



Vlaams  
Parlement

ingediend op **472** (2020-2021) – Nr. 2  
19 januari 2021 (2020-2021)

## **Verslag van de hoorzitting**

namens de Commissie voor Economie, Werk, Sociale Economie,  
Wetenschap en Innovatie  
uitgebracht door Kurt Vanryckeghem en Imade Annouri

**over de conceptnota voor nieuwe regelgeving**

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

**over kernversterking  
in de Vlaamse steden en gemeenten**

*Samenstelling van de Commissie voor Economie, Werk, Sociale Economie, Wetenschap en Innovatie:*

*Voorzitter:* Robrecht Bothuyne.

*Vaste leden:*

Allessia Claes, Maaïke De Vreese, Andries Gryffroy, Rita Moors, Axel Ronse;

Yves Buysse, Ilse Malfroot, Els Sterckx;

Robrecht Bothuyne, Kurt Vanryckeghem;

Tom Ongena, Maurits Vande Reyde;

Meyrem Almaci, Imade Annouri;

Caroline Gennez.

*Plaatsvervangers:*

Annick De Ridder, Maarten De Veuster, Philippe Muyters, Elke Sleurs, Tine van der Vloet;

Kristof Slagmulder, Klaas Sloomans, Wim Verheyden;

Stijn De Roo, Loes Vandromme;

Steven Coenegrachts, Sihame El Kaouakibi;

Johan Danen, Ann De Martelaer;

Els Robeyns.

*Toegevoegde leden:*

Jos D'Haese.

Documenten in het dossier:

**472** (2020-2021) – Nr. 1: Conceptnota voor nieuwe regelgeving

## INHOUD

1. Marc Fauconnier, Fauconnier+Selfslagh .....	4
1.1. Inleidende uiteenzetting .....	4
1.2. Bespreking .....	7
2. UNIZO, Comeos en VVSG.....	9
2.1. Inleidende uiteenzettingen .....	9
2.2. Bespreking .....	20
3. Els Breugelmans, KU Leuven, en Maarten Van Acker, Universiteit Antwerpen	24
3.1. Inleidende uiteenzettingen .....	24
3.2. Bespreking .....	29
Gebruikte afkortingen .....	32
Bijlagen: zie de <a href="#">dossierpagina</a> van dit document op <a href="http://www.vlaamsparlement.be">www.vlaamsparlement.be</a>	

De Commissie voor Economie, Werk, Sociale Economie, Wetenschap en Innovatie hield op 10 december 2020 een hoorzitting over de conceptnota voor nieuwe regelgeving van Maaïke De Vreese, Axel Ronse, Andries Gryffroy, Alessia Claes, Annick De Ridder en Rita Moors over kernversterking in de Vlaamse steden en gemeenten.

De getoonde presentaties zijn terug te vinden op de [dossierpagina](#) van dit document op [www.vlaamsparlement.be](http://www.vlaamsparlement.be).

*(Deze vergadering werd als videoconferentie georganiseerd.)*

## **1. Marc Fauconnier, Fauconnier+Selfslagh**

### 1.1. Inleidende uiteenzetting

#### *Re:Think Winkelstraat*

*Marc Fauconnier* is adviseur inzake merk- en klantenbeleving voor grote bedrijven en organisaties. Samen met zijn collega Stef Selfslagh heeft hij zich, op vraag van het kabinet van minister Hilde Crevits en VLAIO, de afgelopen maanden gebogen over de herwaardering van de Vlaamse winkelstraten en -buurten.

Die winkelstraten en buurten hebben zowel een economische als een emotionele waarde. Shoppen werkt bevrijdend voor veel mensen, bovendien heeft het een sociale waarde. In een buurt, dorp of stad is de winkelstraat vaak de draaischijf van de sociale contacten en de sociale cohesie. Dat is de maatschappelijke relevantie van winkelstraten en -buurten.

De extra klappen die de winkelstraten de afgelopen maanden kregen door de coronacrisis waren mee de aanleiding voor de opdracht Re:Think Winkelstraat.

De focus van het project ligt op innovatie en creatieve beleving. De vele randvoorwaarden laat Marc Fauconnier over aan de juristen. Tijdens de zomer heeft Fauconnier+Selfslagh workshops georganiseerd met innovatie- en retailspecialisten. De spreker zal de bevindingen daarvan samenvatten in vier grote inzichten en suggesties voor het beleid. Er is nog een document van tachtig pagina's met veertien suggesties. Dat zal aan de commissie worden bezorgd. De highlights daarvan zijn gedeeld met meer dan honderd steden en gemeenten. Er kwamen suggesties en feedback terug over de lokale toepasbaarheid.

De leegstand blijft al dertien jaar groeien: meer dan één winkel op tien in Vlaanderen staat leeg, iets meer in de steden dan in de dorpen. De oorzaken hebben uiteraard te maken met de digitale transformatie, maar niet alleen daarmee. Er is aanzienlijke concurrentie gekomen in de rand tussen en rond de steden en gemeenten. Dat zijn de fameuze baanwinkels en shoppingcentra die de winkels in de kern vaak beconcurreren. Een andere vaak onderschatte dimensie zijn de ouder wordende exploitanten. Die zijn gemiddeld ouder dan 50 jaar in Vlaanderen, vaak zonder kinderen om hen op te volgen. Er is ook een te kleine instroom van jonge ondernemers, die worden afgeschrikt door te hoge huurprijzen.

De lokale besturen reageren niet altijd re- en proactief. Ze investeren onvoldoende in het unieke karakter van hun winkelstraten. Vele winkelstraten in Vlaanderen zijn volgens de spreker nogal inspiratieloos en missen een beetje couleur locale. Daar komt de splinterbom van het coronavirus nog bovenop.

*Vergeet het begrip winkelstraat*

Marc Fauconnier overloopt de vier belangrijkste adviezen. Het eerste luidt: vergeet het begrip winkelstraat. De fysieke retail is een krimpend economisch model en zit momenteel in een scharnierperiode. Men moet in de winkelstraten een mengvorm durven te overwegen met winkels, horeca en publieke diensten. Die laatste zijn niet onbelangrijk, sommige steden verhuizen die diensten naar de periferie of naar industrieparken, maar ze horen thuis in het centrum. Daarnaast moeten uiteraard ontspanning en cultuur een plaats krijgen, om woningen niet te vergeten. Er staan veel panden en verdiepingen leeg in de winkelstraten, in de late uurtjes geeft dat een desolaat en onveilig gevoel.

De leegstand kan op vele manieren worden ingevuld. Het zal niet alleen met winkels zijn, het concept van de winkelstraat moet evolueren naar een levende buurt, van een puur economische naar een meer sociale realiteit. Er zijn een paar mooie voorbeelden in Vlaanderen: in Genk is de Vennestraat – ze noemen het zelf de 'Straat van de zintuigen' – een combinatie van al die functies. Dat leidt tot veel bezoek en animo. Het Groen Kwartier in Antwerpen is een relatief nieuwe buurt met de combinatie van diverse activiteiten.

Een eerste suggestie: Vlaanderen heeft behoefte aan een digitaal platform waar alle bruisende buurten in de steden en gemeenten zich in de vitrine kunnen zetten. Op die manier kan men een nieuw soort toerisme op de kaart zetten, het buurttoerisme, gezellig en dicht bij huis. Men kan niet alleen gaan shoppen in Antwerpen of Hasselt maar ook in Boom, Izegem en Maaseik. Daar zijn al leuke buurten en straten, maar men kan die bruisende buurten met alle mogelijke ingrepen nog doen opleven. Zowel het aanbod als de mensen achter die nieuwe creatieve formules moeten naar voren komen. Storytelling is belangrijk.

*Lokale data*

Het tweede advies gaat over lokale data. Die zijn voor besturen en ondernemers even belangrijk als water en elektriciteit. Om het aanbod in de winkelstraat beter af te stemmen op de vraag heeft men data nodig. Vandaag navigeren de meeste steden en gemeenten nogal blind, zowel om het sociaal weefsel van buurten in kaart te brengen, een soort DNA-kaart, als om een inzicht te krijgen in de bezoekers. Waar komen die vandaan? Wat is hun koopgedrag? Hoe vaak komen ze terug?

Een tweede suggestie daarbij is een pleidooi voor een Vlaamse databank, een datadoos met alle belangrijke data per winkelbuurt, die te raadplegen is door alle lokale besturen en verenigingen van handelaars. Wat daar zeker moet inzitten, zijn de geaggregeerde bezoekersstromen die via Proximus of Telenet kunnen worden geïnsourcet, en het koopgedrag van mensen via detailafrekeningen van Mastercard en Visa bijvoorbeeld. Zo kan men het koop- en heraankoopgedrag goed analyseren.

De stad die daar volgens Marc Fauconnier het verst in staat, is Kortrijk. De stad heeft deals met Proximus en Mastercard en is actief bezig met datagebruik om haar centrumbeleid te inspireren. VLAIO werkt samen met imec aan een dashboard. De bestaande initiatieven moeten natuurlijk op elkaar worden afgestemd, met als belangrijke meerwaarde daarvan de dalende prijs. In Kortrijk betaalt men die dataproviders 250.000 euro per jaar. Mocht men dat kunnen centraliseren, zou dat de prijs drukken.

Een mooi voorbeeld van een project op basis van data is de Blikfabriek in Hoboken. De commissie moet dat project zeker eens bezoeken. Ze hebben eerst een zorgvuldig buurtonderzoek gedaan en kwamen tot de conclusie dat ze een circulair

retailaanbod moesten creëren, een soort uitgebreide kringwinkel. Die biedt niet alleen producten aan. Kansarme buurtbewoners – en die zijn er nogal wat in Hoboken – kunnen er een rol spelen in het leveren van toegevoegde waarde als hout- of metaalbewerker, gecombineerd met een buurtcafé. Dat maakt de hele buurt weer aantrekkelijk, ook voor bezoekers. Data zijn bijzonder belangrijk om dit soort initiatieven te materialiseren.

#### *Prijs van het retailvastgoed*

Een derde advies is om de prijs van retailvastgoed naar beneden bij te stellen en de flexibiliteit van de contracten te verhogen. Te hoge prijzen en inflexibele contracten vormen een ware bottleneck, vooral voor jonge creatieve ondernemers, die nochtans noodzakelijk zijn voor de economie. Onvoldoende eigenaars zijn vandaag bereid om leegstaande panden een creatieve invulling te geven. Zelfs prachtige projecten zoals Mechelen voor Starters of Kortrijk Zaaït vinden niet genoeg eigenaars bereid om in hun panden retailexperimenten te laten plaatsvinden.

Marc Fauconnier pleit daarom voor een Vlaams of provinciaal leegstandsfonds, dat voor een bepaalde periode de exploitatie overneemt van panden op interessante locaties. In samenspraak met de lokale besturen kan een dergelijk fonds panden gaan bestemmen in functie van de lokale noden en creatieve ondernemers nieuwe formules laten uittesten. Er is heel veel creatief talent dat een vitrine kan gebruiken.

#### *Lokale kleur*

Een vierde en laatste advies is om meer leven en lokale kleur in de winkelbuurten te creëren en ze op die manier ook aantrekkelijker te maken. Vele Vlaamse winkelstraten zijn vandaag nog onderling inwisselbaar.

In de eerste plaats moeten gemeentebesturen investeren om het verkeer te vertragen, winkelbuurten kindvriendelijker te maken en ze ook te vergroenen.

Ten tweede moet er meer plaats zijn voor kunst en cultuur op straat. Daarvan profiteren zowel de artiesten zelf als de handelaars. Gent biedt bijvoorbeeld culturele activiteiten aan in zijn winkelstraten. Een kleinere gemeente als Peer brengt met de lokale kunstenaarsgemeenschap muziek, theater en dans in de straat. Die extra animatie kan meer economische activiteit genereren. Het is aangetoond dat dat ook geldt voor avond- en weekendmarkten.

In de derde plaats moet er aandacht zijn voor het herbevolken van de lege woonruimtes boven winkels.

Om dat allemaal mogelijk te maken, stelt Marc Fauconnier de oprichting van een team van creatieve experts voorop, een C-team dat steden en gemeenten hierin kan bijstaan. Het gaat dan enerzijds om eventspecialisten, socialmedia-experten en designers die handelaars bijstaan, maar ook om technische profielen, zoals datacrunchers en juristen. Die laatsten kunnen de gemeentebesturen bijstaan om te onderhandelen met eigenaars van handelspanden, want uit lokale presentaties is dat een bijzonder heikel punt gebleken.

#### *Uitgebreid advies*

De andere adviezen zijn terug te vinden in het document dat aan de commissie wordt bezorgd.

Fauconnier+Selfslagh is aan de adviezen beginnen te werken aan het eind van de eerste lockdown. Daarvoor heeft het in eerste instantie tien vooraanstaande retail-

en innovatie-experten geïnterviewd. Vervolgens, in de zomer van 2020, heeft het bureau creatieve workshops georganiseerd om na te denken over formules die winkelstraten nieuw leven in kunnen blazen. Daarover is nog een stevige creatieve saus gegoten om de resultaten daarvan dan uiteindelijk te presenteren aan lokale besturen die zelf aan de slag willen gaan.

## 1.2. Bespreking

### 1.2.1. Vragen en opmerkingen van de leden

*Imade Annouri* staat achter het pleidooi voor bruisende buurten, winkelstraten die ook na zes uur 's avonds nog levendig zijn. Het lid vraagt zich af wat precies het nut is van het voorgestelde digitale platform voor de bruisende buurten. Is het doel om goede praktijken te verzamelen en te delen of om klanten te informeren?

Marc Fauconnier onderstreepte het belang van data en datagedreven beleid, maar hoe wil hij dat in de praktijk omzetten? Zal dat enkel op basis van geanonimiseerde kredietgegevens gebeuren of moeten de klanten zelf ook worden bevraagd? Blijkt uit onderzoek dat klanten daarvoor openstaan?

Het idee van een leegstandsfonds prikkelt *Imade Annouri*. Ook in Antwerpen zijn er steeds meer panden die leegstaan en een van de factoren is de hoge huurprijs. De lokale overheid kan niet aan eigenaars opleggen welke prijs ze moeten vragen. Ziet de spreker een dergelijk fonds enkel op Vlaams of provinciaal niveau starten of kunnen de grootsteden daar ook zelf een rol in spelen?

*Maike De Vreese* zegt dat creativiteit en out of the box denken ook in de concept-nota centraal staan. Dat komt ook terug in de presentatie van de spreker. Het lid gelooft sterk in een visie die bottom-up wordt opgebouwd. Maar dat betekent niet dat het hogere niveau niet een aantal zaken kan faciliteren. De uitdagingen zijn groot en vele steden en gemeenten hebben daarin een voortrekkersrol. Het lid ziet het digitale platform dan eerder als een verzameling van nieuwe concepten van buurten die toeristisch worden gepromoot. Een platform kan er natuurlijk ook toe bijdragen dat bestaande goede praktijken gedeeld worden met andere gemeenten, eventueel uitgesplitst op schaal. Een plattelandsgemeente wil uiteraard een levendige buurt en leegstand in de kern vermijden maar heeft geen nood aan grote projecten. Grote steden en kleine gemeenten interfereren ook met elkaar.

Steden en gemeenten zijn er vaak toe bereid om creatief na te denken en projecten op te starten, maar de verwezenlijking ervan is soms moeilijk, bijvoorbeeld doordat eigenaars van panden niet altijd even ruimdenkend zijn. Hoe krijgen lokale besturen de eigenaars in een bepaalde buurt mee in hun plan van aanpak?

Marc Fauconnier gaf verschillende voorbeelden van bruisende winkelbuurten, maar bestaat er geen gevaar op overaanbod, als elke stad of gemeente aan levendige of bruisende buurten begint te werken? Of staat er daar geen limiet op?

De hoge handelshuur en de leegstand zijn een belangrijk item. Het voorgestelde fonds is een mooie aanzet om er op een andere manier naar te kijken. Ook in Brugge valt het op dat kwalitatieve en gespecialiseerde zaken, die inzetten op beleving, soms verdwijnen en vervangen worden door minder kwalitatieve winkels. Dat is te betreuren. Dat proces tegengaan, zal volgens *Maike De Vreese* inderdaad moeilijk zijn, maar er moet over andere concepten worden nagedacht.

Denkt de spreker dat de coronapandemie het proces van leegloop zal versnellen?

*Robrecht Bothuyne* noemt de afwaardering van het vastgoed een uitdaging voor alle betrokkenen. Zijn er op dat punt evoluties die door lokale besturen mee in de

hand kunnen worden gewerkt? Kan bijvoorbeeld de mogelijkheid om lokaal te differentiëren inzake de onroerende voorheffing de waardering van vastgoed in winkelstraten sturen?

Het opkopen en vervolgens vernieuwen qua oppervlakte en uitrusting van handelspanden, om ze nadien terug naar de markt te brengen, is in het verleden nog gebeurd in bepaalde steden en gemeenten, in Ronse bijvoorbeeld. Een dergelijk beleid moet worden geëvalueerd alvorens men opnieuw zulke stappen zet. Is dat gebeurd?

Is het zinvol te proberen het landschap zo te verkavelen dat grotere stadskernen een eigen identiteit zouden krijgen, met eigen specialisaties, invalshoeken, culturele manifestaties enzovoort? Dat gebeurt al deels, meent Robrecht Bothuyne, maar misschien kan dat nog meer worden gestuurd, zodat de diverse steden het hele marktsegment kunnen bespelen.

### 1.2.2. Antwoorden

*Marc Fauconnier* ziet het platform waarvan sprake niet meteen als een business-to-businessplatform, maar wel als een soort vitrine om een herformulering van het toeristische aanbod in Vlaanderen op gang te brengen. Het kan gaan om een nieuwe vorm van bestemmingstoerisme, met mensen die een buurt in een stad of gemeente gaan verkennen die een eigen karakter en aanbod heeft qua winkels en culturele of andere animatie. Op dat platform kunnen al die winkels en buurten het beste van zichzelf tonen. Weinigen denken er bijvoorbeeld over om Boom te bezoeken, maar misschien heeft Boom wel iets te bieden dat andere gemeenten niet hebben. Dat veronderstelt wel dat er eerst en vooral wordt geïnvesteerd in de kwaliteit van de beleving van een specifieke buurt, afgestemd op het lokale DNA, op de inwoners en de toeristische trekpleisters. In steden zou die samenwerking tussen de schepenen van Economie, Cultuur en Toerisme om buurten op de kaart te zetten veel vaker moeten gebeuren. Boeiend aan die vernieuwde winkels is het verhaal van de mensen erachter. Het is dus heel belangrijk om die verhalen te brengen.

De bereidheid van klanten om mee te werken aan bevestigingen over hun gedrag zou Marc Fauconnier niet overschatten. Maar er bestaan vandaag al voldoende data over menselijk gedrag in steden. Die worden in kaart gebracht door grote bedrijven zoals Proximus, waardoor steden weten vanwaar de bezoekers komen, in welke straten ze wandelen, welke winkels ze bezoeken. Koppelt men dat aan de gegevens van financiële transacties, dan kan men ook weten welk type product ze kopen of absoluut niet kopen. Dat betekent wel dat men bijvoorbeeld op Vlaams niveau afspraken moet maken met dataleveranciers, zoals telecom- of bankinstellingen, om aan de hand van die – uiteraard geanonimiseerde – data te kunnen zien hoe het aanbod kan worden afgestemd op de vraag.

Wat het fonds betreft, gaat het voor de spreker niet zozeer over het verwerven van die panden. Het gaat eerder om het exploiteren ervan. De eigenaars kunnen worden ontzorgd door ze bijvoorbeeld een bepaald percentage van hun vraagprijs te geven. De overheid of het lokale bestuur, dat in ieder geval moet worden betrokken, kan op zoek gaan naar een bestemming voor het pand die goed aansluit bij de lokale behoeften en die wat creativiteit toevoegt. Dan kan men echt aan retailplanning gaan doen in de eigen stad.

Zeer terecht werd het probleem aangekaart van de onderlinge concurrentie tussen steden en gemeenten. Men kan inderdaad niet verwachten dat elke Vlaamse gemeente van alles en nog wat aanbiedt. Er moet dus worden nagedacht over een specifieke en complementaire inkleuring van elke gemeente. Een opbod aan retailactiviteiten kan alleen maar zorgen voor versnippering, terwijl gemeenten net



de krachten moeten bundelen, waarbij elke gemeente of buurt een eigen rol invult, die inspeelt op de lokale identiteit. Intergemeentelijk overleg is dus een absolute noodzaak. Gemeenten moeten samen dingen kunnen realiseren.

Er zijn vandaag veel eigenaars in Vlaanderen die hun pand liever laten leegstaan dan er bijvoorbeeld een pop-up in te zien verschijnen, omdat ze het gevoel hebben dat een tijdelijke verhuur tegen minder strikte voorwaarden de waarde van dat pand zal doen dalen. Om een dergelijke nefaste logica tegen te gaan, kan er een leegstandsfonds komen, op welk niveau dat ook wordt georganiseerd. Dat kan uiteraard ook op grootstedelijk niveau worden uitgewerkt, niet alleen op Vlaams of provinciaal niveau. De spreker verwijst in dit verband opnieuw naar Kortrijk.

Marc Fauconnier benadrukt dat hij geen jurist of fiscaal expert is. Hij heeft wel al vaak gehoord dat het verhogen van leegstandstaks werkt als die verhoging drastisch genoeg is. In een aantal steden is de leegstandsheffing zelfs verdubbeld, waardoor eigenaars gemakkelijker in beweging komen. Dat blijft echter een moeilijk punt, want vaak wonen die eigenaars niet eens in die steden of zelfs in België. Vaak zijn het grote immobedrijven. De spreker denkt dus dat lokale besturen ondersteuning nodig hebben om met die partijen te praten.

## **2. UNIZO, Comeos en VVSG**

### **2.1. Inleidende uiteenzettingen**

#### **2.1.1. Mia Vancompernelle, adviseur UNIZO**

##### *Winkelshift*

*Mia Vancompernelle*, adviseur Ruimtelijke Ordening van UNIZO, stelt dat de analyse over het kernversterkend beleid al veelvuldig is gemaakt. De uitdagingen zijn ook bekend. Ze zijn zeer goed beschreven in de nota die vandaag voorligt. Er zijn al tientallen jaren diverse projecten, pogingen tot kernversterking, subsidies enzovoort opgezet.

Bij UNIZO ziet men wel beweging op het terrein, maar niet altijd in goede zin. Daarom pleit UNIZO voor een winkelshift, die er – naar analogie met de bouwshift, die nu in de actualiteit staat – zou moeten komen op basis van de strategische visie van het Beleidsplan Ruimte Vlaanderen. De vier principes van het BRV zijn: verweving, intensivering, hergebruik en tijdelijk ruimtegebruik. Al die zaken kwamen ook al terug in de presentatie van Marc Fauconnier.

UNIZO stelt het herdenken van het retaillandschap voor. Vlaanderen is ondertussen overbewinkeld, dus moet de winkelshift nu effectief worden toegepast.

##### *Vaststellingen*

De leegstand in de kernen blijft stijgen, in sommige steden en gemeenten tot 16 procent, wat zeker voor kerngebieden onwaarschijnlijk hoog is. Tegelijk is er de jongste jaren een opmars van perifere en grootschalige shopping, zowel solitair als in winkellinten en winkelcomplexen. Dat geldt zowel voor grote en kleine steden als voor kleine gemeenten. Dat verontrust UNIZO, want een relatief klein winkelcomplex in de nabijheid van een kleine gemeente kan even kannibaliserend werken als bijvoorbeeld Uplace ten opzicht van Brussel en Vilvoorde.

##### *Rush naar de periferie*

UNIZO ziet een rush naar de periferie, waarbij het grootschalige karakter opvalt. Dat zijn doorgaans grote distributiebedrijven die samenklitten of één groot bedrijf

zijn. Nog meer verontrustend is dat het meestal identieke zaken zijn die men op de diverse locaties terugvindt. Men vindt er dus geen authenticiteit, aangezien daar weinig of geen zelfstandige handelszaken te vinden zijn. Die periferievestigingen focussen veeleer op kwantiteit dan op kwaliteit. Heel vaak wordt een grote of zelfs kleinere supermarkt als trekker ingeplant, waarrond dan allerlei kerngebonden assortimenten en diensten komen. Tegenwoordig komt bijvoorbeeld de combinatie van een supermarkt, winkels en een fitness heel veel voor.

De rush naar de periferie verzwakt de kernen, wat leidt tot nog meer leegstand in die kernen, tot uniformiteit en verschaling door een minder kwalitatief aanbod, maar ook tot een verdere schaalvergroting, waardoor er minder buurt- en basisvoorzieningen zijn voor mensen die in woonwijken wonen.

Mia Vancompernelle verwijst naar het ideaal van een '15 minutenstad'. Omdat veel supermarkten echter naar de periferie verhuizen en handelszaken uit de stadskernen verdwijnen, wordt het moeilijker om binnen een kwartier in de dagelijkse basisbehoeften te voorzien.

Dat alles heeft ook een nefaste invloed op de mobiliteit, omdat men de perifere handelszaken vaak alleen met de auto kan bereiken.

Volgens cijfers van RetailDetail kwam er in 2019 in de periferie 220.000 vierkante meter voor retailhandel bij. Het jaarlijkse gemiddelde is 80.000 vierkante meter. Tussen nu en 2022 zitten er projecten voor nog eens 315.000 vierkante meter in de pijplijn. Dit is verontrustend voor de handelskernen.

#### *Integraal handelsvestigingsbeleid – kader en instrumenten voor kernversterking*

UNIZO pleit dus voor een winkelshift, waarvoor er al een aantal instrumenten voorhanden zijn. Het decreet betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid dateert van 2016. Gemeenten kunnen een beleidsplan opmaken en zowel kernwinkelgebieden als winkelarme gebieden afbakenen. Dat gebeurt het best samen, omdat het volgens Mia Vancompernelle geen zin heeft om restricties in de kernen vast te leggen als men buiten de kern alles vrij laat. Dat zou de concurrentie alleen maar vergroten.

In het IHB-decreet werd er ook een link met het decreet Ruimtelijke Ordening gelegd. Zo kunnen de winkelgebieden via RUP's en verordeningen worden afgebakend. In het vergunningenbeleid is er ook iets gewijzigd: de socio-economische machtiging zit in de omgevingsvergunning vevat. Als er nu een vergunning wordt aangevraagd, bekijkt de overheid of men het project zowel stedenbouwkundig, sociaaleconomisch als milieukundig kan vergunnen.

#### *Terug naar de kern van de zaak*

Toch blijft het dweilen met de kraan open. UNIZO wil deze kraan het liefst af en toe dichtdraaien, zodat op de kernen kan worden gefocust. Voor een winkelshift is het volgens UNIZO noodzakelijk dat men de bestaande perifere detailhandel hoogstens bestendigt, maar zeker niet meer uitbreidt. Clustering van slecht gelegen perifere detailhandel is nog mogelijk, zodat die cluster bereikbaar is met alle mogelijke vervoersmiddelen. UNIZO pleit zelfs voor een eventueel uitdoofbeleid.

Daarnaast wil UNIZO dat de perifere detailhandel alleen nog in woonzones wordt gevestigd. Volgens Mia Vancompernelle worden er nog te veel vergunningen afgeleverd in landelijke woonzones en woonparken. In deze gebieden zou zich hoogstens een kleinschalige buurtwinkel mogen vestigen, maar niet langer een grote winkelmastodont.

Voor de spreker mag het geen taboe zijn om bestemde zones die nog niet zijn ingevuld te schrappen. Ze pleit ervoor om de oefening die men al voor de woon-uitbreidingsgebieden heeft gemaakt ook op de bestemde zones voor detailhandel toe te passen.

UNIZO wil ook geen nieuwe ruimtelijke uitvoeringsplannen met bestemming detailhandel in de periferie.

Als er dan toch een perifere detailhandel is, moet men streven naar complementariteit met het kernaanbod via een handelsvestigingsconvenant of een verbod op vergunningen voor een assortimentswijziging van categorie 2 (goederen voor persoonsuitrusting).

### *Beleid en planning*

Wat betekent dit voor het beleid? UNIZO wil winkelkernegebieden tot kerngebieden verruimen waarin meerdere functies mogelijk zijn. Daar heeft ook Marc Fauconnier al naar verwezen.

Daarnaast moet er eindelijk een Vlaams detailhandelplan komen, dat voorzien is in het IHB-decreet. Er is ook nood aan regelluwe zones om de mogelijkheden in de kernen te stimuleren op basis van principes zoals verdichting en verweving.

UNIZO opteert voor een winkelplan per regio en dus niet meer per gemeente. Op die manier kan men een bovenlokaal effect creëren en werkt men legislatuuroverschrijdend.

De Vlaamse overheid moet de gemeenten aanmoedigen om het IHB-decreet toe te passen. Het is ook nodig dat categorie 4 (verkoop van andere goederen) wordt herbekeken. UNIZO pleit voor een uitsplitsing van de ruimtebehoevende detailhandel en shoppinggoederen.

Ook de bestaande handelsvestigingsconvenanten moeten worden herbekeken. Vele convenanten lijken met haken en ogen aan elkaar te hangen en hebben een goede juridische onderbouwing nodig.

Als het op vergunningen aankomt, moet de overheid via regelluwe zones een mix van complementaire functies in de kerngebieden mogelijk maken. Dat sluit aan bij de nieuwe concepten, zoals de combinatie van winkelen en bedrijvigheid.

UNIZO pleit al heel lang voor een kernversterkend beleid. Mia Vancompennolle toont als bewijs hiervan een slide van twintig jaar geleden. Voor UNIZO was toen al een strategische visie op de drie beleidsniveaus belangrijk, waarbij er dan ondersteuning via de gemeenten, via visie en instrumenten kon komen. De spreker heeft begrepen dat het kabinet van minister Hilde Crevits daar nu aan werkt, de studie van Fauconnier+Selfslagh past in dat kader.

### *Bedrijvige kern*

UNIZO wil samen met de winkelshift de bedrijvige kern lanceren. Daarbij gaat het niet over de winkelstraat, maar over één bedrijvige, aantrekkelijke kern die door de detailhandel, diensten en vrije beroepen, bedrijven, culturele instellingen, scholen en administratie wordt gevormd. Het resultaat is een bruisende buurt.

De randvoorwaarden, de voorwaarden voor de periferie, moeten worden aangepakt om te voorkomen dat er veel geld en energie in de kernen wordt gestoken terwijl tegelijkertijd de concurrentie in de periferie wordt aangewakkerd.

### 2.1.2. *Lora Nivesse, head Policy Comeos*

*Lora Nivesse* spreekt namens Comeos, de federatie van de handel en diensten. Comeos vertegenwoordigt vooral de winkelketens, maar ook horecaketens en horecagroothandel. Comeos is actief over heel België en heeft dus ook zicht op wat er in Brussel en Wallonië gebeurt.

#### *Vaststellingen*

Lora Nivesse komt terug op een aantal vaststellingen die al eerder in de hoorzitting werden gemaakt. In de conceptnota wordt verwezen naar de studie van de ULB waaraan Comeos heeft meegewerkt. Naar aanleiding van de hoorzitting heeft de spreker aan professor Benjamin Wayens gevraagd om de Vlaamse cijfers daarin te updaten. In tien jaar tijd is er in Vlaanderen 500 miljoen vierkante meter winkeloppervlakte bij gekomen. Tegelijkertijd is er een daling van bijna 9000 verkooppunten.

De gemiddelde oppervlakte van de winkels steeg in tien jaar van 200 vierkante meter naar 260 vierkante meter. Een van de redenen is de rendabiliteit: een handelaar blijft een ondernemer en op een kleine oppervlakte is rendabiliteit niet altijd evident. Volgens Lora Nivesse is dat een belangrijk gegeven in deze discussie. Voor de steden en gemeenten is dit ook een uitdaging omdat in de kern de oppervlaktes kleiner zijn en niet altijd beantwoorden aan de behoeftes van elk type handel. Daar moet echt rekening mee worden gehouden. Het beste bewijs daarvan is de leegstand, die in Vlaanderen ongeveer 10 procent bedraagt en hoger ligt in de kernen dan in de periferie.

Een belangrijk gegeven – en een deel van de conclusie – is het feit dat niet alle steden en gemeenten een handelskern of een winkelcentrum moeten hebben. Ook daarmee moet rekening gehouden worden in dit debat.

#### *Digitalisering en e-commerce*

Lora Nivesse gaat in op enkele punten uit de conceptnota. De nota stelt terecht dat e-commerce een belangrijk gegeven is. Door de coronacrisis hebben de consumenten nog meer dan vroeger de weg naar onlinehandel gevonden. In België blijft e-commerce evenwel nog een relatief beperkt gegeven. De percentages uit de conceptnota waren niet gekend bij Comeos. De spreker meent dat er een onderscheid gemaakt moet worden tussen enerzijds e-commerce bij de diensten, zoals reisbureaus, en anderzijds e-commerce bij de handel. Bij de handel ligt de e-commerce in België nog zeer laag, ook bij de ketens. Als een keten 10 procent van zijn omzet realiseert via e-commerce, dan is dat veel.

E-commerce is hoe dan ook een belangrijk gegeven, het is een deel van de toekomst. Maar de toekomst is volgens de spreker ook 'brick'. Dat hoort Comeos bij allerlei spelers: de toekomst ligt nog altijd ook deels bij de winkels, zowel die in het centrum als in de periferie. Fysieke winkels blijven een belangrijk gegeven, waarmee rekening moet worden gehouden. 'Brick & click' is de toekomst.

#### *Levendige kern*

Comeos is er altijd van uitgegaan dat er een onderscheid gemaakt moet worden tussen verschillende types van steden en gemeenten. Er zijn grote steden als Antwerpen, waar alles aanwezig is: handel, horeca, cultuur en bewoning. Daar speelt de uitdaging kern versus periferie minder, omdat de kern en de periferie elkaar daar zonder al te veel problemen ondersteunen.

In de middelgrote steden wordt het al wat moeilijker. Daar wil men soms van stadskernen een levendige kern maken met veel handel, wat niet altijd evident is – soms is het zelfs hopeloos – omdat de oppervlaktes niet altijd voldoende groot zijn en omdat het beleid niet altijd aantrekkelijk is. De periferie is en blijft een aantrekkelijke plaats, ook omdat grote winkels altijd de klanten volgen. Voor sommige aankopen is de periferie nu eenmaal de plaats waar klanten naartoe willen gaan, niet alleen voor grotere aankopen maar ook voor aankopen in bijvoorbeeld supermarkten, want mobiliteit blijft een belangrijk gegeven.

Niet iedereen woont in een kleine stad en kan zijn inkopen met de fiets doen, voor sommigen zijn grotere winkels in de periferie nodig. Volgens Comeos kan dat perfect in samenspraak en in samenwerking met de kern. Lora Nivesse denkt dat men moet stoppen met iedereen tegen elkaar op te zetten: groot versus klein, stad versus periferie. Dat is, zoals Mia Vancompennolle zelf al aangaf, een discours van twintig jaar geleden. Nu moet er gekeken worden naar de toekomst en hoe men die verschillende vormen van handel kan laten samenwerken. Daar zal iedereen baat bij hebben.

Wat Comeos ook belangrijk lijkt, is de noodzaak aan een visie, aan perspectief. In deze discussie mag niet vergeten worden dat de handel niet alles is. Men mag niet enkel rekenen op de handelaars om een stadskern levendig te maken. Om een centrum opnieuw te dynamiseren is meer nodig: woningen, vrije beroepen, stadsdiensten en cultuur. Handelaars zijn altijd bereid om samen te werken maar kunnen niet alle lasten dragen. Comeos stelt vast dat, behalve in heel grote steden, steden en gemeenten niet altijd een duidelijke visie hebben op de stadskern. Voor handelaars is dat niet altijd evident, want zij zijn op zoek naar zekerheid, stabiliteit en perspectief.

Het is heel belangrijk dat steden en gemeenten een visie voor de detailhandel opstellen, zodat duidelijk is waar men welk soort handel mag drijven. Die visie ontbreekt nu soms. Er zijn ook steden en gemeenten waar gewoon geen uitgebreide handel nodig is, enkel handel voor dagelijkse behoeften. Voor de grotere winkels en voor het funshoppen gaan mensen dan elders. Dat zal altijd zo zijn. Een stad of gemeente kan wel alle mogelijke instrumenten implementeren, maar uiteindelijk is het de handelaar die beslist waar hij zijn winkel wil openen. Het heeft volgens Lora Nivesse dan ook geen nut om als overheid locatie A te verbieden en te proberen om de handelaar in locatie B te krijgen, als de handelaar marktonderzoek heeft gedaan en weet dat locatie A inzake klanten, rendabiliteit, huur en dergelijke meer mogelijkheden biedt. Ze beseft dat dit niet altijd een populaire boodschap is, dat het gemakkelijker is om de kleintjes te bevoordelen tegenover de groten. De realiteit is echter subtieler.

Lora Nivesse is van mening dat bekeken moet worden hoe de problemen van zowel de kernen als de periferie kunnen worden aangepakt. De periferie mag geen lint worden, bestaande zaken moeten er worden geclusterd. Een cluster van perifere activiteiten kan een aantrekkingskracht uitoefenen en een sterke handelskern vormen. Daarover is veel te doen, maar een constructieve houding is nodig.

Lora Nivesse meent dat zelfstandigen en ketens elkaar versterken. Het debat mag volgens haar dus niet gaan tussen lokaal en niet-lokaal of tussen klein en groot. Er is volgens haar niets meer lokaal dan de H&M op de Meir, met 60 Vlaamse werknemers die belastingen betalen. In België gaat het volgens Comeos om 400.000 werknemers, die hier wonen, consumeren, belastingen betalen en daarvoor respect verdienen en dus niet als 'niet-lokaal' of 'niet-kwalitatief' mogen worden beschouwd.

### *De periferie*

Lora Nivesse herhaalt dat het belangrijk is om lintbebouwing in de periferie tegen te gaan omdat dit negatief is voor de ontwikkeling in het algemeen. Op plaatsen waar al perifere activiteit is en er al een aantal winkels zijn gevestigd, zouden clusters kunnen worden gevormd. Op die manier kan er iets positiefs van worden gemaakt, namelijk een handelskern buiten de kern, complementair aan het stadscentrum.

Er was al sprake van een digitaal platform voor Vlaamse e-commerce. Daarvoor is logistiek nodig. Er kan worden nagegaan hoe de periferie kan meespelen in het logistieke verhaal, want het zou jammer zijn als de logistieke centra zich allemaal in Nederland vestigen omdat het daar veel gemakkelijker is. De spreker vindt het belangrijk om na te gaan hoe die activiteiten ook hier kunnen worden ontwikkeld. De instrumenten en de knowhow zijn voorhanden. Lora Nivesse roept iedereen op om hier op een positieve en constructieve manier werk van te maken.

### *Voorspelbaarheid en transparantie*

Een laatste element dat Comeos wil aanhalen, is de nood aan voorspelbaarheid en transparantie. Een handelaar moet weten waar hij zijn winkel mag vestigen. Voor een vergunningsaanvraag wordt ingediend, is er al heel veel werk gebeurd, veel tijd en geld geïnvesteerd en zijn er al plannen gemaakt. Als de vergunningsaanvraag dan wordt geweigerd, is niet altijd duidelijk om welke redenen. Dat is niet ondernemersvriendelijk. De handelaar zou op voorhand moeten weten wat de visie is van een bepaalde stad of gemeente op handel en welke voorwaarden zullen worden opgelegd, opdat hij – zoals in Nederland – zo goed als zeker is van zijn vergunning en niet onnodig veel tijd steekt in het opmaken van een dossier dat uiteindelijk wordt geweigerd.

#### *2.1.3. Bart Palmaers, stafmedewerker Economie, VVSG*

*Bart Palmaers*, stafmedewerker Economie, stelt dat de VVSG tevreden is met de voorzet in de conceptnota. De nota geeft een vrij goede schets van de situatie en ook de vorige sprekers hebben de context al geschetst. Die context zal hij dus niet meer herhalen.

Er werd de VVSG specifiek gevraagd naar goede voorbeelden. Er gebeurt immers al heel veel bij de steden en gemeenten. Daarom zal de spreker eerst enkele inspirerende voorbeelden tonen, om daarna feedback te geven op de suggesties in de conceptnota en in te gaan op mogelijke verbeteringen.

### *Inspirerende voorbeelden*

Er werd al gesproken over MEST, of Mechelen voor Starters, een pioniersproject dat op vele plaatsen werd gekopieerd. Het origineel kan echter moeilijk geklopt worden. Het project in Mechelen was interessant omdat er werd gekozen om zowel thematisch als geografisch te focussen. Het gaat over een verbindingsstraat tussen twee belangrijke handelsassen, waar men een goede looproute wil creëren. Die concentratie zorgt voor een sterke zichtbaarheid en een grote effectiviteit. De stad heeft ook thematisch gekozen. Bestaande winkelketens waren welkom, maar er werd vooral gefocust op startende jonge ondernemers, om op die manier een oplossing te bieden voor de te hoge huurprijzen en om eigenaars – met de leegstandtaks achter de hand – ervan te overtuigen om aan een lagere prijs hun pand ter beschikking te stellen.

Een ander interessant voorbeeld van tijdelijk ruimtegebruik en van een kernversterkende ingreep is de Lutgartsite in Beringen. Daar werd een leegstaande school

omgetoverd tot een mix van functies, waarbij een heel grote complementariteit met het bestaande handelscentrum werd beoogd en gerealiseerd. Het gaat om tijdelijk ruimtegebruik, maar het project toont de kracht van een goede combinatie van verschillende functies die nauw verweven zijn met wat er al bestaat aan handel en horeca.

Ook in Ronse ging men, lang voor er sprake was van een integraal handelsvestigingsbeleid, al aan de slag met een soort 'uienmodel' met verschillende zones. Daarbij werden per schil of zone via een stedenbouwkundige verordening functiewijzigingen uitgesloten, wat maakt dat men in de binnenste schil focust op effectieve handel met winkels, en daarna telkens een stap verder ging met het toevoegen van horeca, commerciële dienstverleners en administratieve diensten. Daarbij werd gebruik gemaakt van leegstandsbelasting en omgekeerd ook van premiestelsels. Bart Palmaers vindt dit ook een mooi voorbeeld van een evolutief model: die schillen zijn intussen aangepast aan de realiteit, spijtig genoeg soms in negatieve zin. De stad Ronse speelt op de ontwikkelingen in.

Vlak voor het ingaan van het IHB-decreet maakte ook Lier, na het opstellen van een detailhandelsvisie, een verordening op waarin vrij verregaand werd gekozen voor duidelijke aanbevelingen door middel van een verbod op functiewijzigingen, oppervlakenormen, bepalingen over welk type handel waar thuishoort, met een duidelijke afbakening van zones en een heel uitgebreid flankerend beleid. Die verordening werd geschorst, maar niet ten gronde: enkel op basis van bepalingen inzake sloop. Lier heeft nog geen nieuwe verordening gemaakt. Voorlopig hanteert men de detailhandelsvisie als beleidsmatig gewenste ontwikkelingen, om op die manier sturing te geven aan de handel. Ook daar botst men op een groot aantal barrières en knelpunten waardoor niet alles efficiënt verloopt. Een kleinere stad als Lier, niet erg goed ontsloten voor de ruimere omgeving, slaagt er toch in om een kentering in te zetten. Niet alles verloopt goed, maar door een slimme heffing, een sterk acquisitiebeleid, het stimuleren en het duidelijk communiceren van waar men wat wil, werden vele kleine en grote ondernemers overtuigd om in de juiste locatie te investeren.

Ook in de stad Geel werden afbakeningsprocessen gebruikt om de handel te sturen, meer bepaald probeert men via een provinciaal RUP de Antwerpseweg, een soort mini-A12 van Geel en omstreken, te ordenen. Het liep daar wat uit de hand, met veel verschillende soorten invullingen, waaronder fashion. Via een RUP en via een koppeling aan het beleidsplan Ruimte van de stad Geel werd getracht een soort van moratorium op fashion te krijgen en om weer kansen te geven aan het winkelcentrum. Bart Palmaers vindt het jammer dat de shoppingcentra in de gemeenten in de buurt deze poging deels tenietdoen.

Een vrij recent voorbeeld is het RUP Zolder van de gemeente Heusden-Zolder, waarin men door een specifieke bepaling inzake 'winkelarm gebied' probeert om alle handel in Zolder te beperken tot één centrumstraat. In Heusden is er een groot kernwinkelgebied langs een steenweg, dat heel erg mikt op funshopping. In Zolder is er nog veel open en groene ruimte. Er werd bewust gekozen om daar de handel te beperken. Dat is een van de zeldzame uitvoeringsplannen met een bepaling 'winkelarm gebied'.

Bart Palmaers wil ook de grootste stad, Antwerpen, nog vernoemen, niet omdat ze als enige grote stad inspanningen doet, maar omdat ze het ten gronde doet, over de nodige knowhow beschikt en een heel integrale benadering hanteert. De VVSG is tevreden dat een stad als Antwerpen in haar vergunningenbeleid duidelijke keuzes maakt in de hiërarchie van winkelgebieden met, afhankelijk van de aard van het winkelgebied, de nodige flexibiliteit op het vlak van oppervlakte, type, invulling enzovoort. Antwerpen maakt ook heel duidelijke keuzes voor de periferie, want het ene kan niet zonder het andere. De stad probeert nu om deze visie om te zetten

in een ruimtelijke afbakening en daarvoor de juiste instrumenten in te zetten. Dat lijkt misschien simpel maar is niet evident. Er blijkt altijd wel iets te schorten aan de beschikbare instrumenten: het RUP, de verordening of de handelsvestigingsconvenant. Het vergt veel tijd om daarin stappen vooruit te zetten.

In een andere grote stad, Gent, wordt een sterke link gelegd met bedrijvigheid. De stad koestert heel hoge verwevingsambities en legt de link met de ruimtelijke beleidsplanning. Ook Gent zoekt naar manieren om een en ander te realiseren, want tussen droom en daad staat van alles in de weg. Hoe ambitieus men ook wil zijn, telkens is het zoeken naar instrumenten waarmee enerzijds voldoende kan worden afgedwongen maar anderzijds niet te veel wordt vastgezet.

Bart Palmaers haalt ook nog het voorbeeld aan van Diest, een kleiner stadje, omdat daar gezocht wordt naar het DNA van de kern. De stad heeft dat onder andere gevonden in erfgoed. Net als in Lier en Brugge bulkt het in Diest van de historische panden. Men legt daar de Demer opnieuw open en maakt daarmee, via een duidelijke afbakening, de link met toerisme, vrije tijd, cultuur, ontspanning en recreatie. Zo probeert de stad een eigen, nieuwe cadans te krijgen in haar binnenstad. Ondanks alle tegenslagen ziet het er daar hoopvol uit.

#### *Wat ontbreekt er dikwijls?*

Wat ontbreekt er dikwijls in de gegeven voorbeelden? Samen met Fauconnier+Selfslagh heeft de VVSG, via inspiratiesessies, een hele oefening gemaakt met de gemeenten, onder auspiciën van het kabinet van minister Hilde Crevits. Wat daarbij telkens opnieuw naar boven kwam, is de samenwerking met de stakeholders. Heel wat gemeenten merken dat het niet evident is om met alle ondernemers rond de tafel te gaan zitten, hoewel sommigen dat wel willen. Een stakeholder die vaak niet aanwezig is – ook in deze hoorzitting –, is de vastgoedsector, terwijl Bart Palmaers meent dat een deel van de sleutel wel degelijk daar te vinden is. De vastgoedsector kan in het proces juridisch en inhoudelijk advies geven en de vastgoedlogica helpen begrijpen.

Wat de spreker ook nog mist, op alle niveaus, is de daadwerkelijke afbakening. Over welke kernwinkelgebieden en welke winkelarme gebieden gaat het? Welke handel wordt op bepaalde locaties uitgesloten? Onder meer om juridische redenen, wordt vaak niet resoluut gekozen voor een transformatie naar andere functies in straten en gebieden die buiten de kern vallen. Er is een consequent beleid nodig op alle niveaus. Bart Palmaers beseft dat het niet gemakkelijk is om echt integraal te werken.

Middelen en knowhow zijn dikwijls wel aanwezig, maar niet in alle steden en gemeenten. Zelfs met knowhow en middelen is het niet evident om tegen alle trends in te gaan.

Bart Palmaers vindt eensgezindheid op alle niveaus, tussen alle overheden, heel noodzakelijk.

#### *Terugkerende knelpunten*

De spreker denkt dat krachtige ruimtelijke keuzes absoluut nodig zijn. Telkens opnieuw botst men op de vastgoedprijzen. Niet alleen het lokale maar ook het Vlaamse niveau heeft daar weinig impact op.

Op het vlak van fiscaliteit kampt men in België nog steeds met een zekere anti-stedelijkheid. Ondanks de ruimteschaarste liggen de vastgoedprijzen in de periferie nog steeds veel lager dan die in de kern. De vraag is wat gedaan kan worden om tot een eerlijkere verhouding te komen.



Wat 'regellutheid' betreft, bestaan er nog altijd een aantal belemmerende regels, niet alleen lokale voorschriften maar ook Vlaams 'gebetonneerde' regels, zoals de afstandsregels en dergelijke in VLAREM.

Een ander knelpunt dat vaak terugkomt, is dat heel veel gemeentebesturen met de rug tegen de muur staan en dan toch maar kiezen voor een suboptimale inplanting in de periferie. Ze vrezen dat anders de investeringen naar de buurgemeenten gaan en er voor hen helemaal geen investering volgt.

### *Regelgeving*

Mia Vancompernelle van UNIZO verwees al naar de categorie 4 in het IHB-decreet, de 'verkoop van andere producten', die een heel grote groep goederen met totaal verschillende effecten omvat. Als een gemeente op dat vlak wil sturen, is dat als het ware chirurgisch opereren met werkmanshandschoenen. Bart Palmaers denkt dat men moet afstappen van deze bulkgroep.

Een tweede punt is dat het opsplitsen van handelsvestigingen of handelsgehelen vandaag niet vergunningsplichtig is. Men kan wel streven naar detailhandel in de kern, maar als er geen rem staat op het verder opsplitsen van grootschalige detailhandel, is het dweilen met de kraan open.

Vervolgens gaat de spreker in op de ruimtelijke uitvoeringsplannen en de verordeningen. Dat vindt hij te logge instrumenten om adequaat te kunnen inspelen op snelle evoluties in de sector. Vele steden en gemeenten overwegen de opmaak van een RUP, bijvoorbeeld voor de afbakening van een kernwinkelgebied, maar doen het dan bewust niet. Ze realiseren zich namelijk dat een RUP, eenmaal het is goedgekeurd, alweer moet worden bijgestuurd. De evoluties in de sector gaan heel snel en een gemeente moet dus vlugger kunnen reageren. De visie van een gemeente moet meer afdwingbaar worden.

Het integraal handelsvestigingsbeleid kan ook beter op een aantal andere aspecten, bijvoorbeeld inzake nieuwe vormen. De spreker denkt daarbij aan mengvormen waarbij winkels verschillende categorieën kunnen combineren of concepten met verschillende functies en verschillende diensten. De grenswaarde van 400 vierkante meter is vrij hoog, zeker voor kleine kernen.

De vraag is ook of er niet sterker gestuurd moet worden. Als er overgeschakeld moet worden van winkelkernen naar bedrijvige kernen, hoe kan er dan voor gezorgd worden dat men op die verschillende functies kan sturen, dus niet enkel op het vlak van handel?

Volgens Bart Palmaers hangt de Europese Dienstenrichtlijn als een zwaard van Damocles boven het hoofd. Er is absoluut nood aan meer rechtszekerheid en de vraag van Comeos is op dat vlak zeker terecht. Rechtszekerheid betekent echter niet dat alles zomaar moet worden vergund, wel dat er duidelijke keuzes worden gemaakt, die ook worden gevolgd. De Dienstenrichtlijn maakt het moeilijk om te komen tot duidelijke keuzes die voldoende rechtszekerheid bieden.

Verschuillende niveaus hebben verschuillende visies. Er werd eerder een Vlaams beleidskader aangekondigd. De VVSG kijkt nog altijd uit naar dat kader en hoopt dat er op de verschuillende niveaus, niet enkel op het gemeentelijke niveau, initiatieven worden genomen om te komen tot winkelvrije of winkelarme zones. De spreker denkt in de eerste plaats aan knelpuntlocaties, waar het helemaal verkeerd loopt op het vlak van mobiliteit. Sommige steenwegen hebben nog stukken maagdelijk gebleven ruimte, andere steenwegen zijn helemaal verzadigd. Volgens de spreker mag men niet langer wachten. Dit moet niet alleen op lokaal niveau worden opgelost, soms is een initiatief op hoger niveau nodig.

Dan zijn er ook nog een aantal historische fouten. Er zijn in het verleden heel veel detailhandelszaken ontstaan, gegroeid of geëvolueerd op bedrijventerreinen. De ruimte is daar al schaars. Hoe kan dit opgelost worden? Niet elke gemeente moet wat dit betreft het warm water uitvinden. Het zou goed zijn, mocht er daarover een Vlaams initiatief komen met een goede juridische onderbouwing.

### *Beleidsplan Ruimte Vlaanderen*

Bart Palmaers beschouwt het IHB niet als een eiland op zich. Er is nood aan een breder, integraler verhaal. Op ruimtelijk vlak wordt nog altijd uitgekeken naar het Beleidsplan Ruimte Vlaanderen. De spreker citeert professor Gino Van Ossel van de Vlerick Businessschool: "De winkels volgen de mensen, niet andersom". Wie in Nederland een straal van 1 kilometer rond de Grote Markt trekt, komt tot twee derde of drie vierde van de bevolking, maar in Vlaanderen slechts tot 10 of 20 procent, omdat iedereen hier verspreid woont. Verspreide bewoning leidt tot verspreide bewinkeling. De spreker hoopt dat er ook in het ruimtelijk beleid en in het woonbeleid een fundamentele omslag komt zodat ook het winkelen minder verspreid hoeft te verlopen.

Er kan gedacht worden aan een voorkooprecht om een doorbraak te realiseren voor een aantal cruciale panden of om bepaalde negatieve ontwikkelingen tegen te gaan.

Wat de regelluwe zones betreft, is de vraag of men overal even strikt moet zijn, bijvoorbeeld op het vlak van ontharding in een kern. Vandaag wordt het voor een supermarkt die zich centraal wil vestigen, bijna onmogelijk gemaakt, doordat er te veel plichten en eisen aan vasthangen.

Mia Vancompernelle verwees al naar de woongebieden in het gewestplan, het 'verdomde' plan uit de jaren 70, dat ook hier de zaken bemoeilijkt.

De definities moeten ook duidelijker gemaakt worden, want wat verstaan wordt vanuit Ruimtelijke Ordening stemt niet overeen met wat in Economie wordt bedoeld. Dat kan zeker beter.

### *Overige regelgeving*

Op het fiscale en financiële vlak, werd een mooi initiatief genomen door minister Bart Tommelein met de vrijstelling van onroerende voorheffing. Een schriftelijke vraag van Maurits Vande Reyde leerde echter dat er in de praktijk geen enkele vrijstelling mogelijk is omdat die gekoppeld is aan de afbakening van winkelarme of kernwinkelgebieden conform het IHB-decreet (*Schriftelijke vragen* VI.Parl. 2019-20, nr. 282). De VVSG heeft hier vooraf voor gewaarschuwd: dit zal niet werken want dit vormt een te hoge barrière. Koppel dit los van elkaar zodat er effectief een fiscale stimulans is voor de kerngebieden.

Bart Palmaers weet dat dit geen Vlaamse bevoegdheid is, maar hij beschouwt het niet-geactualiseerde kadastraal inkomen als een historisch kromgegroeide situatie, die het niet gemakkelijk maakt om tot een kernversterkend beleid te komen.

Er moet ook een impact worden verkregen op de prijzenkloof tussen kern en periferie, en dat heeft ook te maken met ruimtelijk beleid.

Er kan worden gedacht aan een Vlaams fonds, niet zozeer om enkel panden aan te kopen of het beheer ervan over te nemen, maar net om complexe vraagstukken op te lossen. De spreker denkt bijvoorbeeld aan de herlokalisatie van bepaalde bedrijven en de verevening op het vlak van de bovenlokale steenwegenaanpak. Aan een dergelijk fonds kan ook bijkomend juridisch advies worden gekoppeld.

Inzake het beleidsdomein Mobiliteit wordt in de eerste plaats naar een aantal knelpuntlocaties gekeken en naar een update van de kerncijfers, want nu wordt nog gewerkt met verouderde cijfers die niet weergeven wat er op de markt speelt. Bart Palmaers denkt ook aan het werken met mobiliteitsgrenswaarden die niet mogen worden overschreden.

Hoe kan samenwerking worden gestimuleerd? Ook in de commissie werd al gesproken over de Nederlandse BIZ-wet, een regeling voor bedrijveninvesteringszones, die niet enkel zinvol kan zijn voor bedrijventerreinen maar evengoed voor de kernwinkelgebieden.

#### *Ondersteuning gemeenten*

Bart Palmaers stipt nog enkele punten inzake de ondersteuning van gemeenten aan. Er is echt nood aan een EDRL-proof argumentatie in functie van plannen en vergunningen. De Dienstenrichtlijn dreigt heel veel potentiële en bestaande RUP's onderuit te halen, doordat de lat heel hoog wordt gelegd. Iedereen kent ondertussen het arrest-Appingedam van het Europese Hof van Justitie.

De gemeente Appingedam verwees daarbij overigens naar Vlaanderen en stelde de vraag: dit willen we toch niet? Dit eenvoudige argument werd door de rechter weliswaar niet aanvaard als een goed onderbouwd argument, maar de essentie is volgens de spreker duidelijk: als men keuzes wil maken die rechtszekerheid bieden, dan moet men ervoor zorgen dat de RUP's voldoende stevig onderbouwd zijn. Vlaanderen kan daarbij helpen.

Vlaanderen kan een oplossingskader creëren, met instrumenten voor de aanpak van handel op bedrijventerreinen en de integratie van bedrijvigheid in de kernen. Er zijn nog heel veel beletsels, maar er is ook heel veel goede wil. Er zijn goede proefprojecten, maar om dit verder uit te rollen is meer nodig.

Een ander element is de reconversie van sites die leeg komen te staan en het zoeken naar alternatieve locaties. Dat is ook een vereiste van de Dienstenrichtlijn: de overheid kan niet zomaar zeggen dat er geen grote winkel mag komen op een bepaalde plaats, ze moet ook in een alternatief voorzien. Die ruimte is er niet altijd in Vlaanderen.

Als er een onderscheid tussen grote en kleine gemeenten wordt gemaakt, betekent dat ook dat er een onderscheid moet zijn qua ondersteuning. Er zijn kleine gemeenten die effectief moeten worden geholpen, omdat het hen aan knowhow, ervaring en personeel ontbreekt. Anderzijds zijn er ook verschillende steden die heel ver kunnen en willen gaan, met veel creativiteit, maar zij botsen dan op problemen die bovenlokaal moeten worden opgelost.

De minister kondigde al een programma van 25 miljoen euro aan, waarbij de VVSG pleit voor een bundeling van de initiatieven. Dat maakt een goede coördinatie en disseminatie mogelijk. Er moet worden ingezet op een structurele aanpak met afbakening, slimme transformatie en samenwerking tussen de verschillende stakeholders.

#### *Conclusies*

De VVSG ziet een aantal prioriteiten. Ten eerste kan er geen sprake zijn van kernversterking zonder een sterk beleid voor de periferie. Enkel een beleid inzake leegstand in de kern voeren, is symptoombestrijding. Vlaanderen moeten absoluut naar een concreet beleid voor de periferie gaan, met daarbij één urgente vraag: waar mogen er geen winkels meer komen? Als die vraag niet wordt beantwoord, heeft

het eigenlijk weinig zin om kernwinkelgebieden af te bakenen en subsidies te geven. Het ene kan niet zonder het andere.

Ten tweede pleit de VVSG voor een integraal Vlaams kernversterkend beleid, waarbij wordt nagedacht over de andere trends en beleidskeuzes die daarop inspelen. Immers: winkels volgen de mensen, niet andersom.

De VVSG kan zich ook absoluut vinden in de opdeling van categorie 4 in het IHB-decreet. UNIZO deed daar al goede suggesties voor. Er moet een vergunningsplicht voor opsplitsing komen en er moet naar een mogelijkheid worden gezocht om, als alternatief voor RUP's, de rechtsgeldigheid van een visie op te waarderen.

Ten vierde moet er sprake zijn van een slimme ondersteuning, met een focus op het juridische aspect. De subsidies moeten focussen op de structurele aspecten.

## 2.2. Bespreking

### 2.2.1. Vragen en opmerkingen van de leden

*Maike De Vreese* ziet nog een andere uitdaging. In de centra worden veel winkels al jarenlang door dezelfde ondernemers uitgebaat, en die hebben vaak geen zicht op opvolging. Hoe kunnen jonge ondernemers gestimuleerd worden om die opvolging op zich te nemen? Zoekt UNIZO mee naar oplossingen voor dit probleem?

Het lid stelde een kritische ondertoon vast bij Comeos toen het over lokaal kopen of winkelhieren ging. *Maike De Vreese* is het wel met *Lora Nivesse* eens dat er in de grote winkelketens veel mensen worden tewerkgesteld en dat ook dat zeer waardevol is. Hebben UNIZO en Comeos een verschillende definitie van lokaal kopen, en hoe evalueert Comeos het project Winkelhieren van UNIZO? Hoe kunnen de campagnes voor lokaal kopen eventueel nog worden versterkt?

Hoe staan UNIZO en Comeos tegenover het voorstel van *Marc Fauconnier* om een leegstandsfonds op te richten? Hebben zij eventueel andere ideeën?

Er werd al aangehaald dat er meer rechtszekerheid moet komen; transparantie is heel belangrijk. Anderzijds lijkt het *Maike De Vreese* ook belangrijk om flexibel te kunnen inspelen op nieuwe ontwikkelingen. Hoe kan men daar een evenwicht in vinden?

*Bart Palmaers* van de VVSG gaf aan dat er geen kernversterking kan komen zonder een sterk beleid rond de periferie. Hoe moet dat beleid er volgens Comeos uitzien?

Er zijn al heel wat projectoproepen rond kernversterking geweest. Wat vond de VVSG van die oproepen, welke kritische bedenkingen zijn er? Moeten er eventueel bredere projectoproepen komen, of moeten die oproepen net meer op maat zijn?

*Imade Annouri* vond de lokale voorbeelden die *Bart Palmaers* van de VVSG aanhaalde zeer interessant. Hij is het ook eens met de opmerking van *Lora Nivesse* van Comeos over de vele werknemers die bij de grote ketens tewerkgesteld zijn. Dat zijn Vlaamse werknemers die een loon krijgen en hier belastingen betalen.

Maar het lid ziet in dat verband wel een ander probleem. In Antwerpen bijvoorbeeld treft men op wandelafstand in het centrum verschillende winkels van een keten als H&M aan. Dat heeft onmiskenbaar een effect op heel wat lokale handelaars, want die ketens duwen de lokale, ambachtelijke en unieke Antwerpse zaken voor een stuk weg. De handelaars in de Wilde Zee moeten ook vaststellen dat hun huurprijs plots zomaar kan verdubbelen. Die hoge huurprijs is geen probleem voor de grote ketens, maar wel voor de kleine handelaars. Als grote ketens nadien beslissen om

een van hun winkels te sluiten, ontstaat er meteen leegstand, want de huurprijzen liggen intussen te hoog voor kleine, lokale ondernemers.

Imade Annouri beschouwt dit als een vrij specifiek probleem. Marc Fauconnier stelde dat mensen ervan moeten worden overtuigd dat ze naar andere steden kunnen gaan om te winkelen, omdat elke gemeente of stad een specifieke, karakteriële winkelervaring aanbiedt. Maar door de grote ketens verdwijnt die unieke winkelervaring toch grotendeels. Hoe kan het beleid dit voorkomen, of daar op zijn minst een evenwicht in vinden?

*Robrecht Bothuyne* verwijst naar de presentatie van VVSG en vraagt zich af of er in het buitenland ook goede voorbeelden terug te vinden zijn, want Vlaanderen is wellicht niet de enige Europese regio die met een dergelijke problematiek wordt geconfronteerd. De e-commerce heeft zowat overal een impact op de rendabiliteit van handelszaken.

Het lid stelt vast dat er wel een aantal instrumenten bestaan om leegstand te vermijden. Maar welke lokale besturen voeren het beste fiscale beleid om beweging te krijgen in de binnenstad? Zijn er daar goede voorbeelden van?

### 2.2.2. Antwoorden

*Mia Vancompernelle* van UNIZO heeft haar presentatie vooral willen richten op de essentie van het verhaal: het winkelieren en de kernversterking. De vaststelling van UNIZO is dat de randvoorwaarden dringend moeten worden aangepast.

In verband met de winkels die geen opvolging hebben, loopt er momenteel een project rond bedrijfsovername, waarbij UNIZO de link legt tussen overlaters en overnemers.

Een suggestie die naar voren kwam in de besprekingen met Fauconnier+Selfslagh, is het idee om ondernemers te overhalen om op het einde van hun loopbaan een stagetraject te organiseren voor starters. Zo raken starters vertrouwd met de rol van ondernemer en kunnen ze op termijn de zaak misschien ook effectief overnemen.

Men kan mensen niet dwingen om te verhuizen of om hun winkel te verkopen of te verhuren. Daar speelt nog altijd het eigendomsrecht. Steden en gemeenten zouden, via regelgeving, panden die binnen een bepaalde winkelkern liggen wel kunnen verplichten om een commerciële activiteit te hebben. Dat zou een mogelijke stimulans kunnen zijn.

*Mia Vancompernelle* merkt op dat winkelieren werd gelanceerd als een soort imagocampagne om lokaal kopen te stimuleren. Daarbij werd geen onderscheid gemaakt tussen winkelen bij een grote keten of bij een zelfstandige onderneming. De campagne moest vooral een tegengewicht zijn voor het onlinewinkelen bij de grote webshops. De zelfstandige ondernemers hebben tijdens de coronacrisis heel wat bijgeleerd over e-commerce, maar ze zitten natuurlijk nog lang niet op het niveau van een grote speler als Zalando. Ook nu zal een groot deel van de inkomsten van kerstaankopen naar het buitenland vloeien. De campagne draaide dus vooral rond lokaal kopen, waarbij nabijheid belangrijk is.

De combinatie van winkels is belangrijk. UNIZO pleit voor een gezond evenwicht tussen ketenwinkels en lokale ondernemers in de steden en gemeenten. In de kernen is er nu een te groot overwicht van de grote ketens. Het evenwicht moet worden hersteld. *Mia Vancompernelle* pleit ervoor om beide zoveel mogelijk in een goede mix in de kern te krijgen. Zij is ook niet gekant tegen elke perifere detailhandel, maar pleit voor een goede combinatie met de handelskern.

Mia Vancompernelle meent dat een leegstandsfonds op gemeentelijk vlak niet echt werkt. Een Vlaams leegstandsfonds zou een instrument kunnen zijn om hardleerse eigenaars meer te doen investeren in de stad. Er is een groot verschil tussen de grote immomakelaars en de lokale eigenaars, die gemakkelijker te overtuigen zijn. De professionele ploeg van Marc Fauconnier, het zogenaamde C-Team, zou hier een belangrijke rol kunnen spelen.

*Lora Nivesse* sluit zich aan bij het antwoord van Mia Vancompernelle over winkelhieren. Ze heeft enkel willen benadrukken dat er achter de namen van de grote ketens ook werknemers zitten en vaak ook zelfstandige ondernemers, want sommige winkels worden uitgebaat via franchise. In deze coronaperiode vormen de buitenlandse onlinespelers de grootste uitdaging voor zowel de kleine als de grote winkels. In dat verband moeten de krachten worden gebundeld. De winkels moeten proberen zich heruit te vinden en de steden en gemeenten moeten een zo goed mogelijk beleid voeren om de lokale winkels te ondersteunen.

Het is volgens Lora Nivesse niet meer van deze tijd dat winkels zich 'in the middle of nowhere' vestigen. Dat is zeker niet de toekomst. Comeos pleit voor het clusteren. Het moet dan wel duidelijk zijn wat een mogelijke locatie is en wat er in die cluster zit. Daarrond moet een specifiek beleid worden gevoerd en dat is nu vaak niet het geval. Er is behoefte aan voorspelbaarheid en een kader om dat op een evenwichtige manier te beheren.

Lora Nivesse vindt het net als Imade Annouri ook vreemd dat er in steden als Antwerpen en Brussel in de grote winkelstraten vaak verschillende vestigingen van dezelfde ketens zijn. Maar dat moet wel betekenen dat die winkels rendabel zijn en dat ze klanten hebben. Ook de eigenaar van het pand speelt een grote rol. Soms gaat die op een bepaalde locatie liever in zee met een keten, omdat hij daarvan meer rendabiliteit en standvastigheid verwacht. Grote ketens gaan zich niet vestigen voor twee of drie jaar. De termijn voor handelshuur bedraagt negen jaar, maar grote ketens hanteren meestal een termijn van 27 jaar.

Ketens spelen met hun concepten ook in op het zelfstandige, zoals bijvoorbeeld & Other Stories. Die stijl is minder mainstream dan wat wordt aangeboden in de grote winkelstraten.

Lora Nivesse is ervan overtuigd dat levendigheid in de stadskern ontstaat door een mix van de verschillende types van winkels, met ook kleine zelfstandigen, leuke horeca en cultuur. Het blijkt nu ook dat door de sluiting van de horeca tijdens de coronacrisis de omzet van de winkels is gekelderd. Mensen willen verschillende belevingen.

*Bart Palmaers* is van oordeel dat niet iedere stad of gemeente het warm water moet uitvinden. Als de problemen en knelpunten op hoger niveau moeten worden opgelost, moeten ze naar het hogere niveau worden getild. Vlaanderen kan zelf inspanningen leveren, bijvoorbeeld in de vorm van onderzoek, en daarnaast kunnen gelijkaardige projecten worden gebundeld, zodat er van elkaar kan worden geleerd. Dat kan via de overlegtafels Economie van de VVSG.

De projectoproepen mogen de moeilijke vragen niet uit de weg gaan, vindt Bart Palmaers. Het mag niet de bedoeling zijn om links en rechts nog een paar mooie investeringen te doen die meer van hetzelfde brengen. Het gaat erom blijvende oplossingen voor knelpunten te vinden. Een projectoproep mag ook geen alternatief zijn voor het maken van beleidskeuzes. Het is niet het ene of het andere, beide zijn nodig.

Er werd gewezen op de nood aan rechtszekerheid en transparantie. De winkeliers moeten zelf beslissen welk concept kan aanslaan bij de klanten. De stad of

gemeente moet zich daar niet mee bemoeien. Maar Bart Palmaers vindt wel dat de overheid moet kunnen kiezen waar winkels wel of niet mogen komen. Vlaanderen heeft nu een afschuwelijk lelijk winkellandschap, en dan gaat het niet alleen over esthetiek, maar ook over het kannibalisme van allerlei soorten winkels. Velen zullen blij zijn dat het Uplaceproject niet doorgaat, maar zo zijn er massa's voorbeelden.

Niet alleen de lokale besturen moeten gebieden afbakenen. Het komt ook niet alleen de Vlaamse overheid toe om beleidskeuzes en richtlijnen te maken over winkelvrije of winkelarme gebieden. Er moet worden samengewerkt. Vlaanderen kan het voorbeeld geven met fundamentele keuzes over grootschalige ontwikkelingen, over waar die niet meer en eventueel wel nog kunnen. Door duidelijke criteria op te stellen kunnen op een rechtszekere manier keuzes op het lokale niveau worden gemaakt. Veel gemeenten willen dat wel, maar ze botsen op belemmeringen. En als het initiatief naar een hogere overheid overgaat, zoals sommigen bepleiten, dan moet die hogere overheid in het verleden wel al initiatieven hebben genomen, meent Bart Palmaers.

De spreker kan zich niet voorstellen dat het in het belang van de grote retailers is dat er overal winkelgebieden bij komen. Ook zij hebben belang bij een rechtszekere situatie, waarbij duidelijk is waar er winkels kunnen worden gecreëerd. Vandaag volgt men te vaak de projectontwikkelaars; het moet overal kunnen waar de markt het vraagt. Neen, er moet volgens duidelijke richtlijnen worden gestuurd.

Uiteraard zijn er veel goede voorbeelden in het buitenland. Daar kan men naar kijken, maar daarbij moet men wel opletten. België kampt immers met een schaalprobleem: er is overal bewoning en er zijn weinig grote steden. Door deze specifieke ruimtelijke ordening kan de Belgische situatie niet zomaar met Nederland worden vergeleken.

Er zijn ook goede voorbeelden van een leegstandsheffing en fiscaliteit op lokaal niveau. Steeds meer gemeenten hebben een leegstandsheffing. Ze gaan er bewust mee om en proberen ook te differentiëren. In de kernwinkelgebieden wordt de heffing verhoogd en daarbuiten, in de aanloopstraten, wordt ze voor de eigenaars ook niet te hoog gelegd. Er moet ook slim worden omgegaan met transformatie. In de aanloopstraten moet men niet volledig inzetten op een transformatie tot appartementsblokken, men moet ook durven transformeren naar andere functies dan wonen. Daar zijn een visie en meer instrumenten voor nodig.

De vrijstellingen van leegstandsheffing zijn een hefboom om eigenaars te stimuleren. Maar een buitenlands pensioenfonds met voor miljoenen euro's aan panden in zijn portefeuille ligt natuurlijk niet wakker van een leegstandsheffing van een paar duizend euro.

Er is voorlopig nog maar weinig geëxperimenteerd met lokale differentiatie van fiscaliteit, weet Bart Palmaers. De mogelijkheid is er, maar VLABEL staat niet te springen om de gemeenten grondig juridisch en inhoudelijk te begeleiden. Ze bekijken enkel of het conform is en uitvoerbaar vanuit hun standpunt. Misschien kan Vlaanderen nog winst boeken door inhoudelijk aan te geven wat slimme differentiatie kan betekenen.

Bart Palmaers stond versteld van het begrip 'perifere kern' dat door Comeos werd aangehaald. Dat is voor hem een neologisme en vooral een eufemisme. Hij huivert ervan als die weg wordt opgegaan, want dan volgt de vraag om in die periferie ook beleving en horeca te creëren, net als gratis parking. Als de opsplitsing niet vergunningsplichtig is en als de sturingsmogelijkheid bij winkels van minder dan 400 vierkante meter beperkt is, dan ontstaat er een nieuwe kern.

*Lora Nivesse* geeft toe dat 'perifere kern' een foute woordkeuze was. Zij had het eigenlijk over een 'perifere cluster'. Het kan niet de bedoeling zijn om in de periferie een tweede kern te maken en daar beleving te creëren.

*Bart Palmaers* wijst er op dat gemeenten die vragen vandaag wel degelijk krijgen. Ze krijgen concreet de vraag om horeca, ontspanning en dergelijke toe te voegen in de periferie. Dat zijn allemaal toevoegingen die tot perifere kernen kunnen leiden en daar is eenvoudigweg geen plaats voor in Vlaanderen. Er zijn ook geen mobiliteitsoplossingen voor.

### **3. Els Breugelmans, KU Leuven, en Maarten Van Acker, Universiteit Antwerpen**

#### 3.1. Inleidende uiteenzettingen

##### 3.1.1. *Els Breugelmans, professor Marketing aan de KU Leuven*

*Els Breugelmans*, professor Marketing aan de KU Leuven, bouwde expertise op inzake aankoopgedrag van consumenten in een retailcontext. Ze onderzocht onder meer hoe consumenten reageren op evoluties zoals e-commerce. Ze zal het in haar uiteenzetting vooral hebben over e-commerce en de nasleep van de coronacrisis.

#### *Vlak voor de lockdown*

Vlak voor de lockdown was België bezig aan een inhaalbeweging wat betreft e-commerce. De cijfers in de conceptnota laten uitschijnen dat België hoge e-commercecijfers kent, maar in feite loopt het achter op de buurlanden. Uit berichten van begin maart 2020, die terug te vinden zijn in de presentatie, blijkt dat Belgen meer online beginnen te spenderen.

Uit de cijfers van voor de lockdown blijkt ook dat de winkelleegstand sneller stijgt dan ooit. Hier is geen beterschap te verwachten na de coronamaatregelen. *Els Breugelmans* sluit dan ook aan bij de eerdere sprekers die stelden dat extra winkelruimte niet nodig is. Er zal eerder moeten worden gedacht aan het verkleinen, compacter en interessanter maken van de handelskernen. Het is ook voor de consument niet prettig om te winkelen in een straat met veel leegstand. Consumenten blijven dan weg, waardoor de omzet vermindert en de leegstand nog verhoogt.

#### *Big Bang*

COVID-19 is een ziekte, maar voor de retailsector is het in de eerste plaats een disruptie die een aantal ontwikkelingen versnelt. Het gaat dan wel om trends die al aanwezig waren maar die door de coronacrisis worden uitvergroet en versterkt. Consumenten zijn vandaag op zoek naar convenience: gemak, automatisering en snelheid, kortom zaken die het winkelen voor hen gemakkelijker maken. Dat is een van de redenen waarom de periferie voor veel klanten aantrekkelijk is. Ze kunnen snel met hun auto naar een winkel in de periferie. In de e-commerce is het ook gemakkelijk om 24 uur op 24 uur, zeven dagen op zeven producten aan te kopen.

Maar de consument zoekt ook naar de experience: beleving, plezier en inspiratie. Winkelen kan op veel manieren aangenaam zijn en vaak hoort daar een gezellig bezoek aan de horeca bij.

De consument houdt ook van een aanbod op maat (personalization). Andere sprekers wezen al op het ontwikkelen van een gebied op basis van de bevolking die er woont.



Een andere, redelijk recente trend is duurzaamheid: ethisch en maatschappelijk verantwoord ondernemen. Het idee van lokaal kopen, dat erg versterkt is door COVID-19, past heel sterk in dit duurzaamheidsverhaal.

### *Fysieke winkels in de toekomst*

Het idee winkel van een winkel die producten verkoopt, is voorbijgestreefd. Een winkel moet nu denken vanuit zijn klanten: wie zijn ze en wat zoeken ze? Een winkel die enkel producten aanbiedt, is volgens Els Breugelmans niet voorbereid op de toekomst. Een winkel die enkel transacties doet, is een winkel die geen merk opbouwt en geen beleving creëert en daar zit net de meerwaarde in. Wie concurreert op basis van producten en prijs, zal verliezen want de e-commerce en het onlineverhaal is daarin veel sterker. De winkel die inzet op het menselijke, het aanbieden op maat, de beleving kan de consument nog aanspreken.

Een belangrijk concept in dat verband is blurring of branchevervaging. Winkels verkopen niet enkel producten maar zijn ook plaatsen waar kan worden geconsumeerd: een koffie drinken of, in grotere winkels, een hapje eten. Die 'dining in-opties' komen steeds vaker voor. Dit zegt ook iets over de plaats van de horeca in de handelskernen.

Er is ook blurring op het vlak van de kanalen. Dat punt komt wel aan bod in de conceptnota. Fysieke winkels gaan onlinekanalen meenemen in hun winkelpunt door bijvoorbeeld een kiosk te plaatsen. De concurrent is dus niet alleen de winkel in de periferie maar is zeker ook de onlinewinkel en, aangezien België niet sterk staat in e-commerce, is het dus doorgaans een buitenlandse webwinkel.

Vandaag hebben vele winkels al een kiosk waarop de klant zelf producten kan bestellen die niet in de winkel te vinden zijn. De klant doet dan eigenlijk een webaankoop met behulp van het personeel. Daarom denkt Els Breugelmans dat kleinere winkeloppervlaktes in de toekomst zeker verdedigbaar zijn. Winkels gaan een deel van hun assortiment via het online kanaal en via de kiosken aanbieden. Het verwondert haar dan ook dat de gemiddelde winkeloppervlakte lijkt toe te nemen. Dit kan te wijten zijn aan het verdwijnen van kleine winkels.

Winkels gaan ook andere dienstverlening aanbieden, zoals click&collect, waarbij de klant een product dat hij online heeft besteld gratis kan ophalen. Uit academisch onderzoek blijkt dat dit een positief effect heeft op de winkel: het feit dat een klant in de winkel komt, biedt de opportuniteit om die klant aan te zetten tot een extra aankoop of om hem sneller te laten kopen. De combinatie van e-commerce in een fysieke winkel (straat) wordt een belangrijk gegeven.

### *Kernversterking*

Els Breugelmans besluit met enkele aanbevelingen. De overheid kan kernversterking faciliteren door de randvoorwaarden te creëren. Eigenlijk gelden de eerder genoemde vier principes (convenience, experience, personalization en maatschappelijk verantwoord ondernemen) ook voor de overheid. Winkelen moet gemakkelijk zijn. In coronatijden gaat het dan vooral over veiligheid, maar meer algemeen betekent gemakkelijk dat er geen fricties zijn in het aankoopproces. Voor de consument is het belangrijk dat de winkel gemakkelijk te bereiken is, dat hij er bijvoorbeeld gemakkelijk kan parkeren.

Winkelen moet ook ervaringenrijk zijn. Horeca staat voor gezelligheid, bedrijvigheid en creativiteit. Een lelijk plein nodigt niet uit tot gezellig winkelen. In dat verband zijn de vier v's – vervriendelijken, verkinderlijken, vergroenen en vertragen – essentieel.

Winkelen moet ook relevant zijn, dus op maat van de klant die in dat centrum woont. Het moet ook maatschappelijk verantwoord zijn, bijvoorbeeld door het aanbieden van groene leveropties en het ondersteunen van de lokale ondernemer.

### 3.1.2. *Maarten Van Acker, professor Stedenbouw Universiteit Antwerpen*

*Maarten Van Acker* is naast professor Stedenbouw en architectuur ook woordvoerder van de onderzoeksgroep Stadsontwikkeling van de Universiteit Antwerpen. Dat is een team dat kijkt naar de duurzame ontwikkeling van steden, waaronder ook gezondheids-, juridische en mobiliteitsaspecten. De onderzoeksgroep deed ook al onderzoek naar veerkrachtige dorpen en de gezonde ontwikkeling van handelskernen. Maarten Van Acker zelf heeft ook al advies gegeven aan verschillende steden en gemeenten. Hij heeft de conceptnota dan ook met veel interesse gelezen.

#### *Combineer, ontdek, promoot de korte keten, coach en inspireer*

Gezonde kernversterking zorgt voor een veerkrachtig dorp. Kernversterking is cruciaal voor gemeenten en dorpen omdat het helpt een antwoord te bieden op meer problemen dan enkel de economische, zoals bereikbaarheid, tewerkstelling en woonbehoeften. Er zijn interessante voorbeelden in het buitenland, zoals de DORV-winkels. De Duitser Heinz Frey zag met lede ogen de bakkers en slaggers vertrekken uit zijn dorp en zorgde met een crowdfundingcampagne voor de combinatie van de basisbehoeften, zoals een bakker en een slager, in één winkel met daarin ook een computer waarop een aantal diensten worden aangeboden. In de winkel kan men bijvoorbeeld een nummerplaat aanvragen, communiceren met het lokale bestuur, kopies vragen enzovoort. In sommige winkels is er zelfs een tandarts aanwezig. Intussen kent de DORV-keten al een vijftigtal winkels in Oostenrijk en Duitsland.

Maarten Van Acker is het ermee eens dat niet alle verantwoordelijkheid op de schouders van de handelaars moet worden gelegd. Handelaars kunnen worden geholpen om hun talenten te ontdekken, talent dat vaak verborgen blijft in garages en op zolderkamers. Een leuk Nederlands project is Peelpionier. Jong talent wordt samengebracht om zich in te zetten voor de lokale handelaars, zoals het opstarten van mediacampagnes of het ontwerpen van mooie affiches.

Lokale handelskernen kunnen worden gecombineerd met toerisme en het promoten van de korte keten. Het keurmerk Waddengoud wordt toegekend aan duurzame producten en diensten uit het Waddengebied. Het wordt ook gepromoot in de wandel- en fietsroutes in het gebied.

In de provincie Antwerpen werkt een detailhandelscoach samen met de schepenen, ambtenaren en handelaars van de gemeenten. De provincie heeft ook andere nuttige instrumenten zoals de Feitenfiches en het RetailCompass, waarnaar Marc Fauconnier al heeft verwezen, die startende handelaars kunnen helpen bij het bepalen van het aanbod.

Er zijn inspirerende voorbeelden. In opdracht van de provincie Antwerpen stelde de onderzoeksgroep van Maarten Van Acker al een bundel 'Veerkracht in dorpen' samen, waarin de fiches van 37 inspirerende projecten zijn opgenomen.

Maarten Van Acker zal verder in gaan op het belang van nabijheid en bereikbaarheid. Hij stelt tien concrete punten voor ruimtelijke versterking van handelskernen voor.

#### *Knooppuntontwikkeling als basis voor kernversterking*

Er zijn voor kernversterking veel allianties te vinden in andere beleidsdomeinen. Het Beleidsplan Ruimte Vlaanderen, maar ook de in opmaak zijnde Mobiliteitsvisie

2040, wil inzetten op knooppuntontwikkeling als basis voor kernversterking. Kernversterking moet dan vooral gebeuren op plaatsen die goed bereikbaar zijn en dat op een duurzame manier. Het gemiddelde van 70 tot 90 minuten per dag die mensen besteden aan verplaatsingen is dus richtinggevend voor het bepalen van de kernen. Die benadering draagt ook bij tot het oplossen van het fileprobleem.

#### *Het station 2.0 als katalysator voor kernversterking*

Maarten Van Acker ziet nog heel wat 'laaghangend fruit' in de omgeving van kleine stations. Vlaanderen kent een van de dichtste spoorwegnetwerken ter wereld en heel wat dorpen zijn daar ook ontstaan. Uit een Europese studie, die de onderzoeksgroep Stadsontwikkeling recent heeft mogen uitvoeren, blijkt dat die kleine stations aan belang toenemen. Pendelaars rijden liever tot aan een klein station dan de rest van de tijd in de file te staan. Meer dan de buurlanden is er ook de opkomst van de e-bike, er zijn de fietsostrades die worden aangelegd naar stations en er is de tendens van gedecentraliseerd werken, versterkt door de coronacrisis. Er is dus een zeer groot potentieel voor kleine stationsomgevingen, zeker als ze goed worden verbonden met andere kernen. Het is wel belangrijk dat ze op een goede manier worden ontwikkeld, met aandacht voor de kwaliteit van de publieke ruimte, aanbod van openbaar vervoer en ruimte om de e-bike veilig te stallen.

#### *Actieve mobiliteit stimuleert de lokale economie*

Kleine investeringen in fietsinfrastructuur trekken bijkomende bezoekers en nieuwe economische activiteiten aan.

Een netwerk voor fietsverkeer stimuleert ook het toerisme. Vlaanderen kent een sterk fietsknooppuntennetwerk en bouwt ook het Bovenlokaal Functioneel Fietsroutenetwerk verder uit. Een mooi voorbeeld is ook het project van de Charmante Dorpen in de Westhoek, die met elkaar verbonden zijn door fiets- en wandelroutes.

#### *Bereikbare kern via trage wegen*

Vlaanderen heeft een fijnmazig netwerk van trage wegen en jaagpaden, dat door de coronamaatregelen werd herontdekt. Die trage wegen liggen wel vaak geïsoleerd en sluiten niet altijd goed aan op handelskernen. De bereikbaarheid van handelszaken kan worden vergroot door ze op een duurzame manier te ontsluiten.

#### *Beweeglijke kernen*

Tegen 2030 zal ongeveer een vijfde van de Vlaamse bevolking ouder zijn dan 60 jaar. Daarom moet ook worden ingezet op de toegankelijkheid van de handelskernen. Ingrepen zoals ruimte voor sport en spel, bredere voetpaden en banken in het zichtveld kunnen bijdragen tot een beweegvriendelijke kern, zowel voor de jongsten als de ouderen.

#### *Doortocht als hefboom*

Vele handelskernen moeten nog altijd doorgaand verkeer slikken. Het instrument van de doortocht wordt nog te weinig erkend als instrument voor een bruisende dorpskern. Een handelsstraat kan zodanig worden ingericht dat de oversteekbaarheid vergroot op een veilige manier en dat er meer ruimte komt voor horeca (terrassen), zitinfrastructuur enzovoort.

#### *Verblijfsvriendelijke kern*

Een verblijfsvriendelijke kern draagt bij tot sfeer, gezelligheid en identiteit. Dat is misschien net het antidotum tegen onlineshopping. Een goede mix van winkels en

horecazaken heeft zijn bedding in een kwalitatief aangelegd maaiveld en bijhorende kwalitatieve textuur.

#### *Architecturale identiteit als uniek decor*

Maarten Van Acker moet in de vele commissies waarin hij zetelt helaas vaststellen dat het architecturale decor, dat de Vlaamse handelskernen uniek maakt, geleidelijk wordt ingeruild voor vaak banale appartementsgebouwen. De bijzondere architectuur moet naar waarde worden geschat en meer ingezet als troef.

#### *Combineer met wonen*

De term blurring is al gevallen. Nu komt wonen vaak in de plaats van handel. Door handel met wonen te combineren kan men tot een rendabel kernversterkend project komen, waarin ook private partners kunnen participeren. De spreker heeft het dan niet over de banale een- of tweeslaapkamerappartementjes maar over gezinsvriendelijke woningen boven, naast of onder handelszaken die gemakkelijk te voet en met de fiets bereikbaar zijn. De nieuwe bewoners kunnen dan op hun beurt iets betekenen voor de plaatselijke handel. De spreker toont enkele voorbeelden, waaronder woningen boven de Colruyt van Wemmel.

#### *Combineer met vakmanschap en bedrijvigheid*

De nota wijst terecht op het belang van de aanwezigheid van bedrijvigheid en vakmanschap in de kernen. Maar ook zorgfuncties en sociale tewerkstelling kunnen een plek krijgen in leegstaande handelspanden. En er zijn nog andere diensten: sport, kunst, kinderdagverblijven, mobipunten, uitleendiensten, fietsenverhuur, repairshops enzovoort. Daar bestaan in het buitenland mooie voorbeelden van. Indien dat op een architecturaal waardevolle manier wordt uitgebouwd, kan de gemeente daar trots op zijn.

Maarten Van Acker gaat verder in op het instrumentarium.

#### *Baanwinkelbeleid*

Hij is het eens met het standpunt van de sprekers van UNIZO en VVSG over het afbakenen van de ruimte voor baanwinkels. Het kan inderdaad frustrerend zijn voor een gemeente met een vooruitstrevend beleid inzake baanwinkels dat tien meter over de gemeentegrens die baanwinkels wel worden vergund. Dat heeft de spreker al meermaals in de praktijk ondervonden. Het project 'Baanbrekend winkel' van de provincie Antwerpen is interessant omdat het een goede schaal heeft. Een steenweg loopt door verschillende gemeenten. Waar kunnen op goede bereikbare plekken die baanwinkels toch nog terecht? Er kunnen clusters en baanwinkelvrije zones worden afgebakend.

#### *Inspireren op maat van de kern*

Verordenen is voor de spreker niet voldoende. Het is ook belangrijk om te inspireren. Naast het C-team van Marc Fauconnier is er nood aan een A-team van architecten en standsontwerpers. Zijn ervaring leert dat gemeenten en kleinere steden niet de capaciteit en knowhow hebben om te visualiseren hoe het anders kan. Misschien kan Vlaanderen daartoe bijdragen door samenwerking met de Vlaamse Bouwmeester te stimuleren.

#### *Beeldkwaliteitsplan*

Het verbaast Maarten Van Acker dat het beeldkwaliteitsplan nog niet aan bod kwam in de hoorzitting. Vaak ziet men in handelskernen een weinig aantrekkelijke

opeenstapeling van reclameborden, neonverlichting enzovoort. Beeldkwaliteitsplannen kunnen lokale besturen en handelaars heel wat inspiratie bieden om het anders aan te pakken. Kleine investeringen in uniforme etalages, handelsgevels en verlichting kunnen het cachet van een handelsstraat opkrikken.

#### *Kwaliteitstoets en capaciteitsopbouw*

Zoals al gezegd, beschikken kleine gemeenten niet steeds over de capaciteit en de knowhow om te onderhandelen met projectontwikkelaars over een project dat op een duurzame manier kan bijdragen aan handelskernversterking. Steeds meer steden schakelen een zogenaamde kwaliteitskamer in om de administratie te ontlasten, externe expertise in te brengen en de plannen te visualiseren. Er zijn ook al een drietal intercommunales die een dergelijke kamer hebben ingeschakeld.

#### *Naar een Vlaams rollend fonds?*

Enkele andere sprekers pleitten al voor een rollend fonds. Voor Maarten Van Acker hoeft een dergelijk fonds niet alleen geld te kosten, het kan eventueel ook opbrengen. Antwerpen heeft al het autonoom gemeentebedrijf VESPA, maar Gent, Kortrijk en andere steden spelen met het idee van een rollend fonds.

Met een rollend fonds kunnen verkrotte en leegstaande panden worden aangekocht en gerenoveerd, waarbij jonge architecten een kans krijgen om het ontwerp te maken. De gerenoveerde panden worden tegen een betaalbare prijs op de markt gebracht en met de winst worden nieuwe leegstaande en verkrotte panden opgekocht. Op die manier kan op een strategische manier aan stadsvernieuwing worden gedaan. Er kan worden onderzocht welke rol Vlaanderen hierin kan spelen en hoe het lokaal kan worden toegepast.

#### *Conclusie*

Maarten Van Acker vat zijn advies samen:

- zoek allianties met de beleidsdomeinen Omgeving en Mobiliteit;
- combineer verordeningen met stimulerende en inspirerende instrumenten, zoals ontwerp onderzoek en beeldkwaliteitsplannen;
- doe aan capaciteitsopbouw door professionele begeleiding. Een A-team, kwaliteitskamers en de Vlaamse Bouwmeester kunnen daarbij ondersteunen;
- inspireer door pilootprojecten en goede praktijken.

### 3.2. Bespreking

#### *3.2.1. Vragen en opmerkingen van de leden*

*Imade Annouri* is het eens met alle aanbevelingen van Maarten Van Acker. Het klopt dat de lokale treinstations heel wat mogelijkheden bieden. In een aantal gevallen zouden ze ook terug kunnen worden geopend en gebruikt, als mobiliteitsknooppunt en als belevingsplek waar diensten en handel terug een plaats krijgen.

Els Breugelmans haalde het voorbeeld aan van handelszaken die ook horeca aanbieden. Het lid denkt daarbij aan winkelketen Arket in Antwerpen waar onder meer koffie en broodjes verkrijgbaar zijn. In hoeverre staat dat in contrast met het feit dat er in de steden al een levendige, lokale horecasector is die men wil ondersteunen? Gaan winkels en horeca dan niet in concurrentie met elkaar? Of is er ruimte voor beide concepten?

Ook *Maike De Vreese* vindt dat de sprekers goede suggesties hebben gedaan. Ze vraagt naar de mening van Els Breugelmans over de gratis verzending bij het online winkelen. Moet dat worden aangepakt? Hoe moet de overheid daarmee omgaan?

Heel wat steden en gemeenten doen al beroep op een architect om een ander beeld te krijgen van wat mogelijk is in hun stad. Dat biedt zeker een meerwaarde. In een stad als Brugge wordt het erfgoed naar waarde geschat, de stad heeft sites met een UNESCO-erkenning. In kleinere gemeenten is het een moeilijkere afweging over wat er moet worden bewaard en wat bepalend is voor het beeld van een handelskern. Architecten en erfgoed specialisten kunnen daar zeker ondersteuning bieden. Vindt Maarten Van Acker dat gemeenten nu te vrij omspringen met hun erfgoed? Moet er strikter op worden toegezien?

De spreker verwees ook naar een rollend fonds dat in sommige steden al wordt gehanteerd. Kan de Vlaamse overheid daarin een rol spelen? Moeten de middelen voor afzonderlijke projectoproepen misschien eerder naar een fonds gaan?

*Axel Ronse* feliciteert Maaike De Vreese met haar conceptnota. Toen het lid in Californië eens de weg vroeg naar downtown werd hij de richting van de shoppingmall uitgestuurd. Deze anekdote toont aan Vlaanderen gezegend is met zijn echte dorps- en handelskernen. Het lid meent ook dat dit thema belangrijk is voor het algemeen maatschappelijk welzijn.

De knelpunten die vandaag worden aangehaald, waren ook al in de vorige regeerperiode gekend. Indien de sprekers nog iets aan de conceptnota konden toevoegen, welk punt zou dat dan zijn?

*Robrecht Bothuyne* merkt op dat er nog zeer veel winkeloppervlakte in ontwikkeling is of nog zal worden ontwikkeld, al dan niet op de juiste locatie. Daartegenover staat dat de leegstand nu al toeneemt. Het lid kent geen instrumenten om minder goed gelegen winkelgebieden te herbestemmen. In stationsomgevingen kunnen nieuwe kernen worden ontwikkeld, maar moet ook niet de omgekeerde beweging gebeuren? Op welke manier wordt dat best aangepakt?

### 3.2.2. Antwoorden

*Els Breugelmans* antwoordt op de vraag over blurring tussen winkels en horeca. Ze kent daar geen academisch onderzoek over, maar ze gaf wel advies aan de stad Antwerpen over het retailplan, waar men met een gelijkaardige vraag worstelde. Het is natuurlijk zo dat een euro die aan eten of drinken wordt uitgegeven in een winkel niet opnieuw wordt uitgegeven in de lokale horeca. De kans op kannibalisatie is reëel en dat moet een aandachtspunt zijn.

Wat betreft het gratis leveren en verzenden, moet men in het achterhoofd houden dat Vlaanderen geen eiland is. Beperkende maatregelen opleggen aan de e-commerce zou de Vlaamse economie schaden. Inzake e-commerce is de wereld de concurrent van de lokale handel. De gratis verzending is voor veel bedrijven een pijnpunt, maar het eerste bedrijf dat niet voor gratis verzending opteert, heeft een competitief nadeel ten opzichte van de globale bedrijven. De overheid moet dus heel voorzichtig zijn met maatregelen op dat vlak. Het is een aangelegenheid die op Europees niveau moet worden besproken. De overheid kan wel de consumenten stimuleren om duurzame en groene leveringsopties te overwegen en die opties faciliteren. Nu zijn er voor één bestelling vaak verschillende bestelwagens onderweg die van verschillende depots vertrekken.

*Els Breugelmans* antwoordt op de vraag over het aanvullen van de conceptnota dat ze voorstander is van creatieve formules. Zoals al aangehaald, kan de circulaire economie bijvoorbeeld een plaats krijgen in leegstaande panden. Ook overheidsdiensten kunnen in een winkelgebied worden opgenomen en kunnen een bepaalde trafiek genereren. Zogenaamde 'ankerwinkels' zorgen voor consumentenverkeer naar andere handelszaken en dat concept kan ook worden toegepast op andere diensten in een winkelgebied.

*Maarten Van Acker* kan bijkomende informatie bezorgen over de stationsomgevingen. Hij heeft er net een tweejarig traject opzitten met de gemeenten Geel, Mol, Herentals en Olen, in samenwerking met de NMBS en de provincie Antwerpen. Daarbij werd getracht te visualiseren hoe de herontwikkeling van de stationsomgeving de dorpskern kan versterken.

De spreker heeft het genoeg te zetelen in de UNESCO-commissie van de stad Brugge. Het is een stad die al van in de jaren 70 een vooruitstrevend beleid voert inzake het behoud en de juiste invulling van erfgoed. Maarten Van Acker kan bevestigen dat een dergelijk expertise niet altijd aanwezig is bij de kleinere gemeenten. Hij denkt niet dat gemeenten te laks omspringen met hun erfgoed. Het is vaak het enige middel dat ze hebben om weerwerk te bieden aan vergunningsvragen die worden ingediend. Een groter probleem is dat lokale administraties niet altijd alternatieven kunnen tonen, bijvoorbeeld hoe erfgoed een andere invulling kan krijgen met misschien zelfs een hoger rendement dan het zoveelste appartementsgebouw. Daarom pleit hij voor het werken met kwaliteitskamers.

Lokale besturen maken zich momenteel wel zorgen over de subsidiëring van de herbestemming van erfgoed, die wordt herzien. Daarbij zou de grootte van de aanvragen wordt gereduceerd.

Maarten Van Acker is tevreden met de interesse voor een rollend fonds. Voor grote steden bestaat het Stadsvernieuwingsfonds, dat volgens een competitief model elk jaar subsidies uitkeert. Kleinere gemeenten kunnen niet meedingen en daarvoor zou een rollend fonds een goed instrument kunnen zijn.

De spreker kent geen voorbeelden van goede praktijken in Vlaanderen wat betreft het herbestemmen van slecht gelegen winkellocaties. In de Verenigde Staten is nu wel enkele jaren een beweging aan de gang waarbij grote shoppingmalls worden herbestemd. Indien ze zich daartoe lenen, worden grote structuren in kleinere oppervlaktes verdeeld. Maarten Van Acker probeert dit proactief in de praktijk te brengen bij het lanceren van nieuwe projecten. Grote retailoppervlaktes en supermarkten kunnen zodanig worden ontworpen dat ze indien nodig ook kunnen worden verkleind om kleinere handelaars te huisvesten. Het is een interessante vraag, die zeker nader onderzoek kan gebruiken.

Robrecht BOTHUYNE,  
voorzitter

Kurt VANRYCKEGHEM  
Imade ANNOURI,  
verslaggevers

**Gebruikte afkortingen**

BIZ	bedrijveninvesteringszone
BRV	Beleidsplan Ruimte Vlaanderen
Comeos	Belgische federatie van de handel en diensten
EDRL	Europese Dienstenrichtlijn
IHB	integraal handelsvestigingsbeleid
imec	Interuniversitair Micro-elektronicacentrum
KU Leuven	Katholieke Universiteit Leuven
MEST	Mechelen voor Starters
NMBS	Nationale Maatschappij der Belgische Spoorwegen
RUP	ruimtelijk uitvoeringsplan
ULB	Université Libre de Bruxelles
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNIZO	Unie van Zelfstandige Ondernemers
VLABEL	Vlaamse Belastingdienst
VLAIO	Agentschap Innoveren en Ondernemen
VLAREM	Vlaams reglement betreffende de milieuvergunning
VVSG	Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten