



# NAAR EEN STERKE HANDELSKERN

75 voorbeelden uit de praktijk



<b>VOORWOORD</b>	<b>4</b>
<b>SLIM OMGAAN MET RUIMTE</b>	<b>7</b>
Kernafbakening	8
Mobiliteit	9
Aantrekkelijke omgeving	19
Toegankelijke stad of gemeente	27
<b>LEEGSTAND AANPAKKEN</b>	<b>29</b>
Acties	30
Premies	33
Heffingen	36
Lege vitrines aankleden	37
Pop-ups	39
Win-je-winkel	43
<b>ONDERNEMINGSVRIENDELIJKE GEMEENTE</b>	<b>45</b>
Optimaal acquisitiebeleid	47
Steun voor starters	51
Samenwerking promoten	59
Workshops en begeleidingstrajecten	60
Acties bij hinder	62
Communicatie	64
Lokaal winkelen	66
Duurzaamheid	68
<b>KLANTVRIENDELIJKE GEMEENTE</b>	<b>71</b>
Comfort, sfeer en beleving	72
Bonnen en spaarkaarten	81
Afhaal, huis-aan-huis-levering en lokale webshops	83
<b>GEÏNTEGREERDE PROJECTEN</b>	<b>87</b>
<b>WINKELACTIES</b>	<b>91</b>
<b>OVERZICHT PREMIES</b>	<b>94</b>
<b>PROVINCIALE ONDERSTEUNING DETAILHANDELSBELEID</b>	<b>94</b>



# Beste beleidsmaker Beste ambtenaar lokale economie Beste 'Ik koop lokaal'-sympathisant

Detailhandel is sinds jaar en dag een essentiële economische sector binnen de West-Vlaamse gemeenten. Niet enkel naar commerciële omzet en voor de werkgelegenheid, ook naar algemene sfeer- en beeldbepaling van iedere kern speelt deze sector een cruciale rol.

Het zelfstandig commercieel weefsel staat in Vlaanderen sinds decennia onder druk. Een gewijzigd consumentengedrag, megadistributie, een gebrek aan kernversterkende ruimtelijke ordening, de doorbraak van de e-commerce... hebben in de voorbije periode het zelfstandig winkelbedrijf sterk aangetast.

Het resultaat is een landschap waar steden en gemeenten hun primaire en historische economische functie dreigen kwijt te raken en waar het handelsapparaat in kleinere dorpsgemeenschappen zelfs volledig dreigt te verdwijnen.

Deze tendensen zorgen ervoor dat overheden en **handelaars voor grote uitdagingen staan**. Provincie West-Vlaanderen zet daarom in op **handelskernversterking** als basis voor vitale steden en gemeenten.

Gelukkig zijn er ook **positieve signalen**. Handelaars en horeca-uitbaters passen zich aan en komen met creatieve en vernieuwende concepten die tegemoet komen aan de verwachtingen van de klanten van vandaag en morgen. Ook is er verhoogde aandacht vanuit de verschillende overheden en middenstandsorganisaties om meer dan ooit in te zetten op een sterke, bruisende kern waarin verschillende **sociale, commerciële en culturele functies in mekaar verweven** worden en, ondersteund door een slimme mobiliteit en infrastructuur, mekaar versterken.



Doel is een **toegankelijk, gevarieerd en kwalitatief aanbod detailhandel** in buurten en kernen, afgestemd op de noden van consumenten en inwoners. De lokale besturen zitten hierbij in de cockpit, maar ze kunnen rekenen op provinciale medewerking. Voor de ondersteuning van het detailhandelsbeleid doet Provincie West-Vlaanderen beroep op de **vzw Ondernemerscentra West-Vlaanderen** (OC West).

Stimuleren van **detailhandel** en ondersteunen van **lokale besturen en handelaars**, zowel individueel als collectief, zijn de twee basispijlers waar OC West op inzet. We reiken hiervoor, samen met de POM West-Vlaanderen, **tools en data** aan om het lokaal detailhandelsbeleid uit te stippelen en fungeren als partner voor **kennisdeling** en -uitwisseling. De komende jaren versterken we deze ondersteuning nog verder door in te zetten op bewustmaking van het belang lokaal te kopen en door het inzetten van coaches: een **detailhandelscoach** die het lokaal bestuur ondersteunt in de opmaak van een strategisch commercieel plan en **innovatiecoaches** voor zowel individuele als collectieve begeleiding van handelaars.

Onze **missie** is om sterke, dynamische en leefbare handelskernen te creëren met unieke lokale zelfstandige handelaars en winkeliers, die zowel op vlak van aanbod als tewerkstelling een duurzaam karakter hebben.

Vaak wordt ons gevraagd 'hoe dit te realiseren?'. Eén zaligmakende wonderoplossing is er niet. Dit geeft ons evenwel de kans om **creatief** te zijn en in te spelen op de eigenheid van elke stad, gemeente en handelskern. Dit verwezenlijken we door een combinatie van vele acties waar lokale overheden en lokale handelaars de handen in elkaar slaan. **Concentratie, innovatie, participatie en onderlinge samenwerking** zijn hierbij belangrijke sleutels.

In deze brochure bundelen wij **tips** en **inspirerende voorbeelden** die werden beproefd én gesmaakt. Uiteraard kunt u rekenen op ondersteuning van OC West bij de uitrol van dergelijke kernversterkende acties.

Jean de Bethune  
Voorzitter OC West





# SLIM OMGAAN MET RUIMTE



# KERNAFBAKENING

Met een afgebakende handelskern zet je de krijtlijnen uit voor een solide detailhandelsbeleid. Hiermee maak je voor iedereen, intern en extern, duidelijk waar de gemeentelijke kern begint en eindigt. Binnen deze kern wil je zoveel mogelijk winkels en andere publieke en sociale functies. Heel wat voorbeelden uit deze bundel, zoals premies en acties, zijn specifiek toegespitst op de handelskern.

De kernaafbakening bepaal je best in overleg met je belangrijkste stakeholders. Eens deze vast ligt laat je dit bekrachtigen door de gemeenteraad en maak je deze publiekelijk bekend. Zo zorg je voor de opwaardering van je kernwinkelgebied en stimuleer je de concentratie en wederzijdse versterking van commerciële en publieke functies.





# MOBILITEIT

## LEID AUTO'S VLOT NAAR PARKEERPLAATSEN

Een efficiënt parkeergeleidingssysteem leidt bezoekers snel naar een beschikbare parkeerplaats en vermindert zo hinderlijk zoekverkeer. Het maakt de stad of gemeente aantrekkelijker en verbetert de verkeersleefbaarheid. Naast het aantal openstaande plaatsen kan het systeem ook parkeertarieven en de wandelafstand tot het winkelgebied vermelden.

### Inspanningen belonen

Parkeergeleidingssystemen worden vaak gecombineerd met wegwijzers voor voetgangers en infosystemen rond openbaar vervoer. De stad Vilvoorde experimenteert ook met een beloningssysteem voor klanten die zich duurzaam verplaatsen. In het kader van het Move&Shop-project kunnen bezoekers 'city coins' of getrouwheidspunten verdienen als ze zich bijvoorbeeld verplaatsen met het openbaar vervoer, een deelfiets of een deelwagen. De city coins zijn geldig bij de lokale handelaars.

In Harelbeke bestaat een vergelijkbaar systeem voor leerlingen van de lagere scholen die zich duurzaam verplaatsen, bijvoorbeeld te voet of met de fiets. Zij kunnen digitale munten verzamelen en zo voor allerlei beloningen sparen.





Met parkeersensoren kan kortparkeren beter gecontroleerd worden

© Stad Kortrijk

## STIMULEER KORTPARKEREN MET SLIMME SENSOREN

Door kortparkeerplaatsen uit te rusten met sensoren, wordt de maximale parkeerduur van 30 minuten automatisch gecontroleerd. Dat systeem heeft veel voordelen. Zo hoeven klanten geen ticket meer te kopen of een blauwe schijf te leggen en maken ze meer kans om vlak bij een handelszaak te kunnen parkeren. Parkeerwachters krijgen een signaal als een voertuig te lang op een kortparkeerplaats blijft staan en kunnen makkelijker toezicht houden. De lokale besturen krijgen op hun beurt meer inzicht in de verkeersstromen in de stad, en in het gebruik (en het eventuele misbruik) van kortparkeerplaatsen.



## Ook voor fietsen

Kortparkeerplaatsen met sensoren, ook wel Shop&Go-parkings genoemd, zijn al in heel wat Vlaamse steden en gemeenten te vinden. Ook andere slimme mobiliteitsprojecten zijn in opmars. Zo kunnen sensoren prima hun nut bewijzen in fietsenstallingen, om het aantal beschikbare plaatsen te tonen en om achtergelaten 'wees-fietsen' sneller op te sporen.



De huidige deelsystemen werken meestal via een mobiele app

## BIED DEELFIETSEN EN -STEPS AAN

Bezoekers zullen de auto sneller inruilen voor een fiets of een elektrische step als ze die makkelijk kunnen ontlenen. De huidige deelsystemen werken meestal via een mobiele app. Daarmee kun je een fiets of step reserveren en betalen. De bedragen liggen doorgaans erg laag en ze zijn voor losse ritten te gebruiken.



Vermijd 'strooifietsen': fietsen worden bij voorkeur naar een van de vele hubs of leenpunten gebracht. Ook bij deelsteps is het belangrijk dat ze niet overal blijven rondslingeren. Onder meer Oostende en Kortrijk bieden al deelfietsen of -steps aan.

## BIED GOED GELEGEN FIETSPARKINGS AAN

Meer fietsparkings in het centrum kunnen mensen over de streek trekken om met de fiets naar de stad te komen. Die parkings moeten dan wel comfortabel en veilig zijn, zowel op het vlak van diefstal als op persoonlijk vlak. Ze moeten ook goed gelegen zijn: liefst vlak bij de voetgangerszone, zodat mensen met de fiets dicht bij het commerciële centrum geraken dan met de auto. Door ruime fietsenstallingen aan te bieden, voorkom je bovendien dat bezoekers hun fiets her en der in de voetgangerszone achterlaten. Een goede fietsparking biedt bij voorkeur ook laadpunten voor elektrische fietsen aan en is ruim genoeg voor het plaatsen van bakfietsen.

### Meer locaties

De stad Turnhout voegde alvast de daad bij het woord: het lokale bestuur liet een nieuw fietsparkeerplan opmaken om het comfort van fietsers te verhogen en de voetgangerszone te vrijwaren. Er kwamen meer diefstalveilige fietsparkeerplaatsen en de bestaande overdekte fietsenstalling werd opgeknapt.

### Pop-up fietsenstalling

In Nederland experimenteren meerdere steden en gemeenten met pop-up fietsenstallingen. Die kunnen overlast door geparkeerde fietsen vermijden op plaatsen waar ruimte schaars is en waar op piekmomenten grote aantallen fietsers samenkomen. Op de Grote Markt in Groningen werd een tijdlang met gele krijtverf een fietsenstalling



afgebakend voor 700 tot 800 fietsen, in afwachting van de ingebruikname van een nieuwe, ondergrondse stalling. De stad Nijmegen plaatste dan weer groene ledlampen in de vorm van een fietslogo om cafébezoekers 's avonds naar de fietsparkeerplekken te loodsen.



Een van de gekendste mobiliteitswebsites in Vlaanderen is [slimnaarantwerpen.be](http://slimnaarantwerpen.be)

## LANCEER EEN MOBILITEITSWEBSITE

Zijn bezoekers onvoldoende op de hoogte van de verschillende mogelijkheden om vlot naar de stad te komen? Overweeg dan om een overkoepelende mobiliteitswebsite te lanceren. Zo'n overzichtswebsite brengt alle opties voor reizigers duidelijk in kaart: randparkings, deelfietsen, locaties van fietsenstallingen, aanbod openbaar vervoer, parkeerformules en -tarieven ... De site geeft ook aan waar alle concrete info te vinden is, bijvoorbeeld om een deelfiets



te reserveren of een ticket voor de bus te kopen. Een interactieve mobiliteitskaart kan wegenwerken aanduiden en in real-time de drukte op de grote toegangswegen weergeven.

## Eén adres voor alle info

Een van de gekendste mobiliteitswebsites in Vlaanderen is [www.slimnaarantwerpen.be](http://www.slimnaarantwerpen.be). De site bundelt alle bereikbaarheidsinformatie en reikt slimme alternatieven aan om vlot in de stad Antwerpen te geraken. Ze geeft onder meer informatie over wegenwerken en bevat een routeplanner die voor elk traject de meest duurzame en efficiënte vervoerskeuzes toont. De site biedt daarnaast extra informatie over veilige en comfortabele fietsroutes, de fietsbus naar de haven van Antwerpen, deelsystemen voor auto's, scooters, fietsen en steps, toegankelijkheidsmaatregelen voor personen met een handicap, de lage-emissiezone ...

# WERK EEN EFFICIËNT CIRCULATIEPLAN UIT

Een vlotte mobiliteit wordt pas mogelijk als een stad of gemeente daar een duidelijke visie op heeft. Werk een efficiënt circulatieplan uit met autovrije en autoluwe zones in het kernwinkelgebied, en met ruimte voor fietsers en voetgangers. Autoverplaatsingen gebeuren bij voorkeur in functie van 'shopping loops': logische routes die klanten vaak volgen. Koppel hier een slim parkeerbeleid aan dat het gebruik van deze routes stimuleert.

## Autoluwe binnenstad

Om de leefbaarheid te verhogen kan het aangeraden zijn om de stad op te delen in wijken of stadsdelen, waarbij auto's niet meer van het ene stadsdeel naar het andere kunnen. Alleen fietsers, voetgangers, bussen en taxi's mogen de binnenstad nog doorkruisen. Neem eventueel een mobiliteitsexpert onder de arm en vergeet zeker niet de lokale handelaars bij het proces te betrekken.



## STEL EEN CIRCULATIEMANAGER AAN

Een circulatoriemanager is een onafhankelijke, soms tijdelijke (externe) expert die oplossingen aanreikt voor een vlottere verkeerscirculatie, bijvoorbeeld in de binnenstad. Hij of zij vormt een aanspreekpunt voor het lokale bestuur, de bewoners en eventuele studie bureaus waarmee een stad of gemeente samenwerkt. De circulatoriemanager brengt problemen in kaart, van onveilige fietspaden tot doorgaand zwaar verkeer, en werkt oplossingen uit. Hij of zij kan onder meer voorstellen doen voor een aangename dorpskern, veilige fietsroutes, een vlotte doorstroming van het openbaar vervoer en woonzones zonder doorgaand verkeer.

## BELOON KLANTEN MET EEN MOBILITEITSVOUCHER

Bezoekers die trouw de lokale handelaars opzoeken kun je belonen met een mobiliteitsvoucher, waarmee ze bijvoorbeeld gratis de bus of de trein kunnen nemen, of met gratis parkeertijd in parkings buiten het centrum. Zo kun je in verschillende gemeenten per aankoop bij een lokale handelaar een ticket krijgen om gratis te parkeren in de onder- en bovengrondse parkings. Door het gebruik van een digitale app kunnen klanten punten verzamelen en zo gratis parkeertijd sparen.





Parkeerbedrijf Parko geeft in realtime aan waar en hoeveel parkeerplaatsen er beschikbaar zijn in de verschillende parkings



## PROMOOT RANDPARKINGS

Door bezoekers zoveel mogelijk naar parkings aan de rand van de stad te leiden, daalt de verkeersdruk in het centrum. Dat is veiliger voor voetgangers en fietsers en het geeft ook een aangenamer gevoel. Met sensibiliseringscampagnes kun je de populariteit van de aanwezige randparkings vergroten. De meeste randparkings zijn gratis en liggen op wandel- of fietsafstand van het centrum.

Maak duidelijk waar en hoeveel parkeerplaatsen er in de rand beschikbaar zijn. Dat kan onder meer door door realtime beschikbare plaatsen mee te geven op digitale borden. Overweeg om ook plannen te drukken waarop de parkings staan aangeduid en die beschikbaar te stellen bij de lokale handelaars.

Positioneer je randparking zo dicht mogelijk bij je kernwinkelgebied en zorg via nudging dat je bezoekers automatisch de weg naar de winkels vinden.





Gratis shuttlebussen kunnen bezoekers overtuigen om voor een randparking te kiezen

© Gemeente Knokke-Heist

## Meer comfort met de shuttlebus

Gratis shuttlebussen tussen randparkings en het stadscentrum vergroten het comfort en kunnen meer reizigers overtuigen om voor een randparking te kiezen. Zeker in het weekend, als een groot aantal shoppers het stadscentrum opzoekt, kunnen randparkings met shuttlebussen de verkeersdruk verlichten.



# AANTREKKELIJKE OMGEVING

## CREËER GROENE BELEVINGSSTRATEN

De winkelbeleving van klanten wordt steeds belangrijker, zowel in de fysieke winkels als in de omgeving. Groen heeft een rustgevend effect op mensen en zorgt voor schaduwplekjes. Groen in de straten draagt bij aan een langer verblijf en leidt zo tot een ander koopgedrag. Groen in en nabij winkels kan zo meer omzet genereren in de winkelstraat. Win advies in om geschikte plant- en boomsoorten te selecteren.

## CREËER AANTREKKELIJKE WINKELSTRATEN

Er bestaan heel wat ingrepen om fietsers en voetgangers meer ruimte te geven en visueel aantrekkelijke winkelstraten te creëren. Zo kun je bijvoorbeeld straten afsluiten voor wagens, brede voet- en fietspaden aanleggen, bankjes en groene elementen plaatsen, drempels verlagen, duidelijke markeringen aanbrengen... Maak eyecatchers van saaie objecten door bijvoorbeeld elektriciteitskasten te bestickeren of te beschilderen. Wil je een winkelstraat opnieuw inrichten, schenk dan genoeg aandacht aan zwakke weggebruikers. Denk bijvoorbeeld aan eenrichtingsstraten en verkeersluwe zones. Overweeg eventueel om enkele parkeerplaatsen op te offeren voor meer groen of een fietsenstalling.



## MOEDIG HANDELAARS AAN OM HUN GEVELS TE VERFRAAIEN

Een winkelkern met mooie, goed onderhouden winkels oogt levendiger en aantrekkelijker. Als stad of gemeente kun je een **gevelrenovatiepremie** uitkeren aan handelaars die een pand in het kerngebied willen renoveren. Om de premies optimaal in te zetten, koppel je er best enkele voorwaarden aan. Spreek bijvoorbeeld af dat het pand na de renovatie minstens 5 jaar als winkel ingevuld moet worden.



Stad Tiel werkt aan een terrasinplantingsplan voor meer uniformiteit in het straatbeeld

© Stad Tiel



## TEKEN TERRASINPLANTINGS- PLANNEN UIT

Inplantingsplannen voor terrassen zijn bedoeld om de open ruimte te vrijwaren. Ze leggen onder meer vast welke terrassen waar mogen komen en aan welke voorwaarden ze moeten voldoen. Zo kun je bijvoorbeeld afspreken om bepaalde kleuren te gebruiken of gelijkwaardig terrasmeubilair aan te kopen. Denk ook aan regels voor parasols en windschermen en vermijd een wildgroei aan plantenbakken.



Investeer in de leesbaarheid van de kern,  
zowel met fysieke als digitale bewegwijzering

## MAAK JE STAD ‘LEESBAAR’

Zorg ervoor dat bezoekers makkelijk hun weg vinden in jouw stad of gemeente. Dat kan bijvoorbeeld door aangepaste voetgangers-wegwijzers te plaatsen naar het kernwinkelgebied. Door ook looplijnen naar andere sfeerzones te voorzien, bijvoorbeeld naar typische restaurantstraatjes, kun je belevingslussen creëren.



Besteed ook aandacht aan verbindingstraten, bijvoorbeeld door groene eyecatchers te voorzien. Tijdens de eindejaarsperiode kan extra sfeerverlichting de kernen en looplijnen tijdelijk nog meer versterken. Een goede leesbaarheid draait vaak om nudging: je legt mensen niets op, maar stuurt hen subtiel in een bepaalde richting. Dat kan bijvoorbeeld met verlichting, plantenbakken, zitbanken ...

## Digitale wegwijzers

Investeer in de leesbaarheid van de kern. Dat kan met zowel fysieke als digitale bewegwijzering, niet alleen naar het kernwinkelgebied en terug, maar ook naar toeristische en culturele locaties, parkings en andere relevante sites. De digitale mogelijkheden bestaan onder meer uit vaste en mobiele led-borden, interactieve informatiezuilen en digitale toepassingen die bruikbaar zijn op mobiele en vaste apparaten.



The Crystal Ship is een verzameling street art in het centrum van Oostende

© Visit Oostende



## **BIED RUIMTE AAN STREET ART**

Street art houdt het midden tussen kunst en graffiti. Op goedgekozen plaatsen kan het de sfeer van een stad of gemeente versterken. Zo profileert Middelkerke zich al jaren als dé stripgemeente van de Vlaamse kust, met stripmuren en leuke beeldjes van stripfiguren. En Oostende is sinds de komst van het jaarlijkse kunstenfestival The Crystal Ship omgetoverd in de grootste openluchtgalerie van België, met de hulp van tientallen gevierde street artists.

## **BRENG SFEER MET THEMATISCHE VERSIERING**

Voorzie een uniforme thematische aankleding van het winkelkerngebied, bijvoorbeeld rond Valentijn, Pasen of de eindejaarsperiode. Uniforme decoratie schept sfeer, verhoogt de belevingswaarde en zorgt voor een groter veiligheidsgevoel. Een goede verlichting verbetert ook de leesbaarheid van de openbare ruimte. Met slimme verlichting kun je zelfs de kleur en intensiteit van lichtjes aanpassen. Toeristische initiatieven, zoals een bomenwandeling of een lichtjesparcours, kunnen de impact van de thema-aankleding verder versterken.

## **PROMOOT JE STAD MET EEN SELFIE-ROUTE**

Als mensen spontaan kenmerkende foto's van je gemeente delen op sociale media, levert dat heel wat gratis reclame op. Je kunt dit op verschillende manieren stimuleren, bijvoorbeeld door fotokaders



of banken te plaatsen bij herkenbare landmarks, of door een selfie-waardige Instagram- of TikTok-route te creëren die door het winkelkerngebied loopt. Kies voor leuke plaatsen die ook deel uitmaken van je city marketing. Op die manier trek je meer jongeren aan, en de gratis publiciteit is mooi meegenomen. Geef je initiatief nog meer wind in de zeilen door een fotowedstrijd te lanceren en de winnaar te belonen met een leuk cadeautje.



De #VANRSL-Instagramroute brengt bezoekers op verrassende plaatsen in de kern

© Damon De Backer

## Instaroute

Gemeenten als Middelkerke, Oostende en Roeselare experimenteren al langer met sociale-media-initiatieven. Zo staat er in Middelkerke een selfie-bank waar je jezelf kunt fotograferen met tante Sidonia uit de 'Suske en Wiske'-strips. De stad Roeselare zette de Instaroute #VANRSL op poten, die bezoekers tijdens de zomermaanden door het shoppende hart van de stad loodst. Volg je de toer, dan kom je langs verrassende plaatsen, muur- en vloerschilderingen, grote outdoor installaties en winkels waar een Instagrammuur staat opgesteld. Voor de jongste Instafans zijn er speelelementen, bespeelbare kunstwerken en een schattenjacht.





## MAAK DE ZOMER KINDVRIENDELIJK

Maak je stad of gemeente extra aantrekkelijk voor gezinnen met kinderen door kindvriendelijke attracties te voorzien. Zeker in de zomer zijn er veel mogelijkheden. Je kunt bijvoorbeeld her en der speelcontainers plaatsen: verplaatsbare werfcontainers met speelelementen. Dat kunnen leuke denkspelletjes zijn, maar evengoed klauter- of springtoestellen. Ook verkeersvrije winkelstraten kun je omtoveren in kindvriendelijke shopping-speelstraten met tijdelijke of permanente speelelementen. Denk wel altijd aan de veiligheid en vergeet de sanitaire voorzieningen niet.

### Dubbel publiek

Met extra speelelementen bereik je zowel kinderen van bezoekers als kinderen en jongeren die in de stad of gemeente wonen. Voor hen is de stad de enige speelruimte waarover ze beschikken. Al spelend gaan ze in interactie met anderen en hun leefomgeving, en ontdekken ze de publieke ruimte op een andere manier.

## HOU DE STAD PROPER

Een propere handelskern is aangenamer voor bewoners en bezoekers. Maak de vuilnisbakken vaak genoeg leeg en laat regelmatig een veegwagen langskomen. Sla bij voorkeur de handen in elkaar met de lokale handelaars om de winkelstraten proper te houden. Zij kunnen onder meer het voetpad vrijmaken voor de veegwagen, hun eigen terras poetsen en problemen melden met leegstaande panden, zwerfvuil of kapotte publieke meubelen. Leg de afspraken duidelijk vast, bijvoorbeeld in een Netheidscharter.



## ZET ETALAGES IN DE KIJKER

Mooie en originele etalages zijn niet alleen goed voor de omzet, ze geven een winkelstraat ook een levendige, aantrekkelijke uitstraling. Bovendien verhogen ze het veiligheidsgevoel. Stimuleer handelaars daarom om hun etalages leuk aan te kleden en bied eventueel ondersteuning aan. Dat kan bijvoorbeeld in de vorm van workshops of adviezen van een professionele etaleur.

### Wedstrijd

Een etalagewedstrijd kan een goede manier zijn om een levendige winkelstraat te creëren en handelaars warm te maken voor veranderingen. Een onafhankelijke jury beslist wie de winnaar is. Thema's zoals kerst, Valentijn of de zomervakantie kunnen een leuke aanleiding vormen. Als stad kun je de wedstrijd verder ondersteunen door bijvoorbeeld een etalagewandeling te organiseren.



# TOEGANKELIJKE STAD OF GEMEENTE

## MAAK STRATEN EN HANDELSZAKEN VLOT TOEGANKELIJK

In een toegankelijke stad of gemeente voelt iedereen zich welkom, met of zonder een beperking. Contacteer een deskundige om de bestaande voetpaden, straten en pleinen nauwkeurig te screenen. Duiken er knelpunten op voor personen met een lichamelijke, visuele, auditieve en/of verstandelijke handicap, werk die dan weg. Een lage-bordurenplan kan daarbij een goede eerste stap zijn. Hou ook rekening met 'nieuwe' uitdagingen, zoals stille elektrische wagens en snelle fietsen.

### Premie voor ondernemers

Overweeg om een **toegankelijkheidspremie** uit te keren aan handelaars die hun zaak zo toegankelijk mogelijk maken. Deelnemende handelaars krijgen de kostprijs van hun werkzaamheden volledig of gedeeltelijk vergoed. Belangrijke aandachtspunten zijn de toegangsweg, de ingang en een aangepast toilet. Ook andere acties zijn mogelijk om toegankelijke handelszaken te stimuleren. Maak er bijvoorbeeld een wedstrijd van en bekroon een handelaar met een toegankelijkheidsprijs. Een toegankelijkheidslabel maakt dan weer meteen duidelijk of een dienst, activiteit of handelszaak toegankelijk is voor personen met een beperking.



**TE HUUR**

**Delestré**  
IMMOBILIËN

**054/33 62 52**

[www.immodelestre.be](http://www.immodelestre.be)

**Geel**  
**INTERESSE  
IN DIT PAND?**

BEZOEK [WWW.GEELCOMMUNITEIT.BE](http://WWW.GEELCOMMUNITEIT.BE)

**Info centrum**  
**geel**

**Manpower**

# LEEGSTAND AANPAKKEN



# ACTIES

## MATCHMAKING VOOR LEEGSTAANDE PANDEN

In elke winkelstraat staat weleens een pand leeg. Omgekeerd zijn heel wat kandidaat-ondernemers op zoek naar een geschikte locatie voor hun zaak. Online initiatieven kunnen helpen om **panden en uitbaters aan elkaar te koppelen**. Zo lanceerde Brugge de Space Tinder-app: een tool die leegstaande handelspanden in de stad in kaart brengt. De app lijst de voor- en nadelen van elk pand op en geeft meer inzicht in het karakter van het winkelgebied door data toe te voegen over leegstands- en passantencijfers. Ondernemers die een horecazaak, een winkel of zelfs een kunstgalerie willen openen, kunnen op die manier een geschikte ruimte vinden.

### Vlaams platform

Een eigen app ontwikkelen vraagt wel wat inspanningen. Wil je liever een kant-en-klare oplossing, dan kun je als lokaal bestuur ook deelnemen aan het Vlaamse platform BIZ Locator ([www.bizlocator.be](http://www.bizlocator.be)). Dat is een online marktplaats die bedrijfsruimtes, handelspanden, kantoren en andere commerciële ruimtes uit heel Vlaanderen samenbrengt op één digitaal platform. Kandidaat-ondernemers kunnen in één oogopslag het volledige aanbod in een regio zien en gratis contact opnemen met de aanbieder. BIZ Locator voorziet daarnaast ook mogelijkheden om ondernemers en lokale besturen met elkaar in contact te brengen, bijvoorbeeld voor extra advies en begeleiding.





Stad Antwerpen nam een winkeldokter onder de arm om winkelpanden te opwaarderen

© Stad Antwerpen

## SCHAKEL EEN 'WINKELDOKTER' IN

Lege, niet-gebruikte handelspanden doen een winkelstraat ongezellig ogen. Stimuleer eigenaars om leegstaande panden te laten bekijken door een 'winkeldokter': een door de stad aangestelde interieurarchitect die praktische tips geeft om het pand sneller te kunnen verhuren. Minimale ingrepen kunnen het interieur van een pand een heel andere uitstraling geven. Onder meer de stad Antwerpen lanceerde al een winkeldokterproject, waarbij handelaars een beroep konden doen op een sociaal verantwoord maatwerkbedrijf om kleine werken te laten uitvoeren.



## RICHT EEN PANDENFONDS OP

Een pandenfonds, patrimoniumfonds of leegstandsfonds voorziet subsidies om leegstand tegen te gaan. Dat kan op verschillende manieren, bijvoorbeeld:

Geef **financiële steun** aan mensen die in het commerciële centrum een handelspand kopen, huren of bezitten en er een handelszaak willen vestigen. Je kunt ook subsidies voorzien voor mensen die een niet-commercieel pand tot een handelszaak willen ombouwen. Koppel duidelijke voorwaarden aan de steun, bijvoorbeeld over afgebakende winkelzones of goedgekeurde werkzaamheden, om misverstanden te vermijden.

Creëer een fonds dat **zelf handelspanden** in zijn bezit heeft en die ter beschikking stelt aan innovatieve projecten zoals pop-ups. Dat kan al dan niet aan een verlaagd tarief en voor een bepaalde duur. Voorzie eventueel begeleiding voor ondernemers die na de pop-up-periode in jouw stad of gemeente willen blijven en er een vaste locatie zoeken op de reguliere vastgoedmarkt.

Creëer een **leegstandsfonds** dat leegstaande panden tijdelijk zelf beheert. Dat kan bijvoorbeeld voor een periode van 3 of 5 jaar. Huurders aantrekken kan onder meer door korte huurtermijnen aan te bieden en progressieve huurprijzen te hanteren. In zo'n geval start je met een lage huurprijs die stijgt naarmate de zaak groeit. Het leegstandsfonds stelt zich op als tussenpersoon tussen huurder en verhuurder en verlost eigenaars van de leegstandstaks.





# PREMIES



Door te werken met afgebakende gebieden, kan je je premiegelden optimaal benutten

## KEER EEN VESTIGINGS- OF VERHUISSUBSIDIE UIT

Een vestigingssubsidie kan een goede manier zijn om **handelaars naar een specifiek winkelgebied te leiden**, of om bepaalde winkeltypes – zoals een bakkerij, een slagerij of een buurtwinkel – aan te trekken. Door te werken met afgebakende gebieden, kun je je premiegelden optimaal benutten. Zo kunnen ondernemers bijvoorbeeld een premie ontvangen als ze zich vestigen in het hart van het kernwinkelgebied. Door handelaars in specifieke sectoren te subsidiëren kun je als lokaal bestuur in alle woongebieden een minimaal aanbod aan dagelijkse goederen voorzien.



## GA LEEGSTAND TEGEN MET EEN ACTIVERINGSPREMIE

Met een activeringspremie kun je kandidaat-ondernemers aansporen om voor **een leegstaand commercieel pand in het kernwinkelgebied te kiezen**, in plaats van elders een (goedkoper) pand te huren. Dat is een win-win-maatregel: de startende ondernemer trekt meer potentiële klanten aan, en het winkelkerengebied van je stad of gemeente ziet er aantrekkelijker uit. Aan de premie kunnen stimulerende voorwaarden verbonden worden. Leg bijvoorbeeld vast dat de handelaar het pand minstens 5 jaar moet uitbaten, of dat een verhuis van een ondernemer binnen hetzelfde kerngebied niet in aanmerking komt. Betrek ook de verhuurders en stimuleer hen om een huurkorting aan te bieden tijdens de opstartperiode.

## STIMULEER HET SAMENVOEGEN VAN WINKELPANDEN

Kleinere winkeltjes maken al jaren plaats voor ruimere handelszaken. Daardoor blijven kleine winkelpanden in commerciële gebieden vaak leegstaan, terwijl kandidaat-ondernemers elders op zoek gaan naar ruimte. Met een **samenvoegingspremie** kun je enerzijds de leegstand in kernwinkelgebieden terugdringen en anderzijds tegemoet komen aan de vraag naar grotere verkoopoppervlaktes.

De stad Genk lanceerde een stimuleringspremie voor het samenvoegen van panden, die kan oplopen tot 10.000 euro. De subsidie combineert de premies voor gevelrenovatie, inrichting en samenvoeging van leegstaande panden. Met extra premies poogt de stad de functionele invulling van vernieuwde handelspanden in een specifieke richting te sturen. De detailhandel, horeca en ambachtzaken krijgen daarbij de voorkeur.



## CREËER WOONRUIMTE BOVEN WINKELS

Door **wonen boven winkels aan te moedigen**, creëer je een levendiger centrum. Ook na sluitingstijd lopen er immers nog mensen over straat. Door functies te verweven, kun je bovendien de kern verdichten en hoef je minder nieuwe woonruimte aan te snijden.

Een woongelegenheid boven een winkel kan voor de handelaar zelf bestemd zijn, maar kan ook prima verhuurd worden. Met een 'wonen-boven-winkel-premie' kun je dit stimuleren. Daar zijn meestal wel enkele voorwaarden aan verbonden: het lokale bestuur kan bijvoorbeeld opleggen dat de woongelegenheid minstens 5 jaar als hoofdverblijfplaats bewoond moet worden, of dat de nieuwe woonruimte de eerste 5 jaar geen andere bestemming mag krijgen.



# HEFFINGEN

## INTRODUCIEER EEN LEEGSTANDSTAKS

Leegstaande en verwaarloosde handelszaken lokken verloeder-  
ring uit en hebben een negatieve impact op de leefbaarheid van  
een stad of gemeente. Overweeg daarom om een leegstandstaks  
in te voeren voor panden die langdurig leegstaan, bijvoorbeeld  
meer dan 12 maanden. Zo stimuleer je eigenaars om sneller een  
nieuwe huurder te zoeken.

Diverse steden en gemeenten voerden al een leegstandstaks in.  
Overweeg je dit zelf ook, leg dan concreet vast wat 'langdurige leeg-  
stand' is. Leegstaande en verwaarloosde bedrijfsruimtes kun je actief  
opsporen en in een inventaris opnemen. Wil je een leegstandstaks  
invoeren, win dan juridisch advies in en probeer een taks steeds te  
combineren met positieve en activerende premies.



# LEGE VITRINES AANKLEDEN



Geef ruimte aan kunstenaars, creatieve ondernemers en andere organisatie om een tijdelijke etalage in te richten in het kernwinkelgebied

© Stad Kortrijk

## VUL LEGE ETALAGES CREATIEF IN

Lege, niet-gebruikte etalages maken een winkelstraat minder gezellig. Er zijn heel wat mogelijkheden om de etalage van een leegstaand pand een **tijdelijke, creatieve invulling te geven**. Geef ruimte aan kunstenaars, creatieve ondernemers, tekenacademies en andere organisaties om voor een lage prijs een tijdelijke etalage in te richten in het kernwinkelgebied. Zo kunnen ze bijvoorbeeld kunstwerken of creatieve producten tentoonstellen.



## Leuke stickers

Met etalagestickers kun je leegstaande panden aantrekkelijker maken in afwachting van een nieuwe invulling. De stad Aalst lanceerde in 2018 de 'Droomzaak'-campagne om enkele leegstaande handelspanden in de binnenstad zinvol aan te kleden. De stickers van de campagne, naar een ontwerp van cartooniste Eva Mouton, sierden daarbij de etalages van leegstaande winkel. Met de kleurrijke stickercampagne wilde de stad mensen inspireren om mee na te denken over hoe hun droomzaak er zou uitzien. De campagne bracht kandidaat-ondernemers ook in contact met vastgoedmakelaars en gebouweigenaars, om zo verschillende **winkelvragen te matchen met de beschikbare ruimte**.



Met de 'Droomzaak'-campagne werden enkele leegstaande handelspanden bestickerd. Aan burgers werd gevraagd mee te dromen over welke handelszaken er nog ontbraken in de binnenstad van Aalst

© Stad Aalst



# POP-UPS



Via The Box Vlaanderen kunnen startende ondernemers hun winkel- of horecaconcept uittesten

© Femke den Hollander

## MOEDIG POP-UP-WINKELS AAN

Voor kandidaat-ondernemers is een pop-up een goede manier om shoppers aan te trekken, een concept uit te proberen en wat bekendheid te verwerven voor ze de sprong wagen. Koppel hier dan ook begeleiding aan om te evolueren naar een permanente winkel. Eigenaars kunnen een leegstaand handelspand tijdelijk verhuren, en de stad of gemeente oogt levendiger zonder leegstand. Een win-win, dus.



## Extra financiële steun

In Aarschot kunnen potentiële starters al een tijdje terecht voor een pop-up store. Die moet minstens 1 maand en maximaal 6 maanden geopend zijn. De pop-up ligt in het kernwinkelgebied van Aarschot en moet volwaardig gebruikt worden, dus niet alleen als etalagevulling. Via een subsidieregeling kunnen uitbaters van een pop-up een eenmalige ondersteuning van 1.000 euro vragen. Ook Diksmuide lanceerde recent een nieuw premiereglement met opties voor pop-ups.

## OPEN EEN TIJDELIJKE INCUBATOR

Leegstaande handelspanden, industriële gebouwen of ateliers kun je tijdelijk aanbieden als werkplekken voor startende ondernemers en freelancers. De stad Aalst lanceerde op die manier 'Atelier Rechteroever', een initiatief om nieuwe zuurstof te geven aan het stadsdeel Rechteroever. Startende ondernemers kunnen er een tijdelijke werkplek huren en zo een vlotte start nemen. Tegelijk blijven de gebouwen op die manier in gebruik. De stad mikt vooral op creatieve ondernemers: fotografen, architecten, schrijvers, designers, ambachtslui... Elke starter die op Rechteroever een nieuwe stek kiest, kan genieten van voordelen en ondersteuning door het stadsbestuur, de adviesraden en de hogescholen.

## Popstart

Ook Leuven biedt startende ondernemers kansen. Het platform Popstart heeft als doel om mensen met een (ondernemings)idee in contact te brengen met eigenaars van leegstaande gebouwen. Via de Popstart-formule kunnen starters zo'n gebouw voor korte termijn huren. Bovendien krijgen ze gratis advies bij de start van hun onderneming, en kunnen ze rekenen op gratis promotie via de Popstart-kanalen. Het pand blijft in tussentijd gewoon te koop of te huur staan.






## The Box

Een alternatief is The Box Vlaanderen, een retail- en horeca-incubator die een netwerk van tijdelijke handelspanden aanbiedt voor startende ondernemers. Het concept richt zich onder meer op creatieve makers die van een eigen winkel dromen, of potentiële horeca-uitbaters die hun idee voor een zaak eerst willen uittesten. Starters kunnen er tijdelijk een winkel of restaurant uitbaten, vanaf één weekend tot maximaal drie maanden.

## **BIED KUNSTENAARS EEN EXPORUIMTE OF ATELIER AAN**

Artiesten en creatievelingen willen leegstaande panden vaak graag benutten, bijvoorbeeld als exporuite of om er een pop-up atelier te openen. Dat heeft voordelen voor alle partijen: kunstenaars beschikken over een tijdelijke werk- of exporuite, eigenaars krijgen een kleine huursom en moeten geen leegstandstaks betalen, en het pand komt makkelijker onder de aandacht van potentiële huurders of kopers. Ook voor het shoppende publiek zijn er pluspunten: etalages tonen creatieve producten en workshops versterken de band tussen kunstenaar en bezoeker.





L'Heritage won in Poperinge  
een huursubsidie en  
ondersteuning via het  
initiatief 'Win je Winkel'

# WIN-JE-WINKEL

## SCHENK EEN TIJDELIJKE WINKEL WEG

Om de leegstand in de handelskern tegen te gaan, kun je een 'Win je winkel'-actie organiseren. Daarmee krijgt minstens één startende ondernemer een tijdlang een gratis winkelpand ter beschikking. Kandidaten moeten een businessplan voorstellen aan een jury, die de winnaar kiest. Je kunt de winnaar ook extra ondersteuning geven, zoals begeleiding of een starterspremie.

### Beproefd concept

Heel wat steden en gemeenten lanceerden al een 'Win je winkel'-initiatief. Zo organiseerde Poperinge in 2017 een 'Win je winkel'-actie: wie de wedstrijd won, moest een jaar lang geen huur betalen voor een pand aan de Grote Markt. De winnaar kreeg ook een ruime starterspremie, een advertentiepakket en communicatie-advies ter waarde van 2.000 euro cadeau.

### Meerdere winnaars

In Torhout werd er naast een hoofdwinnaar ook een tweede en een derde plaats toegekend. De winnaar kon rekenen op een riante prijs ter waarde van 11.350 euro, waarvan 7.500 euro cash. Wie op de tweede of derde plaats eindigde, ontving een mooi prijzenpakket. Ook UNIZO en Belfius boden verschillende vormen van ondersteuning aan. Zo werden ook zij gestimuleerd om verder te gaan met hun ondernemersdroom.





# ONDERNEMINGS- VRIENDELIJKE GEMEENTE





Landmarks kunnen  
een rol spelen in je  
city marketing

# OPTIMAAL ACQUISITIEBELEID

## DOE AAN CITY MARKETING

Profileer jezelf als een aantrekkelijke stad of gemeente voor nieuwe handelaars. **Zet je troeven in de verf en word een sterk merk.** Een city marketing-plan omvat niet alleen snelle communicatie- en marketingacties, maar ook ingrepen die de stad op langere termijn een positiever imago moeten geven, zoals sociale maatregelen en het verbeteren van de veiligheid, de zorg en het onderwijs. Zo bouw je ook aan een sterk eigen imago.

### Merkboek

Diverse steden en gemeenten zetten de jongste jaren sterk in op merkbeleid en city marketing. Ze laten bijvoorbeeld informatief en wervend communicatiemateriaal ontwikkelen, onder meer gericht op expansiemanagers en zelfstandige winkels die de omgeving nog niet kennen. Roeselare creëerde in samenwerking met een divers en multidisciplinair expertiseteam – het 'brandlab' – een merkboek: een leidraad voor iedereen die wil meehelpen om de stad als een sterk merk te presenteren. Het boek bevat concrete richtlijnen voor campagnes en communicatieacties, zodat alle initiatieven op één lijn staan qua toon en beeldtaal. Ook andere steden, zoals Kortrijk, lanceerden al brochures voor investeerders waarin ze hun troeven belichten.





Nodig potentiële investeerders uit om de troeven van jouw of gemeente te ontdekken

## TREK INVESTEERDERS AAN

Zet de troeven van je stad of gemeente **in de kijker bij potentiële investeerders**. Dat kan op verschillende manieren. Organiseer bijvoorbeeld een interactieve 'shopping experience day' voor consultants of expansiemanagers, zodat ze je stad kunnen (her)ontdekken. Werk een (tijdelijke) acquisitiemanager aan of breng een brochure uit waarin je de troeven en opportuniteiten van je stad of gemeente in de verf zet. Heel wat Vlaamse steden en gemeenten namen al initiatieven om zichzelf beter te verkopen.





## Beleving

Wil je je stad of gemeente actiever promoten? Organiseer dan een retail hunt, of zet zelf een inspiratietour op poten. Nodig consultants, expansiemanagers en andere potentiële investeerders uit en neem ze mee op sleeptouw langs bruisende plekjes en trendy, innovatieve shops en ondernemers. Zo zien mensen met hun eigen ogen wat jouw stad of gemeente allemaal te bieden heeft. Vul het programma eventueel aan met workshops, presentaties, een etentje ...

## ORGANISEER INFOSESSIES VOOR KANDIDAAT-STARTERS

Trek kandidaat-ondernemers over de streep door hen goed te begeleiden. Organiseer bijvoorbeeld infosessies waarin je belangrijke topics aankaart: startersvoorwaarden, administratieve formaliteiten, sociale rechten en plichten, financiering en steunmaatregelen ... Je kunt ook extra ondersteuning voorzien, van aangepaste opleidingen tot een uitgebreid aanbod aan startersinfrastructuren. Besteed extra aandacht aan kandidaat-starters die een knelpunt kunnen invullen, door bijvoorbeeld een bakkerij of buurtwinkel op te starten in een regio waar zulke voorzieningen ontbreken.





Met subsidies en begeleiding  
kan je de slaagkansen voor  
starters vergroten

# STEUN VOOR STARTERS

## BIED EEN STARTERSPREMIE OF -CONTRACT AAN

Met een financiële premie kun je handelaars en horeca-uitbaters stimuleren om zich in jouw gemeente te vestigen. De subsidie kan de vorm krijgen van een eenmalige starterspremie, maar je kunt bijvoorbeeld ook 6 maanden lang de helft van de huurprijs terugbetalen. Op die manier krijgen kandidaat-ondernemers een vlottere start.

### Slaagkansen vergroten

Onder meer Lichtervelde kent al een subsidie toe aan startende ondernemers, om hun slaagkansen te verhogen en de zelfstandige economische activiteit in de gemeente te stimuleren. De premie bedraagt 400 euro, maar kan verhoogd worden tot 1.000 euro als de starter aan bepaalde voorwaarden voldoet. Ook de inschrijvingskost als nieuwe ondernemer in de Kruispuntbank voor Ondernemingen wordt terugbetaald.



## Professioneel advies

Ook Gent kent een subsidie van 5.000 euro toe aan jonge starters. Daarmee kunnen ze investeringen doen, cursussen volgen of professioneel advies inroepen. Wie een starterscontract aanvraagt, moet een jury van professionelen overtuigen aan de hand van een goed onderbouwd dossier. Het contract bepaalt onder meer dat de kandidaat minstens 1 vormingscursus moet volgen, en dat hij of zij de zelfstandige activiteit minstens 3 jaar moet uitoefenen.

## BIED STARTERSBEGELEIDING AAN

Bij de opstart van een eigen zaak komt heel wat rompslomp kijken. Een **coach** van de gemeente kan starters begeleiden bij alle formaliteiten, zoals verzekeringen afsluiten en de zaak inschrijven in de Kruispuntbank voor Ondernemingen. Zo kan de starter zich volledig focussen op zijn of haar concept.

## Buddy-werking

Startersbegeleiding kan ook andere vormen aannemen. Zo kun je bijvoorbeeld een **buddy-werking** opstarten tussen nieuwe ondernemers en handelaars die lang in de stad of gemeente gevestigd zijn. De 'buddy' kan zijn of haar ervaringen delen en de starter wegwijs maken. Je kunt ook een **brochure of website** voorzien waar starters alle praktische informatie vinden die ze nodig hebben om hun zaak te kunnen openen, van subsidies tot verzekeringen.



## STEUN BUSINESS- INCUBATOREN

**Business-incubatoren** bieden startende ondernemers huisvesting en inhoudelijke ondersteuning aan. Die ondersteuning bestaat bijvoorbeeld uit managementtraining of toegang tot financiers en professionele netwerken. Een mooi voorbeeld is Start & GO, een initiatief voor startende West-Vlaamse ondernemers. Bij Start&GO kunnen starters onder meer terecht voor opleidingen, netwerkmomenten, coaching en professionele werkplekken. De Brugse incubator Brugge.INC laat start-ups en scale-ups dan weer constructief samenwerken met succesvolle bedrijven, kennisinstellingen en overheidsdiensten. Het doel: startende ondernemers maximale kansen bieden en de regio in binnen- en buitenland profileren als een sterke hub voor bedrijven.



Bij Start&GO kunnen starters terecht voor opleidingen, coaching, netwerkmomenten en professionele werkplekken

© Start&GO





Activeer leegstaande winkelpanden als huisvesting voor startende ondernemers

## SCHAKEL LEEGSTAANDE HANDELPANDEN IN

Bied starters extra kansen door hen tijdelijk een goedkoper pand aan te bieden. Dat kan bijvoorbeeld door overeenkomsten af te sluiten met eigenaars van leegstaande commerciële panden. In ruil voor een vrijstelling van de leegstandstaks biedt de eigenaar het pand aan uitzonderlijke voorwaarden aan. De gebruiksvergoedingen liggen een stuk lager dan de normale huurprijzen en het standaard handelshuurcontract (voor minstens 3 jaar) wordt vervangen door een overeenkomst die maximaal 1 jaar loopt. Na dat jaar beslissen de eigenaar en de ondernemer of ze verder met elkaar in zee willen gaan.



## MOEDIG 'STADSFABRIEKJES' AAN

Stadsfabriekjes zijn kleine, creatieve (maak)bedrijfjes. Met het concept van de stadsfabriekjes wil de stad Genk inzetten op ambachtelijk, creatief en kleinschalig ondernemerschap in het centrum. Het doel is enerzijds om mensen met een creatieve passie een werkplaats aan te bieden, en anderzijds om leegstaande locaties minstens tijdelijk in te vullen. Bovendien kunnen jongeren in de nieuwe ateliers en micro-ondernemingen op een creatieve manier een vak leren.

### Begeleiding

Bij voorkeur koppel je financiële steun aan startersbegeleiding. Die begeleiding kan heel breed gaan: een businessplan helpen opmaken, een goede locatie helpen zoeken, partners aanreiken die het concept nog kunnen versterken ... Door een heel kader te voorzien, kun je een nieuwe onderneming een droomstart geven.





Bij conceptstore OES delen creatievelingen een winkel

## PROMOOT WINKELDELEN

Eén winkel waarin meerdere handelaars hun producten aanbieden: dat is het idee achter heel wat 'Deel je winkel'-initiatieven. Zo vind je in Sint-Niklaas de cadeauwinkel Jacob's Conceptstore, waar 25 lokale creatievelingen hun spullen aanbieden. De startende ondernemers houden elk om de beurt de winkel open. Op die manier kunnen starters hun producten meteen op een populaire locatie aanbieden aan een groot publiek. In Kortrijk kun je terecht in de OES Conceptstore, ook wel gekend als de Feel Happy Shop, voor kleurrijke lokale cadeautjes en hebbedingen. De makers van alle spullen staan afwisselend in de winkel, zodat je er altijd leuke mensen tegen het lijf loopt. Zie je wel heil in winkeldelen, overweeg dan als stad of gemeente om als verbindende partner op te treden en geschikte ondernemers samen te brengen.





## Nieuw concept uittesten

In Antwerpen loopt elk jaar het initiatief 'De Nieuwe Natie', telkens op een andere toplocatie in de binnenstad. Kandidaat-ondernemers kunnen dan enkele maanden lang een product of winkelconcept uittesten in een reële maar veilige marktomgeving. De ondernemers moeten zelf alle aspecten van de handelszaak regelen – het juridische luik, de inrichting, de aankoop van goederen –, maar ze moeten geen langdurig contract aangaan en betalen een voordelig tarief. Ze kunnen ook een beroep doen op coaching, en de stad zet het project in de kijker bij shoppende Antwerpenaars en bezoekers. 'De Nieuwe Natie' focust bij voorkeur op kandidaten die langetermijnplannen hebben en na het project op een vaste locatie willen starten.

## STEUN 'KNELPUNTWINKELS' ZOALS BAKKERS EN SLAGERS

Vooraf kleinere gemeenten kampen soms met een gebrek aan dagelijkse voorzieningen, zoals een bakker, een slager of een kleine supermarkt. Aarzel niet om **geïnteresseerde starters een duwtje in de rug te geven**. Dat kan bijvoorbeeld via vaste subsidies of via een wedstrijd. De stad Poperinge loofde recent nog een subsidie uit aan de eerste ondernemer die een knelpuntzaak zou starten in een van de kleinere deelgemeenten, zoals Krombeke, Proven of Watou. Wie als eerste een slagerij, bakkerij of superette opent in een deelgemeente waar er nog geen is, krijgt een subsidie tot 30 procent van de kosten van de werkzaamheden, met een maximum van 20.000 euro. Op die manier hoopt de stad potentiële kandidaten sneller over de streep te trekken.



## Groeipremie

Onder meer Roeselare voorziet een groeipremie voor nieuwe handelszaken die zich in een van de deelgemeenten vestigen. De premie richt zich vooral op aanbieders van dagelijkse producten, zoals buurtwinkels, bakkers en slaggers. Ook andere basisvoorzieningen, zoals een fietsenmaker, kunnen in aanmerking komen. Om financiële steun te kunnen aanvragen, moeten de nieuwe handelszaken wel binnen een afgebakende kern komen.

## STIMULEER ONDERNEMERSCHAP BIJ STUDENTEN

In steden waar een hogeschool of universiteit gevestigd is, kan het een goed idee zijn om een duurzame samenwerking te stimuleren tussen het hoger onderwijs, de studenten en het bedrijfsleven.

## TOON JE HANDELAARS IN EEN DIGITALE VITRINE

Een eigen website of 'digitale vitrine' kan een prima manier zijn om producten en diensten van lokale handelaars te promoten. Zeker voor start-ups en scale-ups biedt dit mogelijkheden. Zo lanceerde Gent het gebruiksvriendelijke platform [Startupmap.gent](https://startupmap.gent), dat een overzicht biedt van alle Gentse start-ups en scale-ups. Bezoekers kunnen er op zoek gaan naar oplossingen voor de uitdagingen van hun eigen bedrijf of organisatie. Dankzij een handige filter- en zoekfunctie vind je snel de juiste start-up of scale-up binnen verschillende domeinen, zoals Media & Entertainment, Energy, IT, Transport, Health & Care ... De stad Gent onderhoudt en promoot het platform en houdt het aantrekkelijk voor geïnteresseerde organisaties en bedrijven.



# SAMENWERKING PROMOTEN



Ondersteun handelsverenigingen in  
jouw stad of gemeente

© Guy Verdonck

## STEUN HANDELSVERENIGINGEN

Handelaars in een bepaald gebied bundelen hun krachten vaak in een handelsvereniging. Samen zetten ze acties op touw in het winkelgebied. Als stad of gemeente kun je een handelsvereniging financieel of logistiek ondersteunen of samen acties opzetten. Extra aandacht kan naar winkelkernen gaan die voor langere tijd getroffen worden door werkzaamheden op het openbaar domein.



# WORKSHOPS EN BEGELEIDINGS- TRAJECTEN

Met de **E-scan**  
naar beter  
online ondernemen



Zowel startende als bestaande ondernemers hebben  
baat bij extra coaching en begeleiding



## BIED ONDERNEMERS COACHING AAN

Een succesvolle zaak uitbaten vraagt heel wat kennis en vaardigheden. Zowel startende als bestaande ondernemers kunnen baat hebben bij extra coaching en begeleiding. Die coaching kan verschillende vormen aannemen, bijvoorbeeld:

- Een **ondernemersklankbord** is een netwerk van ervaren oud-ondernemers die jongere collega's enkele maanden persoonlijk begeleiden. De coaching kan aangevuld worden met professionele adviezen van één of meerdere experts.
- Een **horeca-coach** kan (startende) uitbaters op verschillende manieren begeleiden: door informatie te geven over vergunningen, bij overlast te bemiddelen tussen uitbaters en buurtbewoners, ...
- In **inspiratiecafés** kunnen jonge starters elkaar leren kennen, ideeën uitwisselen en workshops volgen.
- Een **roadshow** kan geschikt zijn om grote groepen handelaars nieuwe winkelconcepten, tools en technologieën te tonen.
- Een **mystery shopper** bezoekt handelaars op een onverwacht moment en bekijkt hoe ze te werk gaan en welke verbeterpunten er zijn. De handelaar krijgt een rapport met plus- en minpunten en kan eventueel in een traject stappen om zijn of haar zaak te verbeteren.
- Een **E-scan** is de digitale evenknie van een mystery shopper. De scan brengt de online aanwezigheid van een handelaar in kaart en bekijkt onder meer de aanwezigheid op sociale media en de opties om online te bestellen.
- In **workshops rond digitale vaardigheden** leren handelaars hoe ze nieuwe digitale tools en platformen op een vlotte manier in hun dagelijkse activiteiten kunnen integreren. Het gaat dan bijvoorbeeld over e-commerce, digitale leerplatformen, ...



# ACTIES BIJ HINDER



Met een minder-hinder-plan kun je commerciële schade bij handelaars beperken

## STEL EEN MINDER-HINDER-PLAN OP

Werkzaamheden aan het openbaar domein kunnen winkeliers heel wat commerciële schade berokkenen. Probeer de hinder tot een minimum te beperken. Dat kan bijvoorbeeld door alle **werkzaamheden goed in kaart te brengen** en **handelaars tijdig te waarschuwen**. Een prima hulpmiddel daarbij is Geopunt ([www.geopunt.be/hinder-in-kaart](http://www.geopunt.be/hinder-in-kaart)), de website van de Vlaamse overheid die alle werkzaamheden bundelt. Idealiter breng je als gemeente je ondernemers ook zelf op de hoogte als er relevante werken gepland zijn. Een up-to-date mailsysteem met een GIS-connectie is daarbij een handig hulpmiddel.



## Aanspreekpunt

Overweeg ook om bij ingrijpende werken een **minder-hinder-coördinator** aan te stellen. Hij of zij vormt een aanspreekpunt voor burgers en handelaars en zoekt mee naar oplossingen voor concrete problemen. Door een vlotte en efficiënte communicatie, blijven spanningen niet onnodig lang aanslepen. De minder-hinder-coördinator kan ook nuttig zijn om het hele plaatje te bekijken, zodat er bijvoorbeeld geen wegenwerken gepland worden op de omleidingsroute van andere werken.

## LANCEER EXTRA ACTIES OM TROUWE KLANTEN TE BELONEN

Wegenwerken en andere werkzaamheden kunnen klanten afschrikken en hen weghouden van hun vaste winkeladressen. Ondersteun daarom acties van handelaars die trouwe klanten belonen als ze ondanks de werken toch lokaal blijven winkelen. In Kruisem lanceerden de handelaars van het centrum zo 'De gouden klinker': een tombola waarmee vaste klanten allerlei prijzen konden winnen, van een volle winkelkar tot een ballonvaart of een etentje bij een lokaal restaurant. Op die manier plaatsten de handelaars ook hun eigen activiteiten nog eens in de kijker.



# COMMUNICATIE

## LANCEER EEN WEBSITE VOOR ONDERNEMERS

Bundel **nuttige informatie voor de lokale ondernemers** op een aparte website, of maak een aparte pagina aan op de gemeentelijke website. De ondernemerswebsite kan onder meer informatie bevatten over het aanspreekpunt voor lokale economie, beschikbare handelspanden, co-working spaces, financiële premies, inhoudelijke ondersteuning voor starters, maatregelen tegen hinder door wegenwerken, parkeer-mogelijkheden, brandveiligheid ...

### E-nieuwsbrieven

Ook digitale nieuwsbrieven zijn een goede tool om ondernemers op de hoogte te brengen van nieuwe ontwikkelingen. De inhoud van een nieuwsbrief wordt bij voorkeur ook op de website geplaatst, maar via een e-zine kun je nieuwe acties en maatregelen extra in de schijnwerpers zetten. Zo weten ondernemers meteen welke maatregelen de stad of gemeente gaat nemen bij zaken als wegenwerken, avondmarkten of evenementen.

## START EEN DIGITALE HANDELSGIDS

Burgers weten vaak niet welke handels- en horecazaken er in een bepaalde stad of gemeente te vinden zijn. Een digitale handelsgids, ook wel gekend als een lokaal bedrijvenplatform, brengt alle onder-





nemingen samen op één overzichtelijke website. Op die manier kun je de lokale economie stimuleren. Een handelsgids, bedrijvenplatform of een goed CRM-systeem bevat minstens de contactgegevens van alle lokale detailhandelaars, ondernemers, horecaken en vrije beroepen. Ondernemers kunnen daar eventueel hun eigen website aan toevoegen.

## Voor nieuwe inwoners

Als stad of gemeente kun je nieuwe inwoners een informatiemap of welkombox schenken met een overzicht van alle lokale handelaars. Zo leren ze hun nieuwe buurt meteen wat beter kennen. Voeg eventueel enkele kleine geschenkjes of cadeaubonnen van lokale ondernemers toe om de drempel nog verder te verlagen.

# GEBRUIK DE ECONOMISCHE KAART

De Economische Kaart van de POM West-Vlaanderen is vooral nuttig **voor de administratieve diensten van een stad of gemeente**. Het is een website met een ruimtelijke bedrijvendatabank die permanent wordt geactualiseerd. De databank bevat niet alleen adres- en contactgegevens, maar ook up-to-date cijfers over tewerkstelling, activiteiten ... De intuïtieve tool laat toe om heel eenvoudig selecties te maken, adreslijsten op te stellen en gegevens aan te passen of toe te voegen. Met de Economische Kaart kun je:

- gericht communiceren,
- snel en uitgebreid zoeken,
- zoekopdrachten op kaart selecteren.

Op die manier bouwt het systeem mee aan administratieve vereenvoudiging. Heel wat West-Vlaamse gemeenten maken al gebruik van de Economische Kaart. Voor Zuid-West-Vlaanderen is de Bedrijvengids van Leiedal de geschikte tool.



# LOKAAL WINKELN

## ZET LOKAAL KOPEN IN DE KIJKER

Nu online shoppen sterk in de lift zit, kunnen lokale ondernemers een steuntje in de rug gebruiken. Lanceer daarom initiatieven die lokaal winkelen aanmoedigen. Dat kan bijvoorbeeld door:

- een **digitale handelsgids** te lanceren, die de lokale ondernemingen in kaart brengt;
- een **wedstrijd** te organiseren, waarbij klanten bijvoorbeeld een weekendje weg kunnen winnen;
- een **'Ik koop lokaal'-ambassadeur** te verkiezen, waarbij klanten en inwoners op hun favoriete handelaar kunnen stemmen;
- een **spaarkaart** te lanceren waarmee klanten bij alle lokale ondernemingen punten kunnen sparen en zo kortingen of cadeaubonnen kunnen winnen;
- inwoners te **informeren** over de voordelen en het belang van lokaal shoppen: snellere en betere service, meer jobcreatie, goed voor de Belgische economie ...



# STOEF MET JOUW LOKALE WINKELIER *en win*

De acties van 'Ik koop lokaal'  
moedigen lokaal winkelen aan

# DUURZAAMHEID



Tijdens de Week van de Markt wordt ook ingezet op duurzaamheid, door plastic tassen op de wekelijkse markten te weren

## WERK MEE AAN ENERGIEZUINIGE HANDELSZAKEN

Het energieverbruik in handelspanden zoals kledingwinkels, restaurants en cafés kan al snel hoog oplopen. Verwarming, verlichting en airconditioning zijn echte energievreters. Een professionele energiecoach toont ondernemers hoe ze minder energie kunnen verbruiken. De coach komt ter plaatse een energiescan uitvoeren van een (handels) pand.



## Quick wins

Een energiescan omvat onder meer een overzicht van het jaarlijkse energieverbruik en een beperkte screening van de mogelijkheden om zonnepanelen te plaatsen. De scan brengt ook quick wins in kaart, zoals bijvoorbeeld ledlampen of lichtsensoren. Als stad of gemeente kun je de diensten van een energiescan deels vergoeden. Die vergoeding komt bovenop de premie die ondernemers kunnen aanvragen via de kmo-portefeuille.

## STIMULEER CIRCULAIR ONDERNEMEN

Circulair ondernemen kan heel ver gaan: denk maar aan bedrijven die de afval- of bijproducten van andere bedrijven als grondstoffen gebruiken. Maar ook op kleinere schaal kunnen ondernemers een steentje bijdragen. Denk maar aan het verkopen van circulaire producten, het gebruik van duurzame shoppingtassen en plastic-vrije verpakkingen, het omvormen van producten tot diensten (zoals uitleendiensten van fietsen of kampeermateriaal) ... Breng lokale handelaars op de hoogte van de mogelijkheden via een website, nieuwsbrief of andere communicatiekanalen.

## Duurzame leveringsdiensten

Door goederen elektrisch of met de fiets te laten leveren, zijn er minder bestelwagens nodig en daalt de CO<sub>2</sub>-uitstoot en de geluidsoverlast. Stimuleer ondernemers om kennis te maken met duurzame leveringsdiensten, zoals elektrische cargofietsen. In heel wat steden kunnen handelaars al korting krijgen op de diensten van duurzame leveringsdiensten die gebruik maken van cargofietsen, elektrische wagens en/of voertuigen op CNG.





Fietskoerierdiensten zijn een  
duurzaam alternatief voor  
huis-aan-huisleveringen

# KLANT- VRIENDELIJKE GEMEENTE



# COMFORT, SFEER EN BELEVING



Maak je winkelkern kindvriendelijk

## MAAK JE WINKELKERN KINDVRIENDELIJK

Je stadskern kindvriendelijk maken doe je niet alleen door het openbaar domein aan te passen (bijvoorbeeld met speelhoekjes): ook de handelaars zelf kunnen eraan meewerken. Zo kunnen horecazaken zich profileren als 'kindvriendelijke zaak', waar kids meer dan welkom zijn. De gemeente kan deze zaken ondersteunen met gadgets en communicatiematerialen: er worden bijvoorbeeld herkenbare





borden aan de deur geplaatst. Ook een kindvriendelijk label is mogelijk, met een specifieke vermelding op de gemeentelijke website. Natuurlijk hoeft niet elke zaak extra kindvriendelijk te worden; het is belangrijk dat er voor elke doelgroep een toereikend aanbod is.

## MAAK WINKELN COMFORTABEL

Door extra faciliteiten te voorzien, maak je het klanten makkelijk om naar jouw winkelcentrum te komen. Denk bijvoorbeeld aan het verhuren van rolstoelen of ploobuggy's. Vergeet zeker de lockers niet: ruime kluisjes waar mensen hun spullen tijdelijk kunnen opbergen, bijvoorbeeld terwijl ze een hapje gaan eten. Ook voldoende en propere toiletten en borstvoedingsplekjes zijn een groot pluspunt, net als verzorgingsmogelijkheden voor personen met een handicap. Je kunt de verschillende faciliteiten samenbrengen op één of twee centraal gelegen locaties, bij voorkeur in een makkelijk te herkennen 'faciliteitenpand'.





De stad Sint-Niklaas investeerde in een faciliteitenpand om het comfort tijdens het winkelen te verhogen

© Stad Sint-Niklaas

## Combineren

Sint-Niklaas was de eerste Vlaamse stad die extra comfortverhogende diensten aanbood. Sinds enkele jaren vind je er onder meer lockers waar je bijvoorbeeld winkeltassen, rugzakken of dikke winterjassen kunt opbergen. Klanten kunnen ook online bestellingen in zo'n locker laten afleveren, zodat ze online aankopen met fysieke aankopen kunnen combineren.



## PLAATS EEN DIGITAAL INFOPUNT

Een interactieve digitale kiosk helpt bezoekers om hun weg te vinden in de kern en zet alle winkel- en belevingskeuzes op een rij. Wie bijvoorbeeld de zoekterm 'handtas' ingeeft, krijgt een lijstje met mogelijke winkels en de wandelroutes ernaartoe. Op die manier kun je de winkelbeleving in de stadskern verbeteren. De mogelijkheden van een digitaal infopunt zijn groot: van parkeerinfo en winkelwandelroutes tot het aanbieden van oplaadpunten voor smartphones.

## WERK THEMATISCHE WINKELROUTES UIT

Ga samen met de lokale handelaars én inwoners aan de slag om thematische winkelroutes uit te werken. Waar kunnen klanten terecht voor leuke fashion-hotspots, trendy horecazaakjes of kindvriendelijke winkels? Welke route levert de mooiste wandeling op? En welke verborgen pareltjes raadt een lokale BV aan? Winkels die deel uitmaken van een bepaalde route, kun je herkenbaarder maken door een sticker op de etalage te hangen.



## PROMOOT DE WEKELIJKSE MARKT

De wekelijkse markten zijn in veel Vlaamse steden en gemeenten nog altijd populaire trekpleisters. Je vindt er een gevarieerd aanbod aan een voordelige prijs. Zorg voor interactie met de lokale horeca- en handelszaken. Tijdens de 'Week/Maand van de markt' kun je diverse acties lanceren om de wekelijkse markt positief in de kijker te zetten. Zo kunnen marktkramers bijvoorbeeld tombolatickets uitdelen waarmee klanten een mooie prijs kunnen winnen. De prijzenpot verschilt per deelnemende stad of gemeente. Als lokaal bestuur kun je de 'Week/Maand van de markt' ondersteunen door wervende communicatie uit te sturen en door bij te dragen aan de prijzenpot.



De wekelijkse markten zijn nog altijd populaire trekpleisters en hebben een positieve invloed op de lokale horeca- en handelszaken

© Arnaldo Cristaldo



## KOPPEL DE HANDELSKERN AAN WANDEL- EN FIETSROUTES

Een middagje shoppen kun je makkelijk combineren met een heerlijk weekendje weg. Reik potentiële klanten mogelijkheden aan om in de buurt van de handelskern te wandelen of te fietsen. Stippel bijvoorbeeld verrassende routes uit die langs leuke pop-up-shops en conceptstores leiden. Of wandel van een jazzy museumcafé door een rustig groengebied naar een zalige bistro. Door de recreatieve troeven van jouw stad of gemeente in de verf te zetten, bied je ook de lokale handelaars meer opportuniteiten.

### Korting

Om klanten nog meer comfort te bieden, kun je ook het verblijfs-toerisme promoten. Zo mogen toeristen gratis met een camper in Langemark-Poelkapelle logeren als ze minstens 25 euro spenderen bij lokale handelaars. Ook kortingen bij hotels en B&B's behoren tot de mogelijkheden.



## WERK EEN LEUKE SPEURTOCHT UIT

Met een speurtocht of fotozoektocht leid je mensen op een leuke, ontspannen manier naar de handelskern. Op die manier kun je nieuwe doelgroepen aanspreken, zoals senioren of gezinnen met kinderen, en voelen potentiële klanten zich sneller thuis. Je kunt de aanwezige handelszaken ook actief bij de zoektocht betrekken.



Met een speurtocht, zoals hier in Veurne, leid je mensen op een leuke, ontspannen manier naar de handelskern

© Kelly De Donder





Met een mini-handelsbeurs of modeshow op een centrale plaats in de stad of gemeente, maak je het volledige winkelaanbod bekend

## ORGANISEER EEN BEURS OF MODESHOW

Handelszaken die net buiten de handelskern liggen, kunnen vaak niet mee profiteren van braderieën of avondshoppings. Organiseer eens een mini-handelsbeurs waar handelaars op een centrale plaats in de stad of gemeente hun producten kunnen tonen en eventueel kortingen of proevetjes kunnen aanbieden. Zo kunnen ze mensen stimuleren om ook echt in hun handelszaak langs te komen.



## Producten tonen

Telt je handelskern veel modezaken? Overweeg dan om samen met de betrokken handelaars een modeshow op te zetten. Plaats een catwalk in het centrum van de stad en laat modellen er de kleding, schoenen en accessoires van lokale handelaars showen. Zo doen mensen inspiratie op om zelf hun kleerkast te vullen.

## LANCEER JE EIGEN STADSAPP

Een stadsapp of city app is een lokaal communicatieplatform dat burgers verbindt met de lokale handelaars, de stadsdiensten en de plaatselijke verenigingen. Afhankelijk van de noden kun je er ook andere dingen aan toevoegen, zoals digitale waardebonnen, lijsten van medische zorgverstrekkers of de planning van de vuilnisophalingen. Met een stadsapp kun je de lokale economie en de sociale samenhang versterken en tegelijk de administratieve last verlichten.





# BONNEN EN SPAARKAARTEN

## BRENG GEMEENTELIJKE CADEAUBONNEN UIT

Een gemeentelijke cadeaubon kun je spenderen bij alle deelnemende lokale handelaars in een stad of gemeente. Hij bestaat in verschillende vormen: digitaal, op papier en in bankkaartformaat. Je kunt de bonnen online verkopen of op een centrale plaats in je gemeente, zoals het gemeentehuis of een automaat. Op die manier kunnen inwoners elkaar aanmoedigen om lokaal te shoppen. Als lokaal bestuur kun je een gemeentelijke cadeaubon ook gebruiken om nieuwe inwoners welkom te heten, om jubilarissen te feliciteren en bij andere feestelijke gelegenheden. Zo zet je de plaatselijke handelaars regelmatig in de spotlights.

### Extra info

Ga je voor digitale bonnen, doe dan ook iets met de data die je genereert. Hoeveel bonnen worden er bijvoorbeeld verkocht, voor welke gelegenheden of leeftijden? Herwerk je data tot geanonimiseerde info waar de handelaars zelf mee aan de slag kunnen.



## STIMULEER POSITIEF GEDRAG MET EEN SPAARKAART

Belonen werkt beter dan straffen: die levenswijsheid klopt vrijwel altijd. Wil je bepaalde evoluties stimuleren in je stad of gemeente, overweeg dan om een beloningssysteem uit te werken. Zo lanceerde de gemeente Kapelle-op-den-Bos voor de plaatselijke scholieren een fiets- en voetgangerstool met een bijbehorend 'spaarboekje'. Voor elke dag dat ze te voet of met de fiets naar school gaan, ontvangen ze digitale munten. Die munten kunnen ze via de app besteden bij de lokale handelaars, in het zwembad, in de bib of ergens anders. Op die manier stimuleer je een veilige mobiliteit en werk je een positieve gedragsverandering in de hand.



# AFHAAL, HUIS-AAN-HUIS- LEVERING EN LOKALE WEBSHOPS

## PROMOOT LOCKERS EN PAKJESAUTOMATEN

Pakjes aan huis laten leveren is praktisch voor de klant, maar minder praktisch voor pakketbezorgers, die vaak afgelegen hoekjes moeten opzoeken en/of meerdere keren moeten langsgaan om een pakje te bezorgen. Dat kost tijd én het is slecht voor het milieu. Overweeg daarom om op één of meerdere locaties lockers of pakjesautomaten te installeren. Dat spaart heel wat onnodige verplaatsingen uit, en klanten kunnen hun pakje vlak bij huis ophalen zodra ze daar zelf tijd voor hebben. Sommige lokale besturen onderzoeken zelfs de mogelijkheid om speciale lockers te installeren waarin ook gekoelde leveringen geplaatst kunnen worden.





Lockers en afhaalautomaten sparen heel wat onnodige verplaatsingen uit

## Afhaalautomaten voor lokale handel

Automaten zijn niet alleen handig om pakjes te bewaren: steeds meer handelaars gebruiken ze ook om hun producten buiten de openingsuren te verkopen. Bijna elke bakkerij heeft inmiddels een broodautomaat, en ook producten als soep, eieren en verse groenten kun je steeds vaker uit de automaat halen. Daar bestaan inmiddels prima gekoelde toestellen voor. Het belangrijkste pluspunt is opnieuw de flexibiliteit: de klant komt langs wanneer hij of zij tijd heeft en beschikt toch altijd over verse voedingswaren. De stad of gemeente kan optreden als verbindende partner en/of communicator en een duidelijk wettelijk kader creëren.



## KIES VOOR FIETSKOERIERS

Een duurzaam alternatief voor energie- en tijdrovende huis-aan-huis-leveringen zijn leveringen per fietskoerier. Heel wat fietskoerierdiensten bieden raamovereenkomsten met steden, gemeenten en/of distributiecentra aan. In dat geval brengen vracht- of bestelwagens hun pakketten naar een centraal verdeelcentrum. Van daaruit worden ze door fietskoeriers naar hun bestemming gebracht.

### Bestellingen combineren

Via platformen als de Nederlandse Hoody-app kunnen consumenten online bij meerdere winkels producten bestellen en die via fietskoerier laten leveren. De app richt zich specifiek op consumenten die wel lokaal willen kopen, maar zelf geen tijd hebben om overdag naar de stad te gaan. Door slimme voorraadkoppelingen geeft de app een real-time beeld van wat de winkelstraat te bieden heeft, en kun je bijvoorbeeld verse ambachtelijke producten laten leveren, zoals een brood van de bakker en vis van de visboer.





# GEÏNTEGREERDE PROJECTEN



## TEST INNOVATIES UIT IN 'PROEFSTRATEN'

Een winkelstraat op lange termijn uniek, gezond en leefbaar houden: dat vraagt wel wat inspanningen. Concept streets of proefstraten kunnen helpen om het unieke karakter van een winkelstraat te bepalen. De betrokkenen gaan daarbij samen op zoek naar antwoorden op vragen zoals: welke winkels en andere functies heeft onze straat nodig? Wat maakt de straat uniek? En welke acties kunnen voor extra beleving zorgen? Een concept street is dan ook een samenwerking tussen tal van partijen: handelaars, eigenaars, bewoners en de lokale overheid, maar ook het provinciebestuur, middenveldorganisaties en externe experts.

### Sfeer scheppen

Een proefstraat is de ideale locatie om acties op te zetten die bezoekers uitnodigen, verwelkomen en enthousiasmeren. Opvallende straatmeubelen, kindvriendelijke rustpunten en groenaanplantingen verhogen het winkelcomfort. Banners, straat- of gevelschilderijen en vitrinestickers in huisstijl geven meer uitstraling. Ze helpen ook om shoppers naar de winkelstraat te leiden en hen te wijzen op nuttige voorzieningen, zoals gratis parkings en voetgangersverbindingen in de buurt.

### Goede methodiek

Het idee achter de proefstraten werd uitgewerkt en uitgetest in het kader van het Europese project 'Straat in het vizier'. In verschillende steden werd er één proefstraat gekozen om het concept uit te werken. De deelnemers wisselden regelmatig ideeën en ervaringen uit en ontwikkelden zo een methodiek die nu met andere gemeenten in Vlaanderen gedeeld kan worden.







Binnen het Europese project 'Straat in het vizier' werd in verschillende steden één proefstraat uitgekozen

© Ian Segal

## KOOP HANDELPANDEN AAN OM DE KERN TE VERSTERKEN

Door zelf cruciale handelspanden aan te kopen, kan een stad of gemeente mee helpen om het winkelgebied te vernieuwen en aantrekkelijker te maken. Bepaal vooraf welke sfeer je winkerkern moet uitstralen en neem maatregelen – zoals subsidies – om de juiste handelaars aan te trekken. Voor veel lokale besturen is dit een nieuwe manier van werken. Daarom lanceerde de Vlaamse Overheid recent de oproep 'Aankoop Handelspanden' om een eerste financiële injectie te geven.

### Make-over

Onder meer Puurs maakte al gebruik van de premie voor de aankoop van handelspanden. Het ambitieuze project Dorpshart zorgde voor een totale make-over van het hart van het winkelgebied. Er kwamen onder meer enkele grote, centrale winkelpanden bij die nu door 'trekkers' worden ingevuld. Het Dorpshart moet zo een toonbeeld worden van duurzaamheid, kwaliteit en een langetermijnvisie.



## STEL EEN CENTRUMMANAGER AAN

Een centrummanager houdt zich specifiek bezig met het handelscentrum en moet kernversterkende acties en projecten in goede banen leiden. Hij of zij fungeert ook als aanspreekpunt voor ondernemers die bijvoorbeeld een handelspand zoeken, subsidies willen aanvragen, een braderie of opendeurweekend willen organiseren met collega-ondernemers... De functie kan door één of meerdere personen worden ingevuld: in het tweede geval spreken we over een centrummanagement.

## BESTEED EXTRA BELASTINGEN AAN KERNVERSTERKING

Winkelgebieden versterken kost geld. Een extra belasting is voor de meeste ondernemers makkelijker te verteren als die hun eigen winkelgebied ten goede komt. Zo kun je bijvoorbeeld een Business Improvement District (BID) afbakenen: een specifieke zone waarbinnen de handelaars een extra bijdrage betalen om het openbaar domein te verfraaien en marketingacties op te zetten.

### Promotiefonds

Via een Promotiefonds kunnen handelaars en lokale besturen de handen in elkaar slaan. Dat gaat zo: de handelszaken in een bepaald winkelgebied betalen een bijdrage aan het fonds. De middelen worden vervolgens aangevuld met een gemeentelijke bijdrage en vloeien dan integraal terug naar acties die het handelscentrum promoten.



# WINKELACTIES



## MAAK VAN THEMADAGEN EEN BELEVENIS

Doorheen het jaar zijn er heel wat geschikte tijdstippen om klanten naar de handelskern te leiden, zoals de kerstperiode. Veel mensen gaan dan op zoek naar cadeaus of nemen vrijaf om een dagje te gaan shoppen. Door daar een leuke actie of belevenis aan te koppelen, stimuleer je consumenten om voor lokale ondernemers te kiezen.



In Oudenburg werd een valentijnsactie met wenskaarten op touw gezet

### Passend thema

Laat de actie thematisch aansluiten bij het moment, zowel inhoudelijk als vormelijk. Kies voor een duidelijke naam en/of slogan en besteed aandacht aan de aankleding van de etalages en de omgeving. Met aangepaste vitrine- en straatdecoratie trek je meer bezoekers aan. Ook van commerciële feestdagen zoals Valentijn kun je een hele



belevenis maken. Stippel bijvoorbeeld een parcours uit langs romantische plekjes en winkels met romantische producten. In Oudenburg verdeelden de handelaars al eens leuke wenskaarten onder hun klanten. De kaartjes bestonden uit twee delen: een wedstrijdkaartje en een kaartje om naar een geliefde te sturen. Ook kinderen laten zich graag op sleeptouw nemen. Een shoppinguitje wordt voor hen een fijne ervaring als er een speurtocht met een verrassing of een wedstrijd bij hoort.

## MOTIVEER KLANTEN MET SPAAR-, KRAS- EN WINACTIES

Met gezamenlijke spaar-, kras- en winacties moedig je klanten aan om vaker bij hun lokale handelaars te kopen. Je belooft consumenten voor hun loyaliteit. Met stickers of aangepaste etalages kun je duidelijk maken welke handelaars aan een bepaalde actie deelnemen.

### Veel mogelijkheden

Winkelacties kunnen tal van vormen aannemen. Bij spaaracties spaart de klant punten die hij of zij kan inruilen voor een korting of een voordeel bij een van de deelnemende handelaars. Ook een tombolatrekking behoort tot de mogelijkheden. Elke volle spaarkaart geeft dan recht op één winstkans. Krasloten kunnen handelaars gewoon uitdelen bij elke aankoop. Naast de klassieke stempel- en zegelkaarten bestaan er ook digitale spaarplatformen.

### Zichtbaarheid verhogen

Maak gebruik van sociale media om je handelaarsacties, je openbare werken of zelfs het mobiliteitsplan online meer zichtbaarheid te geven. Verloot prijzen onder klanten die foto's delen van hun aankopen.



## PREMIES

•	Gevelrenovatiepremie	zie pg. 20
•	Toegankelijkheidspremie	zie pg. 27
•	Pandenfonds	zie pg. 32
•	Leegstandfonds	zie pg. 32
•	Vestigingspremie	zie pg. 33
•	Verhuispremie	zie pg. 33
•	Activeringspremie	zie pg. 34
•	Samenvoegingspremie	zie pg. 34
•	Wonen-boven-winkel-premie	zie pg. 35
•	Starterspremie	zie pg. 51
•	Knelpuntwinkelpremie	zie pg. 57

# PROVINCIALE ONDERSTEUNING LOKAAL DETAILHANDELSBELEID

## Handelaarsacties

Via 'Ik koop lokaal' worden concrete acties om handelaars te sterken in hun ondernemerschap geïnitieerd. De gemeente is hierbij een belangrijke partner voor het helpen bekendmaken van deze acties.

Daarnaast zet 'Ik koop lokaal' ook in op bewustmaking van de consument: het belang van lokaal kopen onder de aandacht brengen maakt continu deel uit van de missie van 'Ik koop lokaal'.



## Ondersteuning beleid

De Provincie West-Vlaanderen trekt volop de kaart van kernversterking om steden en gemeenten vitaal te maken en te houden. Nabijheid van functies creëert immers levendigheid.

De Provincie ondersteunt tevens een selectief locatiebeleid voor het detailhandelsaanbod. Zonder aangepast beleid wordt verwacht dat baanwinkels en retailparken in de periferie nog meer aan belang zullen winnen, met verdere toename van leegstand in de kernen tot gevolg. Dit selectief locatiebeleid dient gecombineerd te worden met het herstructureren en verdichten van detailhandel binnen bestaande winkelzones.

## Detailhandelscoach

De detailhandelscoach ondersteunt gemeenten uit West-Vlaanderen bij de opmaak van hun detailhandelsvisie en het uitschrijven van hun strategisch commercieel plan.

Als procesbegeleider loodst de detailhandelscoach, in nauwe samenwerking met de ambtenaar en schepen lokale economie, de gemeente doorheen het traject om te komen tot een gefundeerd en gedragen strategisch detailhandelsbeleid op maat. In de voorbereidende analysefase levert en interpreteert de coach de belangrijkste socio-economische en ruimtelijke data en overzichtskaarten. Voor het verzamelen van kwalitatieve data neemt de detailhandelscoach het voortouw als moderator van SWOT-analyses met interne en externe focusgroepen.

In een volgende fase zorgt de detailhandelscoach voor het aanleveren van de nodige bouwblokken en inspiratie om een detailhandelsvisie op maat van de gemeente op te stellen en te vertalen naar concrete ambities, meetbare doelstellingen en acties.

## Tools en data

De POM West-Vlaanderen en OC West bieden u heel wat tools en data aan om u beleidsmatig te ondersteunen.

- Toegang tot de detailhandelsdatabank Locatus.
- Rapport detailhandel: deze jaarlijks geactualiseerde rapporten geven een zicht op de toestand en de evolutie van het detailhandelsapparaat in uw gemeenten. De rapporten zijn geïntegreerd in de digitale databank 'Provincies in Cijfers' – [www.provincies.incijfers.be](http://www.provincies.incijfers.be).
- Economische Kaart: permanent geactualiseerde en ruimtelijke bedrijvendatabank.
- Retail Revenue Calculator: berekent de impact van de inplanting van nieuwe detailhandelsontwikkelingen.
- West-Vlaanderen Ontcijferd: deze publicatie brengt de recente sociaal-economische toestand van West-Vlaanderen in kaart.
- Analyses op maat.
- Kennisdeling en -uitwisseling: via regionale ateliers lokale economie, centrumstedenoverleg en voorjaarstreffen lokale economie.
- Diverse opleidingstrajecten- en workshops.
- Individuele werkbezoeken en toelichtingen: team Detailhandel van POM West-Vlaanderen en OC West kan de resultaten voor uw gemeente individueel toelichten.











[www.ocwest.be](http://www.ocwest.be)  
[www.ikkooplokaal.be](http://www.ikkooplokaal.be)

Opmaak: oktober 2021  
V.U. Jean de Bethune, Leiestraat 22, 8500 Kortrijk



EFRO  
EUROPEES FONDS  
VOOR REGIONALE  
ONTWIKKELING

