



Vlaams  
Parlement

ingediend op **472** (2020-2021) – Nr. 1  
5 oktober 2020 (2020-2021)

## **Conceptnota voor nieuwe regelgeving**

van Maaïke De Vreese, Axel Ronse, Andries Gryffroy, Allessia Claes,  
Annick De Ridder en Rita Moors

over kernversterking  
in de Vlaamse steden en gemeenten

## 1. Bruisende en bedrijvige kernen

Een aantrekkelijke gemeente- en stadskern bruist door de bedrijvigheid van de verschillende horecazaken, retailbedrijven en diensten. De ondernemers staan garant voor de dynamiek en de gezelligheid in de kernen. Mensen gaan winkelen in de kernen, nuttigen een drankje op een sfeervol terras en spreken af met familie en vrienden. In een bruisende stadskern is het aangenaam om te winkelen, te ontspannen en te vertoeven. Het creëert een plaats waar mensen elkaar ontmoeten en versterkt zo het sociaal weefsel.

De bruisende en bedrijvige kernen staan onder druk. De leegstand groeit en het winkelaanbod verschuift van de kern naar de periferie. Steeds meer steden en gemeenten stellen vast dat de leegstaande panden het centrum ontsieren. Niet alleen het aanbod wordt zo kleiner, de centrumstraten worden minder aantrekkelijk en panden verloederen. Tal van lokale besturen kampen met het onevenwicht tussen baan- en centrumwinkels, en zoeken naar een bestemming voor leegstaande panden om de buurt op te waarderen en de gezelligheid te verhogen. De gemeentekernen verliezen steeds meer het leven en behouden alleen nog de woonfunctie. Die evolutie is door COVID-19 versneld. Een visie daarover en de aanpak ervan is daardoor prangender en urgenter geworden.

De lokale besturen hebben een belangrijke opdracht: ze moeten inzetten op levendige, leefbare en dynamische kernen door een goede wisselwerking tussen handel, diensten en bedrijvigheid te realiseren.

Met een sterke visie en innovatieve projecten slagen sommige steden en gemeenten erin om het tij te keren, maar bij andere lukt het niet. Daarom is het belangrijk dat er fundamentele oplossingen worden aangereikt en dat er niet alleen aan symptoombestrijding wordt gedaan.

De ruimte moet slim, kwaliteitsvol en efficiënt worden ingericht. Het beleid moet een aantrekkelijk, eenvoudig en stimulerend kader uittekenen dat een bruisende en bedrijvige kern realiseert. Dat kan alleen via een geïntegreerde aanpak op verschillende beleidsniveaus en beleidsdomeinen én in samenwerking met alle betrokken actoren met het oog op verkeersveiligheid, leefbaarheid, doorstroming, bewoning, detailhandel en ontwikkeling van bedrijvigheid op de juiste locatie.

Naast een efficiënt kader en gemotiveerde ondernemers zijn er enthousiaste burgers nodig. Een bruisende en bedrijvige kern kan pas bestaan als er ook effectief wordt gewinkeld en geconsumeerd. Zo zijn de initiatieven om het lokaal shoppen te promoten bijzonder waardevol. Het is daarbij ook de verantwoordelijkheid van de overheid om de burgers te sensibiliseren en te stimuleren om lokaal te consumeren. De retail en de horeca zijn heel belangrijk voor jobcreatie en richten zich op kortgeschoolden.

De maatregelen om het coronavirus in te dijken treffen de Vlaamse economie zeer hard. De gevolgen zullen nog zeer lang nazinderen. Voor sommige sectoren die vóór de coronamaatregelen al bijzonder zwaar onder druk stonden, blijft het een zware dobber om die tegenslag te verwerken en opnieuw de rug te rechte. Het is de taak van de ondernemers om daar een creatief antwoord op te bieden en de kansen te verkennen.

De indieners van deze conceptnota voor nieuwe regelgeving focussen op de kernversterking door de huidige aanpak en mogelijkheden te onderzoeken, en de goede praktijken te bestuderen. Deze conceptnota vormt de aanzet om verder na te denken over bruisende en bedrijvige kernen, met het oog op de geplande aanpassing van het decreet van 15 juli 2016 betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid (het decreet IHB). Daarbij willen de indieners de relevante stakeholders en actoren

betrekken via hoorzittingen in de Commissie voor Economie, Werk, Sociale Economie, Innovatie en Wetenschapsbeleid.

## **2. Uitdagingen voor de gemeente- en stadskernen**

Vlaanderen wordt gekenmerkt door enkele middelgrote steden, tal van kleine steden die verbonden zijn door een keten van plattelandsgemeenten, en kleinere gehuchten.<sup>1</sup> Alle steden en gemeenten maken een transitie mee en staan voor ingrijpende uitdagingen: de leegstand in de kernen, de druk door de toename van appartementen en nieuwe verkavelingen, de open ruimte die kleiner wordt en steeds meer door recreatie wordt ingenomen, de kleinhandel die krimpt en de bedrijven die naar de kmo-zones (kleine of middelgrote onderneming) trekken. Het bewonersprofiel wijzigt en het bewonersaantal neemt stelselmatig toe. De leefbaarheid staat onder druk door ruimtelijke, sociale, economische en klimatologische uitdagingen. Voorzieningen zijn veel meer regionaal gespreid en een basisinfrastructuur focust op verdichting, schaalvoordelen en concentratie van gebruikers.

### **2.1. Bewoners en consumenten veranderen**

Winkels zijn belangrijk voor de dagelijkse voorzieningen. Ze zorgen voor dynamiek in de steden en gemeenten. De Vlaamse steden en gemeenten veranderen echter drastisch. Het leven van de bewoners speelt zich niet alleen af binnen de stads- en gemeentegrenzen waar ze wonen. Er zijn steeds meer gemeenten waar de woon- en verblijfsgelegenheid de belangrijkste functie is geworden. In die context wordt de lokale binding minder hecht en duurzaam. Daardoor komen de gemeente- en stadskernen onder druk te staan. Dat heeft een belangrijke impact op de leefbaarheid en de bedrijvigheid in het algemeen, en op de detailhandel en de horeca in het bijzonder.

De grotere steden zijn aantrekkingspolen door de diversiteit van handelszaken met een ruim aanbod en door de consumenten die uit de brede omgeving komen. Mensen zijn bereid om zich naar de grote steden en winkelcentra te verplaatsen. Winkelen gaat in die context om meer dan het aankopen van goederen. De beleving staat centraal en de ontmoetingen zijn een onderdeel van de ervaring, wat ook wel 'funshoppen' wordt genoemd. Dat staat in schril contrast met de kleinere steden, waar de handel zich beperkt tot de basisvoorzieningen en de dagelijkse praktische aankopen: het 'runshoppen'.

Het koopgedrag van de consumenten verandert en de consumenten worden veeleisender, selectiever en kieskeuriger. Ze willen keuzes kunnen maken en verwachten expertise en een goede service. Door de technologische en digitale ontwikkelingen gaan ze op een andere manier winkelen en consumeren. De digitalisering beïnvloedt hun gedrag: ze gaan online om zich te informeren, te vergelijken en plaatsen reviews over hun ervaringen.

De e-commerce groeit sterk, want die manier van winkelen voldoet aan de vraag van consumenten die steeds minder tijd uittrekken om te winkelen. Daarom opteren ze voor de gemakkelijkste en meest gebruiksvriendelijke opties, ook buiten de gangbare openingsuren.

De prijs blijft belangrijk, maar andere factoren spelen ook een rol. Naast het veralgemeende aanbod van de grote winkelketens, is er ook een verhoogde interesse voor specialisatie, vakmanschap, authenticiteit, persoonlijk advies en klantvriendelijke service op maat. Veel meer dan het vasthouden aan de gewoontes en bekende merken, kiezen consumenten voor de winkels en merken waarmee ze zich kunnen

<sup>1</sup> [https://archieef-algemeen.omgeving.vlaanderen.be/xmlui/bitstream/handle/acd/229963/102\\_20170207\\_Eindrapport\\_Ontwerpend\\_onderzoek\\_naar\\_kernversterking\\_in\\_vlaanderen.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://archieef-algemeen.omgeving.vlaanderen.be/xmlui/bitstream/handle/acd/229963/102_20170207_Eindrapport_Ontwerpend_onderzoek_naar_kernversterking_in_vlaanderen.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

identificeren of die aansluiten bij hun levensvisie. Het moet hen inspireren om steeds nieuwe ervaringen te ontdekken. Niet alleen de producten zijn van belang, ook het verhaal dat ze vertellen en de omgeving waarin ze geëtaleerd worden.

Het blijft een uitdaging voor de detailhandel en de horeca om die nieuwe rol te definiëren, steeds vernieuwend te zijn en creatief om te springen met die trends en ontwikkelingen.

## 2.2. De leegstand neemt verder toe

Ondanks tal van initiatieven door verschillende bestuursniveaus neemt de leegstand in de gemeente- en stadskernen toe. Het onderzoek van de ULB (Université Libre de Bruxelles) naar het winkellandschap<sup>2</sup> toont aan dat in Vlaanderen één op de tien winkelpanden leeg staat. Vlaanderen telt nu 45.594 verkooppunten. Dat zijn er 8341 minder dan tien jaar geleden. Eén op de vijf winkels is dus de laatste tien jaar verdwenen. De leegstand is de afgelopen tien jaar met 60 procent gestegen.<sup>3</sup>

## 2.3. Kernversterking versus periferie

De oppervlakte van een winkel is de laatste tien jaar wel met een kwart toegenomen, van 206 m<sup>2</sup> tot 259 m<sup>2</sup>.<sup>4</sup> De grootste toename is te vinden bij de supermarkten en de kledingwinkels. Bij de kleinhandelszaken merken de onderzoekers een omgekeerde tendens: daar zien ze een duidelijke afname van de winkeloppervlakte. De toename van de winkeloppervlakte komt bijna uitsluitend door de uitbreiding van de baanwinkels. Hun komst is doorgaans ten nadele van de kleinhandel in het centrum van de steden. De baanwinkels zijn immers een stevige concurrent voor de winkels in de stadskernen: ze zijn doorgaans gemakkelijker bereikbaar en er is een ruime, gratis parkeergelegenheid.

## 2.4. Toename van e-commerce

E-commerce wordt gedefinieerd als "de verkoop of aankoop van goederen of diensten via een computernetwerk, via methodes die specifiek ontworpen werden voor het ontvangen of plaatsen van bestellingen. De betaling en uiteindelijke levering van de goederen of diensten hoeven niet online te gebeuren."<sup>5</sup>

De e-commerce neemt gestaag toe. In de periode 2018-2019 was bij de ondernemingen met minstens tien werknemers 31 procent van de totale omzet afkomstig van e-commerce. Dat is een verdubbeling in vergelijking met de periode 2010-2011. Bij ondernemingen met 10 tot 49 werknemers was e-commerce in de periode 2018-2019 goed voor 9 procent van de totale omzet. Bij ondernemingen met minstens 250 werknemers was dat 59 procent. Van 2010-2011 tot 2018-2019 is het belang van e-commerce in de totale omzet vooral gestegen bij ondernemingen met minstens 250 werknemers: daar is sprake van een verdrievoudiging.

E-commerce is in vergelijking met EU-landen sterk ingeburgerd bij Vlaamse ondernemingen. In de periode 2018-2019 nam e-commerce een groter aandeel van de totale omzet in bij de Vlaamse (31 procent) en de Brusselse (42 procent) ondernemingen, dan bij de Waalse ondernemingen (15 procent). België hoort, samen met Ierland en Tsjechië, tot de top drie van de landen waar e-commerce het grootste aandeel van de totale omzet van de ondernemingen inneemt. Dat biedt natuurlijk tal van kansen.

2 <https://difusion.ulb.ac.be/vufind/Record/ULB-DIPOT:oai:dipot.ulb.ac.be:2013/301468/Details>

3 <https://www.retaildetail.be/nl/news/algemeen/minder-winkels-toch-meer-concurrentie-retail-gaat-het-rood>

4 <https://difusion.ulb.ac.be/vufind/Record/ULB-DIPOT:oai:dipot.ulb.ac.be:2013/301468/Details>

5 <https://www.statistiekvlaanderen.be/nl/omzet-via-e-commerce-bij-ondernemingen>

Die toename van e-commerce legt een zware druk op de lokale handelaars. Investerings gaan gepaard met kansen (extra jobs voor hoofdzakelijk kortgeschoolden), maar ook met uitdagingen. In die context is het belangrijk dat de spelregels worden gerespecteerd en dat er werk wordt gemaakt van een gelijk speelveld.

De digitalisering zet zich alsmaar verder door en beïnvloedt iedere sector. Voor de consumenten raken het offline en online kopen meer verstrengeld. Iedereen kent de tendens waarbij consumenten een fysieke winkel bezoeken om een product te testen of een kledingstuk te passen, dat ze later online bestellen.

Door de verplichte sluiting ten gevolge van de coronamaatregelen hebben veel ondernemers ingezet op een betere online aanwezigheid of het opzetten van een webwinkel. Tevens viel het op dat de Vlaming een grotere reflex had om online in lokale webshops te winkelen.

## **2.5. Faillissementen in de kleinhandel en horeca**

De horeca en de kleinhandel hebben het moeilijk in Vlaanderen. De winstmarges van de lokale handelaars staan onder druk door de concurrentie van de grote ketens en de e-commerce. Als die sectoren in moeilijkheden verkeren, straalt dat doorgaans af op de bedrijvigheid in de kernen. Het grote aantal faillissementen in die sectoren geeft aan dat ze het bijzonder moeilijk hebben.

In het Vlaamse Gewest steeg het aantal faillissementen in 2019. Er waren 5763 faillissementen in 2019: dat zijn er 794 meer dan in 2018 of een stijging met 15,98 procent. Opmerkelijk is dat het in bijna een op drie gevallen gaat om het faillissement van een horeca- of kleinhandelszaak. In 2019 zijn in het Vlaamse Gewest 982 horecazaken en 577 kleinhandelszaken failliet gegaan: dat is een stijging ten opzichte van 2018 met respectievelijk 4,2 en 13,6 procent. Van de in totaal 10.008 jobs die door een faillissement in het Vlaamse Gewest zijn verdwenen, zijn er 1875 jobs in de horeca en 931 in de kleinhandel verloren gegaan.<sup>6</sup>

Het aantal zelfstandige winkeliers daalt en vergrijst, en de opvolging is niet altijd verzekerd.

## **2.6. Tussenschakels worden kleiner**

Het traditionele model van producent, groothandel, kleinhandel en consument staat onder druk. De fabrikanten en producenten, en ook de groothandel richten zich rechtstreeks tot de consument. Het aantal tussenschakels tussen de producent en de consument worden steeds kleiner. Dat heeft een impact op de kleinhandel. Daarnaast valt de tendens op van de korte keten. Consumenten gaan rechtstreeks producten aankopen bij de landbouwers.

## **2.7. Impact van de coronamaatregelen**

De maatregelen om het coronavirus in te dijken hebben een impact op de kernen in de gemeenten. De horeca en een groot deel van de detailhandel werden verplicht te sluiten. Bijna een op de drie tijdelijke werklozen door de coronamaatregelen behoren tot de handel of horeca.<sup>7</sup>

De totale impact van de coronamaatregelen is nog onduidelijk. Er kan op dit ogenblik onmogelijk worden voorspeld hoelang het virus zal duren en hoelang de veiligheidsmaatregelen noodzakelijk zullen zijn. Het staat wel vast dat de anderhalve-

<sup>6</sup> <https://graydon.be/downloads/report-studie-faillissementen-2019-jaaroverzicht>

<sup>7</sup> <https://www.comeos.be/actumessage/343180/Bijna-1-op-3-tijdelijke-werklozen-behoren-tot-de-handel-of-horeca>

metereconomie en -maatschappij nog even zal blijven bestaan. Dat zal de beleving, het winkelen en het ontspannen in de gemeentekernen drastisch beïnvloeden.

### **3. Decreet betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid**

De kiemen van het integraal handelsvestigingsbeleid en het beleid voor kernversterking van de Vlaamse overheid werden gelegd met de startnota 'Winkelen in Vlaanderen' (23 juli 2010). Die nota focuste enerzijds op de ruimtelijk-economische en anderzijds op economische aspecten. Daardoor werd een afwegingskader ontwikkeld voor grootschalige detailhandel, alsook een verbod op handels- en horecazaken op bedrijventerreinen. Op basis daarvan werd een leidraad uitgewerkt voor het ontwikkelen van een strategisch commercieel plan. Tot slot werden twee subsidieoproepen gelanceerd om kernversterking lokaal te ondersteunen.

In 2012 werd de nota 'Winkelen in Vlaanderen 2.0' goedgekeurd. Die nota legde de krijtlijnen vast voor de regionalisering van de wet op de handelsvestigingen, met aandacht voor een actievere benutting van bestaande ruimtelijke instrumenten, de integratie van de socio-economische vergunning in de omgevingsvergunning en het handelsvestigingsconvenant. Daarnaast werd een nieuw subsidieprogramma voor handelskernversterking gelanceerd. Dat programma bestaat uit drie delen: de aankoop van handelspanden, de renovatie van handelspanden en de kernversterkende maatregelen.

Omzendbrief RO 2011/01 Afwegingskader grootschalige detailhandel van 9 december 2011 kwam er in de aanloop naar het decreet betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid (het decreet IHB). Dat gaf aan de lokale besturen meer houvast bij de opmaak van ruimtelijke plannen of de beoordeling van vergunningsaanvragen. De omzendbrief van 2011 blijft een bron van inspiratie om beslissingen beter te onderbouwen.

De Vlaamse Regering keurde op 22 april 2016 het decreet IHB goed. Het decreet is het gevolg van de regionalisering van de bevoegdheid over de socio-economische vergunning door de zesde staatshervorming en vervangt de wet van 13 augustus 2004, de zogenaamde IKEA-wet. Een aantal aspecten werden uit de wet overgenomen, maar er werden ook een aantal wijzigingen doorgevoerd.

Het decreet geeft een kader voor de duurzame organisatie van detailhandel in Vlaanderen. De lokale besturen krijgen een cruciale rol en beschikken over een pakket van instrumenten om een ruimtelijk handelsbeleid te voeren.

De meerwaarde van het decreet IHB is de koppeling van een visie aan een juridisch onderbouwd en consequent vergunningsbeleid. Het decreet IHB plaatst het vergunningsbeleid in een breder perspectief en creëert een coherent en integraal proces, vanaf de analyse en het formuleren van een beleidsvisie, over de uitwerking in ruimtelijke planningsinitiatieven tot de effectieve beoordeling van vergunningsaanvragen, handhaving en evaluatie. Daarbij is er aandacht voor consistentie tussen verschillende beleidsniveaus en beleidsdomeinen. Een voorbeeld daarvan is de integratie in de omgevingsvergunning en de aanvraag van de kleinhandelsvergunning via het omgevingsloket.

Het decreet IHB focust op vier doelstellingen die de basis vormen voor de visie op de verschillende bestuursniveaus, de planningsdocumenten en de beoordeling van een vergunningsaanvraag:

- het creëren van duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel, met inbegrip van het vermijden van ongewenste kleinhandelslinten;
- het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten;
- het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijke milieu, met inbegrip van het versterken van kernwinkelgebieden;
- het bewerkstelligen van een duurzame mobiliteit.

Het decreet IHB zorgt voor een sterk verminderde vergunningsplicht, omdat het aantal assortimenten wordt herleid tot vier categorieën van kleinhandelsactiviteiten, namelijk:

- categorie A: verkoop en voeding;
- categorie B: verkoop van goederen en persoonsuitrusting;
- categorie C: verkoop van planten, bloemen en goederen voor land- en tuinbouw;
- categorie D: verkoop van andere producten.

Dat heeft ook een impact op de mogelijkheid van de gemeenten om te sturen op assortiment of op het type winkels.

Tot slot reikt het decreet IHB een breed instrumentarium aan:

- de vertaling van een visie op detailhandel in ruimtelijke plannen, namelijk ruimtelijke uitvoeringsplannen en stedenbouwkundige verordeningen (vergunningenbeleid). Zo kan de gemeente via een ruimtelijk uitvoeringsplan of verordening:
  - 1) oppervlaktenormen opleggen voor de vier categorieën van detailhandel;
  - 2) kernwinkelgebieden en winkelarme gebieden afbakenen;
  - 3) bepalingen opnemen voor nieuwe en bestaande kleinhandel;
  - 4) vrijstellingstermijnen voor kortlopende kleinhandelsactiviteiten inperken;
- de handelsvestigingsconvenant: een instrument voor gemeenten om op vrijwillige basis afspraken te maken met ontwikkelaars of exploitanten van kleinhandelsbedrijven.

#### **4. Instrumenten die kunnen worden ingezet voor kernversterking**

De steden en gemeenten in Vlaanderen hebben de sleutel in handen voor een kernversterkend beleid. Naast het decreet IHB zijn er tal van andere instrumenten die lokale besturen kunnen aanwenden voor kernversterking. Die kunnen worden samengevat in de volgende drie principes: sturen, stimuleren en te bestraffen.

##### **4.1. Sturen**

###### **4.1.1. Ruimtelijke planning**

Een stedenbouwkundige verordening is een krachtig instrument waarover de gemeenten beschikken om de leefbaarheid en de aantrekkingskracht van de kernen te versterken. Er kunnen specifieke stedenbouwkundige voorschriften en normen worden vastgelegd voor afgebakende zones. Daarnaast kan een ruimtelijk uitvoeringsplan (RUP) rond centrumontwikkeling worden opgemaakt. Zo kunnen gemeenten op maat van een kernwinkelgebied specifieke normen vastleggen. Zowel de stedenbouwkundige verordening als het RUP zijn juridisch bindende instrumenten die effectief kunnen worden ingezet.

In een ruimtelijk beleidskader kan een lokaal bestuur algemene richtlijnen bepalen voor specifieke deelgebieden, met het oog op het stimuleren of beperken van wonen en handel. Een ruimtelijk beleidskader is vooral richtinggevend en dus geen juridisch bindend instrument.

Het handelsvestigingsconvenant, ten slotte, geeft de mogelijkheid aan gemeenten om bij nieuwe commerciële ontwikkelingen in overleg met de projectontwikkelaars afspraken te maken over assortimenten, winkelvloeroppervlaktes en financiële bijdragen in acties voor kernversterking.

#### **4.1.2. Differentiëring van gemeentelijke opcentiemen op de onroerende voorheffing**

Lokale besturen kunnen sinds 2019 de opcentiemen op de onroerende voorheffing in bepaalde buurten verlagen om de leegstand aan te pakken en probleembuurtten aantrekkelijker te maken.<sup>8</sup> Dat kan een nuttig instrument zijn om leegstaande handelspanden met een hoog kadastraal inkomen aantrekkelijker te maken. Van die mogelijkheid wordt echter amper gebruikgemaakt.

#### **4.1.3. Pop-upreglement**

Een handelszaak openen is vaak een stap in het ongewisse. Met het decreet houdende huur van korte duur voor handel en ambacht, dat op 1 september 2016 in werking trad, hebben ondernemers de mogelijkheid om een nieuw concept uit te testen en na te gaan of de handelszaak rendabel is. De huurtermijn moet daarbij korter zijn dan één jaar.

Tal van lokale besturen werken een pop-upreglement uit om de leegstand in het centrum en in de winkelstraten aan te pakken.

### **4.2. Stimuleren via premies**

#### **4.2.1. Programma handelskernversterking**

De Vlaamse Regering heeft al enkele oproepen gelanceerd met het oog op het sensibiliseren, stimuleren en financieel ondersteunen van de lokale besturen in hun actor- en regierol voor een kernversterkend detailhandelsbeleid. In het kader van het hefboomprogramma voor handelskernversterking werden drie oproepen gelanceerd:

- kernversterkende maatregelen;
- renovatie van handelspanden;
- aankoop van handelspanden.

Aanvragen voor de kernversterkende maatregelen en de renovatie van handelspanden konden worden ingediend tot 15 september 2013. De oproepen voor de renovatie van handelspanden en de aankoop van handelspanden konden niet gecombineerd worden. De aanvragen voor de aankoop van handelspanden konden worden ingediend tot het beschikbare budget van 4,5 miljoen euro was opgebruikt. De Vlaamse Regering trok voor de drie oproepen in totaal 13 miljoen euro uit.

#### **4.2.2. Premiestelsels kernwinkelgebied<sup>9</sup>**

Vervallen panden en verloedering moeten worden aangepakt om de kernen leefbaar en aantrekkelijk te maken. Dat kan door een subsidiebeleid dat gericht is op het ondersteunen van de renovatie van handelspanden. De Vlaamse overheid lanceerde een oproep om de lokale besturen te stimuleren een gemeentelijk subsidiereglement uit te werken dat zich richt tot eigenaars en uitbaters van panden in het kernwinkelgebied. Dat wordt ruim geïnterpreteerd. Zo kunnen ook panden met een publiekstreckende functie in aanmerking komen. De gemeente legt zelf de bepalingen vast, maar houdt daarbij wel rekening met de krijtlijnen die Vlaanderen uittekent. Dat gemeentelijk subsidiereglement trekt ondersteuning uit voor:

- gevelrenovatie van handelspanden binnen het kernwinkelgebied;
- aanpassingswerkzaamheden voor wonen of werken boven of achter winkels in het kernwinkelgebied;

<sup>8</sup> <https://www.vlaanderen.be/uw-overheid/werking-en-structuur/hoe-werkt-de-vlaamse-overheid/belastingen-en-begroting/vlaamse-belastingen/onroerende-voorheffing/differentiëring-van-gemeentelijke-opcentiemen-op-de-onroerende-voorheffing>

<sup>9</sup> <https://www.vlaio.be/nl/media/359>



- verhuizing naar het kernwinkelgebied van een handelszaak die buiten het kernwinkelgebied ligt;
- aanpassingswerkzaamheden om van een of meer panden een geschikte handelszaak te maken;
- een nieuw type premie die het kernwinkelgebied zal versterken.

Vlaanderen voorziet in een cofinanciering. Die financiering bedraagt steeds hetzelfde percentage van de tegemoetkoming van de gemeente. De eigenaar of uitbater betaalt steeds minimaal 20 procent van de totale kostprijs.

Vlaanderen trekt daarvoor 3,2 miljoen euro uit. De centrumsteden kunnen een maximaal subsidiebedrag van 90.000 euro ontvangen. Voor een niet-centrumstad is dat 75.000 euro.

De maximale proefperiode is drie jaar, die wordt gerekend vanaf de start van het project. Voor die oproep liep die proefperiode van 1 september 2017 tot 1 januari 2018. De subsidieperiode loopt af op 31 december 2020.

#### **4.2.3. Diverse subsidieoproepen**

Naast de Vlaamse ondersteuningsmaatregelen worden er ook door de provincies of Europa oproepen gelanceerd die gericht zijn op kernversterking, het promoten van lokaal kopen, het ondersteunen van detailhandel en horeca enzovoort.

Een overzicht van die oproepen kan worden geraadpleegd via: <https://www.detailhandelvlaanderen.be/documenten/steunmaatregelen>.

#### **4.3. Sancties opleggen via een leegstandsheffing**

Met het decreet van 27 maart 2009 betreffende het grond- en pandenbeleid zijn de lokale besturen sinds 1 januari 2010 bevoegd voor het invoeren van een eigen gemeentelijke leegstandsheffing op leegstaande woningen en gebouwen die geen bedrijfsruimten zijn. Die heffing kan een instrument zijn om de leegstand in de kernen actief te bestrijden.

Daarnaast bestaan ook nog twee andere heffingen, die later werden overgenomen door het decreet houdende de Vlaamse Codex Fiscaliteit van 13 december 2013:

- de gewestelijke heffing ter bestrijding van de leegstand en verwaarlozing van bedrijfsruimten, geregeld in het decreet van 19 april 1995;
- de gewestelijke heffing ter bestrijding van de verkrotting van gebouwen en woningen, geregeld in het decreet van 22 december 1995 houdende bepalingen tot begeleiding van de begroting 1996.

Vanaf 1 januari 2015 is de vestiging van opcentiemen op gewestbelastingen die op het kadastraal inkomen gebaseerd zijn, weer mogelijk. De wet van 19 april 2014 tot wijziging van het Wetboek van de Inkomstenbelastingen 1992, inzake de vestiging van aanvullende belastingen op gewestbelastingen heeft daartoe een artikel 464/1 ingevoegd in het Wetboek van de Inkomstenbelastingen.<sup>10</sup>

#### **4.4. Lokale projecten en goede praktijken**

##### **4.4.1. Goede praktijken voor kernversterking**

Tal van ondernemende lokale besturen experimenteren om de handels- en gemeentekernen een nieuwe dynamiek te geven. Denk maar aan de aanstelling van een

<sup>10</sup> <https://lokaalbestuur.vlaanderen.be/financiering/fiscaliteit/opcentiemen-en-aanvullende-belastingen/heffingen-ter-bestrijding-van-leegstand-en-verkrotting>

centrummanager of -management om een structurele samenwerking met de lokale economische actoren op te zetten. Ze doen dat met het oog op de organisatie van commerciële evenementen, het toezicht op de leegstand, en het prospecteren en aantrekken van geïnteresseerde ondernemers. Daarnaast wordt gewerkt aan een aantrekkelijk, goed ingericht en bereikbaar centrum.

Lokale besturen kunnen daarnaast subsidies uittrekken voor het herbestemmen van een handelspand, het samenbrengen van kleine handelspanden, het verhuizen van een winkel naar het kernwinkelgebied, het openen van een tweede winkel in het kerngebied of het creëren van een woongelegenheden boven een handelspand. Daarvoor kunnen ze intekenen voor oproepen vanuit de verschillende overheden (zie hierboven).

In Vlaanderen zijn er veel goede praktijken die effectief resultaten boeken en waarbij gebruik wordt gemaakt van een waaier aan maatregelen. Voorbeelden zijn 'Kortrijk Zaaït', 'Roeselare B(l)oeit', 'Mechelen Mest' en 'Diest Bloeit', waarbij subsidies en fiscale kortingen worden gegeven met het oog op het invullen van leegstaande panden, het aantrekken van nieuwe ondernemers en het stimuleren van ondernemerschap.

#### **4.4.2. Lokaal ondernemerschap stimuleren**

De ondernemers zijn cruciaal voor een economische bedrijvigheid in de kern. Lokale besturen ontwikkelen een kader om ondernemerschap te stimuleren en te ondersteunen. Dat kan door:

- één ondernemersloket en een dienst lokale economie uit te bouwen als centraal aanspreekpunt waar ondernemers terecht kunnen voor informatie en advies;
- begeleidingstrajecten en sensibiliseringsacties op te zetten rond ondernemerschap;
- administratieve vereenvoudiging en digitalisering (procedures enzovoort) verder uit te werken;
- premies en subsidies uit te trekken;
- fiscale gunstmaatregelen in te voeren;
- te investeren in overleg, netwerking en dialoog (bijvoorbeeld via een adviesraad, overlegplatform enzovoort);
- het stimuleren van lokaal kopen en consumeren.

#### **4.4.3. Detailhandel Vlaanderen**

Het Kennisnetwerk Detailhandel is een initiatief van het Agentschap Innoveren en Ondernemen (VLAIO) en de vijf Vlaamse provincies. Het verricht onderzoek en verzamelt data om de lokale besturen te helpen met de uitbouw van een kernversterkend beleid. Die informatie kan geraadpleegd worden via de portaal-site [www.detailhandelvlaanderen.be](http://www.detailhandelvlaanderen.be).

### **5. Visie van de Vlaamse Regering op lokale economie en de detailhandel**

In de beleidsnota Economie, Wetenschapsbeleid en Innovatie 2019-2024 staat de onderstaande passage:

“Een sterke lokale economie met levendige kernen in dorpen en steden wordt een belangrijke prioriteit voor de volgende jaren. We streven naar bruisende kernen door detailhandel, horeca, diensten en andere kleinere verweven bedrijven te helpen en te ondersteunen bij hun inspanningen zich aan te passen aan de snel veranderende marktomstandigheden. We doen dit samen met de besturen. Ondernemende en levendige kernen zorgen ook voor meer leefbaarheid en sociale cohesie.

We willen de gemeenten ondersteunen om hun beleid rond handelsvestigingen beter uit te werken en we zullen praktijkervaringen nog beter delen. We moedigen in elk geval onze steden en gemeenten aan om met de instrumenten uit het Integraal Handelsvestigingsbeleid effectief aan de slag te gaan en een eigen onderbouwde en transversale detailhandelsvisie (op basis van feiten en cijfers) en dito plan te ontwikkelen en er consequent naar te handelen. We bekijken ook de mogelijkheden van regelluwe zones voor een vernieuwende aanpak in de kernen. VLAIO (Agentschap Innoveren en Ondernemen) monitort, inventariseert en verspreidt de goede praktijken.

In overleg met de ondernemersorganisaties en de VVSG (Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten) zorgen we voor een evaluatie in functie van de actualisering van het decreet over het integraal handelsvestigingsbeleid met eventueel een aanpassing van de productcategorieën en de notie 'kernwinkelgebied'. Na evaluatie van de meerwaarde van het Comité voor Kleinhandel bepalen we of de werking van dit comité optimaliseren dan wel het comité opheffen.

Samen met de lokale besturen blijven we actief de lokale ondernemers steunen en zetten initiatieven op voor succesvolle e-commerce op hun maat. We ontwikkelen een strategie om het kopen bij Vlaamse ondernemingen en lokaal nieuw makerschap te stimuleren. Daarbij helpen we de lokale ondernemers om hun positie in de omwenteling naar 'fygitaal' kopen of hybride handel en digitale marketing te bepalen. We onderzoeken ook in welke mate e-commerce moet meegenomen worden in de actualisering van het Handelsvestigingsdecreet.

De regelgeving op het vlak van ambulante handel en kermisactiviteiten zullen we actualiseren om de lokale autonomie te verhogen en beter in te spelen op nieuwe consumententrends op het vlak van markten."<sup>11</sup>

## **6. Elementen voor kernversterking**

### **6.1. Evaluatie van het decreet betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid**

Het decreet IHB geeft de lokale besturen tal van instrumenten om een visie in een ruimer proces te koppelen aan een juridisch sluitend vergunningsbeleid.

Op basis van de ervaringen stellen de indieners van deze conceptnota een aantal verbeterpunten voor:

- de indeling in vier categorieën van kleinhandelsactiviteiten is voor herziening vatbaar. Vooral de categorie D: verkoop van andere producten is te ruim geformuleerd;
- het kleinhandelsreglement werd niet opgenomen in het decreet IHB. Daardoor is een openbaar onderzoek vereist bij de opmaak van een stedenbouwkundige verordening. De indieners van deze conceptnota vragen zich af of dat ook niet moet worden aangepast.

Via een analyse van het huidige decreet IHB willen de indieners eventuele hiaten opsporen en nagaan in welke mate hervormingen de lokale besturen kunnen ondersteunen om een kernversterkend beleid uit te werken.

### **6.2. Ruimere focus op bedrijvige kernen**

Het is onmogelijk om alle leegstand tegen te gaan en de kernen leefbaar te maken door enkel en alleen te mikken op detailhandel. Er moeten ook nieuwe bestemmingen mogelijk worden gemaakt. Een bruisend stadscentrum wordt niet alleen

---

<sup>11</sup> Beleidsnota Economie, Wetenschapsbeleid en Innovatie 2019-2024, p. 18.

gevormd door de horeca en de retail, maar door een wisselwerking tussen detailhandel, wonen, werken, publieke diensten, toerisme, cultuur, ontspanning en recreatie. Kernversterking is mogelijk dankzij die unieke mix van bedrijvigheid, multifunctionaliteit en de betrokkenheid van een breed pallet aan sectoren, ondernemingen en diensten. In die bedrijvige kernen is ook plaats voor vernieuwende concepten zoals 'coworking spaces'.

Dat principe moet worden vertaald in het decreet IHB, dat focust op handelsvestigingen en nu alleen toelaat om winkelkernegebieden en winkelarme gebieden af te bakenen. Dat is te beperkend. Vandaar willen de indieners van deze conceptnota onderzoeken hoe het concept van de bedrijvige kernen kan worden geïntegreerd in het decreet IHB.

### **6.3. Visie en ambitie**

De lokale besturen hebben een belangrijke regiefunctie. Vanuit die positie kunnen ze samen met de lokale middenstand en alle betrokken actoren een geïntegreerde, gedragen en realistische visie uitwerken voor een kernversterkend beleid. Dat veronderstelt dat er wordt uitgegaan van de unieke positie van de lokale besturen, de eigen sterkte en de opportuniteiten, alsook van de zwaktes en de gevaren om keuzes te maken. Bij die visie hoort een beleidsplan met concrete acties. Daarbij moet maximaal gebruik worden gemaakt van de mogelijkheden in het decreet IHB en van een aangepast vergunningsbeleid. Die visie is weliswaar een streefbeeld voor de toekomst dat moet toelaten om snel op de bal te kunnen spelen van economische en maatschappelijke ontwikkelingen en nieuwe trends.

Centrumsteden, steden en gemeenten verschillen sterk van elkaar. De behoeften en de lokale dynamiek zijn zeer divers. Dat vergt inzicht en een aanpak op maat. De lokale besturen zijn het meest aangewezen bestuursniveau om het lokale kernversterkend beleid uit te tekenen en uit te voeren. Het geeft een bijzondere verantwoordelijkheid. Niet ieder lokaal bestuur heeft dezelfde mogelijkheden en dezelfde bestuurskracht om een ingrijpend beleid te voeren. De concrete invulling is bovendien sterk afhankelijk van de eigenheid, de schaalgrootte en het economisch potentieel van de gemeente. In dat opzicht is maatwerk bepalend voor het ontwikkelen van een visie.

Een duidelijke en ambitieuze visie op kernversterking focust niet alleen op een detailhandelsbeleid en de lokale economie, maar ook op andere beleidsdomeinen zoals ruimtelijke ordening, mobiliteit, milieu, toerisme, communicatie enzovoort. In het bijzonder gaat de aandacht naar een vlotte bereikbaarheid, een doorzicht parkeerbeleid, voldoende ruimte en een attractief en uitnodigend openbaar domein. Het decreet IHB komt daar al gedeeltelijk aan tegemoet door de integrale benadering waarbij verschillende instrumenten op elkaar worden afgestemd bij het vormen van een visie en het opmaken van ruimtelijke plannen en het vergunningsbeleid.

### **6.4. Vergunningsbeleid**

Het decreet IHB biedt tal van instrumenten aan om een visie op de stad of de gemeente te ontwikkelen. Die visie wordt vertaald in het vergunningsbeleid. Het is de taak van de lokale besturen om een duidelijke visie te ontwikkelen op de stadskern en op grootschalige projecten in de periferie. Dat moet de lokale besturen er ook toe aanzetten om consequent te handelen.

De stedenbouwkundige verordening en het RUP zijn juridisch krachtige instrumenten om effectief te sturen op het aanbod en de locatie van handel, horeca en diensten in de kern, dus om de visie op detailhandel ruimtelijk te verankeren. Een goed uitgewerkt en consequent uitgevoerd vergunningsbeleid alleen volstaat echter niet

om de dynamiek en de economische ontwikkeling aan te wakkeren. Er moet een goed evenwicht zijn tussen een sturende en een stimulerende overheid die initiatieven mogelijk maakt. Daarnaast moet het vergunningsbeleid voldoende wendbaar zijn om in te spelen op vernieuwende tendensen en economische behoeften. Een dynamische en innovatieve visie mag immers niet worden afgeremd door een star vergunningsbeleid. Met andere woorden, als het vooropgestelde bestemmingsplan te fel afwijkt van de realistische mogelijkheden, moet er snel en flexibel een herbestemming mogelijk worden gemaakt. De indieners van deze conceptnota willen de blik verruimen en nagaan welk instrumentarium het best geschikt is om de visie op kernversterking ruimtelijk te verankeren met het oog op korte doorlooptijden, zo min mogelijk administratieve rompslomp en voldoende flexibiliteit. Dat moet het mogelijk maken om kort op de bal te spelen en zo nodig bij te sturen.

De lokale besturen beslissen zelf om een expansie in de periferie tegen te gaan. In de praktijk is het niet evident om een evenwicht te vinden tussen een aantrekkelijke detailhandelsvisie voor de kern en de grootschalige baanwinkels. Om de kerren meer zuurstof te geven kan het noodzakelijk zijn om winkelarme gebieden in de periferie af te bakenen. Dat kan door selectiever om te gaan met het toekennen van een vergunning voor vestigingen langs de steenwegen.

'Baanwinkels en gemeenten op één lijn'<sup>12</sup> is een project van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO) dat de provincies Oost-Vlaanderen, Antwerpen en Vlaams-Brabant samen met de betrokken lokale besturen hebben uitgewerkt. De bedoeling is om samen een intergemeentelijke detailhandelsvisie en een actieprogramma uit te werken voor de steenwegen N70 en N10. Het doel van het project is het draagvlak vergroten en een gezond en duurzaam evenwicht realiseren tussen een kernversterkend beleid en een duurzaam locatiebeleid buiten de gemeentekernen. Het project geldt als prototype voor de aanpak van andere steenwegen in Vlaanderen.

## 6.5. Regionale blik

Een stads- of gemeentekern vormt geen eiland. De wisselwerking met de gemeente en de regio is cruciaal om economisch rendabel te zijn. De ontwikkelingen in een bepaalde gemeente hebben vanzelfsprekend een impact op de ruimere omgeving. Bij het uittekenen van een visie moet de blik ruimer zijn dan de eigen gemeentegrenzen en moet rekening worden gehouden met die dynamieken. De aantrekkingskracht voor het 'funshoppen', met de klemtoon op de totaalbeleving, gaat uit van de grote steden, terwijl in de kleinere gemeenten de klemtoon ligt op de functionele, dagelijkse aankopen ('runshoppen'). Binnen die uitersten moeten de eigen rol en positie worden bepaald.

In vergelijking met de wet van 13 augustus 2004 betreffende de vergunning van handelsvestigingen, de zogenaamde IKEA-wet, is de informatieplicht ten aanzien van de buurgemeenten niet in het decreet IHB opgenomen. Het spreekt voor zich dat het beleid inzake handelsvestigingen in de ene gemeente, ook een impact heeft op de omliggende gemeenten. Bij de keuze van een bepaalde locatie kunnen de lusten en de lasten zeer ongelijk zijn verdeeld. In dat opzicht willen de indieners van deze conceptnota onderzoeken in welke mate er regionaal kan worden afgestemd of hoe een regionale visie kan worden ontwikkeld die rekening houdt met de bovenlokale effecten.

De indieners van deze conceptnota willen de mogelijkheden verkennen voor een meer globale visie op kernversterking en dat dus niet alleen op lokaal, maar ook op regionaal en misschien zelfs Vlaams niveau.

---

<sup>12</sup> <https://oost-vlaanderen.be/wonen-en-leven/ruimtelijke-planning/projecten/baanwinkels-en-gemeenten-op-een-lijn-n70.html>

Het bestaande Kennisnetwerk Detailhandel kan een belangrijke rol opnemen als centraal kenniscentrum waarop de overheden een beroep kunnen doen. Dat kennisnetwerk kan de regie in handen nemen voor de kernversterking in Vlaanderen.

### **6.6. Goede praktijken en stimulerende voorbeelden**

Tal van lokale besturen experimenteren met interessante en geslaagde concepten om het handelscentrum opnieuw zuurstof te geven en de kern te versterken. Ze hoeven niet allemaal apart het warme water uit te vinden, maar kunnen maximaal lessen trekken uit bestaande waardevolle projecten. Er zijn tal van mogelijkheden om die goede praktijken te inventariseren en ervaringen te delen.

Een inventaris van goede praktijken moeten aanzetten tot actie. Daarom moeten die praktijken voldoende concreet, toepasbaar en stimulerend zijn om er effectief mee aan de slag te gaan in een andere context.

### **6.7. Evaluatie van ondersteuningsmaatregelen en -instrumenten**

Subsidie- en premiestelsels moeten eenvoudig, aantrekkelijk en doelmatig zijn. Het valt op dat er tal van subsidieoproepen bestaan vanuit de diverse bestuursniveaus. Die middelen moeten efficiënt en doelmatig worden ingezet, met een maximum aan resultaat. Een analyse van de bestaande besteding van middelen moet toelaten om eventuele tekortkomingen weg te werken en toekomstige oproepen effectiever en efficiënter in te zetten.

De doelmatigheid van premies en andere maatregelen is afhankelijk van:

- de mate waarin het premiebedrag werkelijk een stimulans is;
- de mate waarin ze passen in een ruimere visie en een geïntegreerde aanpak die gericht is op kernversterking.

In de context daarvan moet ook worden nagegaan in welke mate lokale besturen al dan niet gebruikmaken van de ondersteuningsmaatregelen en -instrumenten.

### **6.8. Aandacht voor digitalisering en e-commerce**

Vlaanderen staat voor grote uitdagingen. De huidige technologische en digitale ontwikkelingen zijn disruptief, maar ze bieden kansen aan de ondernemingen en de maatschappij. Die transitie steunen de indieners van deze conceptnota ten volle. Digitalisering, robotisering en artificiële intelligentie genereren vooruitgang. Technologische ontwikkelingen creëren kansen en uitdagingen. Er moet voor gezorgd worden dat ondernemingen en burgers voldoende weerbaar zijn. Door de samenleving te sensibiliseren rond innovatieve en technologische ontwikkelingen wordt de maatschappelijke en economische impact vergroot. Dat proces draagt ook bij tot het vertrouwen en de aanvaarding en tot een breder draagvlak.

Het spanningsveld tussen kernversterking en de opgang van e-commerce is reëel, maar online activiteiten bieden nieuwe mogelijkheden. Tijdens de lockdown naar aanleiding van de coronamaatregelen kon worden vastgesteld dat tal van lokale ondernemers investeerden in online aanwezigheid en in een webshop. Die dynamiek mag niet zomaar verloren gaan. Online aanwezigheid is een noodzaak en er moet aandacht gaan naar het 'fygitaal' kopen, de hybride handel en de digitale marketing. Hoe dat concreet wordt ingevuld, is een verantwoordelijkheid van de onderneming zelf. Dat moet slim worden aangepakt en moet aansluiten bij het DNA van de zaak. De ondersteuningsmodellen zijn maatwerk en moeten aan de concrete onderneming worden aangepast. De ervaringen moeten toelaten om ondersteuning meer gericht in te zetten.

De concurrentie van de buitenlandse webshops vormt een bedreiging en monopolies moeten worden vermeden. De Europese Unie moet een gelijk speelveld bewaken.

Naast de online aanwezigheid betekent de digitalisering een uitdaging voor de organisatie en de processen. Dat is nog vaak een onontgonnen terrein. De mogelijkheden van de digitale en technologische ontwikkelingen moeten in kaart worden gebracht via bijvoorbeeld demonstratieprojecten in vergelijkbare handelszaken. Zo kunnen handelszaken van elkaar leren en de meerwaarde van bepaalde vernieuwende toepassingen voor hun zaak ontdekken. Goede voorbeelden en concrete toepassingen werken inspirerend en drempelverlagend.

Digitalisering en e-commerce moeten een belangrijk onderdeel vormen in het decreet IHB.

### **6.9. Handelshuur**

De handelshuurovereenkomst is een afspraak tussen de eigenaar van het pand (verhuurder) en de handelaar of horeca-uitbater die het pand huurt. Het is hun verantwoordelijkheid om in het kader van de geldende regelgeving tot een overeenkomst te komen. Het bedrag van de handelshuur vormt een belangrijke kostenpost voor een ondernemer. Die handelshuurprijs wordt nu bepaald op basis van het succes en de ontwikkeling van de omgeving. In een drukke winkelstraat zijn de prijzen hoog. Als er veel leegstand is, zullen de prijzen veel lager zijn. Dan is het echter vaak te laat. Het is dan bijzonder moeilijk om opnieuw dynamiek en bedrijvigheid te creëren. De prijzen van de handelshuur moeten proactief, dynamisch en flexibel worden ingezet op basis van de visie op de ontwikkeling van de handelszone. Via hoorzittingen willen de indieners van deze conceptnota dat terrein verder verkennen, en de voorstellen en visie vanuit het werkveld bestuderen.

### **6.10. Lokaal kopen en consumeren promoten**

De consumenten hebben de sleutel in handen van een bedrijvige kern en een bloeiende lokale economie. Horeca en detailhandel zijn rendabel als er effectief wordt geconsumeerd: consumenten moeten een beroep op de goederen en de diensten die in de kernen worden aangeboden. In die zin blijft het belangrijk om burgers te blijven sensibiliseren, enthousiasmeren en stimuleren om lokaal te kopen en te consumeren.

Er zijn tal van waardevolle initiatieven die het aanbod van handelaars en ondernemers promoten via [www.winkelhier.be](http://www.winkelhier.be) en [www.koopvanuituwkot.be](http://www.koopvanuituwkot.be). Daarnaast promoot <https://www.lekkervanbijons.be/> de streekproducten en <https://rechtvanbijdeboer.be/> de hoeveproducten.

### **6.11. Aantrekkelijke kernen**

Een bedrijvige kern hangt samen met een aantrekkelijke kern. Leegstand en verloedering moeten worden tegengegaan, alsook de wildgroei of concentratie van imagooverlagende handelszaken. Een omzendbrief van 2011 biedt aan lokale besturen de mogelijkheid om verhoogde bedragen op te leggen voor het verlenen van een uitbatingvergunning. Daarnaast moeten de overheden waken over de correcte toepassing van de regelgeving en de gestelde kwaliteitsnormen. De indieners van deze conceptnota willen ook nagaan hoe via de vergunningen beter kan worden aangestuurd op assortiment.

Aantrekkelijke kernen moeten vlot bereikbaar zijn. Een goede mobiliteit en een aangepast parkeerbeleid zijn in die context heel belangrijk en moeten worden afgestemd op het aanbod (zoals fun- en runshopping, horeca enzovoort). Een

coherent mobiliteits- en parkeerbeleid vormen zo een belangrijk onderdeel van een visie op kernversterking.

Citymarketing en het actief promoten van de stad vergroten de commerciële uitstraling en de aantrekkingskracht op de brede omgeving. Een bedrijvige kern groeit door de aanwezigheid van ondernemers en bezoekers. Tal van steden en gemeenten experimenteren met citymarketing. De indieners van deze conceptnota willen onderzoeken in welke mate Vlaanderen daarin een ondersteunende en stimulerende rol kan vervullen.

### **6.12. Out of the box denken en experimenteren**

Tot slot focust deze conceptnota op de noodzaak om out of the box te denken en op de noodzakelijke experimenteer ruimte om projecten op te zetten, te evalueren en op grotere schaal uit te rollen.

De piste van de regelluwe zones wordt uitvoerig bestudeerd en na studie ingevoerd zodat ongebonden en vrij kan worden geëxperimenteerd. Zo willen de indieners van deze conceptnota Vlaanderen nog meer stimuleren als innovatieve regio.

## **7. Samenvatting**

De beleidsnota Economie, Wetenschapsbeleid en Innovatie 2019-2024 bevat de ambitie om het lokaal ondernemerschap te laten bloeien. Een sterke lokale economie met levendige kernen vormt dan ook een prioriteit in de komende jaren. De Vlaamse Regering streeft naar bruisende kernen door detailhandel, horeca, diensten en andere kleinere verweven bedrijven te helpen en te ondersteunen bij hun inspanningen om zich aan te passen aan de snel veranderende marktomstandigheden.

De steden en de gemeenten kunnen in grote mate het beleid rond de bedrijvige kernen bepalen en stimuleren. Het decreet IHB reikt daarvoor instrumenten aan, maar het zal tijdens de huidige zittingsperiode worden bijgestuurd. De indieners van deze conceptnota geven een aanzet om die bijsturing samen met de Commissie voor Economie, Werk, Sociale Economie, Innovatie en Wetenschapsbeleid grondig voor te bereiden. Deze conceptnota bevat elementen om de discussie daarover aan te gaan. Op basis van hoorzittingen met de betrokken actoren willen de indieners een bijdrage leveren aan het debat en elementen aanreiken om het decreet IHB, en bij uitbreiding eventueel andere regelgeving, aan te passen.

Maaïke DE VREESE  
Axel RONSE  
Andries GRYFFROY  
Alessia CLAES  
Annick DE RIDDER  
Rita MOORS