



KOERS

STADSHART OSS

GEMEENTE  OSS

"Een toekomstbestendig Stadshart Oss is compact, vol verrassing en uitgesproken"



KOERS

STADSHART OSS

GEMEENTE OSS

"Een toekomstbestendig Stadshart Oss is compact, vol verrassing en uitgesproken"

INHOUDSOPGAVE

1	Inleiding	7	4	Opgaven en menu's	28
1.1	Aanleiding	7	4.1	Een compact centrum	30
1.2	Doel	8	4.2	Meer verrassing en beleving	32
1.3	Leeswijzer	8	4.3	Uitgesproken identiteit en authenticiteit	34
2	Trends en ontwikkelingen	9	4.4	Parkeren en bereikbaarheid	36
2.1	Centrumgebieden in beweging	9	4.5	Revitalisering de Wal en omgeving	38
2.2	Strategie voor winkelgebieden	11			
3	De Osse koers	15	5	Stadshart Oss is compact, vol verrassing en uitgesproken	41
3.1	Ontwikkelingen in het centrum van Oss	15	5.1	Een nieuw menu voor het Osse centrum	41
3.2	Bijstelling koers Oss	19	5.2	Uitvoering	43
3.3	Experiment hoe compact kan Oss worden?	24	5.3	Tot slot	45
3.4	De koers in beeld	26			

1

INLEIDING

1.1 Aanleiding

De gemeenteraad heeft op 8 april 2010 de Visie Dynamisch Stadscentrum Oss 2020 vastgesteld. Een goede mix en kwaliteit van het aanbod van winkelen, vrije tijd, werken en wonen worden in de visie als noodzaak genoemd voor een aantrekkelijk en goed functionerend centrum. Deze doelstelling is niet veranderd. Wat wel veranderd is, zijn de ontwikkelingen op het gebied van met name kantoren en detailhandel. De visie uit 2010 voorzorg nog in ruime ontwikkelopgaven, met name aan de randen van het winkelgebied en in de omgeving van het centrum.

Maar de ontwikkelingen sinds 2010 vragen om een heroverweging. De economische crisis en de toenemende invloed van internet maken duidelijk dat de behoefte aan ruimte voor winkels en kantoren aanzienlijk minder is dan verwacht. Dit heeft al geleid tot tussentijdse bijstellingen. In het bestemmingsplan Centrum 2013 is ervoor gekozen om de mogelijkheden voor winkels en horeca vooral te concentreren in het directe winkelgebied

en terughoudend te zijn met het toevoegen van ontwikkelmogelijkheden daarbuiten. De verminderde vraag naar kantoren maakt een heroverweging van de plannen voor de Spoorlaan en de Raadhuislaan als kantorenlocaties noodzakelijk. Voor de Raadhuislaan is inmiddels een nieuwe visie opgesteld, Oss Avenue, waarin een meer gemengd milieu wordt voorzien met meer mogelijkheden voor wonen. Tegelijkertijd is in 2014 nadrukkelijk uitgesproken dat de prioriteit voor het Osse detailhandelsbeleid blijft bij het centrum van Oss. Uitgangspunt blijft het versterken en ontwikkelen van het centrum, onder andere door een intensieve samenwerking tussen alle partijen die betrokken zijn bij het Osse centrum in de Taskforce Centrum Oss.

Gezien de ontwikkelingen is het tijd om de koers voor het centrum van Oss bij te stellen. De voorliggende 'koers Stadshart Oss' legt daarbij de focus weer terug op de kern van het centrum van Oss: Het stadshart rond de Heuvel-Heuvelstraat-Walplein-Wal-

straat (gedeeltelijk). In dit gebied zijn de opgaven de komende jaren het grootste. Dit is ook het gebied waarin het zwaartepunt van de publieksgerichte centrumfuncties geconcentreerd moeten blijven. Ontwikkelingen in de omgeving van dit stadshart zijn alleen mogelijk ter ondersteuning en versterking van de centrale positie van het stadshart.

Het centrum van Oss is de centrale plek voor handel en ontmoeten voor de stad Oss en de kernen in de omgeving. Gemiddeld bezoeken wekelijks bijna 85.000 mensen het centrum. Tegelijkertijd is het centrum een belangrijk werkgebied met heel veel bedrijvigheid en ruim 5.000 banen, waarvan 2.200 in het kernwinkelgebied. Dit onderstreept het belang van een aantrekkelijk, vitaal en toekomstgericht centrum. En geeft ook aan dat hiervoor ruime kansen bestaan. Het centrum van Oss is meer dan een plek om te kopen of te werken. Het is het hart van de stad en de huiskamer voor de Osse gemeenschap.



INLEIDING

In de voorliggende koers voor het stadshart Oss is nadrukkelijk gekozen om deze positie te versterken. Door de voorzieningen te concentreren in een compact en levendig centrumgebied, met een breed palet aan functies voor detailhandel, horeca, cultuur en dienstverlening. Met een goede ruimtelijke uitstraling en een eigen authentieke sfeer van verrassing en beleving voor de bezoekers. Met kansen voor uitnodigend en toekomstgericht ondernemen. Met ook ruimte voor wonen en groen in een centrumsfeer. En in een goede samenwerking tussen gemeente, ondernemers, vastgoedpartijen en gebruikers. Kortom een centrum met een 'couleur locale'. Van Oss, voor Oss en door Oss.

1.2 Doel

Het doel van de Koers is een heldere richting uit te zetten voor het centrum van Oss om duidelijkheid en vertrouwen te bieden aan investeerders, ondernemers, eigenaren en bewoners. Het is in deze tijd steeds moeilijker om een precieze visie vast te stellen voor de lange termijn. De

ontwikkelingen gaan razendsnel. De koers is daarom geen blauwdruk maar een richtinggevend kader voor de nabije toekomst om het centrum aantrekkelijk, levendig en toekomstbestendig te houden. De koers is bedoeld om een proces op gang te brengen waar gezamenlijk de schouder onder gezet wordt. Overheid, centrumondernemers, eigenaren, centrummanagement en inwoners. Deze zijn verenigd in onder andere de Taskforce en Stadshart Oss.

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 zijn de trends en ontwikkelingen beschreven die zich voordoen in Nederland op dit moment. In hoofdstuk 3 zijn deze trends vertaald naar Oss en is ingezoomd op de Osse situatie. Welke ontwikkelingen spelen een belangrijke rol in Oss en met welke uitgangspunten moet er rekening gehouden worden? Duidelijk is dat een koerswijziging noodzakelijk is om het centrum aantrekkelijk, levendig en toekomstbestendig te houden. Deze koerswijziging is vertaald in de vijf belangrijkste opgaven voor het

Osse centrum. Dit is weergegeven in hoofdstuk 4. De opgaven zijn vertaald in vijf menu's voor het Osse centrum. Tot slot komt in hoofdstuk 5 het nieuwe menu voor het Osse centrum aan de orde, evenals de uitvoering. Afgesloten wordt met een oproep om strategische keuzes voor de lange termijn weloverwogen te nemen.

2.1 Centrumgebieden in beweging

Van oudsher zijn centrumgebieden de centrale plek voor handel en ontmoeten (vooral winkels en horeca), voor de eigen gemeenschap en bezoekers uit de regio. Het functioneren van de centrumgebieden in de steden verandert de laatste jaren in hoog tempo, onder invloed van verschillende trends en ontwikkelingen. Hieronder wordt kort ingegaan op ontwikkelingen die vooral van belang zijn voor middelgrote centrumgebieden zoals het centrum van Oss.

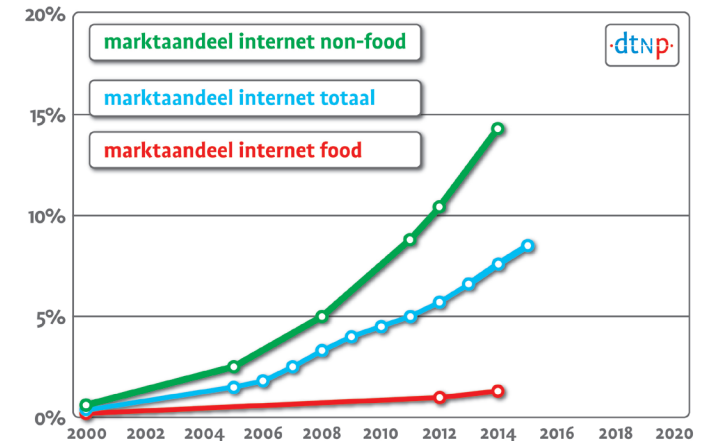
Omslag in de groei

Tot enkele jaren geleden werd in nauwelijks alle gemeenten ingezet op een flinke toename van kantoren, wonen, winkels en andere functies. Niet alleen in de bestaande werk- en winkelgebieden, maar ook aan de randen van de steden (woonboulevard en grootchalige winkelcentra) of in nieuwe gebiedsontwikkelingen (stations, sport- en cultuurclusters, werk/kantorencampussen). Door de economische crises stagneerde de groei abrupt en werd duidelijk dat de jaren van groei hebben geleid tot vormen van overaanbod, te beginnen met de kantorenmarkt. Maar ook de effecten van automatisering en digitalisering (werken, dienstverlening en aankopen via internet) maken duidelijk dat de ruimtebehoefte voor werken en voorzieningen structureel minder groot is dan eerder verwacht.

Vooral bij kantoren en winkels is er sprake van een verdringingsmarkt met een toenemende onderlinge concurrentie tussen de winkelgebieden.

Structurele wijziging in consumentenbestedingen

Door de economische crisis zijn de investeringen van ondernemers en de consumentenbestedingen aanzienlijk gedaald, vooral in de horeca en de winkels. Winkelaankopen werden uitgesteld of er werd gekozen voor een goedkoper alternatief. Daarbij zijn er grote verschillen: de non-foodsector heeft sinds 2009 te maken met een omzetzak van gemiddeld 15%, terwijl de omzet van supermarkten groeide met 10-15%. Sinds kort stabiliseren de bestedingen en nemen weer voorzichtig toe, met name in de horeca.



Ook vindt er in de detailhandel een structurele verschuiving plaats van aankopen in fysieke winkels naar aankopen in webshops. In de non-food heeft het internet inmiddels een marktaandeel van gemiddeld 15%. In sommige sectoren, zoals speelgoed, consumenten-elektronica, muziek en reizen, is het aandeel fors hoger. Mode en schoenen zijn sterke groeiers. Ook in de food-sector stijgt het aandeel van de online verkopen de laatste 2 jaar. De verwachting is dat de omzetten in de online-aankopen nog verder zullen toenemen. Met hoeveel is onduidelijk, voorspellingen lopen uiteen van 30% tot 50%.

Afbeelding 2.1
Marktaandeel internet
(bron: DTNP)

Overigens is de scherpe scheiding tussen online- en offline winkels afgenomen. Steeds meer is er sprake van een combinatie ('multi'- of 'omni-channeling'): Fysieke winkels voeren ook een webshop, 'echte' internetwinkels gaan (voorzichtig) ook 'off-line' met een fysieke eigen winkel of als toevoeging bij een bestaande formule.

De consument kiest

Internet heeft niet alleen een effect op de bestedingen in fysieke winkels, maar ook op het ruimtelijke winkelgedrag. De directe noodzaak voor het bezoeken van een winkelgebied neemt af. Alles is immers altijd en overal op internet beschikbaar en direct te bestellen. De bezoekersfrequenties aan winkelgebieden nemen daardoor af. Als consumenten winkelgebieden bezoeken dan worden hogere eisen gesteld, nabijheid is niet meer voldoende. Voor de dagelijkse boodschappen is gemak en een goed dagelijks aanbod belangrijk (parkeren, kwaliteit food-winkels en supermarkten). Bij het zogenaamde recreatieve winkelen of 'dagje

shoppen' worden hogere eisen gesteld aan de sfeer en beleving in winkelcentra. De grote (historische) binnensteden voldoen hier bij uitstek aan en trekken in toenemende mate consumenten uit een groter gebied.

Binnen het winkelaanbod zijn er ook verschillen. Winkelaanbod dat zich onderscheidt door hoogwaardigheid, authenticiteit of het bieden van beleving is kansrijk. Ook winkels in het lagere budgetsegment met een hoge doorloopsnelheid van het assortiment zijn populair bij consumenten (bijvoorbeeld Action, BigBazar, Primark). Het winkelaanbod in het middensegment is kwetsbaar. De toegevoegde waarde (ten opzichte van internet) is beperkt. In dit middensegment vinden de meeste opheffingen en faillissementen plaats en ook de warenhuizen met een traditioneel middensegment hebben het zwaar (Hema, Blokker). De ondergang van V&D is hierbij exemplarisch.

Voor middelgrote centra, zoals Oss, is de positie kwetsbaar. De middelgrote centra worden vaker overge-

slagen voor het recreatieve winkelen. Vaak hebben zij onvoldoende kritische massa (aantal winkels en keuzemogelijkheden), relatief veel middensegment en een middelmatige stedenbouwkundige kwaliteit. Deze combinatie is juist in een tijdperk van toenemende invloed van internet en mobiliteit erg kwetsbaar. De verwachting is dat het verzorgingsbereik van middelgrote centra hoe dan ook verder zal afnemen.

Veranderende vestigingsstrategie van winkelketens

Door de teruglopende bestedingen in de fysieke winkels stellen winkelformules hun vestigingsstrategie bij. In het recente verleden wilden de ketens in zoveel mogelijk winkelgebieden een vestiging. In toenemende mate richten winkelketens zich nu op een beperkter aantal locaties in grotere centra of verzorgingsgebieden. Daar wordt geïnvesteerd in uitbreiding en nieuwe winkelconcepten. De huidige golf van faillissementen en overnames in de winkelketens zal dit proces naar verwachting versnellen. Bij een doorstart of overname zal

2 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

gekozen worden voor perspectiefrijke centra en een deel van de vestigingen wordt afgestoten.

De ruimtebehoefte voor fysieke winkels neemt af

Onder invloed van alle ontwikkelingen staat de vloerproductiviteit van fysieke winkels onder grote druk, vooral in de niet-dagelijkse sector. Ondernemers zijn terughoudend met investeringen, er zijn meer bedrijfssluitingen en minder startende ondernemingen. Daardoor staan steeds meer panden in de winkelgebieden leeg. In heel Nederland is de leegstand per 1 januari 2016 ruim 3,5 miljoen m². Met de sluiting van de V&D-panden is daar nog eens 350.000m² in 62 panden bijgekomen. In de centrale winkelgebieden, waar de meeste V&D's gevestigd zijn, is de leegstand in één klap toegenomen met gemiddeld 20% tot een totale leegstand van 16% van de winkelomvang.

De verwachting is dat de ruimtebehoefte voor winkels nog verder zal dalen. Sommige voorspellingen gaan

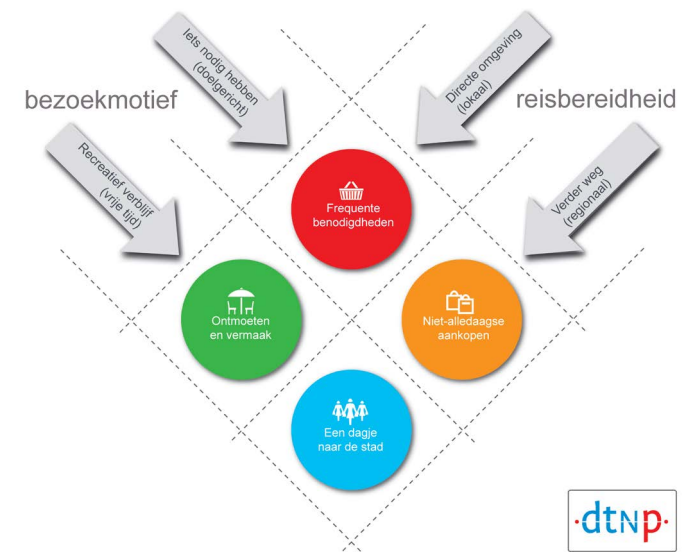
uit van 30% minder winkels in 2020. Dit zal grote gevolgen hebben voor het functioneren van alle winkelgebieden, maar met name de middelgrote centra.

2.2 Strategie voor winkelgebieden

Bovenstaande ontwikkelingen en trends vragen om een bijstelling van de ambitie en strategie voor winkelcentra. De inzet verschuift naar een kwalitatieve versterking, vernieuwing en herontwikkeling van vooral de bestaande voorzieningen en vastgoed.

Voor het bepalen van de kansen van een winkelgebied is het belangrijk om het bezoekersmotief van de consumenten goed te kennen ('waarom kiest de consument om hier te komen?'), te weten waar de consumenten echt vandaan komen (wat is het reële verzorgingsbereik) en daarop in te spelen. Alleen met een combinatie van voldoende keuze en een aantrekkelijke sfeer en beleving, die past bij het bezoekersmotief, zijn winkelgebieden in staat om de bezoekersaantallen op peil te houden.

Bijgaand figuur geeft een model voor de functie en positie van centrumgebieden op basis van consumentengedrag. In elk centrum zijn alle functies altijd in enige mate aanwezig. Afhankelijk van de aard en omvang van de concrete bezoekersstromen zijn één of meerdere hoofdfuncties dominant. Voor de centra is het belangrijk dat strategische keuzen worden gemaakt in de functie en positie, het (haalbare) verzorgingsgebied en de ruimtelijke kwaliteit die daarbij past.



Afbeelding 2.2 Functie en positie centrumgebieden (bron: DTNP)

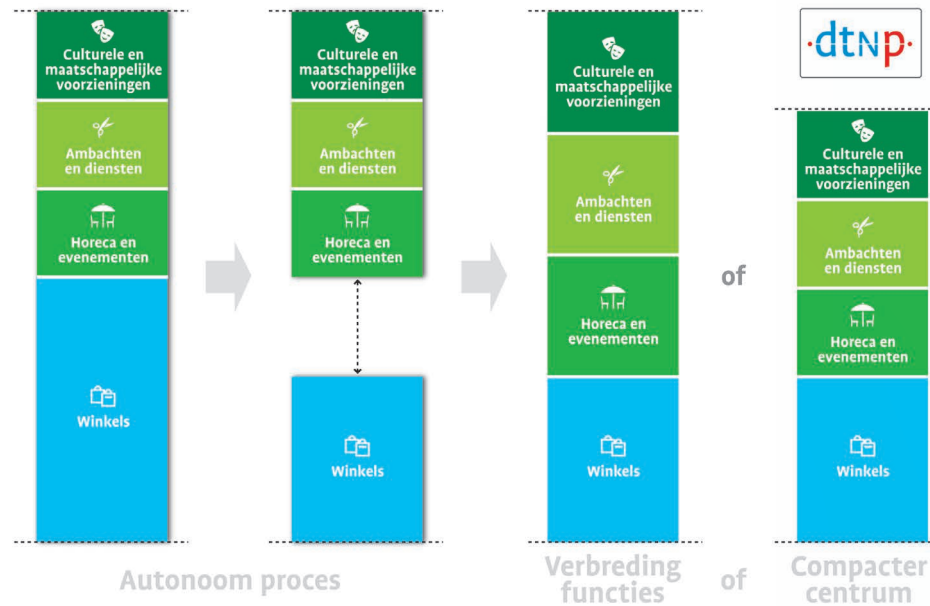
2 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Bijstelling koers middelgrote centra

De verwachting is dat het bezoek aan winkelcentra voor inkopen (iets nodig hebben) zal afnemen door de verschuiving van deze aankopen op internet. De behoefte aan persoonlijke aandacht bij aankopen en aan 'ontmoeten' kan echter niet door internet worden vervangen en zal juist kunnen gaan toenemen. Met name bij de middelgrote centra, die vaak als hart en woonkamer van de eigen gemeente fungeren, biedt deze behoefte aan ontmoeten kansen. Niet door te focussen op een dagje shoppen met een uitgebreid assortiment aan landelijke ketens, maar juist door de functie als woonkamer voor het eigen verzorgingsgebied en daarmee de eigen gemeenschap te versterken: een plek die als eigen wordt beschouwd en waar men graag komt. Door in te zetten op een authentieke en 'eigen' identiteit, zowel in functies als in ruimtelijke uitstraling ('couleur locale') kan de binding met het centrum worden versterkt.

Daarnaast moet actief omgegaan worden met de daling van het winkel aanbod. Er zijn dan twee hoofdopties (zie bijgaande figuur): verkleining van het centrum of verbreding van het functiepalet. Ook niet-winkelfuncties (horeca, cultuur) kunnen van grote toegevoegde waarde zijn

als publiekstrekker in centra en bieden inwoners een extra motief om het centrum te bezoeken. Ook wordt hierdoor de ontmoetingsfunctie van het centrum versterkt. Belangrijk hierbij is een goed samenspel van publieksgerichte voorzieningen in een goede ruimtelijke ambiance.



Afbeelding 2.3 Strategie winkelgebieden (bron: DTNP)

2

TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Strategische keuzen

Voor de centra is het belangrijk dat strategische keuzen worden gemaakt in de functie en positie, het (haalbare) verzorgingsgebied en de ruimtelijke kwaliteit die daarbij past. Keuzen die niet gericht zijn op blauwdruk-plannen maar die een duidelijke koers aangeven voor het ontwikkelingsperspectief van het centrum. Op basis van heldere kaders kunnen alle partijen hun inzet bepalen en een gezamenlijk proces ingaan om de kwaliteit van het centrum te versterken. Basis hierbij is de samenwerking en gezamenlijke actie van gemeenten, centrummanagement, ondernemers, vastgoedeigenaren, inwoners en bewoners van het centrum.



In dit hoofdstuk worden de trends vertaald naar Oss en is ingezoomd op de Osse situatie. Welke ontwikkelingen spelen een belangrijke rol in Oss en met welke specifieke uitgangspunten moet er rekening gehouden worden? Duidelijk is dat een koerswijziging noodzakelijk is om het centrum aantrekkelijk, levendig en toekomstbestendig te houden. De vanzelfsprekende groei-ambitie uit het verleden maakt plaats voor het denken over een centrum dat past bij Oss, bij de identiteit, DNA en behoeftes van Oss en haar bezoekers. Passend bij ontwikkelingen in detailhandel, horeca, kantoren en wonen. Passend bij de uitdagingen waarvoor middelgrote steden staan.

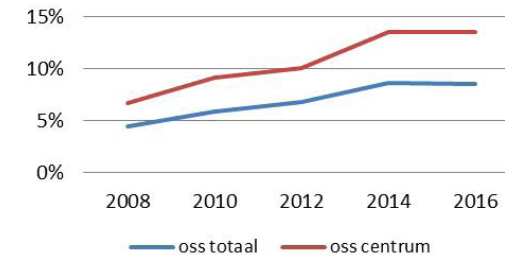
3.1 Ontwikkelingen in het centrum van Oss

De voorgaande ontwikkelingen zijn ook herkenbaar in Oss. De verminderde behoefte aan kantoren leidt tot een bijstelling van de plannen voor uitbreiding van de kantorenzones langs de Raadhuislaan en in de Spoorzone. Voor de Raadhuislaan is al een nieuwe visie opgesteld, Oss Avenue. Ontwikkeling van de Spoorzone is afhankelijk van de behoefte op de langere termijn, mede in relatie tot de mogelijkheden in de Talentencampus. Voor de korte termijn worden meerdere bestaande kantoren (groot en klein) herontwikkeld, voornamelijk voor wonen.

Het aantal winkels neemt gestaag af en de leegstand neemt toe. In het centrum is dit sterker, omdat daar de meeste winkels zijn¹. De omvang van de leegstand (het totale vloeroppervlak) is fors toegenomen. Zichtbaar is het effect van de recente leegstand van het V&D-pand met een winkeloppervlak van 4.000m². De omvang van de totale leegstand is daardoor opgelopen tot bijna 12.000m² in 59 panden in het centrum en de directe omgeving (inclusief aanloopstraten Berghemseweg, Molenstraat, Kruisstraat en spoorzone). In het huidige cen-

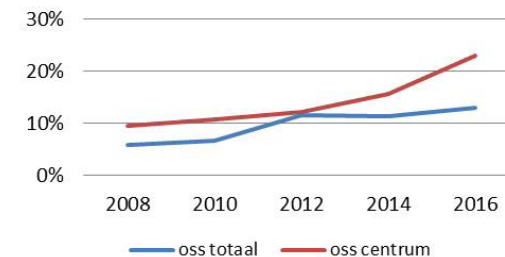
leegstand panden Oss,

bron Locatus



leegstand Oss, omvang m²

bron locatus



Afbeelding 3.1 Leegstand Oss (bron: Locatus)

trum-winkelgebied is de leegstand bijna 9.000 m² in 35 panden. Vooral in de zuidoost-flank van het winkelgebied neemt de leegstand toe (de Wal en omgeving, waaronder het V&D-pand).

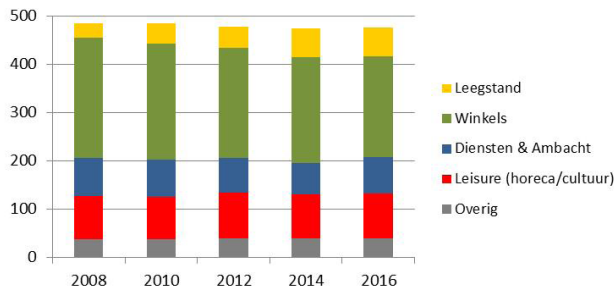
¹ De faillissementen en sluitingen van andere winkelketens in de eerste maanden van 2016 zijn nog niet in de cijfers opgenomen (onder andere Scapino, Aktiesport, Perry, Dixons, Arons Muziekhuis).

3 DE OSSE KOERS

Bijgaande grafiek geeft de ontwikkeling van de leegstand in winkels in het centrumgebied van Oss weer². Opvallend is dat het aantal leegstaande panden in het centrum sinds 2014 niet is toegenomen tot 2016, hoewel het aantal winkels is afgenomen. Voor een deel zijn vrijkomende panden benut door nieuwe (dag) horeca en vooral dienstverlening, waaronder kappers en dergelijke. Winkels zijn vooral geconcentreerd in de kern van het centrum, met als belangrijkste winkelstraten: de Heuvel – Heuvelstraat – Walplein – Walstraat

Funcities centrum Oss, aantal panden

bron: Locatus



Afbeelding 3.2 Ontwikkeling functies centrum Oss (bron: Locatus)

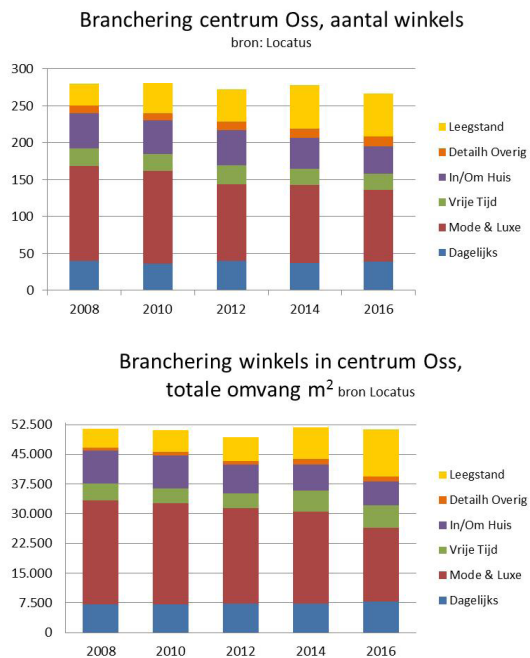
2 Gebiedsindeling centrum volgens Locatus (deze komt ongeveer overeen met het centrumgebied volgens de Visie Dynamisch Stadscentrum 2010, inclusief de zone ten oosten van de Oostwal)



Afbeelding 3.3 Funcities Centrum Oss 2016 (bron: Locatus)

(gedeeltelijk). Hier zijn ook de meeste winkelketens gevestigd. Ondersteunende horeca en diensten & ambacht liggen meer in de randen, met een concentratie van de uitgangshoreca rond de Heuvel en de Eikenboomgaard. Cultuurfuncties zijn er nauwelijks in het kerngebied en liggen vooral aan de centrumrand (Groene Engel, K26) en de wijdere omgeving (museum, cultuurcluster aan de Raadhuislaan, Volksuniversiteit).

Het type winkelaanbod (branches) in het centrum van Oss kwam in 2014 overeen met het aanbod in centra van steden met een vergelijkbaar inwonertal. Zichtbaar is de daling van zowel het aantal winkels als de omvang (winkelvloeroppervlak). Sinds 2008 zijn er ongeveer 50 winkels minder in het centrum. De afname is hoofdzakelijk in winkels in de sector mode & luxe (kleding, schoenen, luxe artikelen).



Afbeelding 3.4 Ontwikkeling branchering centrum Oss (bron: Locatus)

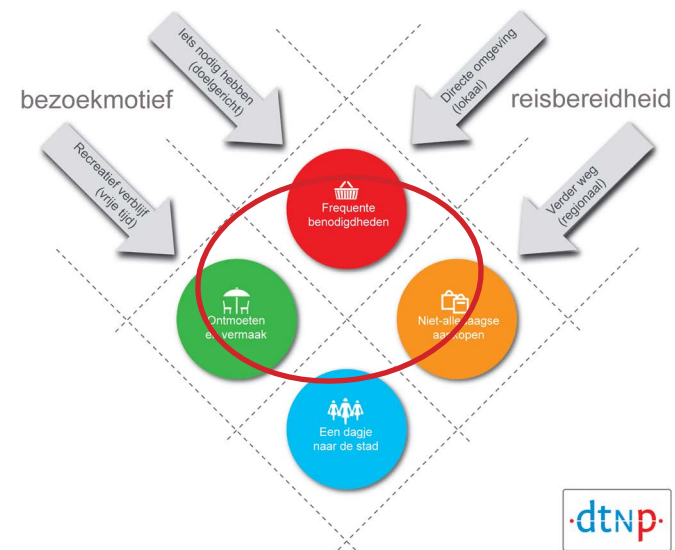
De verwachting is dat de daling van het aantal winkels en het winkelvloeroppervlak ook in Oss zal doorzetten. De behoefte aan winkelruimte neemt nog af en de ontwikkelingen in de winkelketens (faillissementen, gedeeltelijke overnames en opschaling) is nog volop aan de gang. Door vergrijzing van het ondernemersbestand zullen er de

komende tijd ook meerdere ondernemers hun bedrijf overdragen of sluiten. Hoewel er ook kansen zijn voor nieuwe ondernemingen, ook voor niet-winkels zoals horeca en dienstverlening, zal het aantal vrijkomende panden nog toenemen. Zonder actieve inzet en bijstelling van de koers voor het centrum zullen er 'gaten vallen', ook in de centrale delen in het centrum, waar vooral de filialen van de winkelketens zitten. Dit heeft een negatieve weerslag op de sfeer voor bezoekers en de investeringsbereidheid van ondernemers.

De bezoekers van het centrum

Zoals aangegeven in hoofdstuk 2 is het voor de kansen van een winkelgebied belangrijk om het bezoekersmotief van de consumenten in het verzorgingsgebied te kennen (waarom kiest de consument om hier te komen?), te weten waar de consumenten echt vandaan komen (wat is het reële verzorgingsbereik) en daarop in te spelen.

In bijgaand model³ is met een rode cirkel de positie van het centrum van Oss aangegeven. Het overgrote deel van de bezoekers komt van dichtbij: uit de stad Oss en de directe omliggende kernen⁴. In totaal bezoekt ruim 63% van deze subregio met een omvang van circa 130.000 inwoners regelmatig het centrum van Oss.



Afbeelding 3.5 Functie en positie centrumgebied Oss (bron: DTNP)

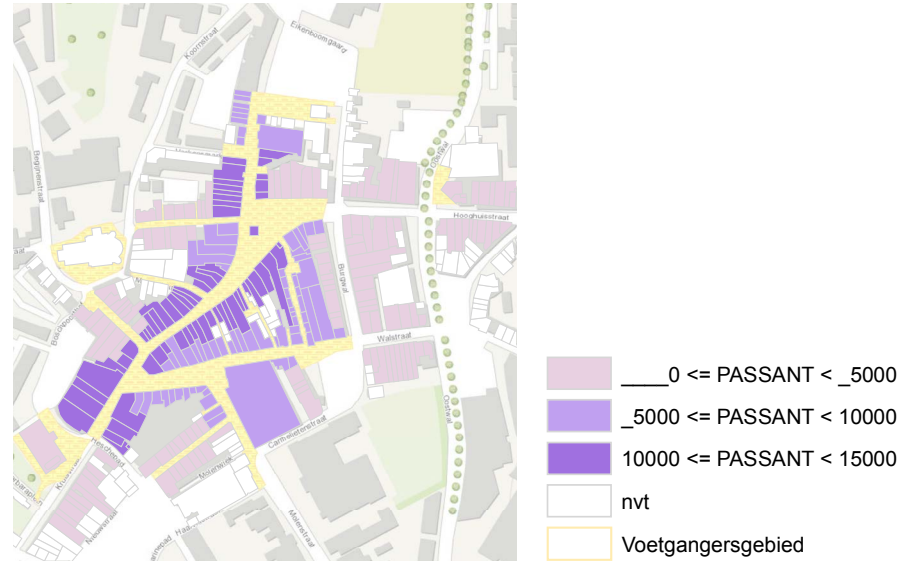
³ Model voor de functie en positie van centrumgebieden o.b.v. consumentengedrag basis: DTNP
⁴ Consumentenonderzoek BRO 2014; Onderzoek middelgrote centra DTNP 2014

3

DE OSSE KOERS

Het aantal bezoekers van het kernwinkelgebied daalt de laatste jaren. In 2014 waren er gemiddeld 90.000 bezoekers per week, in 2016 ongeveer 85.000. Wel zijn de bezoekers trouw aan Oss, 80% van de inwoners uit de kernen Oss en Berghem gaat vooral naar het centrum voor de niet-dagelijkse aankopen. Naast Oss worden ook omliggende winkelcentra bezocht, waaronder 's-Hertogenbosch, Uden, Nijmegen en in mindere mate Eindhoven.

Uit onderzoek van DTNP (2014) blijkt dat het merendeel van de bezoekers het centrum van Oss doelgericht bezoekt (75%). De gemiddelde duur van een bezoek is voor de helft van de bezoekers minder dan één uur. Vaak wordt er naast de doel-aankoop nog andere winkels bezocht, met een gemiddelde van 2 tot 3 winkels (combinatiebezoek).



Afbeelding 3.6 Passantenstromen centrum Oss (bron: Locatus)

De meeste bezoekers lopen over de Heuvel- Heuvelstraat en het Walplein. Ongeveer 30% van de bezoekers maakt min of meer een 'winkelrondje' via een van de passages of de Burgwal. Het merendeel van de bezoekers loopt echter heen en weer vanaf de (fiets)-parkeerplaatsen naar de hoofdstraten.

Het consumentenonderzoek (BRO, 2014) geeft aan dat nabijheid een belangrijke reden is om het centrum van Oss te bezoeken. Niet slechts voor winkels. Vooral de horeca en evenementen worden positief gewaardeerd. Dit blijkt ook uit de toename van de bezoekersaantallen bij evenementen.

3 DE OSSE KOERS

3.2 Bijstelling koers Oss

De inzet voor het centrumgebied van Oss was tot nu toe gericht op vergroting van de regionale verzorgingsfunctie door de recreatieve functie te versterken. Enerzijds door uitbreiding van het winkelaanbod en anderzijds door verbreding van het aanbod aan voorzieningen in het centrum (meer cultuur en leisure). Het centrumgebied is vergroot door, naast het klassieke winkelgebied, ook de ontwikkeling van stedelijke functies in een groter gebied te versterken en uit te breiden. Het gaat dan om ontwikkelingen ten noorden van de Eikenboomgaard, het TBL-terrein, de Sheddaken, de Koornstraat, de Raadhuislaan en de Spoorzone.

Door de ontwikkelingen, vooral vanuit de economische crisis en de verminderde ruimtebehoefte voor met name kantoren en detailhandel, moeten de groei-ambities worden bijgesteld. Daarbij verschuift de focus naar versterking, vernieuwing en herontwikkeling voor centrale publieksvoorzieningen binnen een compact en herkenbaar centrum. Uitgangspunt blijft een aantrekkelijk, vitaal en toekomstbestendig centrum, met een ruim en gevarieerd aanbod van voorzieningen in een aantrekkelijke ruimtelijke setting. Uitnodigend voor de bezoeker uit Oss en de directe omgeving, een vitaal werkgebied voor veel mensen (ruim 2200 mensen in 2016) en uitnodigend voor investeringen van bestaande en nieuwe ondernemingen en vastgoedpartijen.

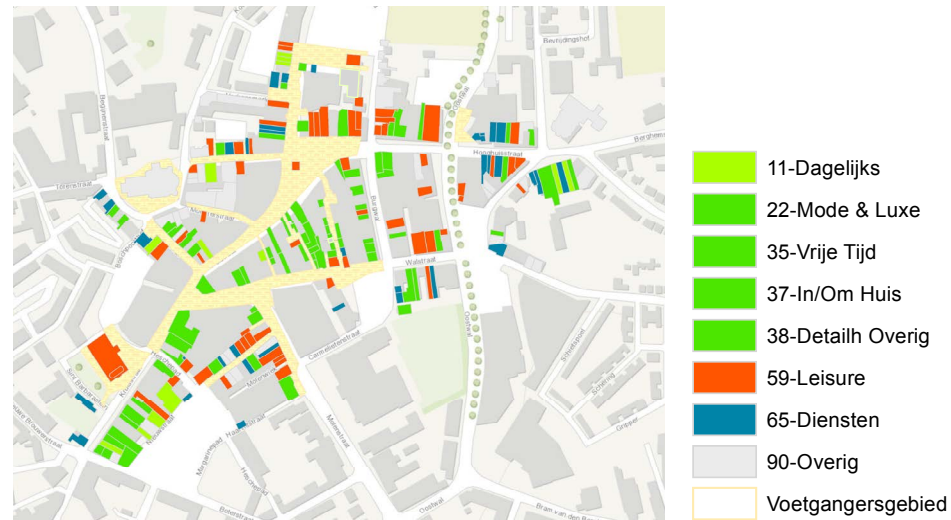
Bij de nieuwe koers wordt ingezet op:

- *Het aanspreken van de identiteit voor de eigen gemeenschap, de 'couleur locale' van Oss*

Het centrum van Oss wordt vooral bezocht door mensen uit de eigen gemeente en de directe omgeving. Door in te zetten op een duidelijke authentieke en 'eigen' identiteit kan de binding worden versterkt: het centrum als huiskamer voor de Osse gemeenschap. Een centrale plek om van alles te doen en elkaar te ontmoeten. Maar ook: een levendige plek die als eigen wordt beschouwd, waar men graag naar toe gaat en trots op kan zijn. Door een onderscheidende kwaliteit te creëren, zowel in activiteiten en functies als ook een ruimtelijke kwaliteit met een eigen sfeer. Een veelheid van vernieuwende en gastvrije ondernemers draagt bij aan een stukje extra kleur en onderscheidenheid. Van "place to buy" naar "place to be & to meet". Maar dan wel op z'n Ossisch!

Een voorbeeld: voor winkeliers ligt de uitdaging om hun concepten te vernieuwen, in antwoord op de ontwikkelingen van internet en de technologische vernieuwingen. Een belangrijk onderscheidend aspect voor winkels en andere publieksvoorzieningen blijft daarbij het bieden van de persoonlijke aandacht, sfeer en beleving voor klanten. Ook in het

straatbeeld werkt een eigen stijl en beleving verrassend en attractief. In de kern van het centrum (Heuvel-Heuvelstraat-Walplein-deel Walstraat) domineren nu nog te veel de landelijke winkelketens. Meer zelfstandige ondernemers in de pit geven kleur en sfeer. Een stukje Osse kleur, zoals ook nu al in de aanloopstraten zichtbaar is.



Afbeelding 3.7 Zelfstandige ondernemers (bron: Locatus 2016)

- *Het versterken van de levendigheid en de ontmoetingsfunctie van het centrum door het verbreden van het aanbod van publieksvoorzieningen gericht op ontmoeten, verrassing en sfeer*

Een te sterke focus op het winkelaanbod biedt onvoldoende mogelijkheden om op de lange termijn als volwaardig centrum te blijven functioneren. Het winkelaanbod zal hoe dan ook gaan afnemen. Het streven naar een breder palet aan voorzieningen kan juist de Osse inwoners aanspreken en bezoekersstromen bundelen. Niet-winkelfuncties zoals horeca, cultuur (bibliotheek/stadsarchief, bioscoop), publieksgerichte diensten (waaronder maatschappelijke voorzieningen) en evenementen zijn van grote waarde als publiekstrekkingen in centra. Deze functies kunnen behoorlijke bezoekersaantallen op de been brengen en bieden

bewoners een extra motief om het centrum te bezoeken. Tegelijkertijd kunnen deze functies elkaar versterken door combinatie-bezoek (als ik er toch ben, ga ik ook even naar...). Samen met een divers aanbod van winkels en horeca, afgestemd op de Osse bezoeker, zorgt verbreding van de publieksfuncties ook voor een hogere belevingswaarde (levendigheid) en langere verblijfsduur in het centrum. Ook biedt het verbreden van functies mogelijkheden voor herontwikkeling van vrijkomende winkelruimten.

Ook wonen is een functie die past bij het Osse centrum en die bijdraagt aan de levendigheid en uitstraling. In de kern van het centrum past wonen op de verdieping (wonen boven winkels). In de randen van het centrum is wonen ook op de begane grond mogelijk.

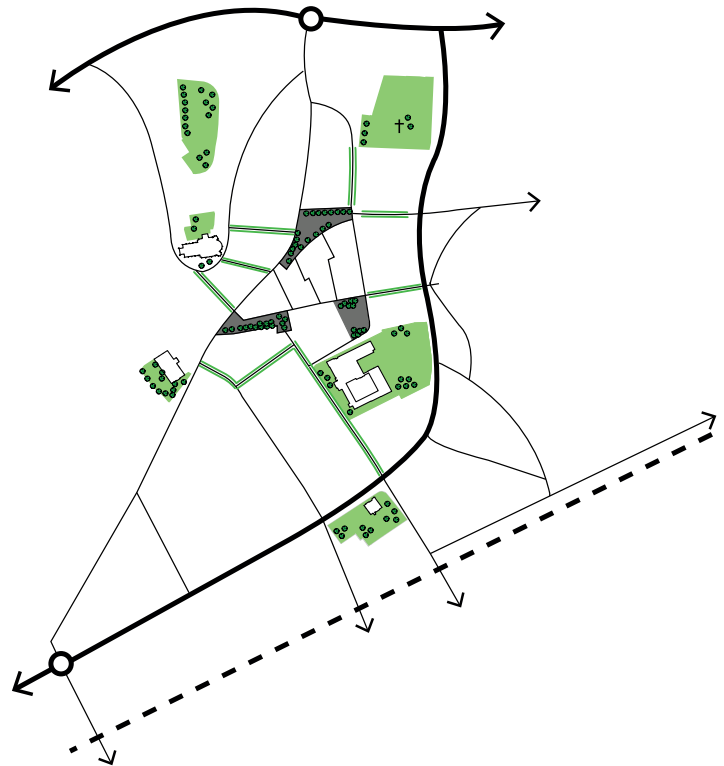
Belangrijk is een goed samenspel van functies in een goede ruimtelijke setting. De ruimtelijke setting draagt bij aan de sfeer en beleving. Het vormt in feite het "decor" van het centrum. Een aantrekkelijk decor, dus aantrekkelijke gevels en panden, dragen in positieve zin bij aan de sfeer. Onaantrekkelijke panden op cruciale locaties (goed zichtbaar vanuit de omgeving, meestal op hoeken gelegen), hebben daarentegen een negatief effect. Naast het decor is ook de inrichting van de openbare ruimte van belang. Er wordt ingezet op een eigen ruimtelijke karakteristiek van straten en pleinen. Meer groen in de stad verhoogt hierbij de sfeer en de belevingswaarde. In bijgaande afbeelding is dit verbeeld door bestaande groenvoorzieningen toegankelijk te maken (bijvoorbeeld sportveld TBL en Fraterstuin), aanloopstra-

3

DE OSSE KOERS

ten te vergroenen (bijvoorbeeld gevelbegroeiing) en elk plein een eigen, groene sfeer mee te geven die past bij de identiteit van het specifieke plein: Groene bomenrijen aan de randen op

de Heuvel. Een transparant bladerdak dat de intimiteit van het Walplein vergroot. Nog toe te voegen groen op de Wal dat aansluit bij de toekomstige functie van het plein.



Afbeelding 3.8 Potentie van groen in het Osse centrum

- *In een compact en herkenbaar centrum*

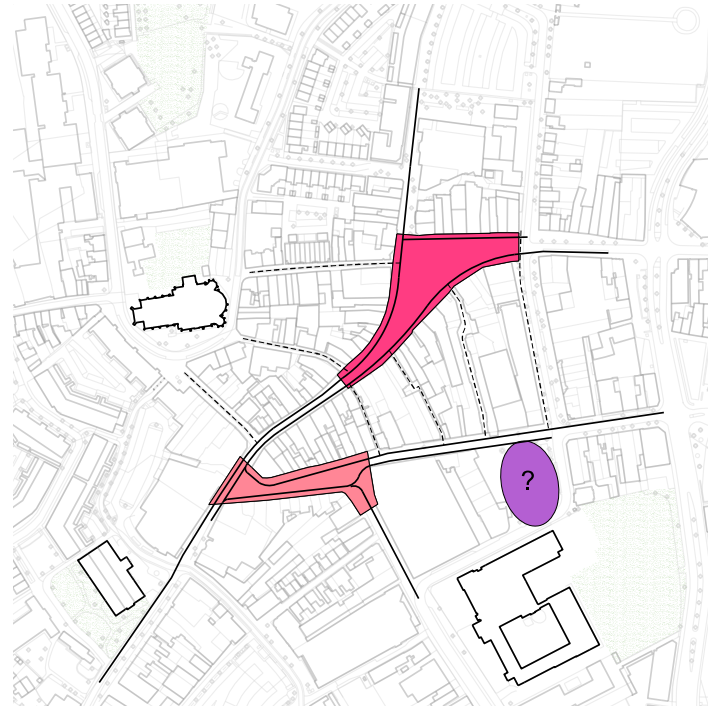
Het centrum van Oss waaiert breed uit, met veel aanloopstraten en grote parkeerpleinen. Doordat de behoefte aan winkelruimte afneemt dreigen er gaten te vallen. Zowel aan de randen als ook in de centrumkern. Verbreden van het aanbod van voorzieningen is een van de mogelijkheden om dit op te vangen. Het risico dreigt namelijk dat er een gatenkaas ontstaat en dat het centrum nergens voldoende krachtig en bruisend is. Of dat het centrum alleen in de randen bruist en bubbelt en in het hart doodstil is. Een centrum in de vorm van een donut. Belangrijk is om het centrum opnieuw onder de loep te nemen en te bepalen waar het centrumgebied geconcentreerd moet blijven. Welke delen zijn perspectiefrijk, voor welke functies en in welke delen van het centrum ligt een transformatieopgave? Dit vraagt om het maken van keuzes. En een strategie om deze keuzes te ver-

3 DE OSSE KOERS

wezenlijken. Terughoudendheid voor ontwikkelingen buiten het compacte centrum is hier onderdeel van. Evenals de keuze voor een centrum dat zich concentreert rondom de drie pleinen. Elk plein heeft een eigen herkenbaarheid. De Heuvel als evenementen en horecaplein, het Walplein als winkelplein (veel damesmode). De Wal heeft nog geen duidelijke herkenbaarheid maar zal deze wel moeten krijgen.

- *Met een goede bereikbaarheid, met name voor de fiets.*

Voor middelgrote centra is gemak en bereikbaarheid belangrijk. Dit vraagt om een heldere verkeerscirculatie en voldoende parkeergelegenheid. Bij het verbeteren van centrumgebieden ligt vaak een grote nadruk op de autobereikbaarheid. De bijdrage van de fietsbezoekers in de bezoekersstromen en de omzet moet echter niet onderschat worden. Het fietsgebruik is sinds 2010 met 18% toegenomen (BOVAG & RAI 2015). Onder andere de opkomst



Afbeelding 3.9 Een centrum dat zich concentreert rondom de drie pleinen.

van de e-bike speelt daarbij een belangrijke rol. De fiets wordt ook steeds meer gebruikt als vervoermiddel om centra te bezoeken. Dit geldt ook voor het centrum van Oss. Een groot deel van de bezoekers komt uit de directe omgeving.

3.3 Experiment hoe compact kan Oss worden?

In een theoretische studie is onderzocht hoe compact Oss kan worden. Waar ligt de grens en wat is nog acceptabel? Wanneer wordt de ondergrens van de kritische massa bereikt? Wanneer is er nog sprake van een maat en schaal die horen bij een stadscentrum met de verzorgingsfunctie van Oss? Waar wordt tegenaan gelopen bij het compacter worden?

In zes stappen is dit proces van compacter worden uitgewerkt. Bij elke stap wordt het centrum compacter, zowel het kernwinkelgebied (weergegeven in rood) als de centrum ondersteunende zone (weergegeven in roze). Er is bij elke stap gekeken naar de relatie met parkeren (weergegeven met P), naar de hoeveelheid en situering van strategische publiekstrekkers (weergegeven met gele sterren) en de flexibiliteit van de ruimtelijke structuur (weergegeven in vlakken en lijnen die van vorm en grootte veranderen). Er is bekeken hoe makkelijk de ruimtelijke structuur de veranderingen op kan vangen.

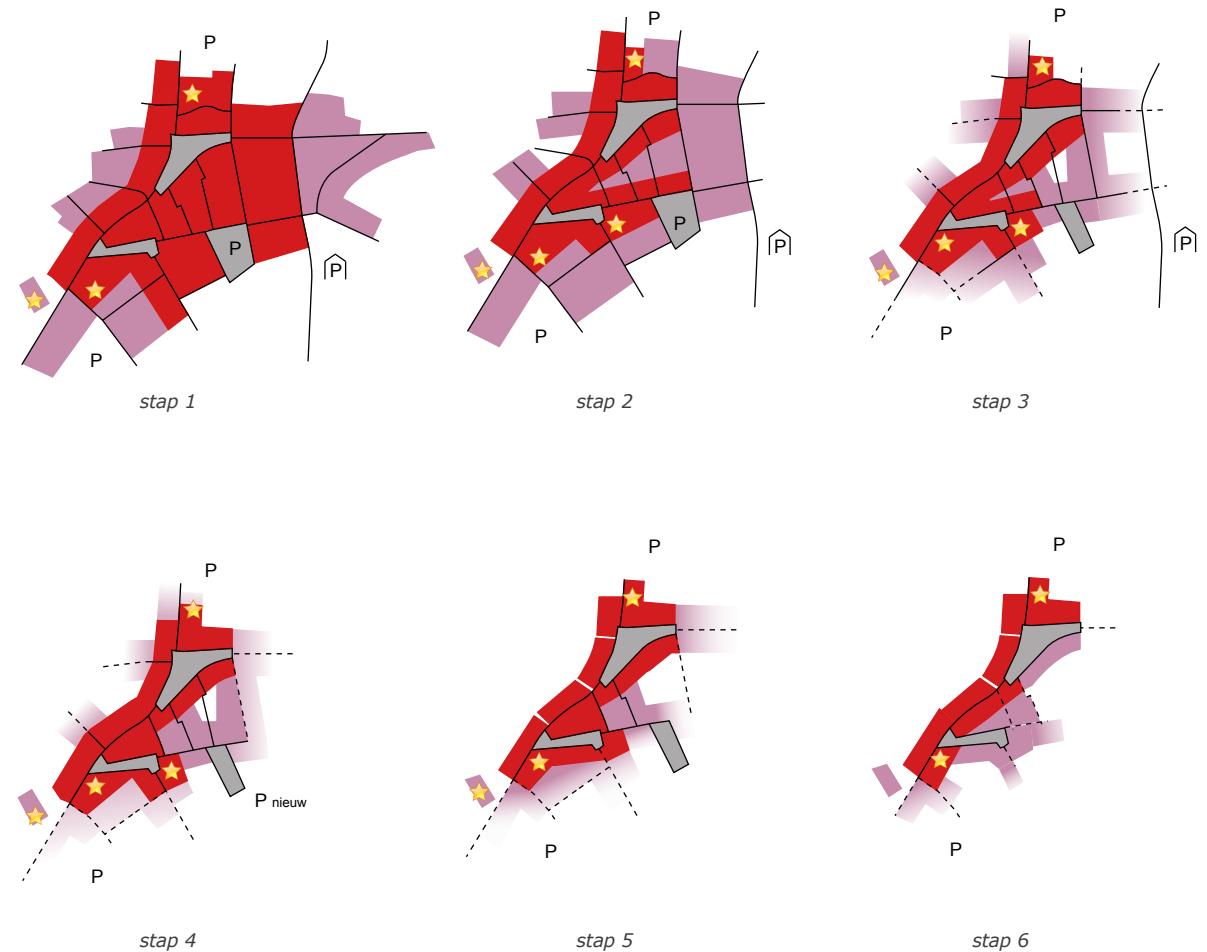
In de eerste stap is de huidige situatie weergegeven. Wat opvalt is een relatief groot kerngebied waarin de strategische publiekstrekkers ongeveer evenwichtig verdeeld zijn over het centrum. De V&D is namelijk weggevallен als publiekstrekker waardoor de kern van het centrum niet meer opgespannen is tussen drie polen. In de tweede stap is het kerngebied teruggebracht tot een haakvorm. Voor een deel is er afscheid genomen van het zuidoostelijk deel, maar er is wel weer publiekstrekker teruggebracht. De ruimtelijke transformatie die hierbij hoort kan grotendeels opgevangen worden in de bestaande structuur. Met uitzondering van de zuidkant van het centrum. Dit is geen organisch gegroeide structuur die flexibel kan meebewegen maar een geplande grootschalige structuur. Transformeren is dan lastig. Bij de derde stap wordt een verdere beweging gemaakt van buiten naar binnen. Het compacter worden aan de zuid- en oostzijde levert opnieuw een lastige transformatie op. Eén parkeerlocatie aan de oostzijde is dan voldoende. De andere delen van

het centrum schikken zich makkelijker naar de transformatie. Bij de vierde stap gaat de beweging van buiten naar binnen nog verder. De afstand tot parkeren wordt te groot en er zal een nieuw parkeerterrein moeten komen. Er is nog weinig centrumondersteunend gebied over. In de vijfde stap vervalt een publiekstrekker en de kern van het centrum heeft niet langer een krachtige L-vorm. Een groot deel van het centrum sterft af. In de zesde stap is de kern nog slechts een lijn. Je kunt heen en weer lopen langs één straat. De structuur is vergelijkbaar aan die van een dorp in de omgeving. De kritische ondergrens van het centrum is al ver overschreden.

3 DE OSSE KOERS

De lessen die getrokken kunnen worden uit deze studie zijn als volgt:

- Er zit een minimummaat aan het centrum van Oss (bij stap 3).
- Een krachtige L-vorm voor het kerngebied, voorzien van publiekstrekkingen op alle hoeken, is nodig voor een toekomstbestendig Oss. Dit is de 3-polenstructuur.
- Compact worden in een gebied dat organisch gevormd is gaat relatief makkelijk. Deze gebieden kunnen inkrimpen en uitdijen al naar gelang de behoefte.
- Bij niet organisch gevormde gebieden is dat lastiger en moet je herontwikkelen.
- Als gekozen wordt voor het laten vervallen van een parkeerterrein is het verstandiger om te kiezen voor de Wal. Deze keuze biedt meer flexibiliteit dan het vervallen van de Bergoss garage. Bij de keuze voor deze laatste kun je nooit meer terugkomen op je keuze. Bij de Wal is die ruimte er wel.



Afbeelding 3.10 Experiment hoe compact kan Oss worden?

3.4 De koers in beeld

In het drieluik hiernaast is de koerswijziging weergegeven.

Visie Dynamisch Stadscentrum (2010)

In de visie uit 2010 werd uitgegaan van een groot centrumgebied, bestaande uit samenhangende delen waarbinnen diverse stedelijke ontwikkelingen werden voorzien. Er werd uitgegaan van groei van zowel kantoren als detailhandel, zowel in aantal als in schaalgrootte. Het centrumgebied (in rood weergegeven) kon groeien en nieuwe impulsen in de vorm van publiekstrekkingen zijn toegevoegd. Er werd gedacht aan nieuwe detailhandel, cultuurfuncties en/of leisure (smaakmakers). Ook de ten noorden van de Eikenboomgaard, het TBL-terrein en Sheddakken, de Koornstraat, de Raadhuislaan en de Spoorzone, was ruimte voor nieuwe stedelijke ontwikkelingen.

Huidige situatie (2016)

De groei waarvan uitgegaan werd heeft niet plaatsgevonden. Er is juist leegstand opgetreden. Er is op dit moment geen sprake van een aaneengesloten gebied. Delen van het centrum drijven af. Met name aan de zuidoostzijde van het centrum is dit goed te zien. Ook ontstaan er midden in het centrum gaten. Er is geen aaneengesloten gebied meer. Bij de Raadhuislaan en Stationszone is de groei van kantoren eveneens omgeslagen en is er sprake van leegstand. Verder is goed te zien dat een belangrijke publiekstrekker in het centrum is weggevallen (V&D). En er is duidelijk te zien dat, op de Groene Engel na, alle smaakmakers buiten het centrum liggen. Er ligt meer energie buiten het centrum dan in het hart van het centrum.

Koers Stadshart Oss, toekomst

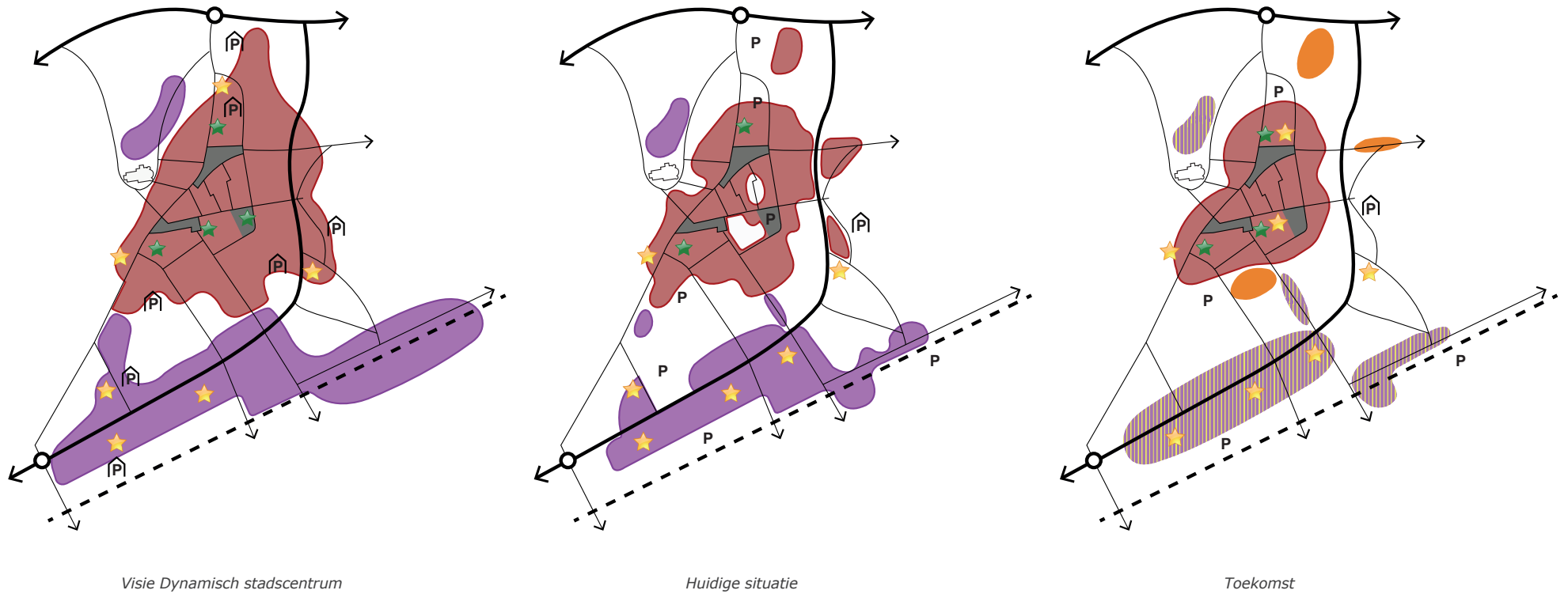
De koers die wordt voorgesteld is om niet meer te denken in groei maar aan een compacter centrum dat aaneengesloten is. Met publiekstrekkingen én smaakmakers erin. Dat betekent

dat er smaakmakers moeten worden ingeplaatst. Bijvoorbeeld vanaf de Raadhuislaan (cultuurfuncties) of de Lievekamplaan (leisure; bioscoop) of van buiten.

De Raadhuislaan en Spoorzone liggen op een korte afstand van het centrum. Deze gebieden transformeren naar gemengde gebieden waarbij de woonfunctie sterker naar voren komt. Een deel van de smaakmakers gaat naar het centrum. Het blijft echter een gemengd stedelijk gebied maar de verhoudingen tussen de functies komt anders te liggen. Het is overigens van belang om de smaakmakers die niet verplaatsen op een goede manier te verbinden met het centrum zodat er wisselwerking kan ontstaan. Het gaat dan bijvoorbeeld om een aantrekkelijke voetgangersverbinding.

De (buurt)boodschappen liggen rondom het centrum en zijn weergegeven in oranje. In deze gebieden ligt de nadruk op buurtboodschappen doen, niet op winkelen of ontmoeten.

3 DE OSSE KOERS



Afbeelding 3.11 De koers in beeld

BEKNOPTE MENUKAARTEN

Menukaart compact centrum

Voorgerecht De flexibele schil
Hoofdgerecht De pit
Dessert De omgeving



Menukaart meer verrassing en beleving

Voorgerecht Vernieuwend ondernemerschap
Hoofdgerecht Verbreding aanbod functies
Dessert Ruimtelijke uitstraling



Menukaart uitgesproken identiteit en authenticiteit

Voorgerecht Zelfstandig ondernemerschap
Hoofdgerecht Duidelijke eigen identiteit Oss
Dessert Onderscheidend vermogen



Menukaart parkeren en bereikbaarheid

Voorgerecht Fietsparkeren
Hoofdgerecht Gemak en comfort
Dessert Versterkende functie op De Wal



Menukaart revitalisering De Wal en omgeving

Voorgerecht Oostelijk deel Walstraat
Hoofdgerecht Herontwikkeling De Wal en omgeving
Dessert Galerij



4

OPGAVEN EN MENU'S

De Osse koers is er op gericht om een toekomstbestendig Stadshart Oss te houden. Een Stadshart dat compact is, vol verrassing en uitgesproken. Een Stadshart dat past bij Oss, bij de identiteit, DNA en behoeftes van Oss. Passend bij de ontwikkelingen in detailhandel, horeca, kantoren en wonen. Passend bij de uitdagingen waarvoor middelgrote steden staan.

Om dit te bereiken zal er samengewerkt moeten worden. Een samenwerking tussen verschillende partijen zoals gemeente, vastgoedeigenaren, ondernemers, initiatiefnemers, ontwikkelaars, culturele instellingen, bewoners en bezoekers. Dit vraagt om een samenwerkingsproces waarin krachten gebundeld worden. De exacte uitkomst is van te voren niet te bepalen. Er is geen blauwdruk van hoe het precies moet worden en hoe het er precies uit komt te zien. Maar de koers, de hoofdrichting is wel aan te geven.

De koers is vertaald in de vijf belangrijkste opgaven voor het Osse centrum. Om dit te beschrijven is gekozen voor de vorm van menukaarten. Elke opgave vormt een menu bestaande uit voor-, hoofd- en nagerechten. Het hoofdgerecht is het belangrijkste onderdeel van het menu. Hier wordt de meeste energie op gezet. Het voorgerecht is de appetizer; het sluit perfect aan op het hoofdgerecht. Het dessert beschouwen we als een toetje; een extra toevoeging die voor verrassing moet zorgen.

De gerechten worden gemaakt met verschillende ingrediënten. Het gerecht smaakt natuurlijk pas zoals het bedoeld is als alle ingrediënten in het gerecht aanwezig zijn. Omdat het doel is om de gerechten op smaak te serveren, zijn al deze ingrediënten nodig in het centrum. Uiteindelijk moeten de bezoekers van het centrum, de inwoners van Oss, ondernemers en vastgoedeigenaren de gerechten met smaak opeten. Hierbij is goed kookgerei noodzakelijk. Het kookgerei staat synoniem voor de instrumenten die het oplossen van de opgaven mogelijk maken. Voorbeelden van dit kookgerei lopen uiteen van actieve partijen in het centrum die aan de slag gaan, tot beleid en omgevingsplannen en herstructurering.

Opgave 1: Een compact centrum

Het doel van deze opgave is een herkenbaar en aaneengesloten centrumgebied, met een hoge concentratie detailhandel, ontmoeting, cultuur en leisure. De nadruk ligt hierbij op de pit van het centrum. De pit en de flexibele schil vormen samen het centrum. Het centrumgebied zal compacter worden. In de flexibele schil rond de pit is ruimte voor ondersteunende centrumfuncties en transformatie.

Uitgangspunten stimuleren compact centrum:

- Concentreren winkels en ontmoeting in een compact gebied
- Belangrijk is focus op de pit. Als de kern niet functioneert, functioneert het hele centrum niet
- Contour definiëren van het compacte gebied
- Voorkomen lege plekken in centrumwand

- Kiezen voor perspectiefrijke delen van centrum, in perspectiefarme delen transformeren
- Herplaatsing en inplaatsing van verspreid gelegen winkels (of zelfs opheffen van perspectiefarme winkelstrips)
- Verbreding van aanbod (zie opgave 2)

Inzoomen op Oss. Wat kom je tegen, wat zijn de complicaties:

- Kleine pit en naar verhouding veel aanloop-, aanhecht-, en zwerfgebied
- Pit bestaat uit L-vorm (Heuvel, Heuvelstraat, Walplein, gedeelte Walstraat) en is opgespannen tussen drie zwaartepunten waarvan er nu één is omgevallen (V&D)
- Gebied De Wal en omgeving is niet organisch gegroeid en inflexibel. Het is gemaakt voor groei en niet voor krimp. Het sluit onvoldoende aan bij de benodigde toekomstige structuur. Stevige (steden)bouwkundige ingrepen zijn noodzakelijk.

Compact Oss

- De pit en de flexibele schil vormen samen het centrum
- De pit (rood) is een 'L-vorm' met een aaneengesloten centrumwand. In de pit zetten we meer energie op invulling met detailhandel en ondersteunende horeca.
- De flexibele schil (roze). In dit gebied vooral centrumondersteunende functies en ruimte voor flexibiliteit en transformatie. Wonen op de begane grond is een van de mogelijkheden. Bij deze transformaties is er onderscheid tussen verschillende straten. We zetten hierbij alleen energie op de aanhechtpunten op de pit.
- De omgeving van het centrum (blauw). Dit zijn ook "rijkere" gebieden, maar geen centrum. Er liggen enkele publiekstreckende functies in dit gebied. De kunst is om deze "smaakmakers" te verplaatsen naar het centrum of, als dat niet mogelijk is, om ze te verbinden met het centrum. Zo kan er wisselwerking ontstaan tussen de publiekstreckende functie en het centrum.

Afbeelding 4.2 Pit, flexibele schil en omgeving van centrum



MENUKAART COMPACT CENTRUM

De ingrediënten voor het hoofdgerecht, de pit, zijn als volgt:

- Iedereen werkt aan dezelfde pit. De gemeente wijst het gebied van de pit aan. Dit scheidt duidelijkheid voor alle betrokken partijen in het centrum.
- Zorgen voor een aaneengesloten centrumwand door proactieve inzet en monitoring van de pit door makelpunt; dit punt is de verbindende schakel naar vastgoedeigenaren, ondernemers en ketens.
- Nieuwe publiekstreckende functies met oriëntatie op Walplein en Walstraat is noodzakelijk. Om dit te bereiken is een actief samenspel van vastgoedeigenaar, ondernemers en andere geïnteresseerde partijen (leisure, cultuur) en gemeente noodzakelijk. Gemeente kan faciliteren, partijen verbinden en ondersteunen bij bijvoorbeeld het vestigen van een cultuurfunctie in het centrum.
- Een flexibele ruimtelijke structuur is nodig om toekomstbestendig te worden. Dit kan bijvoorbeeld door een meer organische structuur te creëren die indien nodig kan krimpen en groeien.



De ingrediënten voor het voorgerecht, de flexibele schil, zijn als volgt:

- Kleiner en gevarieerder voorgerecht: het centrum houdt op bij de Burgwal. Gebied ten oosten daarvan hoort niet tot de kern van het centrum. Actief inzetten op verplaatsing van functies uit dit gebied naar de pit en op andere ontwikkelingen in deze gebieden.
- Voor de straten in het roze gebied (de flexibele schil) geldt dat de inzet van de gemeente zich richt op de aanhechting van de straten aan de pit. Deze moet goed zijn. Het verdere succes in deze straten is aan de betreffende vastgoedeigenaren en ondernemers. Deze straten kunnen organisch krimpen en uitzetten. We maken uitzonderingen als het gaat om behoud van bijvoorbeeld beeldbepalende of cultuurhistorisch waardevolle panden.

De ingrediënten voor het dessert, de omgeving, is als volgt:

- Verplaatsen "smaakmakers" naar het centrum. Voorbeelden zijn o.a. bibliotheek, theater, bioscoop en museum.
- Als dit niet mogelijk is, is een aantrekkelijke (loop)verbinding tussen "smaakmakers" en centrum nodig.
- Niet faciliteren van ontwikkelingen in de omgeving die concurreren met centrum. Alleen ruimte geven aan ontwikkelingen die de centrumfunctie ondersteunen. In bestemmingsplannen en ruimtelijk beleid kan hier rekening mee worden gehouden.

Opgave 2: Meer verrassing en beleving

Het doel van deze opgave is om de ontmoetingsfunctie van het centrum te versterken en meer verrassing en beleving aan het centrum van Oss toe te voegen. Een verbreding in diversiteit aan functies zorgt hiervoor. Ook evenementen dragen bij aan ontmoeting in het centrum. Uiteindelijk moet het centrum van Oss meer een place to meet en place to be worden, een plek waar bezoekers graag en vaak willen zijn omdat er van alles te doen is.

Uitgangspunten verrassing en beleving

- Samenbundelen van publieksaantrekkende functies en activiteiten
- Verbreden diversiteit in functieaanbod in het centrum, bijvoorbeeld toevoegen cultuur
- Meer ruimte voor evenementen en acties over het gehele centrum verspreid
- Vernieuwingsslag en behoefte aan diversiteit in detailhandel faciliteren
- Vergroten woonfunctie in het centrum: in de pit boven winkels, in de schil ook op begane grond
- Verbeteren ruimtelijke uitstraling
- Van place to buy, naar place to meet en place to be

Afbeelding 4.3 Publiekstrekkingen in het centrum



Oss; wat kom je tegen:

- Aanbod bestaat vrijwel alleen uit detailhandel en horeca, de nadruk ligt op place to buy
- Veel aanbod in middensegment detailhandel
- Toename winkelondersteunende horeca; uitgaanshoreca stagneert
- Nauwelijks cultuur en leisure in het centrum, wel in de wijdere omgeving
- Bezoekers komen vooral uit Oss en de omliggende kernen
- Er is sprake van doelgericht winkelen met een korte verblijfsduur
- Op enkele plaatsen is de ruimtelijke uitstraling slecht
- Weinig vernieuwing in detailhandel, met name bij winkelketens
- Weinig groen en water in het centrum

MENUKAART MEER VERRASSING EN BELEVING



De ingrediënten voor het hoofdgerecht, verbreding aanbod functies, zijn als volgt:

- Het centrum van Oss is de 'huiskamer' van de gemeente. Hier komen verschillende functies en activiteiten samen. Voor alle doelgroepen is er iets te doen, in een gebied waar het aangenaam verblijven is (place to be) en waar ontmoeten voorop staat (place to meet). Via verplaatsing of acquisitie kan het huidige aanbod worden aangevuld met functies en activiteiten die bijdragen aan ontmoeten, verrassing en beleving in het centrum (cultuur en leisure).
- Een voorbeeld van een mogelijke cultuurfunctie voor het Osse centrum is de bibliotheek/stadsarchief. De verplaatsing van de bibliotheek leidt tot een toename in combinatiebezoek. In het centrum kan een bibliotheek haar activiteiten verbreden en combineren met andere centrumfuncties. Andere voorbeelden zijn de Muzelinck, Lievekamp, museum en bioscoop.
- Faciliteren en stimuleren van evenementen en activiteiten in het centrum. Hierbij speelt (stads)marketing en communicatie een belangrijke rol. Dit moet via één kanaal lopen, zodat er duidelijkheid is voor consument én ondernemer. Stadshart Oss houdt zich hiermee bezig.
- Verbeteren van de wisselwerking tussen de weekmarkt en het centrumbezoek (compacte markt, in directe aansluiting op de pit van het centrum).
- Handhaven van de concentratie van uitgaanshoreca aan de Heuvel en Eikenboomgaard.
- Stimuleren wonen in het centrum. Wonen voegt veel toe aan de levendigheid van het centrum en is een belangrijke functie bij transformatie of herontwikkeling. In de pit is wonen op de verdieping mogelijk, in de flexibele schil ook op de begane grond.



De ingrediënten voor het voorgerecht, vernieuwend ondernemerschap, zijn als volgt:

- Stimuleren en ondersteunen van vernieuwend ondernemerschap. Bijvoorbeeld door actieve kennisuitwisseling en faciliteren conceptvernieuwing. Bijvoorbeeld door een flexibele houding qua regelgeving bij blurring en functiemenging.
- Voortzetting en uitbouwen van de samenwerking van alle partijen in het centrum in het project Stadshart Oss
- Ondersteunen van starters en stoppers. Een makelpunt kan hierop inspelen.
- Inzetten op meer diversiteit in aanbod detailhandel. Er vindt een verschuiving plaats van het middensegment naar winkels met een uniek of juist een goedkoop aanbod. Dergelijke winkels moeten een plaats krijgen in de pit van het Osse centrum.



De ingrediënten voor het dessert, de ruimtelijke uitstraling, zijn als volgt:

- Stimuleren van vastgoedeigenaren en ondernemers om de ruimtelijke kwaliteit van panden te verbeteren. Bijvoorbeeld door het Gevelproject, waarbij de gemeente Oss een stimuleringsbijdrage levert aan de ontwerpkosten en verwijdering van luifels.
- De Taskforce centrum heeft via verschillende projecten een start gemaakt met een verbetering van de ruimtelijke uitstraling, onder andere in de openbare ruimte. Voorbeelden zijn het Gengske, de Peperstraat, voetgangersbewegwijzering, en verlichting van de kerk.
- In de schil van het centrum meer groen aanbrengen ter versterking van de beleving. Dit kan variëren van het aanleggen van geveltuinen tot parkachtige elementen. Ook kan bestaand groen toegankelijk gemaakt worden, zoals sportveld TBL en het Fraterspark.
- Faciliteren van een aantrekkelijk woon- en leefklimaat in het centrum. Voorbeelden zijn het aanleggen van meer speelgelegenheden voor kinderen en bankjes voor ouderen.

Opgave 3: Uitgesproken identiteit en authenticiteit

Het doel van deze opgave is om het centrum een eigen en meer uitgesproken Osse identiteit te geven, een couleur locale. Door het aanbod van voorzieningen en de sfeer in het centrum meer af te stemmen op de bezoekers uit Oss wordt het centrum meer eigen: een centrale plek van de eigen gemeenschap waar van alles te doen is, waar men graag naar toe gaat en waar men trots op is. Een eigen identiteit waarmee het Osse centrum zich onderscheidt van de omliggende centra en die de binding met de Osse bezoekers versterkt. Vooral de inzet van lokale en zelfstandige ondernemers draagt hieraan bij.

Identiteit

De volgende stappen zijn belangrijk voor een eigen sfeer en identiteit:

- Ken je klant, weet waarvoor de bezoeker naar het Osse centrum komt
- Aanbod centrum passend bij rol in de regio
- Versterken identiteit en sfeer, in aanbod en ruimtelijke uitstraling
- Trots zijn op de stad en de regio
- Belang lokale en zelfstandige ondernemers
- Samenwerking van de ondernemers voor 'het merk Oss', de couleur locale

Oss, wat kom je tegen:

- Veel lokale ondernemers in flexibele schil, minder in de pit
- Groot aandeel winkelketens in de pit, weinig onderscheidend straatbeeld
- Geen eenduidige identiteit van Oss
- Geen gezamenlijke trots op Oss, de Ossenaar is te bescheiden
- Steeds meer samenwerking en inzet van ondernemers en gemeente om de sfeer en beleving in het centrum te versterken (evenementen, centrummanagement, Taskforce centrum Oss, project Stadshart Oss)

Afbeelding 4.4 De identiteit van Oss uitgewerkt in Osse iconen (ontwerp van Hoogstede ontwerpt).



MENUKAART UITGESPROKEN IDENTITEIT EN AUTHENTICITEIT

De ingrediënten voor het hoofdgerecht, een duidelijke eigen identiteit van Oss, zijn als volgt:

- Inzetten op een verzorgingsfunctie voor de eigen gemeenschap, waarbij het centrum dient als winkelcentrum en ontmoetingsplaats. Het aanbod aan winkels en voorzieningen hierop afstemmen. Niet langer inzetten op een bovenregionale verzorgingsfunctie met een zeer uitgebreid aanbod aan winkels.
- Het centrum moet meer de huiskamer van de inwoners van Oss worden. Oss is toegankelijk en sociaal. Faciliteren van activiteiten voor en door Ossenaars. Een voorbeeld is het organiseren van een evenement door inwoners. Een heldere identiteit van Oss ontwikkelen en uitdragen. Een centraal punt voor stadsmarketing- en communicatie zorgt ervoor dat Oss herkenbaar is voor bezoekers, ondernemers en inwoners. Onder andere Stadshart Oss heeft hierin een grote rol.
- Het centrum van Oss is een gezamenlijke 'onderneming'. Ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente hebben een gezamenlijk doel en werken intensief samen. De Taskforce heeft hierin een grote rol.



De ingrediënten voor het voorgerecht, zelfstandig ondernemerschap, zijn als volgt:

- Meer karakter en variatie in de pit door een mix van lokale ondernemers en landelijke ketens. Dit zorgt voor afwisseling en meer eigen couleur in het straatbeeld. Zelfstandige ondernemers met lokale kennis spelen in op behoefte aan sfeer en beleving bij de consument.
- Een aanbod aan winkels en activiteiten dat past bij de identiteit van Oss. Ook hierbij ligt een rol voor een makelpunt of centrummanager.

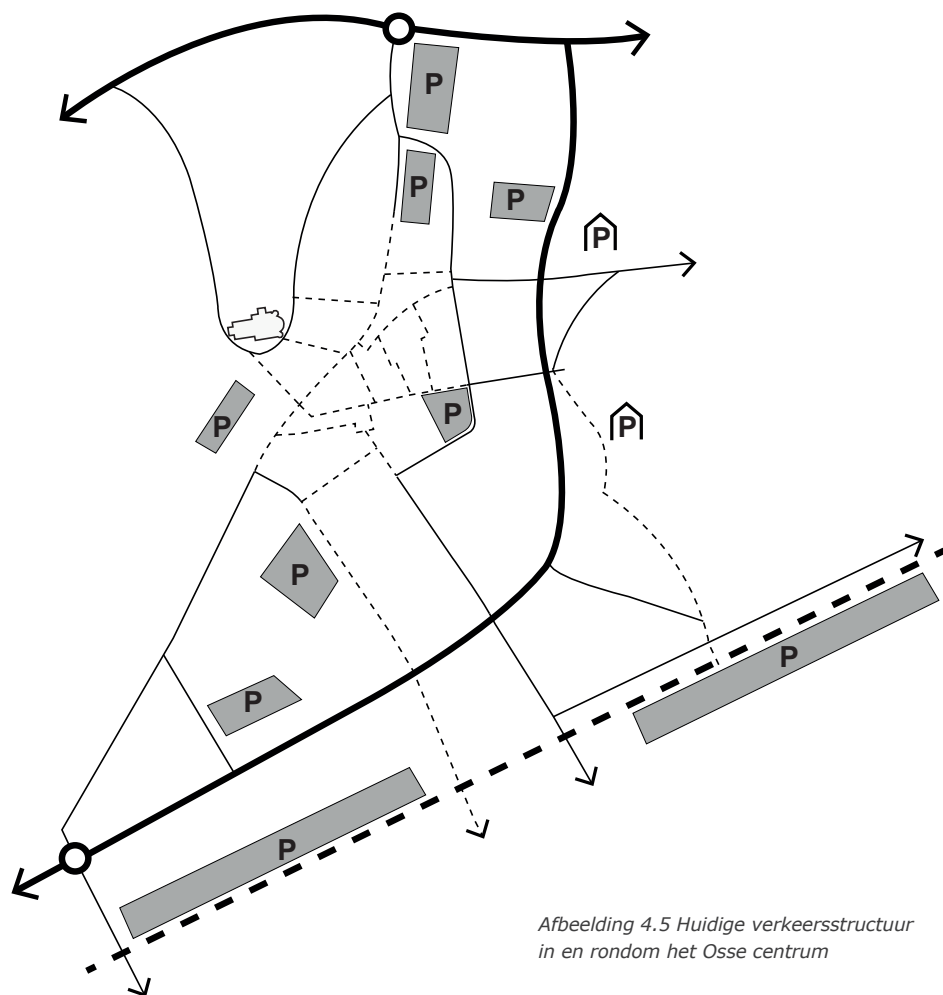


De ingrediënten voor het dessert, onderscheidend vermogen, zijn als volgt:

- Oss profileert zich door een eigen en authentieke sfeer te bieden. Het authentieke kan bestaan uit evenementen, ontmoeten, sfeer, beleving en Osse identiteit. Hier actief op inzetten vanuit centrummanager en Taskforce.
- Een aantrekkelijk aanbod dat is toegespitst op de consument uit Oss en directe omgeving, samen met bredere mogelijkheden voor ontmoeten en vermaak, zorgt ook voor onderscheidend vermogen. Bijvoorbeeld evenementen in het centrum van Oss, het creëren van een eigen sfeer in een straat of het combineren van functies binnen een pand. Ondernemers kunnen hierbij ondersteund worden door onder andere Stadshart Oss en vastgoedeigenaren.
- Versterken van de eigen karakteristiek van delen van het centrum. Zo is de Heuvel een horeca- en evenementenplein en het Walplein een winkelplein. De omgeving rond de Groene Engel heeft een cultuursfeer, terwijl het Jurgensplein en het Burchtplein boodschappenpleinen zijn. De Wal heeft geen duidelijke karakteristiek. Dit verzwakt het functioneren van de omgeving.
- Door een goed en breed aanbod van evenementen en toevoegen van culturele functies wordt het onderscheidend vermogen van Oss vergroot. Voorbeelden zijn het Zandsculpturenfestival, een bioscoop of meer cultuur in het centrum en een nieuwe invulling van de Sheddaken. Een combinatie van activiteiten maakt een bezoek aan het centrum van Oss steeds de moeite waard.
- De ruimtelijke uitstraling van panden, straten en pleinen in het centrum draagt bij aan sfeer en onderscheidend vermogen. De zorg voor de ruimtelijke kwaliteit is een gezamenlijke, van vastgoedeigenaren en ondernemers en de gemeente.

Opgave 4: Parkeren en bereikbaarheid

Het doel van deze opgave is om het centrum van Oss bereikbaar te houden voor auto en fiets. Het is van belang dat bezoekers van het centrum gemakkelijk en comfortabel kunnen parkeren. Dit betekent dat er voldoende parkeren op relatief korte afstand van de pit met auto en fiets mogelijk moet blijven en makkelijk bereikbaar. De routes tussen parkeervoorzieningen en centrum moeten comfortabel zijn. Als de ruimtelijke en functionele structuur van De Wal en omgeving er om vraagt, is het opheffen van parkeren op De Wal mogelijk.



Afbeelding 4.5 Huidige verkeersstructuur in en rondom het Osse centrum

Parkeren en bereikbaarheid

De volgende stappen zijn noodzakelijk om een goede bereikbaarheid en parkeergelegenheid te realiseren:

- Voldoende parkeergelegenheid nabij centrum
- Goede verkeerscirculatie en toegankelijke parkeervoorzieningen
- Kort parkeren langs specifieke routes in de flexibele schil blijven faciliteren
- Fietsenstallingen in of aangrenzend aan de pit realiseren
- Wonen vraagt minder parkeerplaatsen dan detailhandel, maar ook andere parkeereisen

Oss, wat kom je tegen:

- Er is een overaanbod aan parkeergelegenheid
- Er is sprake van zoekverkeer in straten direct grenzend aan het voetgangersgebied
- Parkeren op De Wal zorgt voor slechte ruimtelijke uitstraling
- Fietsenstalling langs Oostwal functioneert onvoldoende
- Fietsparkeren langs de Burgwal zorgt voor rommelige uitstraling
- Parkeergarages Bergoss en Oostwal-Oost hebben een overcapaciteit

MENUKAART PARKEREN EN BEREIKBAARHEID



De ingrediënten voor het hoofdgerecht, gemak en comfort, zijn als volgt:

- Het centrum van Oss wordt doelgericht bezocht. Bezoekers parkeren het liefst zo dicht mogelijk bij het doel. Omdat de meeste publieksaantrekkelijke functies en activiteiten gevestigd zijn in de pit van het centrum, is het belangrijk dat parkeren dicht bij de pit mogelijk is. Op korte afstand van de pit liggen de parkeervoorzieningen Terwaenen, Jurgensplein, Boschpoorthof en de Bergoss-garage.
- De verkeerscirculatie moet duidelijk zijn. Via logische routing is het overzichtelijk welke parkeerplaatsen beschikbaar zijn. Op deze manier kan zoekverkeer worden beperkt. Dit draagt bij aan de leefbaarheid van het centrum. De Raadhuislaan/ Oostwal is de centrumontsluitingsweg.
- Parkeren dient plaats te vinden op de daarvoor aangegeven locaties. In enkele straten (bijvoorbeeld Kruisstraat, Burgwal) moet kort parkeren mogelijk blijven voor zeer doelgericht kort bezoek.
- Bij grote evenementen blijft voldoende parkeergelegenheid beschikbaar. Mensen zullen hiervoor wel verder moeten lopen. Voorbeelden zijn de Raadhuishof, Maasvallei, Station Oss en de Rusheuvel.



De ingrediënten voor het voorgerecht, fietsparkeren, zijn als volgt:

- Faciliteren van parkeren van de fiets dichtbij de pit. Dit is momenteel nog niet overal mogelijk. De fietsenstalling aan de Oostwal kan bijvoorbeeld richting de pit van het centrum verplaatst worden.
- Ruimte bieden aan fietsers. Het aantal bezoekers van het centrum dat per fiets komt stijgt. Dit is onder andere het gevolg van de opkomst van e-bikes. Deze fietsen zijn kostbaar en kwetsbaar. Voldoende goede parkeerfaciliteiten zijn dus belangrijk, zeker gezien de bijdrage van fietsbezoekers aan de omzet in een centrum.
- Fietsen in voetgangersgebied handhaven. Het gebruik van de fiets in het centrum is positief.

De ingrediënten voor het dessert, versterkende functie op De Wal, zijn als volgt:

- Vervangen van de parkeerfunctie met een versterkende functie/ruimte voor het centrum van Oss. Parkeeronderzoek geeft aan dat het opheffen van de parkeerfunctie op De Wal mogelijk is. De vraag naar parkeerplaatsen zal naar verwachting, afhankelijk van de revitalisering van De Wal, niet snel toenemen ten opzichte van de oorspronkelijke functies.
- De parkeervraag die voortkomt uit de revitalisering van De Wal is beheersbaar met de huidige parkeervoorzieningen. Een van deze faciliteiten is de Bergoss-garage. Deze garage wordt momenteel niet optimaal benut. De gebiedsontwikkeling aan de Walstraat-oost en de bijbehorende looproute naar de garage is belangrijk. Ook de nieuwe invulling van de Sheddaken is van invloed op het gebruik van de Bergoss-garage.

Opgave 5: Revitalisering De Wal en omgeving

Het doel van deze opgave is de ruimtelijke en functionele problematiek aan het Walplein, de Walstraat, De Wal, Galerij, Burgwal en Oostwal aan te pakken. Er is hier sprake van relatief veel leegstand en er is een publiekstrekker weggefallen (V&D). Het gebied heeft een ruimtelijke structuur dat gericht is op schaalvergroting en groei. Het kan niet organisch krimpen. Het gebied rond De Wal heeft geen uitgesproken identiteit en een gebrek aan wisselwerking met de omgeving. Herontwikkeling is noodzakelijk om te voorkomen dat een groot deel van het centrumgebied afsterft.




Afbeelding 4.6 Stand van zaken februari 2016 rondom De Wal en omgeving



De volgende stappen zijn noodzakelijk voor revitalisering van De Wal en omgeving

- Toevoegen nieuwe publiekstrekker(s), te beginnen bij hoek Walplein/ Walstraat
- Kiezen voor perspectiefrijke delen, herontwikkelen perspectief-arme delen
- Aanpassing (steden)bouwkundige structuur die aansluit bij toekomstige behoeftes en een organisch karakter heeft (dus kan krimpen en groeien)
- Identiteit geven aan de Wal, zowel aan plein als functies en gebouwen er omheen

Legenda

-  Leeg / tijdelijke invulling
-  Failliet
-  Fusie (op komst)

Inzoomen op de De Wal en omgeving. Wat kom je tegen, wat zijn complicaties:

- Oostelijk deel centrum functioneert niet en staat op het spel
- Leegstand werkt besmettelijk en heeft een negatieve uitstraling op de hele oostflank
- Bergoss garage functioneert niet optimaal, dreigt mentaal op een te grote afstand van het centrum te komen en lijdt onder parkeren op de Wal
- Functioneren van Bergoss-garage nog meer onder druk als Walstraat slecht loopt
- Sommige vastgoedeigenaren voor wie het (financieel) aantrekkelijker is om panden leeg te laten staan dan te kiezen voor lagere huuropbrengsten of herstructurering
- Veel versnipperd eigendom, onder andere in de Galerij
- Ruimtelijke structuur die gericht is op grootschaligheid en groei en die moeilijk verenigbaar is met een compacter centrum

MENUKAART REVITALISERING DE WAL EN OMGEVING



De ingrediënten voor het hoofdgerecht, herontwikkeling Wal en omgeving zijn als volgt:

- Nieuwe publiekstrekkende functies met oriëntatie op Walplein en Walstraat zijn noodzakelijk. Actief samenspel tussen vastgoedeigenaren, ondernemers, gemeente en andere geïnteresseerde partijen is noodzakelijk. Gemeente kan faciliteren en partijen verbinden, zoals geïnteresseerde cultuur- of leisurefuncties. Een makelpunt kan bijvoorbeeld actief proberen winkelformules uit de young fashion als trekker binnen te krijgen.
- Vanuit integraal perspectief de locatieontwikkeling beoordelen. Integraal met De Wal en omgeving aan de slag gaan, niet per pand of eigenaar.
- Herontwikkeling van De Wal en omgeving. Het doel is het toevoegen van een publiekstrekkende functie. Dit houdt de gewenste L-vorm in stand (Heuvel-Heuvelstraat-Walplein-deel Walstraat). Het tweede doel is om de ruimtelijke structuur te herontwikkelen tot een structuur die toekomstbestendig en flexibel is. Een organische structuur die kan krimpen en groeien als het nodig is en qua schaalgrootte, maatvoering en m2's aansluit bij een toekomstbestendig en compact centrum.
- Identiteit aan de Wal toekennen waarbij er een samenspel is met omliggende functies. Voorbeelden zijn een onderwijs- en cultuurplein, versplein met markt, een leisureplein met bioscoop of theater, eventueel gemengd met wonen en een speelplein. De openbare ruimte moet qua inhoud en maatvoering aansluiten bij de identiteit van De Wal. Gemeente is eigenaar van de Wal en samen met aangrenzende ondernemers en andere geïnteresseerde partijen initiator.
- Vervangen van de parkeerfunctie De Wal met een versterkende functie/ruimte voor het centrum van Oss. Dit geeft een impuls voor de oostflank van het centrum. Tevens is dit een impuls voor de Bergoss-garage. Gemeente neemt initiatief en stemt met aangrenzende ondernemers af.



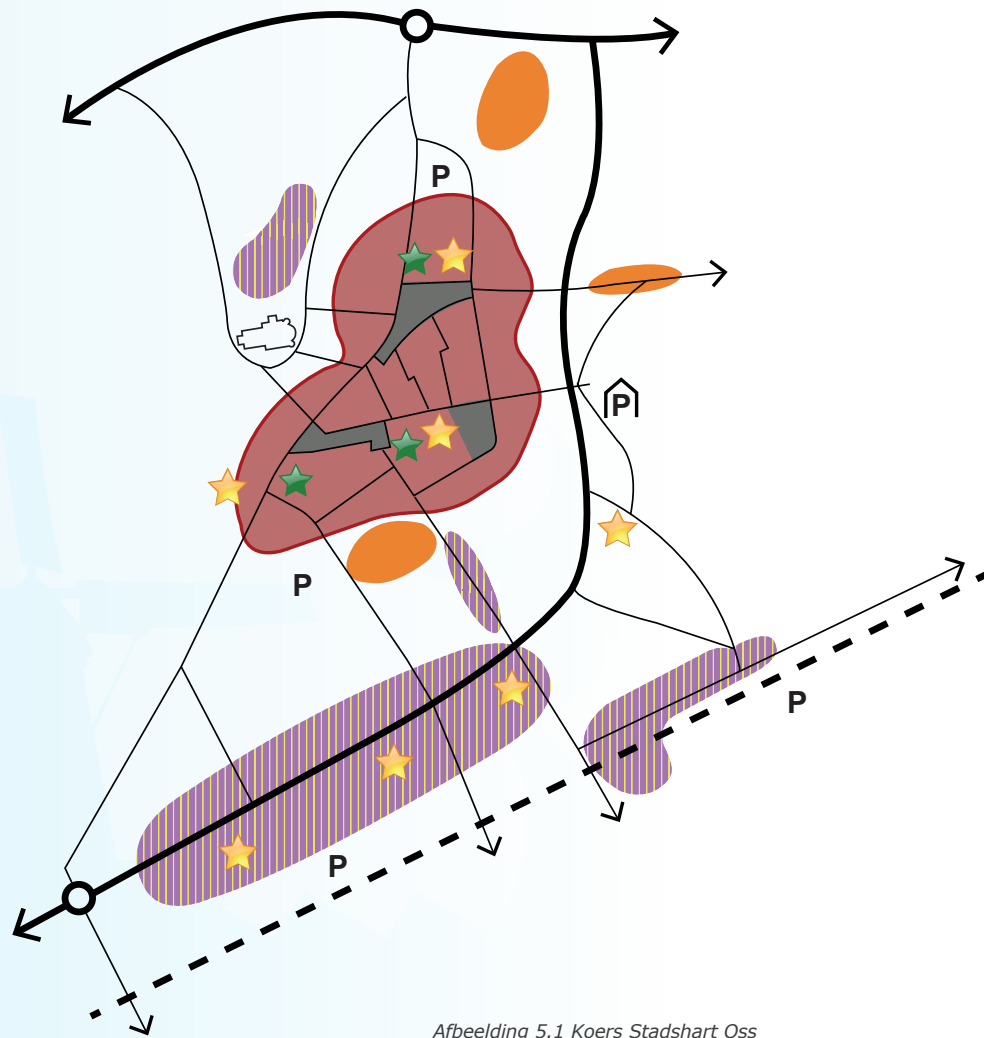
De ingrediënten voor het voorgerecht, oostelijk deel Walstraat:

- Een aantrekkelijke en comfortabele oversteek vanaf de Bergoss garage over de Oostwal naar de Walstraat maken. Entree tot het centrum aantrekkelijker maken door de noordzijde van de straat meer openbare ruimte aan de voetganger te bieden (zo mogelijk de zonnige kant van de straat met terrassen). Gemeente is initiatiefnemer.
- Kiezen voor transformatie met een goede mix van centrumfuncties en andere functies. Bijvoorbeeld herstructurering naar woningbouw, eventueel (deels) ook op de begane grond. Gemeente gaat in overleg met eigenaren over hun toekomstplannen.



De ingrediënten voor het dessert, de Galerij:

- Ondanks dat er veel loop is in de Galerij is er ook veel leegstand. Zowel ruimtelijk als functioneel fungeert de Galerij niet als volwaardig centrummilieu. De Galerij kan echter niet organisch krimpen en/ of transformeren en is vrij lang. Het eigendom is versnipperd. Voor de Galerij moet een keuze gemaakt worden tussen volwaardig centrumgebied of transformeren. Voorbeelden zijn transformeren naar thematische winkelpassage, woongebied, fietsstalling, ambachtenstraat, groene oase, of dichtbouwen aan uiteinden met centrumfuncties. Het initiatief is aan de eigenaren en ondernemers. Een duidelijke keuze is gewenst. De gemeente kan ondersteunen bij transformatie.



Afbeelding 5.1 Koers Stadshart Oss



5.1 Een nieuw menu voor het Osse centrum

Het centrum van Oss is de centrale plek voor handel en ontmoeten voor de stad Oss en de kernen in de omgeving. Gemiddeld bezoeken wekelijks bijna 85.000 mensen het centrum. Tegelijkertijd is het centrum een belangrijk werkgebied met heel veel bedrijvigheid en ruim 5.000 banen, waarvan 2.200 banen in het directe winkelgebied. Dit onderstreept het belang van een aantrekkelijk, vitaal en toekomstgericht centrum. En geeft ook aan dat hiervoor ruime kansen bestaan. Het centrum van Oss is meer dan een plek om te kopen of te werken. Het is het hart van de stad en de huiskamer voor de Osse gemeenschap.

De laatste jaren verandert het functioneren van de centrumgebieden, niet alleen in Oss maar in heel Nederland. De belangrijkste trends zijn dat de bezoekersstromen veranderen en dat de behoefte aan ruimte voor met name winkels sterk afneemt, vooral door de toename van internetwinkelen. Dit kan leiden tot toenemende leegstand en aantasting van het functioneren van het centrum. Middelhoge centra, zoals Oss, zijn hiervoor extra kwetsbaar.

Met de koers Stadshart Oss wordt de uitdaging aangegaan die de ontwikkelingen vragen. De koers stelt de kaders bij zodat het centrum van Oss ook in de toekomst aantrekkelijk blijft, voor Oss en de bezoekers uit de omgeving. Basis is de keuze voor concentratie van de centrumvoorzieningen in een compacter centrum. Een centrum dat nog meer een gevarieerde, aantrekkelijke en bruisende ontmoetingsplek is van Oss. Daarbij wordt tegelijkertijd ook ingezet op verbreding van het aanbod van voorzieningen. Met naast winkels

en horeca ook meer voorzieningen voor cultuur en leisure in het centrum zelf. Met een goede ruimtelijke uitstraling en een eigen authentieke sfeer van verrassing en beleving voor de bezoekers. Met kansen voor uitnodigend en toekomstgericht ondernemen. Met ook ruimte voor wonen en groen in een centrumsfeer. En in een goede samenwerking tussen gemeente, ondernemers, vastgoedpartijen en bezoekers. Kortom een levendig stadshart met een 'couleur locale'. Van Oss, voor Oss en door Oss.

Samen met alle partijen in het centrum wil de gemeente aan de slag. De koers geeft hiervoor de kaders. Aangegeven is welke ontwikkelingen er spelen en hoe de gemeente daarmee om wil gaan. De koers geeft geen blauwdruk of vastomlijnde plannen over hoe het er precies komt uit te zien. Maar de koers geeft wel richting aan het proces dat ingezet moet worden.

BEKNOPTE MENUKAARTEN

De koers is vertaald in de vijf belangrijkste opgaven voor het Osse centrum. Om dit te beschrijven is gekozen voor de vorm van menu's. Elke opgave vormt een menu en bestaat uit verschillende gerechten, met elk weer eigen ingrediënten. Het hoofdgerecht is het belangrijkste onderdeel van het menu. Hier wordt de meeste energie op gezet voor de korte termijn. Voorbeelden van belangrijke hoofdgerechten en ingrediënten zijn de aanpak van de Wal en omgeving, met de herinvulling van het Walplein/Walstraat met publiekstrekkingen en verbreding van de voorzieningen in het centrum, bijvoorbeeld door verplaatsing van de bibliotheek/ stadsarchief. Maar om het totaal van het Osse centrum 'op smaak te brengen' is een goed samenspel van alle ingrediënten nodig. Samengebracht door een goed samenwerkend, enthousiast en inventief team van koks en medewerkers. Met als uiteindelijk doel dat iedereen geniet van de smaak van het Osse centrum: compact, compleet en aantrekkelijk, met de couleur locale van Oss.

Menukaart compact centrum

Voorgerecht De flexibele schil
Hoofdgerecht De pit
Dessert De omgeving



Menukaart meer verrassing en beleving

Voorgerecht Vernieuwend ondernemerschap
Hoofdgerecht Verbreding aanbod functies
Dessert Ruimtelijke uitstraling



Menukaart uitgesproken identiteit en authenticiteit

Voorgerecht Zelfstandig ondernemerschap
Hoofdgerecht Duidelijke eigen identiteit Oss
Dessert Onderscheidend vermogen



Menukaart parkeren en bereikbaarheid

Voorgerecht Fietsparkeren
Hoofdgerecht Gemak en comfort
Dessert Versterkende functie op De Wal



Menukaart revitalisering De Wal en omgeving

Voorgerecht Oostelijk deel Walstraat
Hoofdgerecht Herontwikkeling De Wal en omgeving
Dessert Galerij



Afbeelding 5.2 Een nieuw menu voor het Osse centrum

5.2 Uitvoering

In deze koers zijn geen concrete uitwerkingen voor de opgaven in het centrum opgenomen. Er is geen blauwdruk opgenomen hoe het er precies uit moet komen te zien. De koers geeft richtlijnen aan waar uitwerkingen op gericht moeten zijn. Voor de realisering is een gezamenlijke inspanning nodig, van alle partijen in en betrokken bij het centrum. Hierbij zijn investeringen nodig en de ontwikkeling van nieuwe instrumenten, bijvoorbeeld bij de doelstelling voor het verbreden van de centrumvoorzieningen, of de opgave voor herontwikkeling en transformatie. Wat precies nodig is zal gaande weg in het proces blijken. Duidelijk is dat hiervoor een gezamenlijke verantwoordelijkheid nodig.

Stichting Stadshart Oss

De Stichting Stadshart Oss benadert het centrum als een bedrijf. Alle individuele centrumondernemers samen runnen dit bedrijf. Het doel is om samenwerking en beleving te stimuleren. Zo moet het centrum een toekomstbestendig profiel krijgen waarin wordt ingespeeld op de eisen en wensen van de huidige en toekomstige consument. Om dit te bereiken worden verschillende projecten gestart door de Stichting zoals:

- Communicatielab: ondersteunen van initiatieven in het centrum door middel van marketingcommunicatie waarbij het "merk" centrum een krachtige afzender wordt. Jonge afgestudeerden worden hier ingezet.
- Innovatielab: ondersteuning van zittend ondernemerschap door opleidingen en coaching (bijvoorbeeld gebruik social media, bedrijfsvoering en communicatie).
- Nieuw ondernemerschap: Startende ondernemers presenteren een bedrijfsplan, waarin geïnteresseerde partijen kunnen investeren.

- Retail makelpunt: instrument om leegstand tegen te gaan en actief mee te denken met winkeliers en ondernemers. Onder andere inplaatsen, verplaatsen en acquisitie van retail.
- Stadsdistributie: onderzoeken mogelijkheden om een gezamenlijk distributiecentrum te starten, om bevoorradingsstromen in centrum te beperken.

Bewoners en bezoekers van centrum

Om het centrum van Oss aantrekkelijk te houden moeten ook inwoners van Oss en bezoekers van het centrum worden betrokken bij de uitvoering van de opgaven. Dit kan enerzijds door actief om input te vragen, anderzijds door de waardering van het centrum te monitoren door enquêtes, klankbordgroepen en burgerpanels. Het is belangrijk deze groepen een stem te geven.

Uitvoering projecten

In december 2015 is de 'Uitvoering Agenda voor de toekomst van het Osse centrum' vastgesteld. Hierin zijn de projecten opgenomen die in het centrum van Oss uitgevoerd moeten worden. Deze Koers stadshart Oss is een van deze projecten. Daarnaast gaat het vooral om gebiedsontwikkelingen. Enkele van deze projecten zijn reeds opgestart, voor andere geldt een latere planning.

Lopende projecten:

- Herontwikkeling V&D-locatie: haalbaarheidsonderzoek naar mogelijke programma's en functies op deze locatie. Verschillende scenario's met een voorkeursscenario.
- Verkenning Versmarkt: haalbaarheidsstudie naar concept van versmarkt in Oss. Resultaat is een rapport met haalbaarheid en locatiekeuze.
- Verkenning huisvesting cultuurcluster: verkenning naar de huisvesting van cultuurfuncties (bibliotheek, Lievekamp en Muzelinck) in het centrum van Oss.

- Sheddaken: geïnteresseerde partijen krijgen de mogelijkheid om ideeën te pitchen. Het eindresultaat moet een uitgewerkt plan zijn met een haalbare business case.

Geplande projecten:

- Parkeren in het centrum: onderzoek naar de optimale mix van parkeeraanbod voor de parkeeropgave van verschillende ruimtelijke plannen. Resultaat is een rapport ter onderbouwing bij verdere besluitvorming ruimtelijke plannen.
- Galerij: oplossing van leegstand en eenduidig aanbod. Het resultaat moet een goede invulling van de Galerij zijn.
- Walstraat: onderzoek naar mogelijkheden om de verbinding tussen Bergoss-garage en kernwinkelgebied via de Walstraat te verbeteren. Resultaat moet een Walstraat met functioneel profiel, weinig leegstand en herkenbare looproute zijn.
- Burgwal: samen met ondernemers kijken naar ruimtelijk en functioneel profiel van de Burgwal. Resultaat moet een duidelijk profiel zijn.

5.3 Tot slot

Net als ruim 40 jaar geleden staat Oss opnieuw voor een historische beslissing: Wat is goed voor Oss en welke keuzes maken we samen voor het centrum? Dat zijn keuzes voor de lange termijn met impact voor latere generaties. Keuzes die zorgen voor een aantrekkelijk en levendig centrum, óók in de toekomst.

Een toekomstbestendig Stadshart Oss is compact, vol verrassing en uitgesproken!



Afbeelding 5.3 Walplein, met in het midden het Hervormde kerkje dat in 1968 gesloopt is. Op deze locatie is later na grootschalige herontwikkeling de V&D gevestigd. (foto: Collectie Stadsarchief Oss)

