van de Ondernemer 2023' opnieuw veel energie toe voor het komende jaar waarin weer 'topsport' moet worden geleverd. We ondersteunen dit met een symbolisch presentje!' De campagnekosten bedroegen € 3.240,-.

5.7. Enquête openingstijden

Op initiatief van de COO werd in 2023 door het CMO een enquête uitgezet onder de centrumondernemers om te inventariseren wat de ideeën en wensen zijn voor de sluitingstijd op donderdag. Tot op dat moment varieerden die enorm: 17.00 uur, 17.30 uur, 18.00 uur, 20.00 uur of 21.00 uur.

In de periode april mei werd aan centrumondernemers en filiaalmanagers de volgende vraag voorgelegd: 'Sluiten op koopavond om 20:00 uur in plaats van 21:00 uur?' De enquête werd uitgezet via Chainels, de website van het CMO en via formulieren die werden rondgebracht in winkels. De keuzes voor beantwoording waren: eens, oneens of anders.

De respons bedroeg 63 geretourneerde enquêtes: ketens 25 (39,7%) en zelfstandigen 38 (60,3%).

De meningen waren als volgt:

- Eens: 61,9% (39) van de respondenten is het eens met een vervroeging van de sluitingstijd van 21.00 uur naar 20.00 uur. 3,2% (2) is het hier niet mee eens, maar sluit zich aan bij een eerdere sluiting in verband met het collectieve belang. Dit brengt het percentage 'eens' op 65,1%. De onderverdeling in deze categorie van 39 respondenten is ketens 51,3% en zelfstandigen 48,7%.
- Oneens: sluitingstijd handhaven 17,5% (11) van de respondenten is het oneens met een vervroeging van de sluitingstijd van 21.00 uur naar 20.00 uur. De onderverdeling in deze categorie van 11 respondenten is ketens 27,3% en zelfstandigen 72,7%.
- Anders: koopavond afschaffen of al gesloten 12,7% (8) van de respondenten gaf aan de koopavond te willen afschaffen en/of inmiddels hieraan al niet meer deel te nemen. De onderverdeling in deze categorie van 8 respondenten is ketens 0% en zelfstandigen 100%. 4,7% (3) van de respondenten heeft zich niet expliciet uitgesproken.

Het CMO bestuur kwam tot de onderstaande conclusies en heeft deze naar haar achterban gecommuniceerd. Een ruime meerderheid van de respondenten 82,5% (52) heeft gekozen voor handhaving van de koopavond. 78,8% (41) van deze voorstanders van de koopavond heeft gekozen voor een vervroeging van de sluitingstijd van 21.00 uur naar 20.00 uur. Het CMO heeft op basis van deze uitslag besloten om met ingang van 1 juli 2023 een collectieve sluitingstijd van 20.00 uur te promoten.

Voor deze promotie werd een communicatiepartner benaderd. De uitingen werden medio juni uitgezet. Het CMO hoopt hiermee enerzijds centrumbezoekers meer duidelijkheid te verschaffen en anderzijds ondernemers te overtuigen van het nut maar ook de noodzaak van duidelijke sluitingstijden: alleen samen krijgen we dit voor elkaar!

6. Samenwerkingsinitiatieven

In aanvulling op de diverse overleggen waaraan bestuursleden van het CMO, de centrummanager en de evenementencoördinator deelnemen nog enkele bijzondere samenwerkingsinitiatieven.

6.1. Warenhuis

Het CMO krijgt onderdak in het Warenhuis in het te ontwikkelen Walkwartier. 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.

Voor het ontwerp, functionaliteiten en indeling van de fysieke ruimte 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.

6.2. 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 bleef in 2023 in nauw contact met centrumondernemers rondom de bouwplaats om knelpunten met de coördinatoren rondom de bouw te bespreken en op te lossen. Voor hen en andere belangstellenden is er op elke eerste maandag van de maand om 11.00 uur een overleg met de projectleiders van de gemeente Oss. Het initiatief is genomen door de centrummanager. Hij zorgt ook voor de verslagen.

Grote zorgen blijven bij het CMO wel bestaan over de bereikbaarheid van het centrum de komende tijd. De uiteindelijke totale realisering van het Walkwartier en haar omgeving zal nog tot grote overlast veroorzaken.

Hierover stuurde de centrummanager op 22 november 2023 nog een brief naar de nieuwe interim projectmanager Walkwartier: 'Vanuit mijn functie ben ik, naast deelnemer aan het 'gebruikersoverleg Warenhuis', ook elke vier weken betrokken bij het 'gebiedsoverleg Walkwartier'. Volgens de huidige planning krijgen vanaf de bouwvak 2024 63 huurders (Walstraat en Molenstraat) en 68 kopers (Carmelietenstraat) de sleutel van hun nieuwe woningen. Tijdens de gebied overleggen, ook op dinsdag 21 november, is naar mijn stellige overtuiging onvoldoende aandacht voor de enorme consequenties hiervan in de openbare ruimte. Binnen een klein gebied, waarvan een gedeelte ook nog voetgangersgebied, gaan nieuwe bewoners aan de slag met hun afbouwers, leveranciers, verhuizers, eigen bevoorrading etc. etc.. Als hiervoor geen extra voorzieningen worden getroffen, waaronder parkeren in de directe omgeving, toezicht, begeleiding en planning, zal van de vroege ochtend tot in de late avond het gebied weken- en waarschijnlijk maandenlang geteisterd worden door verkeersinfarcten. Naast een volstrekt ongewenste situatie voor de centrumeconomie en grote (blijvende) schade voor ondernemers, leidt dit ook tot serieuze blokkades voor het calamiteitenverkeer. In de chaos die gaat ontstaan voorziet ik zeker vele conflicten. Als aanvulling op het bovenstaande is het niet onbelangrijk om te melden dat in dezelfde periode ook de commerciële ruimtes worden opgeleverd: casco! Na de bouwvak 2024 staat verder de afbouw van het Warenhuis op de planning.

Nu er opgeschaald dient te worden naar de diverse afrondende fasen in de realisatie van het Walkwartier blijven de betrokkenen voor de deelprojecten naar elkaar (doorver)wijzen met betrekking tot verantwoordelijkheden en verwachtingen waarbij naar mijn idee financiën leidend zijn. Ter illustratie van mijn grote zorgen een situatieschets van dit moment in de directe omgeving. Aan het Walplein 15 worden, boven een commerciële ruimte, twee appartementen verbouwd. Al wekenlang staan bij deze, relatief kleine klus, de hele dag meerdere bussen van afbouwers geparkeerd.'

6.3. Schouw

Met de gebiedsbeheerder en groenbeheerder centrum van de gemeente Oss werd in 2023 weer maandelijks 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.

7. Afsluiting

Een aantal jaren geleden heeft het CMO doelstellingen geformuleerd die moeten leiden tot structurele resultaten. Aan de realisatie hiervan werd in 2023 door velen, waaronder ambtenaren van de gemeente Oss, weer hard gewerkt. De media hebben het afgelopen jaar ook een belangrijke rol gespeeld voor een beter imago van ons centrum. Het bestuur van het CMO spreekt hiervoor haar dank uit!

De doelstellingen voor het centrum van Oss:

- 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

Eerdere jaarverslagen en jaarplannen van het CMO zijn te lezen op:
www.centrummanagementoss.nl