

Succesfactoren van een winkelstraat

Lieselot Denorme • sociaaleconomisch beleid, WES
Annelies Demeyere • Dienst Economie, Provincie West-Vlaanderen

Wat bepaalt het succes van een winkelstraat? Waarom is de ene winkelstraat aantrekkelijker voor handelaars dan de andere? En bijgevolg, waarom treft men in sommige winkelstraten meer leegstand aan dan in andere? In 2005 onderzocht WES welke factoren leegstand (kunnen) bepalen¹. Het is namelijk belangrijk dat lokale besturen leegstand en verwaarlozing in hun gemeente zoveel mogelijk tegengaan. Leegstaande en verwaarloosde gebouwen zijn nutteloos, tasten de onmiddellijke omgeving aan, dragen bij tot het elders aansnijden van nog onbebouwde ruimte en leiden bovendien tot stedelijk verval.



Tabel 1
Leegstandspercentage in verschillende West-Vlaamse steden en gemeenten (in %)

		Detailhandelszaken			Leegstandspercentage
		In gebruik	Leegstaand	Totaal	
Regionale steden	Brugge	730	60	790	7,6
	Kortrijk	689	104	793	13,1
	Oostende	334	47	381	12,3
	Roeselare	258	35	293	11,9
Kleine steden	Diksmuide	73	1	74	1,4
	Ieper	130	5	135	3,7
	Poperinge	109	13	122	10,7
	Torhout	101	25	126	19,8
	Wervik	65	6	71	8,5
	Gistel	60	4	64	6,3
Overige kernen	Hooglede	35	6	41	14,6
	Izegem	110	22	132	16,7
	Koekelare	27	5	32	15,6
	Kortemark	69	12	81	14,8
	Kuurne	73	4	77	5,2
	Ledegem	25	11	36	30,6
	Middelkerke	184	34	218	15,6
	Oudenburg	70	4	74	5,4
	Staden	76	7	83	8,4
	Wingene	69	8	77	10,4
	Zonnebeke	37	0	37	0,0
	Zwevegem	136	21	157	13,4

Bron: studie WES, 2005.

In de winkelstraten van 22 West-Vlaamse gemeenten inventariseerde WES alle leegstaande en ingenomen handelspanden. Ook de beeld- en omgevingskwaliteit van deze straten werd in de studie opgenomen. Het doel van het onderzoek was het inzicht in enkele mogelijke achterliggende oorzaken van leegstand te vergroten, om zo het risico op leegstand te bepalen en via beleidsaanbevelingen te verminderen.

Inventarisatie van de handelspanden

Aangezien de meeste detailhandelszaken zich in de commerciële centra van steden of gemeenten bevinden, was het onderzoek gericht op de winkelstraten (of delen van winkelstraten) binnen deze kernen. Een lijst van deze straten werd opgevraagd bij de betrokken gemeenten.

Tabel 1 geeft een overzicht van de steden en gemeenten die in het onderzoek werden betrokken, samen met het aantal geïnventariseerde handelspanden en het leegstandspercentage.



■ Lange Steenstraat, Kortrijk

Zoals uit deze tabel blijkt, variëren de leegstandspercentages sterk van gemeente tot gemeente. In het commerciële centrum van Zonnebeke werd bijvoorbeeld geen enkel leegstaand handelspand aangetroffen. Ook in Diksmuide bedroeg het leegstandspercentage slechts 1,4%. Anders was het gesteld met de gemeente Ledegem. Op het moment van de inventarisatie stonden 11 van de toen in totaal 36 handelspanden leeg. Dit komt overeen met een leegstandspercentage van 30,6%. Sinds de publicatie van de studie zijn in heel wat gemeenten echter acties ondernomen om de leegstand en verwaarlozing in te dijken. Zo onder meer in **Izegem**, waar een 'handelspandenfonds' opgericht werd, en in **Oostende**, waar men zelfs stickers op leegstaande winkels kleefte om zo renovatiepremies te promoten (zie kaderteksten).

Ingrediënten voor een succesvolle winkelstraat

Naast een inventarisatie van de leegstaande en in gebruik genomen handelspan-

Handelspandenfonds Izegem wordt verlengd

Om de leegstand te bestrijden en verfraaiing van handelspanden aan te moedigen ging de stad Izegem op 1 januari 2005 van start met een handelspandenfonds. Dit – tijdelijke - initiatief stond volledig los van de winkelpremie. Handelaars konden tot eind 2006 bij het stadsbestuur tot 26.500 euro subsidie aanvragen voor bouwwerken of inrichtingswerken van een handelszaak in het commerciële centrum van Izegem.

In de afgelopen twee jaar hebben vier plaatselijke handelaars gebruik gemaakt van het handelspandenfonds. "Twee jaar is in feite een heel korte periode voor grote projecten," verklaart bestuurssecretaris Elisabeth Wiels, die bevoegd is voor het handelspandenfonds, "Het duurt immers al enige tijd vooraleer het initiatief goed en wel bekend is."

Na evaluatie besliste het nieuwe stadsbestuur van Izegem om het handelspandenfonds te verlengen. Joris Claeys, schepen van lokale economie licht toe: "Omdat blijkt dat er wel degelijk gebruik van gemaakt wordt, wordt dit initiatief voor 2007 aangehouden. Het is de bedoeling dat de handelsfunctie in het commerciële centrum van Izegem volop opgewaardeerd wordt. Het handelspandenfonds zal jaarlijks geëvalueerd worden naar zijn effect en de af te bakenen zone."

➤ **Meer info:** www.izegem.be

Stickeractie in de strijd tegen leegstand

Om de aandacht te vestigen op leegstaande handelspanden die in aanmerking komen voor een subsidie brengt de stad Oostende er nu grote stickers aan. Deze actie kadert in de strijd tegen leegstand om de handelscentra aantrekkelijker te maken.

Het stadsbestuur wil met de stickers wijzen op de mogelijkheden van het handelspandenfonds. Dit fonds voorziet tot 20.000 euro subsidie voor de herinrichting of renovatie van een leegstaand winkelpand.

"In Oostende bestaat het handelspandenfonds sedert 2003. Het stadsbestuur maakt er een budget van 250.000 euro per jaar voor vrij, maar we merken dat dit nog onvoldoende bekend was," aldus Patrick Bonny, diensthoofd lokale economie. "De aanvragen kwam pas goed van de grond na intensieve campagnes, zoals vermelding in de pers en het stedelijk infoblad. Sedert de stickeractie verdriedubbelde het aantal aanvragen in 2006 tot zo'n 30 dossiers."

De stad Oostende betreft zoveel mogelijk de immobiliensector bij deze actie. Het handelspandenfonds wordt voortgezet zolang het budget en de ondersteuning van het Vlaams Stedenfonds het toelaten.



➤ Meer info: www.oostende.be

den, werd in de studie ook nagegaan of leegstand in relatie staat tot bepaalde omgevingsfactoren (zie tabel 2). Zoals verwacht, blijkt dit wel degelijk zo te zijn. Er is echter geen sprake van uitsluitend één op één invloeden van de factor op leegstand, maar van een meerdimensionele doorwerking van verschillende factoren.

De belangrijkste conclusie uit het onderzoek is dat de attractiviteit en het daarmee gepaard gaande succes van een winkelstraat grotendeels wordt bepaald door de **stedenbouwkundige kwaliteit** ervan en door een **aantrekkelijk (semi)publiek domein**. Zo staat een handelspand relatief vaker leeg wanneer de aanpalende panden in verouderde of verkrotte staat zijn of wanneer de kwaliteit van de voetpaden te wensen overlaat. Het aantrekkelijker maken van een omgeving kan bijvoorbeeld worden bevorderd door de inbreng van groenelementen. Uit de data-analyse is namelijk gebleken dat groenelementen in het straatbeeld de aanwezigheid van leegstand in belangrijke mate verkleinen.

Daarnaast speelt ook de **belevingswaarde** - en dan vooral het **gevoel van verkeersveiligheid** - een niet te verwaarlozen rol. Uit de analyse blijkt dat panden significant meer leegstaan in straten met twee of meer rijstroken, net als in straten

met meer dan één rijrichting. Is de winkelstraat autovrij, dan is de kans op leegstand het laagst. Is de straat niet autovrij, dan blijkt een straat met bijvoorbeeld een zone 30-regeling beter te functioneren als handelslocatie dan een straat zonder bijzonder verkeersregime. Ook uit het onderzoek naar de grensoverschrijdende bezoekersstromen in de Euregio Scheldemond (WES, december 2006) is gebleken dat de verkeersveiligheid in de winkelstraat heel belangrijk is. Maar liefst 83,9% van de inwoners uit de Euregio Scheldemond hechten heel veel belang aan dit aspect bij de keuze van hun aankoopplaats.

Niet alleen de visuele aantrekkelijkheid en belevingswaarde, maar ook de **functionaliteit van een winkelstraat** is van belang voor het succes ervan. Brede en comfortabele voetpaden dragen bij tot relatief minder leegstand. Ook de aanwezigheid van fietsenrekken vergroot de kans op de ingebruikname van een handelspand.

Een opmerkelijk resultaat uit het onderzoek is dat de **loopafstand tussen een winkel en de meest nabije parkeerplaats** de kans op leegstand niet beïnvloedt. Uit de data blijkt namelijk dat de gemiddelde afstand tot een parkeerplaats voor alle in gebruik genomen handelspanden groter is dan voor de panden die incidenteel en structureel leegstaan.

Tabel 2

Geïntervieweerde factoren die de leegstand van handelspanden kunnen verklaren

- de kwaliteit van de aanpalende panden
- de breedte en kwaliteit van de voetpaden
- de kwaliteit van het wegdek
- de parkeermogelijkheden
- de aanwezigheid van een laad- en loszone
- de oversteekmogelijkheden
- het verkeer in de straten
- het aantal rijstroken en rijrichtingen
- het lawaai in de straat
- de voorzieningen voor openbaar vervoer
- de netheid van de buurt
- Sporen van inbraak of vandalisme
- zit- of rusmogelijkheden
- fietsenrekken
- groenelementen
- bewoning boven het pand
- de verkeersfunctie van de straat

Ook opvallend is de vaststelling dat **openbaar vervoer** bij voorkeur niet door de winkelstraat zelf rijdt. Uit de analyse is gebleken dat er significant minder handelspanden leegstaan in winkelstraten zonder openbaar vervoer dan in winkelstraten met een buslijn of tramspoor.

Om handelaars te overtuigen zich in een bepaalde winkelstraat te vestigen, is een optimale **bereikbaarheid inzake toelevering en bevoorrading** onontbeerlijk. Bij aanwezigheid van een laad- en loszone in de onmiddellijke omgeving van het handelspand, blijkt het niveau van leegstand namelijk significant lager te zijn.

Tot slot blijkt de kans op leegstand ook te verkleinen wanneer de **verdiepingen boven het handelspand bewoond** worden.

Alhoewel de vastgestelde verschillen niet significant bleken, kunnen we uit de verzamelde data ook afleiden dat een handelspand relatief vaker in gebruik is genomen wanneer de kwaliteit van het wegdek goed is, wanneer niet betaald hoeft te worden voor parkeren (vlak voor of in de onmiddellijke omgeving van het pand), wanneer parkeren in de onmiddellijke omgeving niet beperkt wordt in tijd, wanneer de oversteekmogelijkheden voldoende nabij en zichtbaar zijn, wan-

Als de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving goed is en het winkelaanbod aantrekkelijk, dan blijkt de consument ook zonder goede bereikbaarheid en parkeermogelijkheden naar het handelscentrum te komen.



■ Geslaagde renovatie van een leegstand handelspand in Oostende



(Foto: Stad Oostende)

neer het lawaai in de straat niet storend is, wanneer de stopplaats voor openbaar vervoer zich niet vlak voor of in de onmiddellijke omgeving van het pand bevindt en wanneer er zit- of rustmogelijkheden (bijvoorbeeld zitbanken) in de straat zijn voorzien.

Tot slot

Uiteraard hebben niet enkel de geïnventariseerde omgevingselementen een invloed op de leegstand van handelspanden. Talrijke andere aspecten zoals de economi-

sche situatie, het (huur)prijsniveau, het aanbod winkelverkoopvloeroppervlakte per inwoner, de regionale uitstraling van het winkelgebied, het gemiddeld inkomen per capita, ... kunnen eveneens als mogelijke oorzaak worden aangeduid voor het ontstaan van leegstand. Verder onderzoek zal dergelijke verbanden nog moeten uitwijzen. ■

1 "Onderzoek naar de verklarende relaties tussen de leegstand en andere geïnventariseerde factoren in 22 West-Vlaamse gemeenten", studie uitgevoerd door WES in opdracht van het provinciebestuur West-Vlaanderen (mei 2006)