

Verslag 2011

Centrummanagement Oss

samengesteld voor

College Burgemeester en Wethouders Gemeente Oss

centrumOSS 
naar de stad!

Inleiding

In de uitvoeringsovereenkomst reclamebelasting tussen de gemeente Oss en de Stichting Centrummanagement Oss (CMO) is afgesproken dat CMO jaarlijks verslag uitbrengt van de door haar gerealiseerde activiteiten.

Ter verantwoording van de financiën is de jaarrekening 2011 als bijlage toegevoegd welke is opgesteld door administratiekantoor Van der Stap uit Oss.

Dit verslag geeft in hoofdlijnen de uitgevoerde activiteiten van CMO voor het jaar 2011 weer. Voor dat jaar werd het Jaarplan 2011 opgesteld dat als bijlage bij dit verslag is toegevoegd.

Voor meer detaillering zijn de kwartaalverslagen van de centrummanager bij dit verslag toegevoegd met overzichten van afspraken, vergaderingen, evenementen, projecten, uitgevoerde werkzaamheden en andere noemenswaardige ontwikkelingen.

M.P.A. Damen
Voorzitter Stichting Centrummanagement Oss

Bijlagen:

- Jaarplan 2011
- Verslag centrummanager Q1 2011
- Verslag centrummanager Q2 2011
- Verslag centrummanager Q3 2011
- Verslag centrummanager Q4 2011
- Jaarrekening 2011

Samenvatting activiteiten 2011

In januari van 2011 heeft een wisseling van centrummanagers plaatsgevonden. Jack van Lieshout heeft de functie van Erik Blokland overgenomen die deze functie vanaf 2008 heeft vervuld.

Quick-wins

In het eerste jaar van de huidige centrummanager is als eerste prioriteit gegeven aan communicatie. Hieraan is in de voorgaande jaren te weinig aandacht en invulling gegeven waardoor het functioneren van centrummanagement en in het bijzonder die van de centrummanager naar stakeholders onvoldoende naar voren is gekomen.

Op basis van hiervan werden de volgende quick wins opgepakt:

- Creëren van meer identiteit en uitstraling CMO. Deze identiteit moet herkend worden door alle ondernemers en consumenten. Herkenbaarheid zit hem voor een groot deel in een eigen stijl, die terug komt in de activiteiten en de uitingen van het centrummanagement. Herkenbaarheid werd onder andere gecreëerd door een nieuw logo en nieuwe thematiek die dienen als (nieuw) gezicht van CMO.
- De papieren nieuwsbrief, die voorheen twee tot vier keer per jaar werd verstuurd, is vervangen door een elektronische variant. Hierdoor werd het mogelijk om tegen zeer lage kosten maandelijks, en indien gewenst met een hogere frequentie, actueel nieuws op digitale wijze te distribueren. Een nieuwsbrief aan de ondernemers draagt bij aan het verbeteren van de communicatie en het vergroten van het draagvlak.
- Een website is een makkelijk communicatiemiddel om het centrum van Oss te profileren en te promoten. Op de website kan onder andere het winkel- en horeca-aanbod gepresenteerd worden, de activiteitenkalender en de data van de koopzondagen. Daarnaast kan de website ook gebruikt worden om inzicht te geven in de projecten en de organisatie van het centrummanagement. De bestaande website www.centrummanagementoss.nl werd geactualiseerd en in het najaar van 2011 aangepast aan de nieuwe huisstijl van CMO. Verder werd een nieuwsite www.centrumoss.nl geïntroduceerd om zowel consumenten en ondernemers te voorzien van actueel (centrum)nieuws. De content wordt 7 dagen per week door een externe partij aangepast.
- Op basis van een kleine proef in 2010 (8 stuks) werd een plan uitgewerkt om met een bijdrage van de ondernemers per straat meer hanging baskets als decoratie in het centrum te krijgen. Het aantal werd uitgebreid naar 72 stuks.
- Om initiatieven met betrekking tot activiteiten/evenementen per straat te stimuleren werd een financiële regeling uitgewerkt waarvan in 2011 voor drie straatinitiatieven gebruik is gemaakt: Peperfestijn, Stiletto Run en Dickens Festijn.
- Omdat de huidige sfeerverlichting gedateerd, duur in verbruik en ook onvoldoende was om zoveel mogelijk straten hiervan te laten profiteren, werd een intensief project opgestart om binnen de bestaande begroting de mogelijkheden van nieuwe sfeerverlichting voor 2011 nog te kunnen realiseren. Met de realisatie kunnen we de bezoekers (en ondernemers) verrassen met uniforme, modernere sfeerverlichting op meerdere plaatsen in het centrum. In de nieuwe opzet is een uitbreiding gerealiseerd voor Klaphekkenstraat, Hooghuisstraat, Peperstraat en Houtstraat terwijl in de Kruisstraat muurornamenten worden vervangen door overspanningen.

- Om het draagvlak voor CMO te vergroten en communicatie te vereenvoudigen werden bijeenkomsten georganiseerd voor straatambassadeurs en vertegenwoordigers van het grootwinkelbedrijf.

Belangen

Het centrummanagement heeft primair te maken met de collectieve en individuele belangen van de centrumondernemers maar ook met die van bewoners en vastgoedeigenaren en daarnaast met de secundaire belangen van een groot aantal andere partijen.

Collectieve belangen centrumondernemers:

- Het creëren van een goed functionerend, levendig en krachtig stadscentrum met een aantrekkingskracht in de regio Oss en de regio noordoost Brabant, dat gedragen wordt door alle ondernemers en bijdraagt aan imagoversterking Oss.
- Het ontwikkelen van een sterk economisch centrum; omzet genereren voor de centrumondernemers; het versterken van de economische positie van Oss.
- Het verhogen van de attractiviteit van het stadscentrum door het organiseren van evenementen, aankleding, parkeren, inrichting openbare ruimte, toegankelijkheid en veiligheid = aantrekkingskracht, imagoversterking Oss.

Individuele belangen centrumondernemers:

- Het verhogen van de omzet en het versterken van de klantenbinding.
- Verbeteren van de uitstraling van de directe omgeving van de ondernemer, in volgorde van belangrijkheid beginnend bij de winkel, dan de straat en tot slot het gehele centrum. Hierbij is belangrijk de toevalswegen actief te betrekken in dit proces.
- Het verhogen van de attractiviteit voor de directe omgeving van de ondernemer door het organiseren van straatevenementen, aankleding parkeren, fietsenstalling, aanpak graffiti, inrichting openbare ruimte, toegankelijkheid en veiligheid.

Belangen secundaire groepen:

Het betreft partijen buiten het stadscentrum die belang hebben bij het verbeteren van de economische positie van Oss, baat hebben bij de imagoverbetering van de stad en die aan deze ontwikkelingen moeten/willen bijdragen zoals gemeente en (grotere) ondernemers, organisaties en het verenigingsleven.

De belangen van alle betrokken partijen zijn samengebracht in een belangenmatrix.

Burgers	Centrum-ondernemers	Bedrijfsleven Ondernemersverenigingen	Maatschappelijke organisaties	Verenigingen	Gemeente
Individueel belang					
winkelen, uitgaan, verblijven en recreëren wonen en werken	omzet klantbinding werkgelegenheid samenwerking representatie winkel, straat, centrum	ondersteuning bij personeelswerving afzetmarkt	ondersteuning bij personeelswerving	podium voor events	uitrol centrumvisie dienen van alle belangen positionering en profilering Oss
Collectief belang					
<p>Aantrekkelijk, goed functionerend, levendig centrum met aantrekkingskracht voor de regio</p> <p>Centrum levert een bijdrage aan de versterking economische positie Oss en versterkt het imago Oss</p> <p>Centrum is een ontmoetingsplek voor alle belanghebbenden</p> <p>Centrum is veilig, bereikbaar en heeft goede voorzieningen</p>					

Communicatie

Het centrum van Oss moet in Oss en haar dorpskernen zo populair worden dat het "naar de stad gaan" synoniem is voor het winkelen en recreëren in het stadscentrum. Hiervoor werd aan InVorm gevraagd op basis van de thematiek "Naar de stad" een eigentijdse huisstijl te ontwikkelen. Deze moet bruikbaar zijn voor het winkel- en horeca-aanbod en de diverse activiteiten en evenementen die gedurende het jaar in het centrum plaatsvinden. Bijvoorbeeld: "Fantastival! Naar de Stad", "Mode! Naar de Stad", "Een terrasje pikken! Naar de Stad". In het voorjaar van 2011 werd de nieuwe thematiek geïntroduceerd.

Op basis van de belangenmatrix is samen met Sprangers Communicatie en De Winter Media Groep (DWMG) een communicatiematrix uitgewerkt. DWMG heeft, in een samenwerking die voor twee jaar is aangegaan, de regie en uitvoering van twee belangrijke communicatiesporen om de communicatie CMO breed weg te zetten. Deze sporen zijn digitaal en krant.

Digitaal

Voor dit onderdeel wordt "meegelift" op het succes van de nieuwsite www.kliknieuws.nl van DWMG met maandelijks 400.000 bezoekers. Dit volledig via www.centrumoss.nl ondereigen look & feel en thematiek van het CMO. Hierdoor wordt een grote doelgroep bereikten voorzien van actueel nieuws in combinatie met onder meer de promotie van het stadscentrum door redactionele artikelen en een weblog. Aan de ondernemers worden maandelijks elektronische nieuwsbrieven verstuurd.

Krant

Naast de website wordt door DWMG redactioneel ondersteuning geboden in de krant. Hiervoor verschijnen volledig onder eigen look & feel en thematiek van het CMO op jaarbasis 24 pagina's in Weekblad Regio Oss:

- elke eerste woensdag van de maand een pagina over het centrum gericht op nieuws;
- elke laatste woensdag van de maand een pagina die opgebouwd wordt naar aanleiding van een thema, activiteit, evenement in combinatie met een koopzondag.
- Daarnaast wordt twee keer per jaar - maart en september - een binnenstadspecial worden uitgegeven. In deze twee specials krijgt het CMO een vaste plek.

Evenementen

Evenementen trekken bezoekers naar de binnenstad van Oss. Ook wordt door evenementen de verblijfsduur van deze bezoekers verlengd en de bestedingen worden hierdoor gestimuleerd wat weer een impuls levert aan de werkgelegenheid. Dit is een duidelijke economische meerwaarde van evenementen. Daarnaast wordt er door de positieve effecten van evenementen op het leefklimaat, een sociale meerwaarde behaald. Oss wordt aantrekkelijker als vestigingsplaats of (tijdelijke) verblijfplaats voor verschillende doelgroepen door de kwaliteit van haar leefmilieu te verhogen. Ook worden door evenementen verschillende doelgroepen samengebracht.

Evenementen in het centrum van Oss worden geïnitieerd en georganiseerd door centrumondernemers, belanggroeperingen (bijvoorbeeld SCVO carnaval), stichtingen (bijvoorbeeld Verenigd Oss Watt Festival en Winterland-Oss) en gemeente Oss (bijvoorbeeld kermis). Het is van groot belang te zorgen voor een goede afstemming en onderling overleg tussen de diverse organisatoren van evenementen in het centrum om te komen tot een aantrekkelijk, leefbaar en veilig centrum waar regelmatig activiteiten en evenementen plaatsvinden en rekening wordt gehouden alle betrokken partijen waaronder ook de bewoners.

Het maatschappelijk belang van evenementen vraagt ook van de overheid een zekere mate van verantwoordelijkheid voor een ander gebruik van de openbare en publieke ruimten. Hoewel veelal sprake is van een groot draagvlak, vragen zaken als overlast, parkeren, geluid, vervuiling openbare ruimte, openbare orde/veiligheid om een zorgvuldige belangenafweging.

Vanuit het CMO werden voor 2011 onder meer de volgende evenementen ondersteund:

- Klunen in Oss
- Modepodia in maart en september
- Fairtrade dag
- Koninginnemarkt - Kindervrijmarkt
- Muziek Boulevard
- Week Amateur Kunst
- WATT Festival
- Kinderpodium
- Summer Square Party
- Proeven in het centrum
- Oss On Classic Wheels
- Late Night Shopping
- Kermisbraderie
- Peperfestijn
- Living Statues
- Fantastival
- Peperfestijn
- StilettoRun
- Estafette Wereld Moeders
- Draaiorgeldag
- Intocht Sinterklaas
- Zwarte Pieten Spektakel
- Winterland Oss

Kinderpodium:

Omdat Verenigd Oss op het laatste moment niet in staat bleek een invulling te verzorgen voor de open zondag op 29 mei is een aangepast kinderprogramma op de Heuvel georganiseerd. Door Muzelinck werd op het Walplein een doorlopende circusworkshop gegeven. Geholpen door het aangename weer en de boerenmarkt door het ZLTO eveneens op het Walplein is het een geslaagde open zondag geweest.

Late Night Shopping:

Na het aanvankelijk schrappen van deze activiteit van de kalender werd toch besloten deze activiteit voor 2011 te continueren. Binnen een korte voorbereidingstijd van twee weken werd het thema uitgewerkt en gecommuniceerd, aan de rode looper actie handen en voeten gegeven en met partner Stadspas een consumentenactie opgezet en met partner Dtv live radio geregeld.

Koninginnefeesten 2012:

Met een aantal horecaondernemers is diverse malen overleg geweest over een mogelijke invulling/programmering rondom Koninginnedag 2012. Met de gemeente is overleg geweest over vergunningverlening specifiek met betrekking tot optredens, buitenbars en sluitingstijden. Lex van Hulten van de Muzelinck heeft zijn interesse en mogelijke financiële ondersteuning aangegeven voor groot een "Meezing Concert" op de Heuvel op 29 april. Vervolg zal begin januari 2012 plaatsvinden om tijdig het programma en de vergunningaanvraag te kunnen realiseren.

Diversen

Ossekoppen:

Vanuit de kant van CMO is veel assistentie verleend voor de realisatie van de expositie van de kunstenaar Ottmar Horl zoals het vinden van de locaties, het verkrijgen van toestemming van de pandeigenaren en het leveren van input voor perspublicaties. Door diefstal van een aanzienlijk aantal koppen werd de expositie geweld aan gedaan en dreigde er een financiële strop voor organisatie Jan Cunen. Op basis hiervan is besloten de expositie voortijdig te ontmantelen. Ook hierin heeft het CMO een organiserende en coördinerende rol gespeeld.

AED:

In 2011 heeft na de aanvankelijke installaties een eerste onderzoek naar de locaties en de staat van de apparatuur plaatsgevonden alsmede naar de AED signing in het centrum. Daarnaast werden uitnodigingen en reminders verstuurd voor deelname aan de (herhalings)cursus. Op 31 mei en 20 juni hebben in totaal 10 personen deelgenomen aan het volgen van de cursus.

Wonen boven winkels:

Op basis van een publicatie in het Brabants Dagblad dat Brabant Wonen weer interesse heeft in het stimuleren van /investeren in het wonen boven winkels hebben twee afspraken plaatsgevonden met Carool Meijs van Brabant Wonen. Tijdens de 2e afspraak was ook Paul Penders van Aqui Real aanwezig die dit project voor Brabant Wonen begeleidt. Inmiddels hebben drie afspraken in het centrum plaatsgevonden met vastgoedeigenaren om over de mogelijkheden te praten. Bij het Kruitvat heeft daarna ook nog een technische schouwing plaatsgevonden.

Starterspodium:

Op 11 oktober vond in het kader van de Kracht van Oss het eerste symposium Starterssucces in het gemeentehuis van Oss plaats. CMO werd gevraagd als exposant. In 2012 zal een vervolg worden gegeven aan dit initiatief. Tot op heden hebben zich nog geen kandidaat ondernemers voor het centrum gemeld.

Droom van een winkel:

In navolging op een startersinitiatief in de gemeente Asten werd een compleet plan uitgewerkt voor een aantal leegstaande panden aan de Burgwal. De Haagsche verhuurder gaf na de presentatie enkele weken bedenktijd te willen, maar liet daarna weten geen zaken te willen doen met startende ondernemers.

Zaterdagmarkt:

op basis van het eerder dit jaar aanzwengelen van het ongenoegen over de opstelling van de zaterdagmarkt werd in het laatste kwartaal van 2011 uiteindelijk een concreet nieuw voorstel overeengekomen.

Ondernemersavond centrumondernemers:

Op 21 november werd voor alle belangstellende centrumondernemers weer de jaarlijkse Ondernemersavond georganiseerd in De Ontmoeting in Oss om terug te kijken op de afgelopen periode en de plannen voor 2012, inclusief financiële overzicht/begroting.

Ondernemersavond centrumondernemers:

Op 21 november werd voor alle belangstellende centrumondernemers weer de jaarlijkse Ondernemersavond georganiseerd in De Ontmoeting in Oss om terug te kijken op de afgelopen periode en de plannen voor 2012, inclusief financiële overzicht/begroting.