Provincie Antwerpen

pom antwerpen

Rapport COOP-DH

Strategisch Commercieel Plan
Detailhandel Gemeente Laakdal

laakdal

Inhoud

1. Inleiding ... 4
Doelstelling ... 4
Waarom een detailhandelsbeleid? ... 4
Werkwijze ... 5
2. Begrippen en Definities ... 6
3. Beleidscontext ... 9
Vlaams niveau ... 9
Ruimtelijk structuurplan Vlaanderen (RSV) ... 9
Decreet betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid (IHB) ... 9
Provinciaal Niveau ... 12
Provinciaal Beleidsplan Ruimte of PBRA ... 12
Interprovinciale Visie Detailhandel ... 12
Baanbrekend winkelen ... 14
Lokaal Niveau ... 16
Gemeentelijk ruimtelijk structuurplan (GRS) ... 16
4. Trends en Ontwikkelingen ... 17
Langs de vraagzijde ... 17
Langs de aanbodzijde ... 18
5. Analyse Laakdal ... 19
Socio-economische positionering ... 19
Geografische situering ... 19
Mobiliteit ... 20
Bevolking en huishoudens ... 20
Leeftijd van de bevolking ... 22
Inkomen ... 23
Tewerkstelling ... 23
Infrastructuur en voorzieningen ... 24
Scholen ... 24
Sport & Vrije Tijd ... 24
Ontspanning & Toerisme ... 24
Doorlichting detailhandel ... 25
Algemeen kader ... 25
Aanbodsanalyse ... 27

Koopstromenanalyse 30
SWOT-Analyse 38
Sterkten 38
Zwakten 39
Kansen 39
Bedreiging 40
Conclusies uit de SWOT-analyse 41
6. Het formuleren van een beleid voor Laakdal 42
Ambitie, visie en doelstellingen 42
4 Sterke ambities voor Laakdal 43
Actieplan als concrete uitwerking van de doelstellingen 45
Actieplan Voor Laakdal 45
7. Naar compacte en veelzijdige winkelkernen 48
Kader voor afbakening kernwinkelgebieden 48
Waarom is ruimtelijk afbakenen van winkelgebieden belangrijk? 48
Afwegingskader voor kernafbakening 50
Commerciële en winkeldichtheid 50
Aanbod en bezoekmotieven 50
Inrichting en bereikbaarheid 51
Randvoorwaarden voor een succesvol kernwinkelgebied 51
Leegstandsbeleid 51
Beeldkwaliteit en netheid 52
Mobiliteit 52
Toegankelijkheid 52
8. Kernafbakening en ontwikkelingsperspectieven voor Laakdal 53
Kernafbakening Laakdal 53
Groot Vorst 53
Klein Vorst 57
Eindhout 61
Veerle 65
Ontwikkelingsperspectieven voor detailhandel in Laakdal 72
Winkelrijk perspectief voor Laakdal 73
Winkelarm perspectief 75
Winkelvrij Perspectief (No-go) 76

Beoordeling van een vergunningsaanvraag 77
Het beoordelen van de vergunningsaanvraag op basis van de basisdoelstellingen van het IHB . 77
De Beoordeling van een vergunningsaanvraag op basis van een Visie/ en of planning. 79
9. Besluit 80
Algemeen 80
Te nemen beslissingen 80
Prioritair 80
Korte termijn 80
Lange termijn 81
Evaluatie 81

Rapport Laakdal

1. Inleiding

Doelstelling

De gemeente Laakdal doet beroep op het COOP-DH-project van de provincie Antwerpen / POM bij het uitwerken van een gepast detailhandelsbeleid in de gemeente.

Laakdal is een groene gemeente, bestaande uit 4 dorpskernen: Eindhout, Veerle, Groot-Vorst en Klein-Vorst.
Net zoals vele gemeenten van vergelijkbare aard, wordt Laakdal geconfronteerd met uitdagingen op het vlak van detailhandel en ruimtelijke kwaliteit.

Het gemeentebestuur wenst een duidelijke visie te formuleren die een toekomstige leidraad kan vormen voor het verder ontwikkelen van hun 4 kernen. Deze visie zal tevens een vruchtbare voedingsbodem creëren voor de bestaande handelaars, maar ook om nieuwe initiatieven te stimuleren.

Deze studie wordt uitgevoerd aan de hand van diverse studies uitgevoerd door de provincie en de opgebouwde expertise binnen het team detailhandel, veldonderzoek binnen de gemeente en overleg met diverse stakeholders in Laakdal. De analysefase houdt rekening met het uitgebreide studie- en cijfermateriaal dat afgeleverd werd door verschillende organisaties en overheden.

Waarom een detailhandelsbeleid?

Het strategisch commercieel plan is in essentie een document dat inzicht geeft in de bestaande situatie en evoluties op vlak van detailhandel in de gemeente. Daarnaast geeft het een beschrijving van de gewenste situatie en acties die ondernomen moeten worden om dit resultaat te bereiken.

Laakdal is volop in beweging en het dorpszicht wordt mede bepaald door nieuwe ontwikkelingen en tendensen. Daarnaast zet de leegstand en verschraling van het aanbod in de verschillende kernen de leefbaarheid onder druk. De fusiegemeente Laakdal bestaat uit vier kernen elk met een eigen identiteit en sterk verschillend aanbod.

Detailhandel, samen met diensten en horeca bepalen het uniek karakter van de gemeente en de kwalitatieve appreciatie door de eigen inwoners. Samen met de publieke dienstverlening definiëren ze het voorzieningenniveau van de gemeente.

Ruimtelijke planning, mobiliteit en de locatie van detailhandel gaan hand in hand en sturen de dynamiek van de gemeente. Alhoewel detailhandel een sector in transformatie is, wil het gemeentebestuur ervoor zorgen dat een toegankelijk aanbod beschikbaar blijft in het hart van de gemeente. Kernversterking is de basis van het detailhandelsbeleid en dit ligt in lijn met de beleidsvisies van de provincie en van Vlaanderen.

Een te grote versnippering van het winkelaanbod verzwakt het gemeentelijk detailhandelsaanbod in zijn geheel. Het tast bovendien de open ruimte aan en ondermijnt een duurzaam verplaatsingsgedrag.

Met een kernversterkend detailhandelsbeleid en een duidelijk kader voor locatiebeslissingen, geeft het gemeentebestuur een duidelijk kader naar de ondernemers in de gemeente. Het biedt ondernemers een houvast bij locatiebeslissingen en een basis voor bedrijfsvoering.

Het detailhandelsbeleid beschrijft het kader waaraan nieuwe ontwikkelingen worden afgetoetst. Het maakt eveneens een brug naar verwante beleidsdomeinen zoals ruimtelijke ordening, mobiliteit en toerisme.

Werkwijze

STUURGROEP en AFSPRAKEN

Op aangeven van de coach werd door de gemeente een stuurgroep samengesteld, die de timing opstelt, de vooruitgang opvolgt en richting geeft aan het traject en keuzes maakt in functie van formele beslissingen door het college.

Deze stuurgroep bestaat uit:

- Jurgen Mensch, de schepen bevoegd voor economie,
- Frank Sels, de schepen bevoegd voor ruimtelijke ordening,
- Wouter Belmans, Diensthoofd omgeving
- Sara Op de Beeck, Deskundige lokale economie

ANALYSE

De beschikbare gegevens, verkregen aan de hand van de instrumenten van de provincie schetsen een duidelijk beeld van de situatie in de gemeente. De evoluties binnen de gemeente en de relatie tussen de winkelgebieden worden in kaart gebracht en verfijnd op basis van veldonderzoek en zo veel mogelijk in overleg met lokale economie, ruimtelijke ordening en mobiliteit en toerisme. De huidige situatie wordt afgewogen ten opzichte van algemene trends en ontwikkelingen op het vlak van detailhandel en in een ruimer kader geplaatst van demografische trends, tewerkstelling en mobiliteit.

SWOT-ANALYSE

De SWOT-analyse van het gemeentebestuur en de handelaars wordt samengelegd met de bevindingen uit de analyse en afgestemd op de concrete ambities van de gemeente. In samenspraak met de stuurgroep wordt de inbreng van de handelaars en andere betrokken stakeholders gevraagd en gevalideerd.

VISIE

Op basis van de keuzes binnen de stuurgroep en in overleg met de betrokken bestuurders en relevante stakeholders wordt een detailhandelsvisie geformuleerd. Daarbij wordt rekening gehouden met het landelijke en groene karakter van de gemeente Laakdal en bovendien de unieke eigenschappen en kenmerken van de verschillende deelkernen.

De afbakening van het kernwinkelgebied als stimulerend gebied, zoals gedefinieerd in het decreet voor Integraal Handelsvestigingsbeleid (DIHB), maakt deel uit van de visie, bovendien het vastleggen van de verschillende ontwikkelingsperspectieven.

ACTIELIJNEN

De toekomstvisie in mogelijke actielijnen wordt vertaald in een voorstel tot actieplan waarin kernversterkende maatregelen worden afgewogen op maat van de detailhandelssituatie en ambities van de gemeente.

2. Begrippen en Definities

Onderstaande begrippen en definities worden overgenomen uit de interprovinciale detailhandelsstudie.
Voor de realisatie van deze studie werd samengewerkt met externe partners, waaronder Locatus[1]. Locatus is een bedrijf dat actief is in de Benelux en alle commerciële panden en hun branchering in kaart heeft gebracht. Alle Vlaamse gemeenten hebben in navolging van de studie gratis toegang tot deze Locatus databank.

Branche:	Een branche bestaat uit een groep winkels die allen een bepaald type goederen en/of diensten voortbrengen en uitsluitend deze goederen/diensten. Zo vallen alle verkooppunten van schoenen onder de branche 'Schoenen'.
Dagelijkse goederen:	Goederen voor dagelijks gebruik die in hoge frequentie worden aangekocht. Voorbeelden zijn groenten, fruit, vlees, brood, geneesmiddelen, enz.
Periodieke goederen:	Goederen die met een zekere regelmaat worden aangekocht. Hierbij gaat de consument actief op zoek naar gewenste kwaliteit en prijs. Voorbeelden zijn kledij, schoenen, boeken, kleinere huishoudartikelen, enz.
Uitzonderlijke goederen:	Niet-alledaagse aankopen met grote invloed op het budget. Voor deze aankopen wordt veel tijd uitgetrokken. Voorbeelden zijn meubelen, wooninrichting, huishoudapparaten, enz.
Detailhandel in enge zin:	'Detailhandel in enge zin' omvat winkels binnen de categorieën dagelijkse goederen, periodieke goederen, uitzonderlijke goederen en overige detailhandel. Enkel van de handelspanden die tot deze categorieën behoren, worden door Locatus de winkelvloeroppervlakten berekend.
Detailhandel:	*In dit document wordt de term 'detailhandel' gebruikt als een allesomvattend begrip, inclusief horeca en diensten. Wanneer we spreken van detailhandel 'in enge zin', worden uitsluitend die handelsactiviteiten onder de loep genomen waarbij een handelaar goederen verkoopt aan de eindgebruiker.* Detailhandel wordt soms foutief begrepen als de kleinschalige activiteiten uitgevoerd door zelfstandige handelaars. 'Detailhandel' omvat echter ook de grootschalige handelsvestigingen en –activiteiten, voor zover de consument de afnemer is. Meestal worden de termen detailhandel, kleinhandel en retail door elkaar gebruikt.
Formule:	Een winkel behoort tot een formule wanneer er in België meer dan 7 verschillende verkooppunten zijn. Voorbeelden zijn: Delhaize, Tommy Hilfiger, ZEB, Fnac. Pionierwinkels van een internationale keten worden eveneens als 'formule'

[1] Naast Locatus, werkten ook Idea en Retail Sonar (eerder actief onder de naam GeoIntelligence) mee aan de realisatie van de studie.

	aangeduid (bijv. Starbucks). Een andere benaming voor 'formule' is 'keten'.
Fun Shopping	In tegenstelling tot run shopping worden voor de aankoop van artikelen uit de groep van de periodieke goederen, en dan voornamelijk mode en luxe, meer tijd uitgetrokken. Een ruim aanbod en keuzemogelijkheden zijn dan heel wat belangrijker. Deze manier van aankopen heeft een bijna recreatief karakter en gaat regelmatig gepaard met horecabezoek. Omwille van de belevingswaarde wordt deze vorm van winkelen 'Fun Shoppen' genoemd.
Grootschalige detailhandel (GSDH)	Alle detailhandelsinplantingen, individueel of gezamenlijk onder 1 dak met een bruto-oppervlakte > 1.000 m^2
Hoofdbranche:	De hoofdbranche is een verzameling van branches geclusterd rond een bepaald thema. Zo omvat de hoofdbranche 'Kleding en Mode' onder meer volgende branches: Damesmode, Herenmode, Dames- & Herenmode, Kindermode, Lingerie, Modeaccessoires en Textiel,…
IHB	(decreet) Integraal Handelsvestigingsbeleid. Dit decreet beschrijft het kader voor afwegingen op het vlak van detailhandelsvestigingen.
Kernwinkelgebied:	Ook wel 'centraal winkelgebied' genoemd. Belangrijkste winkelgebied van een stad of gemeente, meestal in de kern ervan gelegen. Elke deelgemeente kan maximaal één kernwinkelgebied hebben. Gemeenten kunnen zelf in het kader van hun detailhandelsbeleid een kernwinkelgebied afbakenen.
Koopattractie:	Mate waarin inwoners van een andere gemeente goederen in de desbetreffende gemeente kopen.
Koopbinding:	Mate waarin de inwoners goederen in de eigen gemeente kopen.
Koopstromenonderzoek:	Onderzoek naar de koopbinding, -vlucht, en –attractie.
Koopvlucht:	Mate waarin de inwoners goederen buiten de eigen gemeente kopen.
Leegstand:	Een leegstaand commercieel pand is een gebouw waar niet langer activiteiten in de detailhandels- of horecasector, in dienstverlenende branches, in de ontspannings- of culturele sector gehuisvest zijn.
Marktniche:	Een marktniche is een specifiek, vaak klein, afgebakend deel van de markt. Marktniches kennen vaak minder concurrentie dan de hoofdmarkt en in sommige gevallen is er slechts één aanbieder. Marktniches leveren een goed of dienst die niet door de hoofdmarkt wordt aangeboden.
Niet-detailhandel s.s.:	'Niet-detailhandel s.s.' zijn de overige Locatus-branches (nl. horeca, cultuur, diensten, ontspanning en transport en brandstoffen). Winkelvloeroppervlakte (WVO) van deze panden wordt niet opgemeten door Locatus.

Ondersteunend binnenstedelijk gebied:	Een winkelgebied dat ondergeschikt is aan het centraal winkelgebied en op verschillende vlakken dient ter ondersteuning hiervan. Voorbeelden zijn aanloopstraten naar het centrale winkelgebied.
Planmatig ontwikkeld gebied:	Hieronder vallen de aanbodclusters die niet op een organische wijze zijn ontstaan maar ingepland werden. Naast de shoppingcenters en de grootschalige concentraties vallen ook de baanconcentraties hieronder.
Productgroep:	Een productgroep is op zijn beurt een verzameling van hoofdbranches. Zo omvat de productgroep 'Periodieke Goederen' naast de hoofdbranche 'Mode en Luxe' ook de hoofdbranche 'Vrije tijd'.
Run Shopping (fast & easy)	Het gedrag van klanten verschilt naargelang de productgroep waarvoor hij gaat winkelen. Dagelijkse goederen, waarin levensmiddelen het grootste aandeel hebben, worden voornamelijk dichtbij huis of dicht bij het werk of op het traject tussen beide aangekocht. De nabijheid, bereikbaarheid, snelheid en efficiëntie spelen hierbij de voornaamste rol.
Trekker:	Detailhandelszaak met een grote trekkracht op consumenten uit de eigen gemeente maar ook daarbuiten. Een trekker geeft onderscheidend vermogen aan een winkelgebied en kan een ketenwinkel zijn maar ook een lokale zelfstandige.
Verspreide bewinkeling:	Winkels die verspreid gelegen zijn en geen deel uitmaken van een winkelgebied.
VRIND:	Vlaams Regionale Indicatoren, een ruimtelijke indeling van steden en gemeenten op basis van een aantal indicatoren zoals het inwoneraantal, de welvaart, aantal onderwijs- en culturele voorzieningen, detailhandelsaanbod, enz.
Winkelgebied:	Detailhandelspanden worden geclusterd in winkelgebieden.
Winkelgebiedstype:	Detailhandelspanden worden geclusterd in winkelgebieden. Afhankelijk van het aantal winkels, de straal van het winkelgebied en de verzorgende functie ervan, worden de winkelgebieden ingedeeld in verschillende winkelgebiedstypes. Voorbeelden zijn: baanconcentraties, hoofdwinkelgebied, binnenstedelijke winkelstraat, … . We maken ook een onderscheiden naargelang de ligging die centraal, ondersteunend of verspreid kan zijn.
WVO:	Winkelvloeroppervlakte: de ruimte van een winkel toegankelijk voor de consument. Ook wel netto-winkelvloeroppervlakte.

3. Beleidscontext

Vlaams niveau

Ruimtelijk structuurplan Vlaanderen (RSV)

Het structuurplan stelt dat we de resterende open ruimte maximaal moeten beschermen en de steden herwaarderen zodat zij aangename plekken worden om te leven. Deze visie wordt volgens vier invalshoeken uitgewerkt: voor de stedelijke gebieden, het buitengebied, de economische gebieden en de lijninfrastructuur.

Wat de nederzettingsstructuur in het buitengebied betreft, vormt het concentreren van wonen en werken in de kern een belangrijke pijler in het beleid. Dit houdt in dat er gestreefd wordt naar een grotere verdichting van wonen in een attractieve kern, gepaard met een grotere verweving van functies.

Decreet betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid (IHB)

Een belangrijk gegeven bij het uitwerken van een lokaal detailhandelsbeleid is het “Integraal detailhandelsvestigingsbeleid”.

In juni 2016 gaf de Vlaamse Regering haar goedkeuring aan het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB). Dit decreet is de basis waarop gemeenten zich kunnen baseren voor de beoordeling en sturing van detailhandelsvestigingen. Sinds 1 augustus 2018 werd de kleinhandelsvergunning, de vroegere socio-economische vergunning, geïntegreerd in de omgevingsvergunning.

3.1.1.1 *Doelstellingen*

Het integraal handelsvestigingsbeleid beoogt één coherent kleinhandelsbeleid tussen de verschillende beleidsdomeinen en over de verschillende bestuursniveaus.

De **vier decretale doelstellingen** van het integraal handelsvestigingsbeleid vormen de basis voor de visievorming:

- ***Doelstelling 1**: het creëren van duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel, met inbegrip van het vermijden van ongewenste kleinhandelslinten*.

Bij de bepaling van het aanbod worden volgende basisprincipes in acht genomen om een kwalitatief gebruik van bebouwde ruimte en maximaal behoud van open ruimte na te streven:

- Maximale concentratie van activiteiten: er wordt ingezet op de clustering van activiteiten op een ruimtelijk doordachte manier, rekening houdend met de principes van intensief, meervoudig en omkeerbaar ruimtegebruik. Nieuwe solitaire handelsvestigingen worden vermeden en bestaande solitaire kleinhandel wordt geoptimaliseerd of afgebouwd.

- Maximaal hergebruik van ruimte: het integraal handelsvestigingsbeleid stuurt aan op een maximaal behoud van open ruimte. De ingebruikname van greenfields moet worden vermeden. Hergebruik van ruimte wordt aangemoedigd ten opzichte van nieuwbouw. Vernieuwbouw impliceert eveneens hergebruik van ruimte en wordt dus ook aangemoedigd, indien gelegen op een goede locatie.

- Vermijden van ongewenste kleinhandelslinten: de verdere 'verlinting' in Vlaanderen wordt tegengegaan. De term ongewenst werd toegevoegd aangezien, met het oog op efficiënt ruimtegebruik, het aangewezen kan zijn een lege ruimte in een kleinhandelslint alsnog op te vullen, veeleer dan op een andere plaats het kleinhandelsbedrijf te vestigen (tenzij op deze plaats een gemengde ontwikkeling wenselijk zou zijn). Het opvullen van kleinhandelslinten is niet mogelijk wanneer een uitdoofbeleid van een kleinhandelslint wordt gevoerd, op dat moment wordt er beter gekeken naar een locatie waar het kleinhandelsbedrijf zich in de toekomst wel verder kan ontwikkelen.

- Vermijden van kleinhandel in specifiek voor economische activiteiten bestemde ruimte: kleinhandel op bedrijventerreinen moet worden afgebouwd. Er wordt op toegekeken dat er geen groei is van autonome kleinhandelsbedrijven op bedrijventerreinen. Enkel winkelruimten, beperkt in oppervlakte, die behoren tot een bedrijf zijn toegestaan (bijvoorbeeld showroom van een garage).

- ***Doelstelling 2: het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten:***

De nabijheid en bereikbaarheid van kleinhandelsbedrijvigheid tot bevolkingsconcentraties vermindert de noodzaak tot verplaatsingen per auto zodat iedereen in zijn basisaanbod goederen, in bijzonder voeding, kan voorzien en beperkt de druk op open ruimte.

- ***Doelstelling 3: het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijk milieu, met inbegrip van het versterken van kernwinkelgebieden:***

  - Complementariteit tussen het perifere kleinhandelsaanbod en het handelsaanbod in de kern: nieuwe 'perifere' kleinhandelsontwikkelingen, zowel in stedelijk gebied als in buitengebied, mogen het breed en gevarieerd winkelaanbod in de kernen niet structureel bedreigen.

  - Breed en gevarieerd kleinhandelsaanbod in de kern: een breed en gevarieerd aanbod aan winkels verhoogt de aantrekkingskracht van de kern en heeft bijgevolg een positieve impact op de leefbaarheid van de kern. Een toename van het kleinhandelsaanbod in de kern is positief, een goede mix versterkt het aanbod en bijgevolg de aantrekkingskracht van de kern.

  - Verweving van kleinhandel met andere functies in de kern: de aanwezigheid van andere functies in de kern zoals dienstverlening, recreatie, tewerkstelling en wonen heeft eveneens een positieve impact op het functioneren van de kleinhandel. De verweving van functies stimuleert combinatiebezoeken en een langere verblijfsduur. Bovendien daalt het aantal gemotoriseerde verplaatsingen.

  - Daling van winkelleegstand in de kern: leegstand heeft een negatieve impact op de uitstraling, aantrekkingskracht en de leefbaarheid van de kern. Winkelleegstand wordt bestreden.

- ***Doelstelling 4: het bewerkstelligen van een duurzame mobiliteit.***

Een visie, plan of project mag geen significant negatieve impact hebben op de bestaande mobiliteitssituatie. De mobiliteitsproblemen mogen niet van het ene gebied naar het andere verschoven worden:

  - Bereikbaarheid met het openbaar vervoer en individuele transportmiddelen: er wordt maximaal gestreefd naar een multimodale personenbereikbaarheid van (concentraties van)

kleinhandelsactiviteiten. De aanwezigheid van knooppunten van het openbaar vervoer, fietsroutenetwerk, … zijn positieve elementen.

- Bijkomende verkeerstromen zijn kleiner dan de beschikbare wegencapaciteit (restcapaciteit): de te verwachten bijkomende verkeersstromen kunnen gedragen worden door het huidige verkeersnet, ze veroorzaken geen verzadiging van verkeerspunten. Deze bijkomende verkeersstromen zijn meer dan enkel de bijkomende consumentenstromen maar hierbij dient ook rekening gehouden te worden met de verkeersstromen gekoppeld aan de belevering van de winkels, de verkeersstromen van personeel, etc.

- Minimale toename van de parkeerdruk: de toename van de parkeerbehoefte (op openbaar domein) is kleiner dan de beschikbare parkeercapaciteit. Er wordt maximaal gestreefd naar combinatiebezoeken enerzijds en dubbel gebruik van parkings anderzijds. De perifeer geplande kleinhandelsactiviteiten voorzien in voldoende eigen parkeervoorzieningen op een ruimtelijk duurzame manier.
- Maximale verkeersveiligheid: hierbij wordt rekening gehouden met het profiel van de weggebruikers en de categorisering van de wegen die bepaalt welke functie de weg heeft. De bijkomende verkeersbewegingen hebben geen negatieve impact op de verkeersveiligheid.

3.1.1.2 *Vier categorieën van kleinhandelsactiviteiten*

Kleinhandelsactiviteiten worden in het decreet verdeeld in vier categorieën omdat elke categorie een verschillende impact heeft op de vier basisdoelstellingen van het integraal handelsvestigingsbeleid.

Kleinhandelsactiviteiten worden opgesplitst in:

- **Categorie 1, verkoop van voeding, alle kleinhandelsbedrijven die levensmiddelen verkopen:** Deze winkels voorzien in de dagelijkse behoeften van consumenten waardoor de bezoekersfrequentie veel hoger ligt dan voor andere winkels. Hierdoor heeft deze categorie andere noden naar ruimtelijke spreiding, toegankelijkheid en is hun verkeersimpact groter.

- **Categorie 2, verkoop van goederen voor persoonsuitrusting:**
hieronder worden alle kleinhandelsbedrijven verstaan die textiel, kleding, modeaccessoires, schoenen, lederwaren, sieraden, reukwerk, cosmetica en andere persoonlijke verzorgingsproducten verkopen. Consumenten bezoeken vaak meerdere winkels van deze categorie tijdens één bezoek waardoor ze idealiter ruimtelijk als één geheel kunnen worden samengebracht.

- **Categorie 3, verkoop van planten, bloemen en goederen voor land- en tuinbouw:**
vanwege de grondgebondenheid van handelsactiviteiten in planten en bloemen worden tuincentra regelmatig toegelaten op locaties waar andere handelsactiviteiten planologisch niet toegelaten worden, zoals agrarisch gebied. Vaak hebben tuincentra grote netto handelsoppervlakten waardoor ze geen plek vinden binnen het stedelijk milieu. Het is echter niet wenselijk dat tuincentra zich richten op, of omgevormd worden tot, andere categorieën.

- **Categorie 4, verkoop van andere producten:**
hieronder worden alle andere kleinhandelsbedrijven verstaan, in het bijzonder maar niet limitatief winkels die huishoudartikelen, elektro (bruin & witgoed), wooninrichting, doe-het-zelf materialen, auto- en fietsartikelen en alle producten met betrekking tot vrije tijd (sport, spel, hobby, …) verkopen. Deze categorie heeft vaak nood aan grotere handelsoppervlakten en hebben ruimtelijk dus een andere impact.

Provinciaal Niveau

Provinciaal Beleidsplan Ruimte of PBRA

De inhoudelijke voorbereiding van het Provinciaal Beleidsplan Ruimte Antwerpen (PBRA) ligt in de Nota Ruimte. Het Provinciaal Beleidsplan Ruimte Antwerpen bevindt zich op dit moment in de fase van conceptnota.

De Nota Ruimte vertrekt vanuit 4 ruimtelijke principes:

1. zuinig ruimtegebruik, om meer te doen met dezelfde ruimte;
2. veerkracht, zodat we flexibel zijn bij verrassingen zoals een overstroming;
3. nabijheid en bereikbaarheid, zodat we ons duurzaam verplaatsen;
4. eigenheid, want de ene gemeente is de andere niet.

Zeven strategieën werden vastgelegd om de vier ruimtelijke principes in de praktijk in onze provincie te kunnen vertalen:

1. offensieve open ruimte: natuur, landbouw, water en recreatie vormen een samenhangend en functioneel geheel;
2. versterkte vervoercorridors: synergie tussen de uitbouw van multimodale assen en ruimtelijke ontwikkeling;
3. sluitend locatiebeleid voor hoogdynamische functies: voorzieningen en bedrijven op multimodaal ontsloten locaties;
4. levendige kernen: kwalitatieve ruimtelijke clustering van woonomgevingen;
5. samenhangend ecologisch netwerk: onafgebroken netwerken doorheen open en bebouwde ruimte;
6. energie-efficiëntie: een fundamentele bijdrage van het ruimtelijk beleid aan de energietransitie;
7. van versnippering naar bundeling: de meerwaarde van het knooppuntbeleid wordt geïnvesteerd in de open ruimte.

De vier ruimtelijke principes en de zeven strategieën vormen het algemene toetsingskader en de strategische visie voor de lange termijn. Op middellange termijn zorgen een set van beleidskaders voor de uitvoering van die visie. De provincie Antwerpen start met drie beleidskaders:

1. de ruimtelijke vertaling van de strategische visie, om die visueel te kunnen weergeven;
2. levendige kernen, om te komen tot een netwerk van dorps- en stadskernen rond multimodale verkeersknopen en met aandacht voor levenskwaliteit;
3. verdichten en ontdichten van de ruimte, om bebouwde ruimte efficiënter te gebruiken, open ruimte te versterken en versnippering tegen te gaan.

Interprovinciale Visie Detailhandel

Het detailhandelsbeleid gaat verder dan het uitsluitend afwegen van kortetermijnbelangen; het dient een visie aan te geven die vooruitkijkt en rekening houdt met het (gewenste) functioneren van de maatschappij op langere termijn. De krachtlijnen van de provinciale visie detailhandel worden getoetst aan de hedendaagse (economische) realiteit.

Volgende 7 principes vormen de ruggengraat van de visie:

1. **Kernversterking als basis voor vitale steden en gemeenten**

   De provincie trekt volop de kaart van kernversterking om steden en gemeenten vitaal te maken en te houden. Het doel is om duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel uit

te stippelen, waarbij gestreefd wordt naar een goede balans tussen aantrekkelijke detailhandel in de kern en grootschalige detailhandel in de periferie. Bijkomende ontwikkelingen van baanwinkels langs invalswegen of verbindingswegen worden afgeremd.

2. **Een selectief locatiebeleid voor nieuw winkelaanbod**

   De provincie ondersteunt een selectief locatiebeleid voor het detailhandelsaanbod op basis van een duidelijke, onderbouwde visie met betrekking tot de impact op het bestaande aanbod, de effecten op de leefomgeving, de omvang en samenstelling van de bevolking en de rol van het verzorgingsgebied van de gemeente. De toename van baanwinkels en Retail parken in de periferie vergroten de commerciële leegstand in de kernen en de verdere aangroei van het autoverkeer.

3. **Herstructureren en verdichten, eerder dan creëren van nieuwe concentraties detailhandel**

   Een toekomstgericht detailhandelsbeleid draagt bij tot de verdichting van bestaande detailhandelsclusters, in plaats van het creëren van nieuwe handelsconcentraties. Bijkomende solitaire kleinhandelsontwikkelingen worden vermeden.

4. **Een toegankelijk basisaanbod in buurten en kernen**
   Het principe van proximiteit (winkels in de woonkern) leidt tot een afnemend autogebruik en dus minder milieu- en mobiliteitsproblemen. Een basisaanbod aan bereikbare en nabije voorzieningen verzekert een betere leefbaarheid.

5. **Detailhandelsbeleid vraagt om een geïntegreerde en integrale aanpak**

   De provincie stimuleert de gemeente om een integraal en sector overschrijdend kernversterkend beleid te voeren. De instrumenten om het aanbodbeleid te sturen liggen in eerste instantie vervat in de beleidsdomeinen ruimte en mobiliteit.

6. **Een structurele aanpak van het detailhandelsbeleid**

   De gemeente Laakdal neemt een regisserende rol op en treed in dialoog met de betrokken partners en stakeholders. De integratie van de socio-economische vergunning in de nieuwe omgevingsvergunning (kleinhandelsvergunning) is een hefboom om meer sturend op te treden als gemeente.

7. **Detailhandelsbeleid op maat van de gemeente**

   De provincie ondersteunt de ontwikkeling van detailhandel in relatie tot de omvang en de nood van het verzorgingsgebied van de gemeente.

Baanbrekend winkelen

2.2.4.1 Basisprincipes

Met de steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO) bundelden de provincies Antwerpen, Oost-Vlaanderen en Vlaams-Brabant (steenwegen lopen over verschillende gemeenten heen) hun krachten om te zoeken naar een langetermijnvisie voor de problematiek van de baanwinkels.

Er worden vijf basisprincipes vooropgesteld voor de toekomstoriëntatie van de steenweg:

1) open ruimte behouden, versterken en herwaarderen;
2) een gezonde en duurzame balans tussen kernwinkel- en perifere ontwikkeling langs de steenweg;
3) optimaal multimodaal functioneren van steenwegen;
4) verwevingsmogelijkheden (horizontaal en verticaal) als basis: zoeken naar synergie;
5) klimaatbestendigheid voor nieuwe ontwikkelingen.

2.2.4.2 Ontwikkelingsperspectieven voor detailhandel

De steenweg moet eerder verbinden dan ontsluiten met veilige oversteekbare kruispunten, met zo weinig mogelijk in- en uitritten, met veilige fietspaden en een vlotte doorstroming voor het openbaar vervoer.

Basis voor de visie op steenweg locaties is de opdeling in 4 verschillende ontwikkelingsperspectieven voor detailhandel. Deze perspectieven zijn bepaald op basis van zowel economische, ruimtelijke als mobiliteitsindicatoren- en mogelijkheden. De perspectieven worden onderbouwd door zowel doelstellingen uit het decreet Integraal Handelvestigingsbeleid (IHB), de interprovinciale detailhandelsvisie, als de principes uit het witboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen (BRV).

De vooropgestelde ontwikkelingsperspectieven zijn:

- Winkelvrij
- Winkelarm
- Clustering
- Winkelrijk

<u>Winkelvrij perspectief</u>

Voor de winkelvrije zones geldt het principe dat detailhandel niet toegestaan is. In de meeste gevallen is dit om de open ruimte te behouden en zo mogelijk te versterken.

Bestaande juridische voorschriften worden evenwel behouden en de bescherming van de vergunningstoestand blijft gerespecteerd.

Er kunnen extra beperkingen aan bestaande detailhandel worden opgelegd, zodat uitbreiding of bijkomende parkeerplaatsen niet meer mogelijk zijn. Nieuwe aanvragen voor een omgevingsvergunning zullen detailhandel niet meer toelaten.

De hoofdfunctie open ruimte blijft prioritair voor het gebied. Beleidsinitiatieven zijn gericht op een hersteloperatie in functie van deze gewenste ruimtelijke ontwikkelingen. Er wordt onder meer

gezamenlijk met de eigenaar/uitbater van een detailhandelszaak op vrijwillige basis gezocht naar mogelijkheden voor her-lokalisatie (met gebruik van tools studiebureau REBEL).

Winkelarm perspectief

Een winkelarm perspectief betekent dat detailhandel strikt beperkt wordt en dat het totaal aanbod van detailhandel niet verhoogt. Er wordt geen nieuwe detailhandel in nieuwe of bestaande panden met een andere functie toegestaan. Bestaande juridische voorschriften blijven evenwel behouden en de bescherming van de vergunningstoestand wordt gerespecteerd.

De volgende parameters worden voorzien:

- Binnen het bestaande pandenaanbod kan vergelijkbare detailhandel (= categorieën uit het IHB) blijven bestaan. Bij nieuwe vergunningsaanvragen wordt de bovengrens van 400 m² gehanteerd en kunnen andere detailhandelscategorieën uitgesloten worden;
- Bestaande detailhandel kan uitbreiden met maximum 10%. Dit geldt ook voor winkels onder de 400 m². De uitbreiding geldt niet enkel voor de winkelvloeroppervlakte, maar voor alle constructies die nodig zijn voor een normale detailhandelsbedrijfsvoering;
- Nieuwe ontwikkelingen zijn mogelijk tot maximum 100 m² op voorwaarde dat deze ondergeschikt en/of ondersteunend zijn aan de hoofdfunctie per pand en in relatie tot de gewestbestemming binnen stedelijk gebied. In grootstedelijk gebied kan dit tot 400 m²;
- Gewenste her-lokalisatie op vrijwillige basis, ter ondersteuning van het strategisch commercieel plan of visie van de gemeente en in evenwicht met het aanbod in de kernen wordt aangemoedigd;
- De na bestemming bij her-lokalisatie is steeds in functie van het herstelbeleid binnen bestaande bestemmingen, met uitzondering van mogelijke detailhandelsontwikkelingen zoals hierboven beschreven. In dit herstelbeleid wordt extra aandacht besteed aan de sanering van leegstaande detailhandelspanden.

Winkelarm op bedrijventerreinen

De bedrijventerreinen zijn in principe niet bestemd voor detailhandel. Hiervoor gelden dezelfde voorwaarden als voor 'een winkelarme zone' waarbij tevens de volgende specifieke parameters van toepassing zijn:

- Er is geen bijkomende detailhandel sensu stricto toegestaan. Onder voorwaarden, die bepaalt dienen te worden door de bevoegde overheid, kunnen diensten, horeca, recreatie toegelaten worden, mits zij ondersteunend én complementair aan de hoofdfunctie zijn;
- Toonzalen (cf. autotoonzalen e.a.) zijn mogelijk op bedrijventerreinen, maar slechts in combinatie met de hoofdfunctie (atelier, productie, herstelling) én inpandig. Ook hier kunnen verdere lokale richtlijnen bepaald worden;
- Ontsluiting van deze winkels/toonzalen kan niet rechtstreeks via de steenweg.

Clustering

Buiten de kernen wordt detailhandel gestimuleerd om zich te clusteren. Dit gebeurt maximaal op plekken met een hoge knooppuntwaarde. Clustering moet zowel het ruimtelijk als het economisch rendement verhogen en de impact op mobiliteit beperken.

De zones voor clustering voorzien prioritair in ruimte voor her-lokalisatie van detailhandel gelegen in winkelarme zones op de steenweg. Omdat complementariteit met de kernen en andere functies essentiële voorwaarden zijn, zijn de clusters bestemd voor grootschalige, ruimte behoevende detailhandel die omwille van de aard van de verkochte goederen op het vlak van afmetingen of volume (niet-draagbaar karakter) en de daarmee samenhangende verkeersgeneratie ook buiten het

centrum kunnen. Detailhandel uit categorie 1 en 2 (zijnde verkoop van voeding en verkoop van goederen voor persoonsuitrusting) is daarom niet wenselijk.

De verschijningsvorm en organisatie van de clusters moeten het ruimtelijk en economisch functioneren ervan optimaliseren. Gedeeld ruimtegebruik, duurzaamheid en verweving zijn leidende principes voor de inrichting. Naast detailhandel kunnen dus ook andere functies toegelaten worden, in zoverre zij het functioneren of de realisatie van het perspectief bevorderen. Daarnaast is de multimodale bereikbaarheid een expliciete doelstelling; zowel via een doordachte mobiliteitsplanning als door goede aantakking op aanwezige structuren van openbaar vervoer en fietsinfrastructuur.

Winkelrijk perspectief

Winkelrijke perspectieven worden gegeven aan kernen, maar niet alle kernsegmenten kunnen/zullen winkelrijk zijn. Zij zijn ondergeschikt en/of complementair aan afgebakende kernwinkelgebieden (die andere locaties kunnen omvatten) enerzijds, en een (goedgekeurde) strategisch commerciële visie anderzijds. Een winkelrijk perspectief heeft als doel om de ruimtelijke en economische leefbaarheid van kernlocaties te waarborgen.

Door detailhandel te stimuleren in combinatie met andere functies, zoals wonen, worden beide functies versterkt. Beperkingen op detailhandel worden niet opgelegd, zolang de verwevenheid met andere functies gegarandeerd kan worden. Monofunctionele detailhandelsgebieden zijn niet gewenst. De omvang van detailhandel (winkelvloeroppervlakte en totaal aanbod) is afhankelijk van het verzorgingsgebied. De uitbouw van het detailhandelsapparaat is op maat van de kern.

Lokaal Niveau

Gemeentelijk ruimtelijk structuurplan (GRS)

Het huidige gemeentelijk ruimtelijk structuurplan werd in 2005 door de deputatie goedgekeurd, en in 2010 partieel herzien.

Het GRS beschrijft de ruimtelijke visie op lange termijn. Het bevat een strategische planning die rekening houdt met ontwikkelingen van de afgelopen 10 jaar en ook vooruitkijkt naar de toekomstige uitdagingen en ontwikkeling van de gemeente.

Het is voor een gemeente belangrijk om bij de herziening van het GRS na te denken over de plaats van detailhandel en hoe deze binnen de toekomstige woonontwikkelingen vorm krijgt. Men dient rekening te houden met algemene trends, technologie en demografische evoluties.
Volgens de principes van inbreiding en kernversterking dient nagedacht te worden over toekomstige behoeften op het vlak van het winkelaanbod en waar men dit wenst uit te bouwen. Maar ook waar bijkomende detailhandel niet langer wenselijk is. Hiervoor voorziet het IHB de afbakening van winkelarme gebieden.

4. Trends en Ontwikkelingen

Bij de ontwikkeling van een visie rond detailhandel mogen we de bredere context niet uit het oog verliezen. Daarom halen we in 't kort aan welke algemene trends en ontwikkelingen zich vrij algemeen voordoen op het vlak van detailhandel en zich ook in Vlaanderen aftekenen.

Langs de vraagzijde

a) **Demografische verschuivingen** zoals toenemende vergrijzing en meer een- en tweepersoonshuishoudens (gezinsverdunning), maar ook nieuwe gezinsvormen winnen aan belang. Deze trend beïnvloedt de consumptiepatronen, die variëren naargelang de levensfase waarin de consument zich bevindt en/of de gezinsopbouw.

b) De consument wil meer en meer kopen **waar en wanneer** hij wil. Online aanwezigheid en verkoop via meerdere kanalen (omnichannel) groeit nog steeds.

c) De consument stelt steeds hogere eisen aan de **kwaliteit** van het winkelaanbod en de winkelomgeving.
Voor het doen van de **dagelijkse boodschappen** primeert een ruim aanbod dat **gemakkelijk bereikbaar is** en dat op het vlak van comfort (parkeergelegenheid en snelheid) aantrekkelijk is.
Voor de niet-dagelijkse artikelen legt de consument andere prioriteiten en wordt er meer waarde gehecht aan de **belevingswaarde** in de omgeving.
Soms wenst de consument **doelgericht** te kopen, de andere keer beschouwt hij winkelen als **vrijetijdsbesteding**.

   Het winkelaanbod en de ruimtelijke omgeving dienen hierop afgestemd te zijn. Voor de detailhandel betekent het dat er steeds meer aandacht moet besteed worden aan een kwaliteitsvolle invulling van de verwachting van de consument op het vlak van beleving en ruimtelijke en functionele aspecten, zowel wat de winkel zelf betreft als de gehele winkelomgeving. Voldoet deze niet aan de wensen van de consument dan zal hij snel zijn auto nemen om elders te winkelen of boodschappen te doen.

d) De toegenomen **mobiliteit** laat de consument toe om steeds verder van huis te gaan winkelen in winkelgebieden waar hij een meerwaarde meent te ervaren (bijv. outlet shopping centers,…)

e) Veilig boodschappen doen of winkelen: **veiligheid en comfort** van winkelgebieden is een belangrijke factor. Als de consument het gevoel heeft dat niet meer voldaan wordt aan zijn of haar veiligheid is hij al snel geneigd het winkelgebied te verlaten ten voordele van andere winkelgebieden.

Langs de aanbodzijde

a) *Toenemende brancheverva*ging
Het aanbod in de winkels volgt niet steeds meer de afgelijnde productcategorieën; supermarkten voeren een breed gamma naast dagelijkse producten, detailhandelsactiviteiten gemengd met horeca (fietsenwinkel en koffiebar,..) enz.

b) *Toenemende filialisering / internationalisering*
Merken komen in handen van grote internationale spelers en er is een groeiend aanbod van (internationale) ketens, al dan niet onder de vorm van franchise.

c) *Toenemende concurrentie van de online markt*; de prijzen staan onder druk.
Alhoewel er vaak weinig prijsverschillen zijn, is de kostenstructuur van een online winkel toch anders. Bovendien kan de consument heel snel prijsvergelijkingen maken en om het even waar aankopen.

d) *Dalende vloerproductiviteit* ten gevolge van stagnerende consumentenuitgaven en stijgend winkelvloeroppervlak.
Het inkomen en besteedbaar budget van de consumenten is de laatste jaren nagenoeg ongewijzigd gebleven. De kosten van de winkels zijn wel gestegen (o.a. energie, personeel,..) en gelijktijdig is het aantal vierkante meters winkelvloer ook flink gestegen. Dit betekent dat de opbrengst per vierkante meter gedaald is, waardoor voor sommige zaken een kritische grens voor het voortbestaan overschreden werd.

e) *Het tijdelijk karakter van sommige concepten,*
bijvoorbeeld seizoensgebonden producten, zomerbars, of gebonden aan tijdelijke fenomenen (Pokémon,…)

f) Merkfabrikanten stappen zelf in detailhandel en richten zich *met flagship stores* in de grote steden rechtstreeks naar de klanten. De lokale verkoopkanalen worden hiermee buiten spel gezet en een bredere productgamma is op één plaats bereikbaar.

5. Analyse Laakdal

Deze analyse is gebaseerd op Locatus-cijfers voor detailhandel, die voor Laakdal werden opgemeten in oktober 2019. In opdracht van de Vlaamse provincies voert Locatus jaarlijks een update van deze cijfers uit.
Andere cijfers betreffen de meest recente gegevens uit databanken van de federale en Vlaamse regering, zoals ze beschikbaar waren tussen najaar 2019 en begin 2020.

Socio-economische positionering

Aangezien het winkelaanbod in Laakdal zich vooral richt op eigen inwoners en deze van buurgemeenten (zie verder) spreken we van een hoofdzakelijk lokale vraag. Dat bepaalt het wisselend gewicht van een aantal socio-economische parameters in de relatie tussen vraag (klanten) en aanbod (handelsapparaat).

De belangrijkste parameters zijn te vinden in de Feitenfiches van Laakdal op het Kennisnetwerk “provincie in cijfers”(www.provinciesincijfers.be). Tevens kan men daar ook andere uitgebreide demografische gegevens en evoluties terugvinden.

Geografische situering

Gemeente Laakdal bevindt zich in de provincie Antwerpen. En situeert zich centraal tussen de stedelijke kernen Antwerpen en de bipool Hasselt- Genk. De aangrenzende gemeentes zijn in het noorden Geel en Meerhout, in het oosten Tessenderlo en Ham, in het zuiden Scherpenheuvel-Zichem in het zuidwesten Herselt en in het westen Westerlo. De gemeente bestaat uit de fusiegemeenten Veerle, Eindhout en Vorst, Vorst heeft twee kernen, Vorst zelf ("Groot-Vorst") en Meerlaar ("Klein-Vorst").

De gemeente behoort volgens de VRIND-classificatie tot het ‘overgangsgebied’, waar in de provincie Antwerpen in totaal 34 gemeenten toe behoren. In deze groep bevinden zich gemeenten met uiteenlopende grootte wat oppervlakte, bevolkingsaantal en infrastructuur betreft. Dit maakt vergelijken niet altijd zo gemakkelijk.

FIGUUR 1 LAAKDAL - BRON GOOGLE MAPS

Volgens de nieuwe Belfius-indeling wordt Laakdal ingedeeld bij Cluster V10, gemeenten met economische activiteiten en vergrijzende bevolking.

De oppervlakte van Laakdal bedraagt 42.48 km2. Een belangrijk deel van het grondgebied bestaat uit groen- en landbouwgebied waardoor we zonder meer kunnen spreken van een groene gemeente.

Mobiliteit

Wat openbaar vervoer betreft is de gemeente aangewezen op busverbindingen van De Lijn.

Deze voorzien zowel verbindingen tussen de verschillende kernen bovendien naar de omliggende buurgemeenten Diest, Geel, Tessenderlo, Kwaad-Mechelen en Westerlo. Dit net voorziet in de minimale voorziening om de kernen en omliggende gemeenten te kunnen bereiken. Deze verbinding is onder andere essentieel voor de verplaatsing van secundaire scholieren binnen de gemeente naar de secundaire scholen buiten de gemeentegrenzen.

Het autoverkeer loopt voornamelijk langs de voornaamste assen de N174 en N127 die de gemeente verbindt met de E313, Tessenderlo en Geel. Daarnaast is er ook de N141 die de deeldorpen Veerle en Vorst verbindt.

Van alle gezinnen in Laakdal bezit 98% minsten 1 auto. 14% beschikt over een moto of bromfiets. 95% van de inwoners beschikt over minstens 1 fiets in het gezin en 20% heeft een elektrische fiets. Per huishouden is het wagenbezit gemiddeld 1,3 auto.
Voor verplaatsingen naar werk of school kiest zowat 76% van de inwoners dan ook voor de auto.

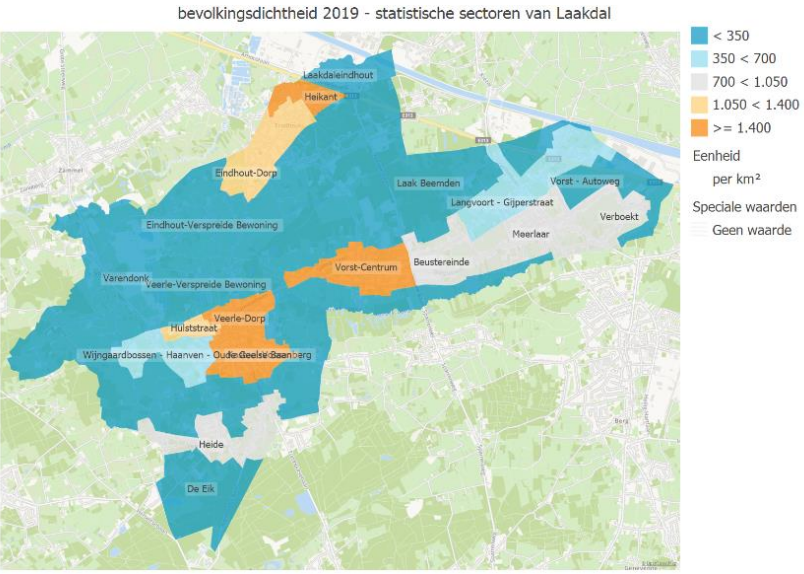
Uit de gemeentemonitor blijkt ook dat 52% van de inwoners vindt dat er voldoende parkeergelegenheid is in de gemeente voor bewoners.

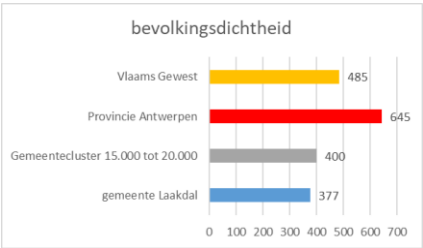
Fietsen wordt vanuit de gemeente sterk gepromoot. Het bestuur heeft een ambitieus fietsbeleidsplan. Alle mogelijke middelen worden ingezet om van de fiets een volwaardig vervoersalternatief te maken. Dit beleid maakt deel uit van de brede intentie om Laakdal leefbaar en bereikbaar te houden.

Bevolking en huishoudens

Op 1 januari 2019 telde de gemeente Laakdal 16 104 inwoners op een oppervlakte van 42,48 km², dit levert een vrij lage gemiddelde bevolkingsdichtheid op van 377 per km². Bevolkingsconcentraties bevinden zich vooral rond de 4 deelkernen.

Uit de gemeentemonitor (2017) blijkt ook dat heel hoge percentages van de bevolking tevreden zijn met hun woning en de aanwezigheid van groen in de gemeente. 90% van de inwoners woont graag in Laakdal maar slechts 62% geeft aan fier te zijn op Laakdal.

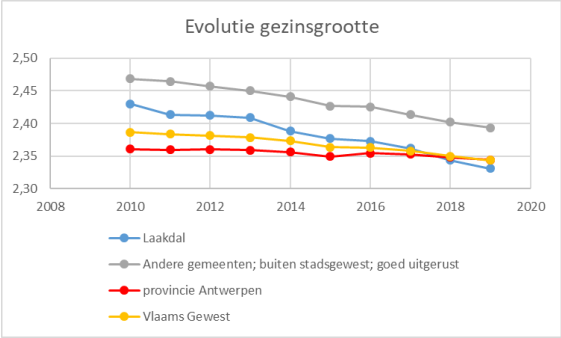




FIGUUR 2: Laakdal Bron: Provincie in cijfers- Bevolkingsdichtheid

Op 1 januari 2019 telde de gemeente **6 909 gezinnen**. In vergelijking met 2010 is dit een toename van 5% inwoners en 9% gezinnen. Het aantal gezinnen stijgt dus sneller dan de bevolking. De oorzaak hiervan is een toenemende **gezinsverdunning** waardoor vooral de 1- en 2-persoonsgezinnen in de lift zitten.

Ruim 28% van alle huishoudens in de gemeente bestaan uit alleenstaanden, over de ganse provincie is dit 33%. Het aantal gezinnen met kinderen gaat in dalende lijn. Gemiddeld telt een gezin in Laakdal nu 2,33 personen. Dit cijfer ligt lager dan het gemiddelde voor de provincie dat 2,34 bedraagt.



FIGUUR 3: Laakdal Bron: Provincie in cijfers-evolutie gezinsgrootte

De toename van 1- en 2-persoonshuishoudens is in gans Vlaanderen zichtbaar en is een gevolg van een steeds ouder wordende bevolking en wijzigende gezinssamenstellingen. Naarmate mensen ouder worden tellen we meer koppels zonder kinderen. Valt een partner weg dan vertaalt zich dat naar een bijkomend eenpersoonshuishouden. Daarnaast wonen meer mensen voor een korte of langere tijd alleen, hetzij bij de start van hun professionele carrière of na het uiteenvallen van een relatie. Cijfers van de studiedienst van de Vlaamse Regering geven aan dat het percentage volwassenen dat met een partner samenwoont, globaal daalt.

De groei van het aantal huishoudens vertaalt zich naar **groeiende woonbehoeften** gericht op **kleine huishoudens**. Bij de groep van 1- en 2-persoonshuishoudens wordt vaak voor een appartement gekozen, bij voorkeur met een centrale ligging dichtbij voorzieningen. Momenteel bestaat ongeveer **66%** van alle huishoudens in Laakdal uit 1 of 2 personen. 29% van alle huishoudens tellen 3 of 4 gezinsleden.

Op het vlak van detailhandel veroorzaken demografische verschuivingen wijzigingen in het **consumptiepatroon** van de bevolking. Dit vraagt om **aanpassingen aan het detailhandelsaanbod** en misschien ook aan de **infrastructuur van het winkelgebied**.

Leeftijd van de bevolking

Onderstaande geeft ons een beeld van de evolutie per leeftijdscategorie voor de bevolking van Laakdal. Net zoals in vele Vlaamse gemeenten zien we dat de leeftijdsgroepen vanaf 65 jaar sterk toenemen.

	0-2 jaar	3-5 jaar	6-11 jaar	12-17 jaar	18-24 jaar	25-49 jaar	50-64 jaar	65-79 jaar	80-... jaar
2009	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
2010	-1,90%	13,60%	-3,90%	-0,40%	0,40%	-1,10%	0,10%	0,60%	4,30%
2011	-2,00%	16,80%	0,00%	-4,90%	1,20%	-3,00%	2,50%	0,40%	7,10%
2012	5,00%	16,90%	-1,40%	-7,80%	0,80%	-4,10%	3,30%	1,30%	11,40%
2013	2,00%	15,40%	2,60%	-5,50%	-2,80%	-5,00%	3,90%	2,50%	13,80%
2014	-5,30%	19,90%	8,50%	-10,30%	-6,40%	-5,60%	4,50%	5,10%	15,40%
2015	-6,60%	24,60%	8,60%	-13,60%	-5,00%	-6,80%	4,30%	7,80%	19,20%
2016	-1,80%	19,30%	14,00%	-15,60%	-4,70%	-9,00%	5,40%	9,20%	23,00%
2017	-5,80%	8,60%	18,80%	-12,80%	-7,30%	-9,80%	5,60%	12,20%	24,00%
2018	-4,80%	6,20%	20,40%	-14,40%	-8,00%	-9,60%	3,10%	16,40%	25,10%
2019	-14,90%	11,10%	15,80%	-11,20%	-9,30%	-10,50%	3,50%	19,30%	30,20%

FIGUUR 4: Bron: Provincie in cijfers – Gemeente Laakdal groei per leeftijdscategorie

In de grafiek kunnen we aflezen dat vooral de oudste ouderen procentueel snel toenemen. Meer personen bereiken een steeds hogere leeftijd. 5.6% van de bevolking is 80 jaar en ouder. Dit cijfer neemt jaarlijks toe. Dit kan mogelijk in verband gebracht worden met het aanbod zorg binnen de gemeente, waardoor veel ouderen langer in de gemeente blijven wonen.

Jongvolwassenen zijn de afgelopen 10 jaar in aantal afgenomen. Deze evolutie kan erop wijzen dat dat steeds minder jongeren in Laakdal blijven wonen, en dat er steeds minder jonge gezinnen zich komen vestigen in de gemeente. De nabijheid van werkgelegenheid (Tessenderlo, Geel) en het woningaanbod in het groen zijn sterke factoren om nieuwe inwoners aan te trekken. Naarmate de bevolking sterk vergrijst, komen er stilaan ook oudere woningen op de markt in een prijssegment dat haalbaar is voor jonge gezinnen.

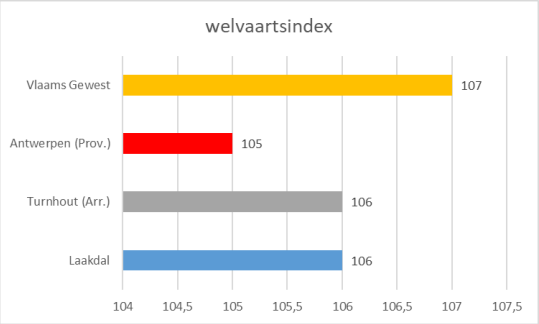
	0-2 jaar	3-5 jaar	6-11 jaar	12-17 jaar	18-24 jaar	25-49 jaar	50-64 jaar	65-79 jaar	80-... jaar
2009	3,10%	2,80%	5,60%	6,40%	7,60%	36,00%	21,60%	12,60%	4,30%
2010	3,10%	3,20%	5,40%	6,40%	7,60%	35,60%	21,60%	12,70%	4,50%
2011	3,00%	3,30%	5,60%	6,10%	7,70%	35,00%	22,10%	12,70%	4,60%
2012	3,30%	3,30%	5,50%	5,90%	7,70%	34,60%	22,30%	12,80%	4,80%
2013	3,20%	3,20%	5,70%	6,10%	7,40%	34,20%	22,40%	12,90%	4,90%
2014	2,90%	3,40%	6,10%	5,80%	7,10%	34,00%	22,50%	13,30%	4,90%
2015	2,90%	3,50%	6,10%	5,50%	7,20%	33,60%	22,50%	13,60%	5,10%
2016	3,10%	3,30%	6,40%	5,40%	7,20%	32,80%	22,70%	13,80%	5,30%
2017	2,90%	3,00%	6,60%	5,60%	7,00%	32,50%	22,80%	14,20%	5,30%
2018	3,00%	3,00%	6,70%	5,50%	7,00%	32,60%	22,20%	14,70%	5,40%
2019	2,60%	3,10%	6,50%	5,70%	6,90%	32,20%	22,30%	15,10%	5,60%

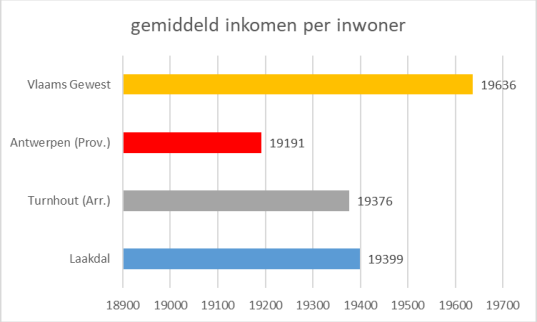
FIGUUR 5: Bron: Provincie in cijfers – Gemeente Laakdal percentage per leeftijdscategorie

In absolute cijfers constateren we dat de grootste groep binnen de totale bevolking van Laakdal bestaat uit mensen tussen 25 en 49 jaar oud. Deze personen vallen in de beroepsactieve leeftijd. De tweede grootste groep zijn de 50 tot 64 jaar, over 5 jaar bereiken de oudsten van hen de pensioenleeftijd.

Inkomen

Laakdal heeft een welvaartsindex die 106 bedraagt, en een gemiddeld inkomen per inwoner van 19 399€. Dit wil zeggen dat het gemiddelde inkomen net onder het Vlaamse gemiddelde ligt maar boven het provinciale gemiddelde. Men kan dus binnen Laakdal niet spreken van een verhoogde maar een eerder een normale koopkracht.

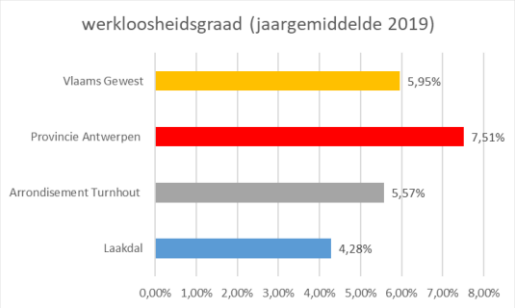




FIGUUR 6: Laakdal Bron: Provincie in cijfers- Welvaart, inkomen

Tewerkstelling

Uit de cijfers van Steunpunt Werk voor 2017 zien we dat 7 312 inwoners van Laakdal een job uitoefenen. De activiteitsgraad van de bevolking komt daardoor op 70.9%. Dit cijfer is beduidend hoger dan dat van het arrondissement Turnhout 69.3%, de provincie Antwerpen 66.5% en Vlaanderen 68.2%



Samen met een lage werkloosheidsgraad kan men stellen dat Laakdal een hoge actieve werkende bevolking heeft.

De cijfers aangaande pendelbewegingen, gepubliceerd in oktober 2016[2], tonen dat 5 478 inwoners of 85.7% van de loontrekkenden uit de gemeente Laakdal buiten de gemeente pendelen om hun job uit te oefenen.

FIGUUR 7: Laakdal Bron: Provincie in cijfers- werkloosheidsgraad

3 882 personen die niet in Laakdal wonen, pendelen naar de gemeente voor hun werk. De tewerkstelling van deze groep is vooral binnen de tertiaire sector (commerciële diensten)

In 2017 telt het aantal zelfstandigen (Btw-plichtige natuurlijke personen) met woonplaats in de gemeente 868 personen. Recente cijfers (2017) geven aan dat de ondernemersgraad, dit is het percentage ondernemers t.o.v. de actieve bevolking 11.9% bedraagt. Dit cijfer is beduidend lager dan dat van het arrondissement Turnhout, de provincie Antwerpen en Vlaanderen waarvoor de cijfers rond de 15% liggen.

[2] Steunpunt Werk (WSE)

Infrastructuur en voorzieningen

Scholen

In Laakdal tellen we 2 613 inwoners die schoollopen in een school gefinancierd of gesubsidieerd door de Vlaamse overheid. 1 673 leerlingen in het basisonderwijs en 940 in het secundair onderwijs.

Laakdal heeft 6 scholen voor kleuter- en/of basisonderwijs binnen het grondgebied. Elke deelgemeente van Laakdal beschikt over één of meer basisscholen, die elk bestaan uit een kleuterschool en lagere school.

Daarnaast is er nog 1 vestiging voor volwassenenonderwijs te Veerle.

Voor middelbaar onderwijs wijken de jongeren van Laakdal vooral uit naar Geel, Westerlo en Tessenderlo.

Sport & Vrije Tijd

Gemeente Laakdal heeft een degelijke **sportinfrastructuur** op maat van de gemeente. Deze bestaat uit een Sportcentrum “Kwade plas” met buiteninfrastructuur, een tenniscentrum “De Vloed”, judozaal. Voor zwemmen is men aangewezen op de omliggende grotere gemeenten Geel, Tessenderlo en Westerlo.
In openlucht is er een mountainbikeparcours, diverse loopmogelijkheden en voetbal- en rugbyvelden.
Met deze voorzieningen biedt de gemeente de inwoners van alle leeftijden talrijke mogelijkheden om diverse sporten te beoefenen.

De gemeente kent een actief verenigingsleven, afgestemd op uiteenlopende hobby’s en interesses. Bovendien is er een speelpleinwerking en crea-atelier voor de 6-12-jarigen.

Ontspanning & Toerisme

De groene ligging nodigt uit tot fiets- en wandeltochten in de omgeving. Binnen de regio zijn er een aantal bezienswaardigheden waarlangs toeristische routes lopen, bovendien is de ligging binnen het natuurgebied De Merode een grote troef. Het gemeentebestuur promoot het fiets-, wandel- en ruitertoerisme met verschillende uitgestippelde routes. Deze routes zorgen vaak voor een link naar lokale producenten en hun streekproducten. Naast de vaste routes zijn er ook tal van seizoensgebonden initiatieven, zoals een schrikkelwandeling, de drieprovinciënroute, e.a.

Doorlichting detailhandel

Als basis voor deze nota wordt een analyse gemaakt van de detailhandelssituatie in de gemeente Laakdal.
Deze analyse bestaat enerzijds uit een objectieve cijferanalyse op basis van de interprovinciale studie en de meest recente Locatus-gegevens voor de gemeente en anderzijds uit een subjectieve analyse op basis van overleg met de belangrijkste stakeholders.
Detailhandel wordt bekeken in een ruime context: als onderdeel van de lokale **economie**, maar ook in relatie tot **ruimtelijke ordening en mobiliteit**. De eigenheid van de gemeente wordt vanuit verschillende invalshoeken in kaart gebracht en binnen de brede context van Vlaanderen gepositioneerd om tot een genuanceerde inschatting van toekomstige ontwikkelingen te komen.

De objectieve analyse brengt zowel **de aanbodzijde** in de gemeente in kaart (handelszaken) als de **vraagzijde** (klanten). De subjectieve analyse heeft te maken met aspecten als ondernemers- en consumentenvertrouwen en -gedrag, met de bereidheid tot samenwerken, met creatief potentieel en met draagvlak, zowel politiek als vanuit de handelaars zelf. Deze factoren hebben immers een belangrijke impact op detailhandel. De objectieve analyse is gebaseerd op overleg met het bestuur, zowel beleidsmakers als administratie, met de handelaars en met specialisten inzake ruimtelijke ordening, op lokaal en bovenlokaal niveau.

Na ongeveer 10 jaar opvolgen van de detailhandelsdata in Vlaanderen, tekenen zich duidelijke trends en verschuivingen af. De grote steden blijven een sterke aantrekkingskracht uitoefenen, zowel op de consumenten als op de retailers. De steden en gemeenten die onder het niveau van de centrumsteden liggen, hebben het moeilijk om een sterk en gevarieerd shopping aanbod te behouden. In kleinere gemeenten evolueert het aanbod naar een aanbod van voornamelijk dagelijkse voorzieningen en dienstverlening. Daar hebben de zelfstandige handelszaken met een aanbod aan periodieke goederen het moeilijker. Bovendien krijgen zij in grotere mate af te rekenen met de groei in e-commerce.

Algemeen kader

Door de geografische ligging van de gemeente Laakdal is het winkelaanbod in Laakdal vooral gericht op eigen inwoners en die van de buurgemeenten.

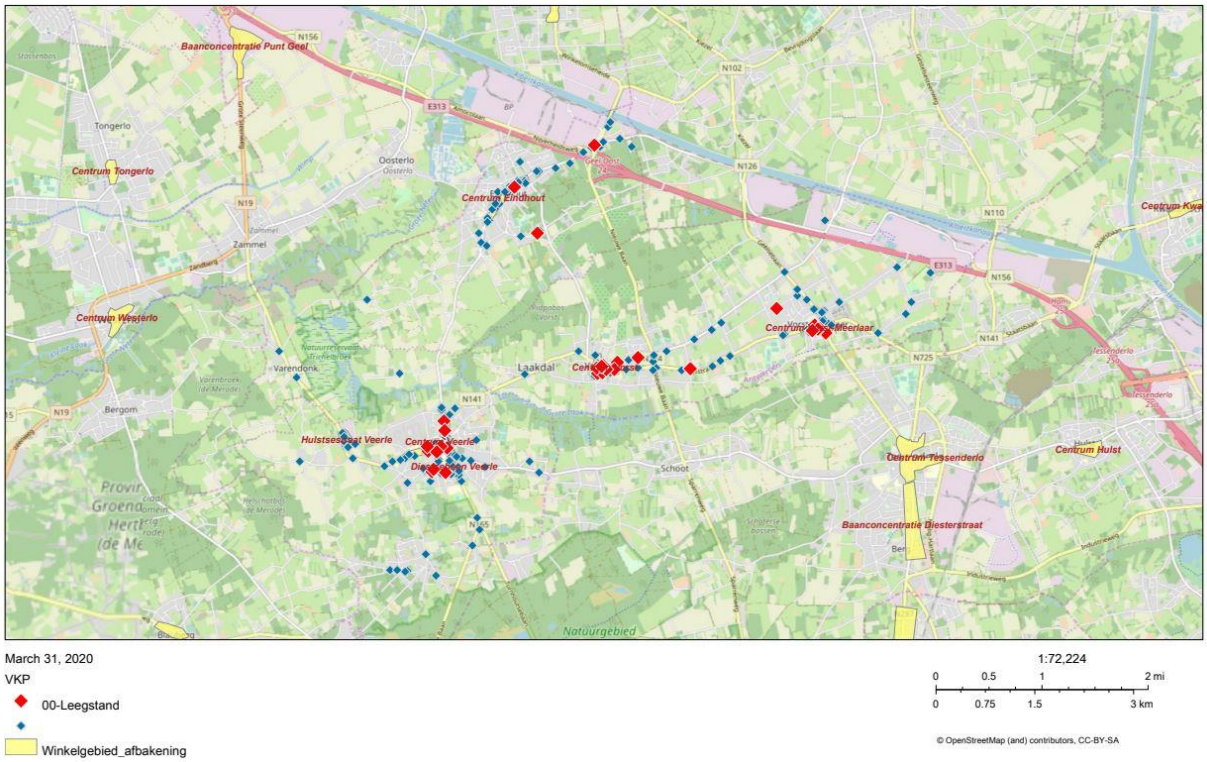
Voor handelaars vormt de nabijheid en de goede bereikbaarheid van de buurgemeenten dan weer een potentiële uitdaging. Door de ligging van de gemeente is er ook een hoger niveau van mobiliteit en verplaatsen inwoners zich dan ook gemakkelijker voor aankopen.

Middelbare scholieren en hogeschoolstudenten pendelen iedere dag naar de stad of gemeente waar zij studeren, waardoor ze ook een band opbouwen met het commercieel aanbod binnen deze gemeentes en steden. Pendelaars die buiten Laakdal werken, besteden ook een deel van hun aankoopbudget dicht bij hun werkplek of op het traject van het woon-werkverkeer.

Uit de bevraging van de gemeentemonitor (2017) blijkt dat **67%** van de inwoners van Laakdal vindt dat er voldoende winkels zijn in de buurt om dagelijkse boodschappen te doen. Wanneer de vraag wordt toegespitst op shopping- en winkelvoorzieningen dan daalt het aantal tevredenen naar **38%**. Gaat de bevraging over het horeca-aanbod, dan is 47% daar tevreden over.

De meeste handelszaken (horeca en dienstverlening meegerekend), liggen verdeeld over de 4 deelkernen Veerle, Klein- en Groot-Vorst en Eindhout. Vooral in de deelgemeente Veerle is er een hoger aandeel van detailhandelszaken aanwezig.

In de volgende hoofdstukken gaan we dieper in op de details van het handelsapparaat.



FIGUUR 8: Laakdal Bron: Locatus: Laakdal –Detailhandel Laakdal

Aanbodsanalyse

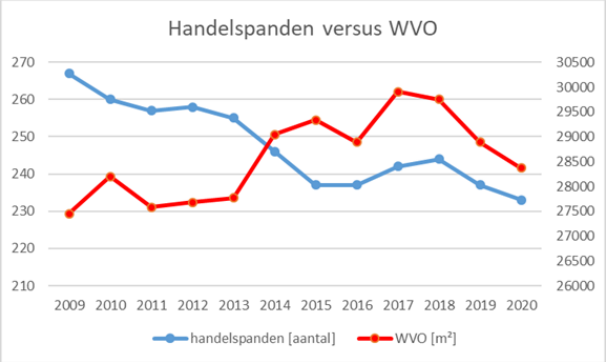
De aanbodsanalyse bekijkt het aanbod van winkelpanden in de gemeente en brengt ook de invulling in kaart. Deze wordt ingedeeld in verschillende productgroepen waar dagelijkse goederen, periodieke goederen en uitzonderlijke goederen de hoofdgroepen[3] zijn.

De interprovinciale studie detailhandel leverde een gedetailleerd overzicht van de detailhandelssituatie in Vlaanderen. De studie, die initieel in 2013 werd uitgevoerd, omvat alle 308 Vlaamse gemeenten die werden ingedeeld volgens hun VRIND-classificatie.

Dit leverde voor elke gemeente een feitenfiche op met basiscijfers en indicatoren. Deze feitenfiche wordt jaarlijks bijgewerkt en is te raadplegen op www.provincieincijfers.be.
De basisinformatie voor het in kaart brengen van het aanbod wordt aangeleverd door Locatus, een onderneming die voor de ganse Benelux en belangrijke steden daarbuiten de detailhandel in kaart brengt en optekent in een databank. Alle Vlaamse steden en gemeenten hebben dankzij de samenwerking van de provincies gratis toegang tot deze gegevens. De vaststellingen in dit rapport zijn gebaseerd op de metingen van Locatus zoals deze werden opgetekend in oktober van 2019.

5.1.1.1 *Aanbod handelspanden, WVO en branchering*

In oktober 2019 telt Laakdal **233** handelspanden met een actieve commerciële invulling. Het aantal commerciële panden is de afgelopen 10 jaar met 13% afgenomen. De winkelvloeroppervlakte (WVO) steeg de afgelopen 10 jaar met 3% en bedraagt in oktober 2019 **28 369m²**. Tot 2017 zien we een duidelijke schaalvergroting +8% WVO. Vanaf 2017 zien we een afname van het winkelvloeroppervlak, een daling die gelijkloopt met de afname van het totaal aantal winkelpanden.



FIGUUR 9: Laakdal Bron: Provincie in cijfers: Laakdal

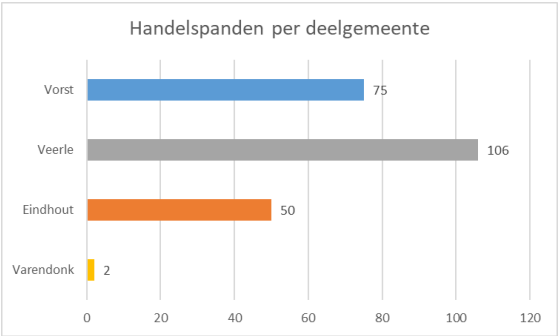
Van deze 233 handelspanden zijn er 74 (32%) winkels (verkoop van goederen), 55 (24%) van de panden behoren tot horeca en ontspanning en 58 (25%) panden hebben een invulling die onder de categorie 'diensten' valt. Daarnaast zijn er nog 15 panden (6%) die worden ingevuld door transport en brandstoffen. Naast de ingevulde panden staan er tevens binnen de gemeente 31 panden leeg wat overeenkomt met 13%.

18 % van alle winkels behoren tot een **keten** wat onder het Vlaams en provinciaal gemiddelde ligt. Het aandeel van ketens ligt in Vlaanderen gemiddeld op 24%.

Ongeveer 15% van het totale aanbod van de gemeente, gerekend in panden, bestaat uit **dagelijkse goederen**. Hierbij inbegrepen zijn verkooppunten voor levensmiddelen, apotheken, krantenwinkels en drogisterijen. De branche **mode & luxeartikelen**, de echte shopping-goederen, neemt gemeten over de ganse gemeente, 6% van alle handelspanden in. Diensten en Horeca & Ontspanning (Leisure) nemen samen bijna de helft van alle handelspanden in 49%.

[3] Zie begrippenlijst

5.1.1.2 *Ligging van de handelspanden*



Zoals eerder gezegd, is er een vrij grote spreiding van de handelspanden doorheen de gemeente. In de dorpskernen van de deelgemeenten is er wel een zekere graad van clustering.

45% van alle handelspanden is gelegen in het deeldorp Veerle. 32% van de panden ligt in het deeldorp Vorst maar deze zijn verdeeld over de twee kleinere kernen Groot en Klein Vorst.

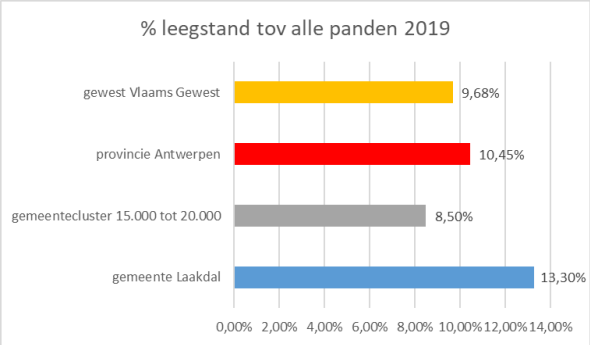
FIGUUR 10: Laakdal Bron: Provincie in cijfers

Het aanbod dat verspreid ligt over de gemeente zonder onderling verband wordt weergegeven onder de noemer 'verspreide bewinkeling'. Binnen Laakdal is 58% van de handelspanden niet centraal gelegen. Het valt op dat meer en grotere handelspanden buiten de kernen liggen. De dorpskernen hebben traditioneel een compactere bouwwijze waar niet onmiddellijk plaats is voor grotere handelspanden. De vraag vanuit de Retail sector naar grotere panden is echter reëel. De kleinste panden tot 100m^2 zijn veel minder in trek. Wanneer we naar leegstaande panden kijken dan valt het ook op dat dit in veel gevallen kleine, oudere panden zijn.

5.1.1.3 *Leegstand*

Leegstand kan verschillende oorzaken hebben, overaanbod aan winkelvastgoed is een belangrijke factor. Het aanbod aan winkelpanden blijft groeien terwijl het aantal actief ingevulde winkels in dalende lijn gaat. Daarnaast krijgen zelfstandige ondernemers het vaker moeilijk om competitief te blijven ten opzichte van grote Retail ketens en een groeiend e-commerce aanbod. De vergrijzing is ook een fenomeen dat de handelaars treft. Een aantal onder hen sluit de deuren zonder overname van hun zaak.

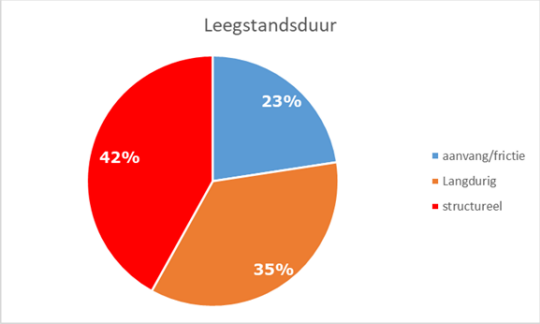
In **oktober 2019** stonden **31 handelspanden leeg,** dit is **13,30 %** van het totaal aantal handelspanden), wat overeenkomt met ongeveer 2 578 m^2. Dit leegstandpercentage ligt boven het Vlaams gemiddelde (9.68%) en ook boven dat van de provincie Antwerpen (10.45%). Wat maakt dat we hier kunnen spreken van een opmerkelijk hoog percentage aan leegstand.



FIGUUR 11: Laakdal Bron: Provincie in cijfers

Leegstand wordt verder opgesplitst naargelang **de tijd** dat een pand al leeg staat. De minst zorgwekkende leegstand is de **aanvangs- of frictieleegstand**. Dit is een vrij algemeen verschijnsel in een bewegende vastgoedmarkt. Deze leegstand doet zich bijvoorbeeld voor in afwachting dat een handelspand verbouwd wordt voor een volgende invulling.

Wanneer een pand tussen 1 en 3 jaar leeg staat spreken we van **langdurige leegstand**. Staat het pand langer dan 3 jaar leeg, dan is dit **structurele leegstand**. Beide leegstandsvormen werken een negatieve perceptie van de omgeving in de hand, niet in het minst door verwaarlozing en vervuiling van de gevel van het pand. Langdurige en structurele leegstand vragen om een beleidsmatige aanpak.

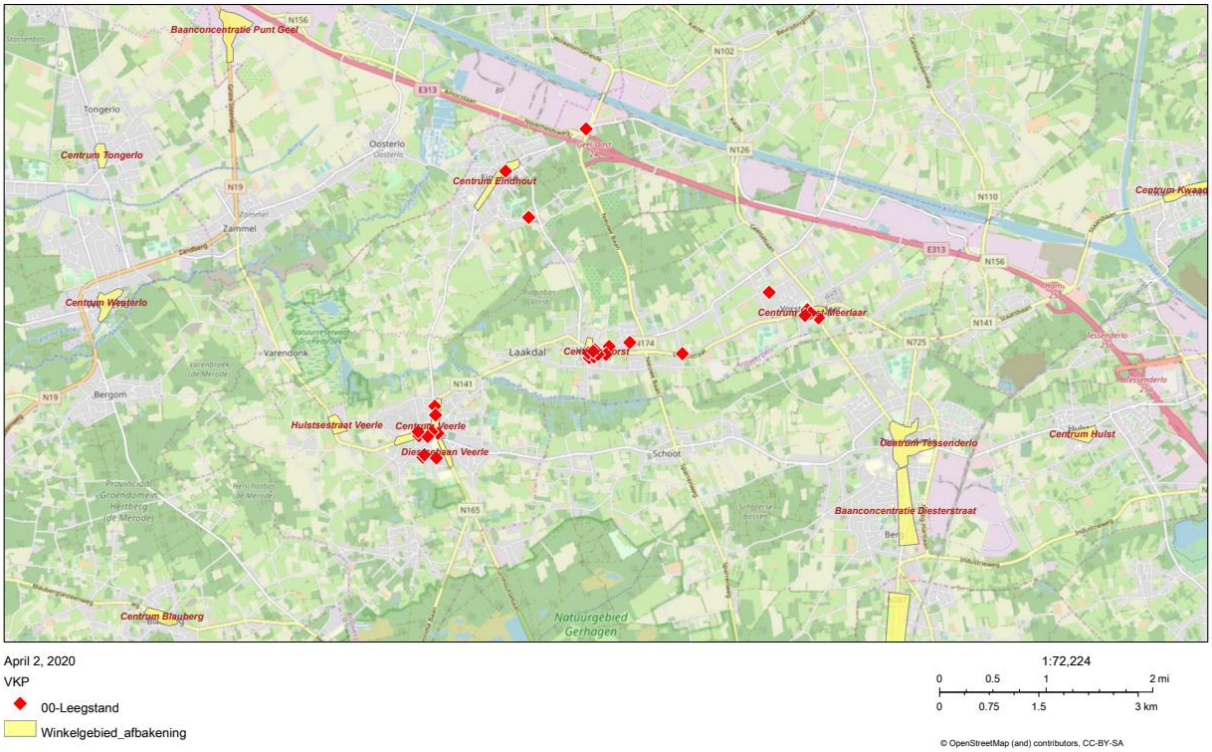


In de gemeente Laakdal behoren 35% van de panden tot langdurige en 42% tot structurele leegstand.

Dit wil zeggen dat 77% van de leegstaande panden onder een problematische categorie valt en de kans dat deze commercieel succesvol worden ingevuld zeer klein is.

FIGUUR 12: Laakdal Bron: Provincie in cijfers

Het aanbod wordt bij voorkeur in of kort bij de kernen geconcentreerd, wat de leefbaarheid voor de handelaar en de inwoners versterkt. De ligging van leegstand is daardoor erg belangrijk. Leegstand midden in een winkelgebied is veel storender dan solitaire leegstand in een achterstraat. Binnen Laakdal is de leegstand vooral gelegen binnen de verschillende dorpskernen. De ligging bepaalt ook welke de meest aangewezen aanpak is om de toekomstige bestemming van het pand te bepalen.



FIGUUR 13: Laakdal Bron: Locatus -leegstand

Koopstromenanalyse

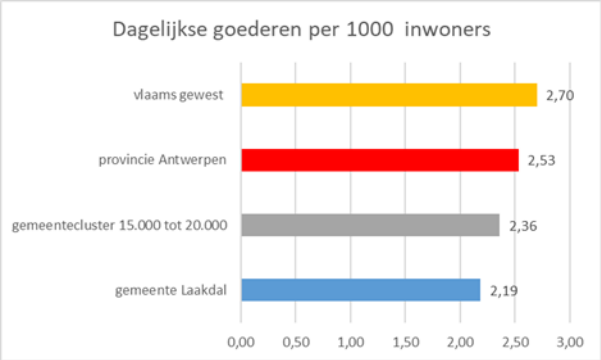
In de feitenfiche (provincies.incijfers.be) worden de kerncijfers voorgesteld die relevant zijn voor het voeren van een (boven-) lokaal detailhandelsbeleid in de gemeente. Een belangrijk onderdeel zijn de koopstromen die ons ondersteunen om de dynamiek en de verplaatsingen van consumenten gerelateerd aan hun winkelgedrag in kaart te brengen:

- **koopbinding:** procentuele weergave in welke mate de inwoners hun aankopen verrichten in de eigen gemeente.
- **koopvlucht:** procentuele weergave van het aandeel van de bestedingen van de inwoners in een andere gemeente.
- **koopattractie:** procentuele weergave in welke mate het aanbod in de gemeente consumenten die elders wonen aantrekt.

Deze consumentbewegingen kunnen worden in kaart gebracht voor 3 productcategorieën:

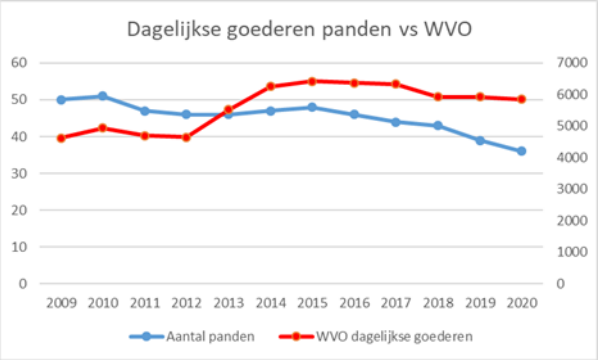
- **Dagelijkse goederen:** Goederen voor dagelijks gebruik die in hoge frequentie worden aangekocht. Voorbeelden zijn groenten, fruit, vlees, brood, geneesmiddelen, enz.
- **Periodieke goederen:** Goederen die met een zekere regelmaat worden aangekocht. Hierbij gaat de consument actief op zoek naar gewenste kwaliteit en prijs. Voorbeelden zijn kledij, schoenen, boeken, kleinere huishoudartikelen enz.
- **Uitzonderlijke goederen:** Niet-alledaagse aankopen met grote invloed op het budget. Voor deze aankopen wordt veel tijd uitgetrokken. Voorbeelden zijn meubelen, wooninrichting, huishoudapparaten, , enz.

5.1.1.4 *Dagelijkse goederen*



Het aanbod dagelijkse goederen per 1000 inwoners ligt in Laakdal lager dan de gemiddelde van het Vlaamse Gewest, Provincie en vergelijkbare gemeentes.

Het aantal panden is de afgelopen 10 jaar met **28% afgenomen** en het totale WVO is met **21% gestegen**. We kunnen hier een duidelijke schaalvergroting vast stellen.



Dit is binnen deze categorie een algemene tendens, door de opkomst van supermarkten die een totaal aanbod bieden verdwijnen steeds meer lokale kleine ambachten zoals bakker en slagers. Deze trend wordt tevens versterkt door vergrijzing van deze handelaren en het gebrek aan een jongere generatie die deze handelszaken wil verderzetten.

FIGUUR 14: Laakdal Bron: Provincie in cijfers

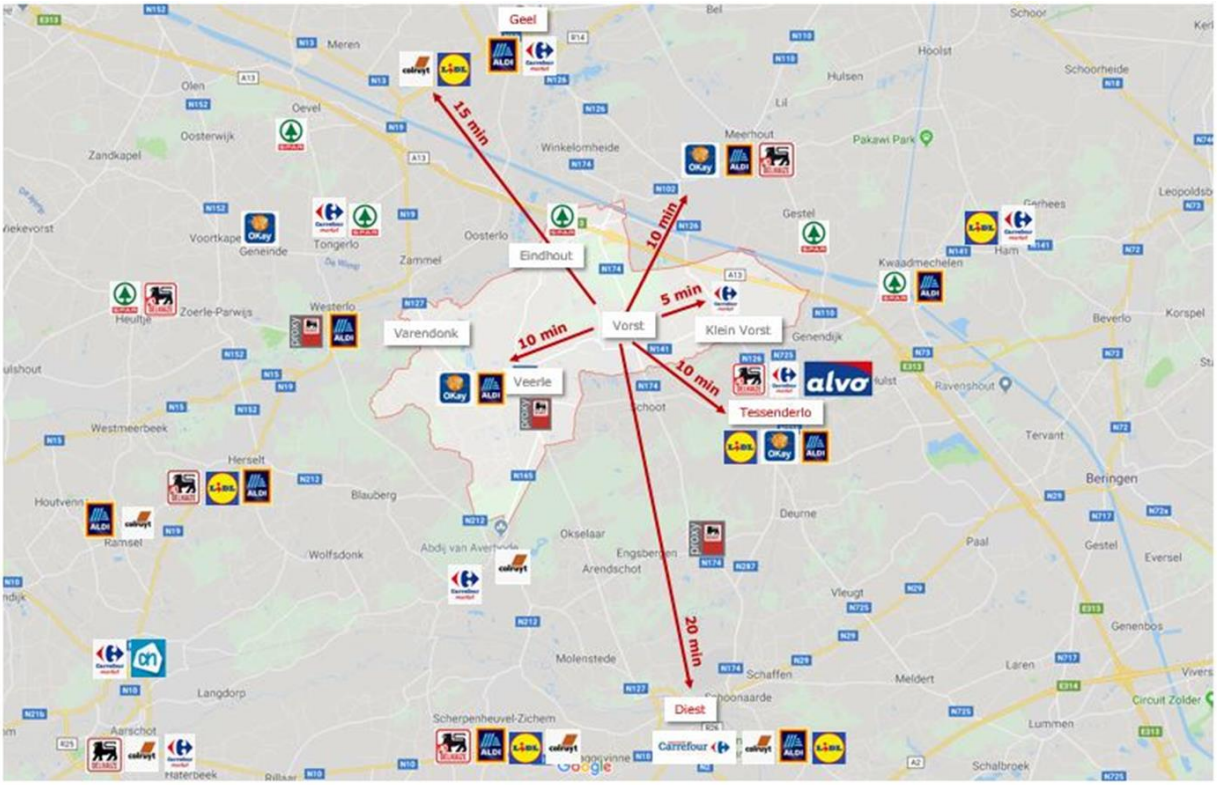
Verdwijnen van het aanbod in combinatie met een lage bevolkingsdichtheid kan ervoor zorgen dat bepaalde inwoners een grotere afstand krijgen tot dit aanbod. Dit is vooral voor de kwetsbare inwoners (minder mobiele, oudere bevolking, mensen in armoede) van de gemeente problematisch. Deze evolutie kan er tevens voor zorgen dat bepaalde woonkernen minder leefbaar worden en daardoor minder interessant worden voor inwoners om er zich te vestigen. Ook zal deze evolutie een verhoogde druk leggen op de mobiliteit binnen de gemeente.

5.1.1.4.1 Koopbinding en koopvlucht dagelijkse goederen

De gemeente telt totaal 5 supermarkten, 3 in Veerle, 1 in Klein-Vorst en 1 buurtsuper in Eindhout. Dit wil zeggen dat we ongeveer een 3 200 inwoners hebben per supermarkt, het Belgische gemiddelde ligt op 3 205. Dus ondanks dat het aanbod dagelijkse goederen vrij laag is, beschikt Laakdal over voldoende supermarkten om zijn inwoners te bevoorraden.

Ondanks het ruime supermarktaanbod binnen de gemeente besteden de inwoners van Laakdal slechts **33%** van hun budget voor deze categorie **binnen** de gemeente, **67%** van hun budget besteden ze **buiten** de gemeente. Ze doen dit vooral in Tessenderlo, Herselt, Scherpenheuvel-Zichem.

Het hoge percentage van koopvlucht is vooral te verklaren door het aanbod dat zich buiten de gemeentegrenzen bevindt binnen een beperkte verplaatsingstijd. Consumenten willen zich verder verplaatsen voor een groter en aantrekkelijker aanbod. Dit consumentengedrag in combinatie met de lage bevolkingsdichtheid en de hoge dagelijkse pendelbewegingen (tewerkstelling) buiten de gemeente zorgt voor een vrij hoge koopvlucht binnen de gemeente Laakdal.

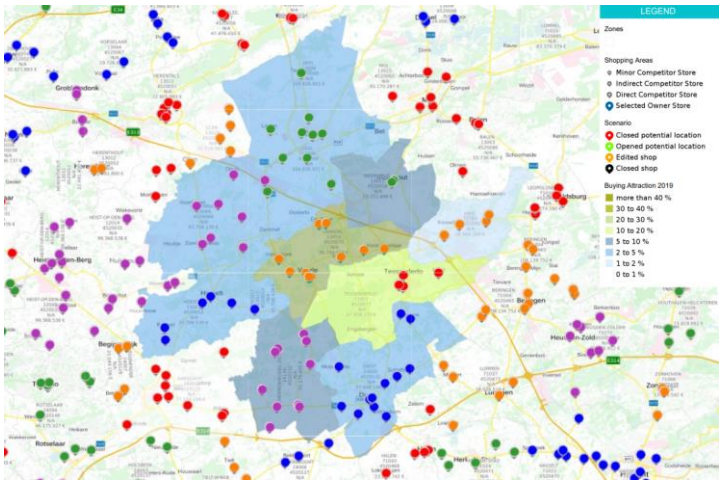


FIGUUR 15: Laakdal Bron: Google – opmaak Detailhandelscoach

5.1.1.4.2 Koopattractie dagelijkse goederen

Onderstaande kaart geeft de koopattractie en –binding weer voor dagelijkse goederen voor de gemeente Laakdal. De percentages (groen en blauwe vlakken) op de kaart geven aan welk aandeel van de totale besteding in Laakdal uit welke gemeente afkomstig is.

Tussen de 30-40% van de consumenten komt uit de eigen gemeente, 10-20% uit Tessenderlo, 5-10% komt uit Meerhout en Scherpenheuvel-Zichem. We kunnen stellen dat het aanbod in Laakdal een lichte bovenlokale aantrekkingskracht heeft op inwoners uit het grensgebied van de gemeente en dit vooral op de as rond de invalswegen naar tewerkstelling.



FIGUUR 16: Laakdal Bron: RetailSonar: Koopattractie dagelijkse goederen

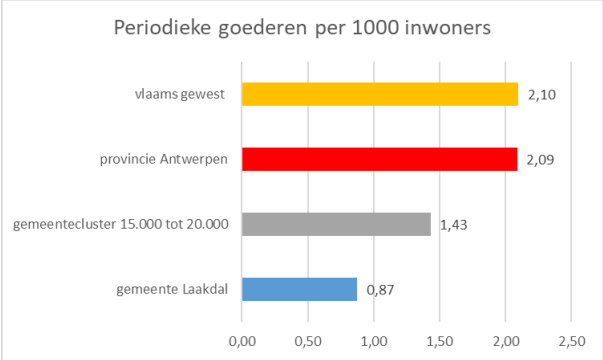
Men kan er tevens van uitgaan dat het aanbod binnen Laakdal een zekere verkeerstoename zal genereren, met name in Veerle, waar het aanbod geconcentreerd is op de N127 (richting Geel)

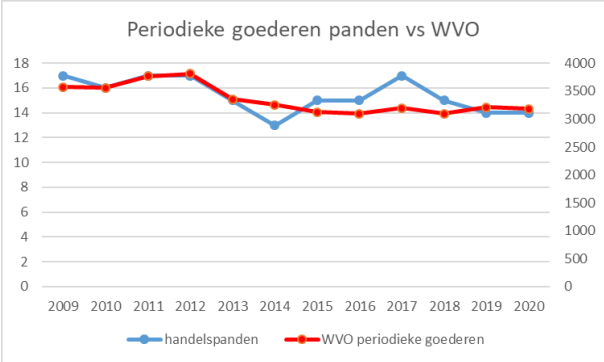
5.1.1.4.3 Conclusie

Het aanbod dagelijkse goederen binnen Laakdal heeft zich de laatste jaren getransformeerd. Er is heel wat kleinschalig aanbod verdwenen en aan de andere kant is het aanbod grootschalige verkooppunten toegenomen. Met 5 supermarkten op het grondgebied is het aanbod ten opzichte van de vraag zeker beantwoord. Anderzijds, door de versnipperde inwonersconcentraties over de verschillende deelkernen hebben niet alle inwoners directe toegang tot dit aanbod. Vooral binnen de deelkern Groot-Vorst is er vandaag nog amper aanbod binnen deze categorie. Dit tekort aan aanbod zorgt ervoor dat de leefbaarheid en mobiliteit van de inwoners van deze deelkern problematisch kan worden. Naast Vorst is er binnen de gemeente ook een aanzienlijke hoeveelheid verspreide, landelijke bewoning. Ook deze inwoners zijn vooral aangewezen op de auto om toegang te vinden tot het aanbod.

Het is dan ook als gemeente erg belangrijk om met deze evolutie van dit aanbod rekening te houden. Bijvoorbeeld bij het bepalen waar men woongebieden wil uitbreiden. Bovendien bij het vergunnen van nieuwe vestigingen binnen deze productgroep.

5.1.1.5 *Periodieke goederen*





FIGUUR 17: Laakdal Bron: Provincie in cijfers

Het aanbod periodieke goederen per 1000 inwoners ligt in Laakdal veel lager dan het gemiddelde van het Vlaamse Gewest, provincie en vergelijkbare gemeentes.

Het aantal panden is de afgelopen 10 jaar met **18%** afgenomen terwijl de totale WVO met **11%** is gedaald.

Het aantal winkels binnen deze productgroep is nooit hoog geweest binnen de gemeente. Men telt vandaag slechts **14 winkelpanden** binnen deze categorie.

84% van de totale WVO is ingenomen door 3 winkels. The Fashion Store (1500m²), Bristol (600m²), Kleske (500m²). Ondanks dat het hier om een klein aantal handelspanden gaat, wordt deze categorie vooral bepaald door grootschalige spelers.

Binnen deze categorie is er een algemene tendens waar te nemen van schaalvergroting. Consumenten zijn opzoek naar een ruim aanbod voor de juiste prijs. De markt wordt vooral ingenomen door ketens die makkelijker op deze behoefte kunnen inspelen en laten daardoor minder ruimte voor kleinere aanbieders. Daarnaast is de stijgende concurrentie met online binnen deze productgroep een extra belangrijk gegeven.

5.1.1.5.1 Koopbinding en koopvlucht periodieke goederen

De verplaatsingsbereidheid van de consument is binnen deze categorie veel groter dat voor dagelijkse goederen. De consument wil zich makkelijk 20 tot 30 min. met de wagen verplaatsen voor een groter en aantrekkelijker aanbod. Bovendien is men hier op zoek naar extra beleving tijdens deze aankopen. Steden en winkelcentra hebben dan ook een extra hoge bovenlokale aantrekkingskracht.

De inwoners van Laakdal besteden slechts **6%** van hun budget voor deze categorie **binnen** de gemeente, **94%** van hun budget besteden ze **buiten** de gemeente. Ze doen dit vooral in Tessenderlo, Geel, Diest, Herselt, Westerlo en Hasselt.

Het hoge percentage van koopvlucht is vooral te verklaren door het aanbod dat zich buiten de gemeentegrenzen bevindt binnen een verplaatsingstijd van 15 tot 30 min.

Dit aanbod bestaat uit kleinere winkelcentra zoals Geel, Tessenderlo en Diest, maar ook bestemmingen met een aanzienlijk groter aanbod zoals Hasselt en het Shopping Center Wijnegem liggen binnen de 30 min rijden.

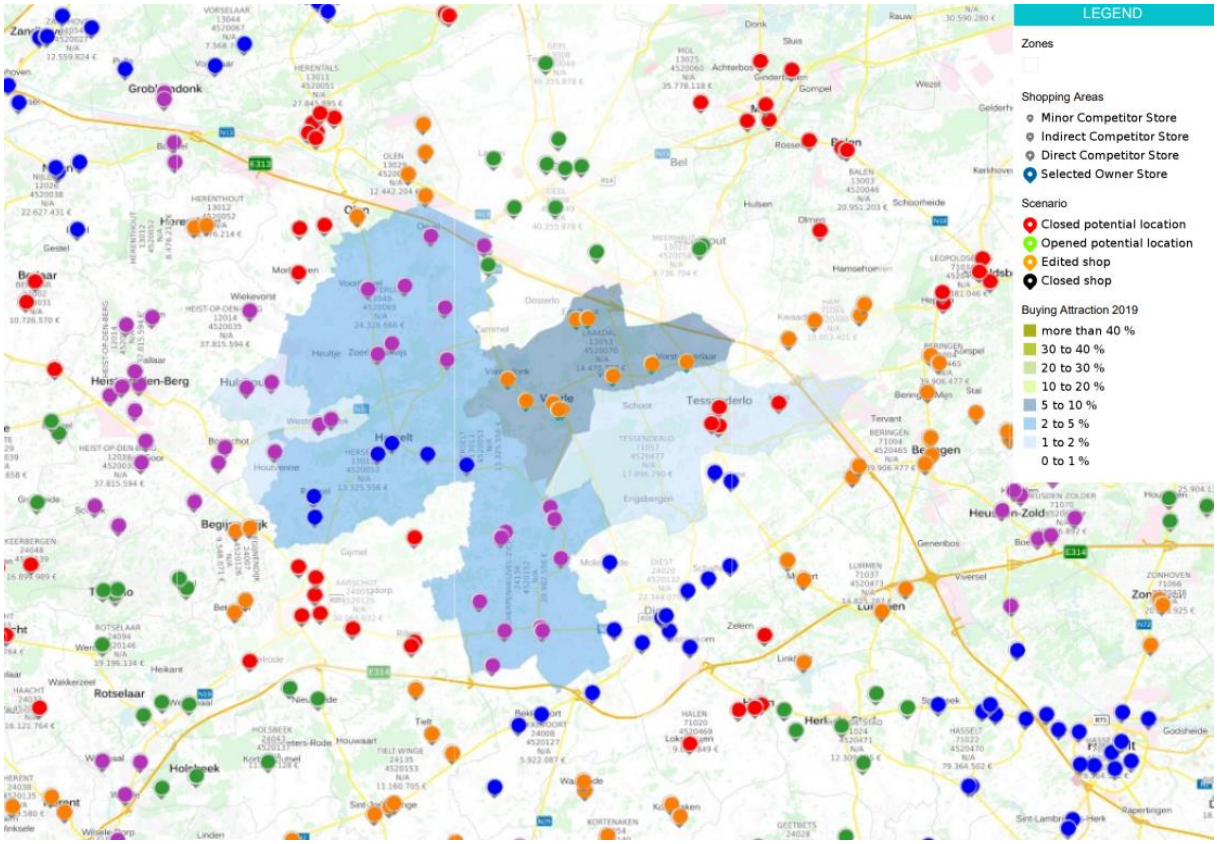
Naast deze centra is er tevens een sterk grootschalig perifeer aanbod aanwezig dat makkelijk bereikbaar is vanuit Laakdal. Deze perifere winkelconcentraties hebben als troef dat ze snel bereikbaar zijn en gratis parkeren aanbieden. Daarnaast verhogen ze hun aantrekkingskracht door zich te clusteren.

FIGUUR 18: Laakdal Bron: Google – opmaak Detailhandelscoach

5.1.1.5.2 Koopattractie periodieke goederen

Onderstaande kaart geeft de koopattractie en –binding weer voor periodieke goederen voor de gemeente Laakdal. De percentages op de kaart geven aan welk aandeel van de totale besteding in Laakdal uit welke gemeente afkomstig is.

Tussen de 5-10% van de consumenten komt uit de eigen gemeente, 2-5% uit Westerlo, Herselt en Scherpenheuvel-Zichem, 1-2% komt uit Tessenderlo. We kunnen stellen dat het aanbod in Laakdal een zeer lage aantrekkingskracht heeft zowel op zijn eigen inwoners als op zijn omliggende gemeentes.



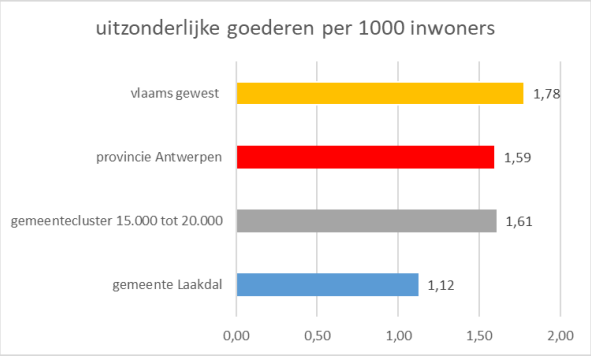
FIGUUR 19: Laakdal Bron: RetailSonar: Koopattractie periodieke goederen

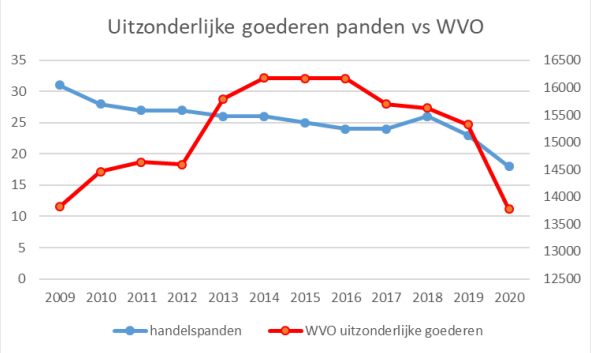
5.1.1.5.3 Conclusie

Het aanbod periodieke goederen is nooit heel groot geweest in Laakdal en is de afgelopen jaren niet veel veranderd. Een aantal grootschalige winkels bepalen het aanbod binnen de gemeente. Naast deze 3 grote winkels hebben een aantal kleinschalige winkels hun plaats binnen de gemeente. Deze kleinere winkels overleven door hun persoonlijke aanpak en maken door middel van hun assortiment en service het verschil met de grote aanbieders in de grotere omgeving.

Het uitbreiden van het aanbod zal zeer moeilijk zijn. Het koesteren en stimuleren daarentegen van de bestaande handelaars of potentieel toekomstige overnemers zal zeer belangrijk zijn om dit minimale aanbod in de toekomst te kunnen bewaren. Deze lokale winkels hebben een sociale en maatschappelijke relevantie en brengen de inwoners terug naar de kern en dichter bij elkaar. Verwevenheid van een aanbod periodieke goederen met andere productgroepen en functies zoals horeca, diensten en vrije beroepen kan een kern tot leven brengen.

5.1.1.6 *Uitzonderlijke goederen*





FIGUUR 20: Laakdal Bron: Provincie in cijfers

Het aanbod periodieke goederen per 1000 inwoners ligt in Laakdal iets lager dan het gemiddelde van het Vlaamse Gewest, provincie en vergelijkbare gemeentes.

Het aantal panden is de afgelopen 10 jaar met **42%** afgenomen. De totale WVO is slechts met **5%** gedaald.

10 jaar geleden telde deze productgroep 31 winkels, vandaag zijn er nog slechts **18 winkelpanden** binnen deze categorie.

83% van de totale WVO is ingenomen door 3 winkels. Bloemenland (5 000 m²), Peeters-Van Leeuw (3 500 m²), Van Vreckom (3 000 m²). Ondanks dat het hier om een klein aantal handelspanden gaat, wordt deze categorie vooral bepaald door grootschalige spelers.

5.1.1.6.1 Koopbinding en koopvlucht uitzonderlijke goederen

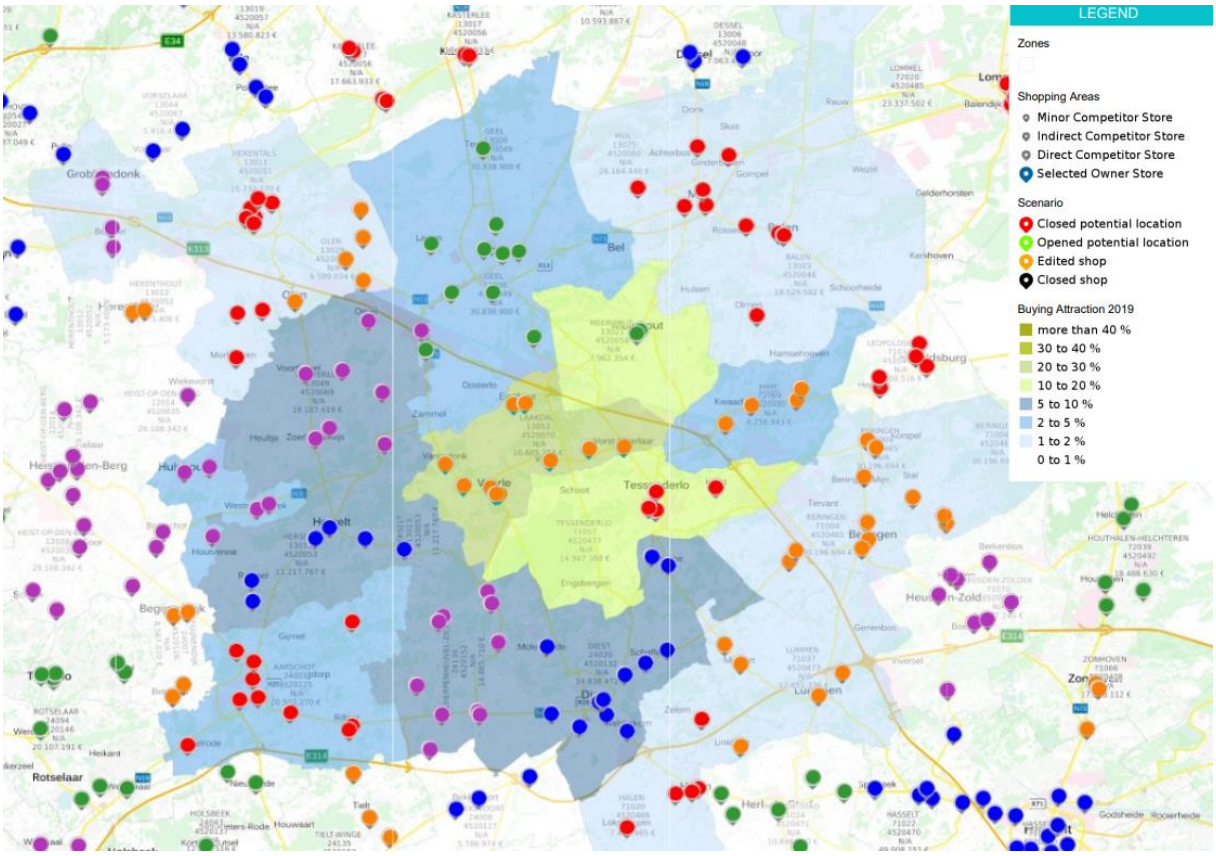
De verplaatsingsbereidheid van de consument is binnen deze categorie zeer groot. Het gaat hier vaak om een geplande aankoop met een groter budget. De consument wil zich dan ook verder verplaatsen voor deze aankoop. Tevens is er binnen deze categorie voor bepaalde producten zoals bruin- en witgoed, multimedia een groot online aanbod beschikbaar. Consumenten kunnen gemakkelijk de prijzen vergelijken en voor de goedkoopste aanbieder gaan. Daarnaast is thuislevering een grote troef voor volumineuze producten.

De inwoners van Laakdal besteden **24%** van hun budget voor deze categorie **binnen** de gemeente, **76%** van hun budget besteden ze **buiten** de gemeente. Ze doen dit vooral in Tessenderlo, Westerlo, Geel, Herselt en Scherpenheuvel-Zichem.

5.1.1.6.2 Koopattractie uitzonderlijke goederen

Onderstaande kaart geeft de koopattractie en –binding weer van de categorie in en om de woning binnen de productgroep uitzonderlijke goederen voor de gemeente Laakdal. De percentages op de kaart geven aan welk aandeel van de totale besteding in Laakdal uit welke gemeente afkomstig is.

Tussen de 20-30% van de consumenten komt uit de eigen gemeente, 10-20% uit Tessenderlo en Meerhout, 5-10% komt uit Westerlo, Herselt, Diest en Scherpenheuvel-Zichem. We kunnen stellen dat het aanbod in Laakdal een hogere aantrekkingskracht heeft zowel op zijn eigen inwoners als op zijn omliggende gemeentes. Dit komt vooral door de aanwezigheid van Bloemenland en een aantal meubelzaken.



FIGUUR 21: Laakdal Bron: RetailSonar: Koopattractie periodieke goederen

5.1.1.6.3 Conclusie

Deze categorie van producten heeft een bovenlokale aantrekkingskracht. Dit biedt mogelijkheden voor lokale handelaren om in te spelen op deze consumentenstroom.

Aangezien deze productgroep vaak grote oppervlaktes nodig heeft, zijn deze winkels eerder buiten de kern gelegen of op invalswegen van en naar de gemeente. Hierdoor heeft dit aanbod geen of weinig positieve invloed op de lokale handelaren.

Vaak heeft deze categorie naast hun showroom ook een atelier nodig, waardoor handelszaken vaak terecht komen binnen KMO-zones. Grondgebonden producten zoals bloemen en planten vinden dan weer hun plaats binnen het agrarische gebied.

Het is als gemeente belangrijk om toe te zien dat deze handelaren op de juiste plaats zitten en hun locatie niet in strijd is met het IHB. Het is dan ook van belang om als bestuur na te denken over de invulling van KMO-zones en het behouden van de open ruimte.

SWOT-Analyse

Een SWOT-analyse (of ook sterkten/zwakten-onderzoek) helpt ons om een beter beeld te krijgen van de detailhandelssituatie in de gemeente Laakdal. De SWOT geeft aanleiding tot aanbevelingen en prioriteitstellingen naar het beleid en vormt daarmee de overgang van het analyserapport naar de opmaak van de visie en strategie met het daaraan verbonden actieplan.

In de onderstaande SWOT-resultaten worden elementen samengebracht die naar voor kwamen uit de twee georganiseerde SWOT-workshops.

Deelnemers workshop 1: Leden van de stuurgroep, aangevuld met de burgemeester Tine Gielis en leden van de adviesraad lokale economie: Tonny Luyten, Paul Vandoninck en Guy Van Haelst

Deelnemers workshop 2: Leden van de stuurgroep, handelaren Tonny Luyten, Paul Vandoninck, Guy Van Haelst, Mike Stark, Bart Baumans, Danny Verbruggen, Jos Michiels, Kris Goos, Stef Engelen, Arlette Rens, François Bernaerts, Yves Vandeweyer, Cyriel Peeters.

We maken een SWOT-analyse in overeenstemming met de werkwijze aangegeven in de leidraad voor het Strategisch Commercieel Plan.

Sterkten

5.1.1.7 *Op welke manier onderscheidt de gemeente zich van andere, vooral met het oog op de sterkte van de gemeente?*

- Grootste inwoners groep 25-49 jaar, jonge gezinnen
- Ligging t.o.v. tewerkstelling
- Lage werkloosheid
- Faciliteiten aanbod, scholen, sport, verenigingen
- Goed bereikbaar
- Centraal gelegen tussen Geel, Diest en Tessenderlo
- Tussenkomst openbaar vervoer voor scholieren
- Betaalbaar wonen
- Kernversterkende woonontwikkeling
- Behoud van groen en landelijke karakter

5.1.1.8 *Wat maakt de gemeente vandaag aantrekkelijk om er te winkelen en/of handel te drijven?*

- Persoonlijke service, herkenbaarheid van de lokale handelaar
- Auto bereikbaarheid
- Gratis parkeren
- Cadeaubon Laakdal
- Communicatie bestuur naar handelaren loopt goed (vb. openbare werken)
- Actieve handelaarsvereniging
- Gemeentebestuur heeft een positieve houding naar handelaren

Zwakten

5.1.1.9 *Welke zijn de zwakke kanten van/voor de gemeente waar er nog heel wat verbeteringsmogelijkheden zijn?*

- Lage bevolkingsdichtheid, 4 dorpskernen (5 indien men Varendonk meetelt)
- Vergrijzing
- Gemiddeld inkomen/ minder hoog opleidingsniveau
- Minder tewerkstelling binnen de gemeente zelf
- Niet voldoende ruimte voor de zwakke weggebruiker, fietspad, voetpad
- Doorgaand verkeer in Veerle en Klein-Vorst
- Inwoners zijn te veel aangewezen op de auto als eerste vervoersmiddel
- Beperkt openbaar vervoer netwerk
- Dorpsparking Veerle te klein
- Geen beleving van de kern
- Inwoners zijn niet fier genoeg op hun eigen gemeente en de Kempen

5.1.1.10 *Wat maakt de gemeente vandaag niet aantrekkelijk om er te komen winkelen en/of handel te drijven*

- Beperkt aanbod
- Aanbod is versnipperd over de verschillende kernen en het grondgebied
- Moeilijk parkeren bij handelszaken Klein-Vorst
- Er wordt te veel bij de ondernemers aangeklopt voor financiële participatie
- Te weinig feedback over stand van zaken lopende projecten of dossiers
- 3 middenstandsverenigingen, communicatie onderling loopt moeizaam, informatie stroomt niet door naar handelaren.

Kansen

5.1.1.11 *Welke zijn de kansen en/of opportuniteiten waarmee de gemeente geconfronteerd wordt die aangegrepen kunnen worden om verbetering te realiseren?*

- Nieuwe inwoners
- Aanwezigheid van landbouw, korte keten
- Het gebruik van andere vervoersmodi promoten
- Vertragen in de kern, door infrastructuur aanpassingen
- Meer beleving van de kern
- Fietstoerisme, Merode, streekproducten
- De gemeentelijke troeven meer uitspelen

5.1.1.12 *Waar liggen de opportuniteiten voor de ontwikkeling van de detailhandel binnen de gemeente*

- De veranderende consument, meer flexibel ondernemen
- Ombuigen van koopgewoonte naar lokaal
- Gemeente geeft het voorbeeld in lokaal aankopen
- Ondernemers en Bestuur die hun krachten bundelen
- Sterk overleg en samenwerken van handelaren onderling
- Concentreren van handelaren, diensten, horeca zodat ze elkaar versterken
- Positieve benadering, wat kan WEL in plaats van wat kan NIET
- Faciliteiten en beleving creëren die de detailhandel ondersteunen

Bedreiging

5.1.1.13 *Welke elementen ziet u die de werking van de gemeente in gedrang (kunnen) brengen of zelfs onmogelijk maken?*

- Te hoge verwachtingen van de stakeholders
- Een te hoog onder de kerktoren gevoel
- Nieuwe inwoners niet betrokken, slaapgemeente
- Subsidiekanalen werken vertragend
- Verdere verschraling van het openbaar vervoersnetwerk
- Nog meer auto’s, meer pendelverkeer, hogere druk op de doorgangswegen
- Middelen om de ambitie waar te maken

5.1.1.14 *Welke evoluties kunnen de ontwikkeling van de detailhandel binnen de gemeente in de weg staan*

- Complexe regelgeving
- Het verder uitbreiden van de lintbebouwing i.p.v. kernversterking
- Verdere belastingverhoging, milieutaks
- Vergrijzing inwoners
- Vergrijzing handelaren en een gebrek aan opvolging
- Geen nieuwe jonge ondernemers
- Evolutie detailhandel in aanpalende gemeenten
- Onbereikbaarheid handelszaken bij openbare werken, heraanleg dorpskernen

Conclusies uit de SWOT-analyse

Bij het samenvatten van de resultaten van de SWOT en de voorafgaande analyse kunnen we 4 duidelijke onderwerpen bepalen. Deze 4 punten zullen de basis zijn voor het opstellen van het ambitieniveau en de visie.

5.1.1.15 *Lokaal engagement*

- Een lokaal en bereikbaar aanbod behouden en/of versterken, met als doel leefbare kernen
- Starters moeten duurzaam zijn
- Inburgering nieuwe inwoners
- Trots op Laakdal
- Bekendheid van het lokaal aanbod versterken bij bestaande en nieuwe inwoners
- Het betrekken van lokale handelaren bij het uitwerken en opzetten van evenementen
- Promoten van de cadeaubon, offline en online versterken

5.1.1.16 *Communicatie en verbinden*

- Communicatie van gemeente naar handelaren behouden en versterken
- Gemeente is facilitator in de communicatie tussen handelaren
- Participatie lokale handelaren in beleidskeuzes
- Samenwerken van de verschillende kleine kernen met behoud van hun identiteit
- Positief meedenken
- Digitale zichtbaarheid van het handelsaanbod

5.1.1.17 *Mobiliteit verzekeren*

- Parkeerbeleid, gratis, nabijheid
- Bereikbaarheid van het aanbod en veiligheid voor alle weggebruikers (STOP principe)
- Promoten “stappen en trappen” voor korte verplaatsingen
- Dagelijks aanbod binnen de kern bewaren en stimuleren om de verplaatsing te beperken
- Garanderen en promoten van het openbaar vervoersnetwerk

5.1.1.18 *Ruimtelijke beleving van de kern*

- Kernen en dorpen ruimtelijk beleven
- Vertragen in de kern
- Verweven van verschillende functies binnen de kern
- Detailhandel bewaren en/of versterken binnen de kern
- Vermijden van uitbreiden van de detailhandel buiten de kern
- Parkeren in nabijheid van handel
- Groene en landelijke karakter behouden

6. Het formuleren van een beleid voor Laakdal

De visie verwoordt de richting die het beleid op lange termijn uit wil met haar detailhandel en het ambitieniveau die het hierbij wenst te hanteren. De kern van een "Strategisch commercieel plan" is precies het strategisch karakter dat rekening houdt met het reeds gevoerde beleid en dat uitgaat van een lange termijnvisie.
Het te formuleren beleid kadert bovendien binnen de doelstellingen van het Vlaams integraal handelsvestigingenbeleid, in termen van:

- het creëren van een aanbod dat ruimtelijk duurzaam wordt ontwikkeld
- het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten
- het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijk milieu
- het bewerkstelligen van een duurzame mobiliteit

Het lokaal detailhandelsbeleid vertaalt zich verder in strategische en operationele doelstellingen. Het zal ook de basis vormen voor de inzet van middelen en instrumenten op lange termijn in functie van de vooropgestelde doelstellingen.

Ambitie, visie en doelstellingen

Het is van belang een ambitieniveau voorop te stellen dat tegelijkertijd haalbaar en politiek wenselijk is en waarvoor dus voldoende draagvlak kan gevonden worden. Dat draagvlak moet zowel op politiek niveau, uitvoerend niveau als op niveau van de handelaars aanwezig zijn. De haalbaarheid van de gestelde ambitie wordt bepaald door de intrinsieke kenmerken van de gemeente en haar detailhandel, die samengevat zijn in de SWOT. Dit ambitieniveau is tevens sterk afhankelijk van tijd en middelen en dus ook van politieke keuzes.

De visie die de gemeente op haar detailhandel formuleert, heeft betrekking op de rol van het detailhandelsapparaat voor bewoners en bezoekers (consumenten) en de positie die de gemeente hierin bekleedt (wenst te bekleden) ten opzichte van andere gemeenten en winkelgebieden. Dit staat in relatie met de identiteit en profilering van het detailhandelsapparaat van de gemeente en bijgevolg de invloedssfeer en verzorgingsgebied.

Een goede visie is een visie die op maat is van de gemeente en rekening houdt met haar potenties en beperkingen.

Door middel van doelstellingen wordt de visie vertaald naar de praktijk. De doelstellingen zorgen er eveneens voor dat acties en maatregelen heel concreet opgevolgd kunnen worden. Hierbij wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen strategische en operationele doelstellingen.
Strategische doelstellingen hebben een grotere impact op het functioneren van de detailhandel, maar zijn doorgaans slechts op langere termijn te realiseren. De operationele doelstellingen zijn doelstellingen die op kortere termijn kunnen gerealiseerd worden en zijn meestal direct gelinkt aan concrete acties.

4 Sterke ambities voor Laakdal

6.1.1.1 *Ambitie 1: Lokaal engagement*

6.1.1.1.1 Ambitie/ Visie

"De gemeente wenst een lokaal toegankelijk aanbod te bewaren en/of te versterken, bovendien dit lokaal aanbod te promoten bij de inwoners van de gemeente om op die manier de loyaliteit en verbondenheid met de gemeente te versterken"

- Het waarborgen van een lokaal toegankelijk aanbod in de verschillende kernen, een aanbod dat waar nodig duurzaam en innovatief wordt ontwikkeld. Met als doel de leefbaarheid van de kernen te behouden en/of te versterken.
- Promoten van het lokaal handelsapparaat zowel naar bestaande als nieuwe inwoners, om op die manier de loyaliteit en verbondenheid met de gemeente te versterken.

6.1.1.1.2 Doelstellingen

- Behouden en waar nodig uitbreiden van een basisaanbod in nabijheid van inwonersconcentraties
- Basisaanbod kern Groot-Vorst behouden en eventueel versterken
- Het begeleiden en ondersteunen van het bestaande handelsapparaat
- Het begeleiden, ondersteunen en stimuleren van starters
- Meer lokale bekendheid van het lokaal aanbod
- Meer betrokkenheid creëren bij bestaande, nieuwe en jonge inwoners
- Meer betrokkenheid creëren bij handelaren

6.1.1.2 *Ambitie 2: Communicatie en verbinden*

6.1.1.2.1 Ambitie/ Visie

"De gemeente wenst een ondersteunende en informerende rol op te nemen met als doel het versterken van het detailhandelsapparaat vandaag en in de toekomst. Tevens wil de gemeente daarmee een draagvlak creëren voor een transparant en participatief beleid "

- De gemeente wenst het handelsapparaat informatief en proactief te ondersteunen vandaag en naar de toekomst.
- De gemeente wenst een actieve verbindende rol op te nemen tussen de verschillende handelaarskernen/ handelsverenigingen. Maar dit steeds rekening houdend met de eigen identiteit van iedere handelskern.
- De gemeente denkt positief mee rond bestaande of toekomstige problematieken/evoluties.
- De gemeente wenst ook bovenlokaal het overleg aan te gaan met de buurgemeentes in het kader van behoud en versterken van de lokale detailhandel.

6.1.1.2.2 Doelstellingen

- De gemeente wil handelaren duidelijk en proactief informeren
- De gemeente bouwt een sterk communicatienetwerk en platform uit tussen handelaren, kernen (handelsverenigingen) en het bestuur
- De gemeente maakt werk van een hogere wederzijdse betrokkenheid van de lokale handelaren
- De gemeente wenst de ontwikkelingen in buurgemeenten op te volgen die schade zouden kunnen toebrengen aan het handelsapparaat binnen de eigen gemeente

6.1.1.3 *Ambitie 3: Mobiliteit verzekeren*

6.1.1.3.1 Ambitie/ Visie

"De gemeente wenst een beleid te voeren dat het behouden en/of ontwikkelen van een aanbod in de nabijheid van inwonersconcentraties aanmoedigt om op die manier de verplaatsing met de wagen te verminderen en het fietsen en stappen aan te moedigen"

- In samenwerking met de dienst Omgeving een kernversterkend detailhandel beleid voeren, waarin nabijheid en bereikbaarheid tot inwonersconcentraties prioriteit zijn.
- In samenwerking met de diensten Omgeving en Mobiliteit wordt gezocht naar optimale voorwaarden om in de winkelkernen te allen tijde de bereikbaarheid en veiligheid van voetgangers, fietsers en autogebruikers te garanderen.
- De gemeente wenst een parkeerbeleid te voeren dat de veiligheid, verblijfs- en beeldkwaliteit van bewoners en bezoekers garandeert, maar de gemeente wil tevens tegemoetkomen aan de noden van de gevestigde detailhandel.

6.1.1.3.2 Doelstellingen

- De gemeente wenst een duidelijk ruimtelijk kader te creëren voor detailhandel
- Optimaliseren van de verkeer- en parkeer-situatie in de verschillende dorpskernen
- Het aanbod zo veel mogelijk multimodaal en veilig bereikbaar maken op basis van het STOP-principe
- Meer inwoners motiveren om zich naar het aanbod te verplaatsen per fiets of te voet
- Garanderen van openbaar vervoer bij aanbod en inwonersconcentraties

6.1.1.4 *Ambitie 4: Ruimtelijke beleving van de kern*

6.1.1.4.1 Ambitie/ Visie

"De gemeente streeft naar het versterken van de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van zijn kernen en wenst zijn waardevol landelijke karakter te behouden"

- De gemeente streeft naar aantrekkelijke dorpskernen/ winkelgebieden door aandacht te besteden aan beeld- en verblijfskwaliteit van de omgeving.
- De gemeente voert een kernversterkend detailhandelsbeleid waarbij zoveel mogelijk functies in of bij de dorpskernen worden geconcentreerd/ verweven.
- Het locatiebeleid voor detailhandel is gericht op het tegengaan van verder versnippering bovendien het vermijden van winkellinten langs invalswegen en detailhandel op bedrijventerreinen.

6.1.1.4.2 Doelstellingen

- Beeldkwaliteit van de winkelkernen verbeteren
- Leegstand verminderen
- Herkenbaarheid van de kern verhogen
- Functies binnen de kern verweven voor het verhogen van de leefbaarheid en de bezoekfrequentie.
- Tegengaan van de versnippering van het aanbod

Actieplan als concrete uitwerking van de doelstellingen

De doelstellingen die geformuleerd zijn in een visie worden vertaald naar een actieplan waarin concrete acties en maatregelen opgenomen worden. Er zijn uiteenlopende acties denkbaar die de kwaliteit van een (kern)winkelgebied kunnen bevorderen.
In het onderstaande overzicht onderscheiden we drie typen van acties:

- Acties gericht op ruimtelijke aspecten en de structuur van het aanbod
- Acties gericht op het verbeteren van het inhoudelijke (winkel)aanbod
- Acties gericht op communicatie en promotie.

De acties zijn voorbeelden, waarvan bepaald zal worden welke acties prioritair zijn en concreet worden uitgewerkt.

Actieplan Voor Laakdal

6.1.1.5 *Actieplan voor Ambitie 1: Lokaal engagement*

Ruimte en structuur	• Gemeente koop/huurt pand voor basisaanbod • Gemeente koopt/huurt pand voor pop up ruimte starters
Inhoudelijk aanbod	• Starters/vestiging –premies • Starters/vestiging –premie hoger voor basisaanbod in de kern • Actief zoeken naar winkeliers: “start je zaak in Laakdal” • Subsidiëren en ondersteunen van innovatieve en/of lokale concepten

Communicatie en promotie	• Starters begeleiden met advies, opmaak businessplan
	• Welkom brochure voor nieuwe inwoners, informatie over het lokaal aanbod
	• Cadeaubon Laakdal
	  ○ Nieuwe inwoners cadeaubon schenken
	  ○ Promoten van de cadeaubon
	  ○ Update, digitaliseren van de cadeaubon
	• Opmaak van een jaarlijkse activiteiten kalender, rond verschillende thema’s samen met de handelaren vb. ”Laakdal leeft”
	• Activiteiten rond lokaal winkelen vb. “winkelhieren”

6.1.1.6 *Actieplan voor Ambitie 2: Communicatie en verbinden*

Ruimte en structuur	• Vergunningen nieuwe projecten afwegen t.o.v. de basisdoelstellingen IHB, gebruik afwegingsdocument • Gemeente gaat een bovenlokaal overleg aan met buurgemeentes i.v.m. toekomstige ontwikkelingen die een bedreiging kunnen zijn van de lokale detailhandel. Dit kan in samenwerking met de provincie als overkoepelend orgaan
Communicatie en promotie	• Verzekeren van een aanspreekpunt voor handelaren, ambtenaar lokale economie • Fysiek en digitaal loket lokale economie • Versterken van het forum Ondernemen • Opzetten van een participatief platform voor bevraging en delen van informatie • Organiseren van infosessies, workshops, netwerkevents voor bestaande en potentiële handelaren

6.1.1.7 *Actieplan voor Ambitie 3: Mobiliteit verzekeren*

Ruimte en structuur	• Parkeerbeleid en handhaving
	  ○ Kort parkeren in de kern
	  ○ Lang parkeren op aangeduide plaatsen
	• Kernen inrichten volgens het STOP principe, zodat bereikbaarheid en veiligheid van alle bezoekers kan worden gegarandeerd
	• Kernafbakening
	  ○ Stimulerende maatregelen binnen deze zone voor bestaande en nieuwe handelszaken
	  ○ Vb., Opcentiemen, subsidies bij vestigen of verhuis in en naar de kern

Inhoudelijk aanbod	• Tijdens openbare werken, de bereikbaarheid van de lokale handelaars zoveel mogelijk garanderen. ○ Langdurige tijdelijke verschuiving van consumenten kan blijvend klantenverlies veroorzaken
Communicatie en promotie	• Acties rond te voet en met de fiets boodschappen doen • Handelaren informeren over openbare werken • Handelaren betrekken/proactief informeren bij de opmaak van planning van openbare werken. Op die manier creëert men betrokkenheid en begrip bij het gemeentebestuur en handelaren.

6.1.1.8 *Actieplan voor Ambitie 4: Ruimtelijke beleving van de kern*

Ruimte en structuur	• Herinrichten kernen, Veerle en Klein-Vorst
	• Subsidies invulling van leegstand
	• Subsidies gevel/winkelpand renovatie
	• Subsidies samenvoegen kleine panden
	• Groenvoorziening
	• Netheid van het kernwinkelgebied
	  ○ Straat, afval
	  ○ Uitzicht leegstaande panden
	• Winkel arme en no-go zones identificeren
	  ○ Ontmoedigende maatregelen
	  ○ Versnippering/ verlinting van het aanbod tegengaan
	  ○ KMO is no-go zone
	• Converteren van leegstand naar andere invulling buiten het kernwinkelgebied

Inhoudelijk aanbod	• Steunmaatregelen rond verwevenheid ○ Diensten in de kern, wonen boven winkels • Gemeente koopt pand in de kern voor vb. groepspraktijk, logo, kine

Communicatie en promotie	• Visuele herkenbaarheid van de kern
	  ○ Straat overspanning
	  ○ Kerstverlichting
	  ○ Vlaggen
	  ○ Parkeer aanduiding
	• Communicatie evenementen
	  ○ Evenementen bord
	  ○ Uniforme communicatie van evenementen bij handelaren

7. Naar compacte en veelzijdige winkelkernen

Kader voor afbakening kernwinkelgebieden

Het Vlaams decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB)[4] biedt de steden en gemeenten een kader om de vestiging van kleinhandelszaken te beoordelen en te sturen, gesteund op vier basisdoelstellingen:

1. Het creëren van duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel, met inbegrip van het vermijden van ongewenste kleinhandelslinten;
2. Het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten;
3. Het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijk milieu, met inbegrip van het versterken van kernwinkelgebieden;
4. Het bewerkstelligen van een duurzame mobiliteit.

De elementen 'kernwinkelgebied' en 'winkelarm gebied' zoals gedefinieerd in het IHB zijn operationeel en kunnen door steden en gemeenten toegepast worden.

Voor de afbakening van een kernwinkelgebied creëerde het team detailhandel van de provincie Antwerpen een stappenplan waarbij een aantal criteria en randvoorwaarden worden afgetoetst waaruit een voorstel voor kernafbakening vloeit. De basis wordt gevormd door **objectieve parameters** die berekend worden en waar kritische grenswaarden voor gesteld worden.

De basisparameters voor de afbakening van kernwinkelgebieden zijn de **commerciële dichtheid** en de **winkeldichtheid**. De commerciële dichtheid wordt gedefinieerd als het aantal handelspanden, ongeacht hun invulling, op het totaal aantal panden. De winkeldichtheid telt dan weer uitsluitend de panden die tot de zuivere detailhandel behoren ten opzichte van het totaal aantal panden. Dit wil zeggen dat enkel de winkels geteld worden waar goederen verkocht worden aan de eindgebruiker. Diensten en horeca worden dus niet meegeteld.

Andere parameters zijn branchering, aanwezigheid van trekkers, afmetingen van het gebied, bereik en bereikbaarheid.

Waarom is ruimtelijk afbakenen van winkelgebieden belangrijk?

Op gemeentelijk vlak is de afbakening van kernwinkelgebieden de kapstok waaraan het detailhandelsbeleid opgehangen wordt. Het is een instrument voor kernversterkend beleid dat toelaat om een gedifferentieerde aanpak te gebruiken, onder andere voor het bestrijden van leegstand.

In zowat alle gemeenten en kleinere steden neemt het aantal winkels af. Dit is ook een fenomeen waar Laakdal mee te maken krijgt. Voor sommige artikelen is omwille van de concurrentie en dalende marges een groot omzetvolume noodzakelijk. Die voorwaarden zijn niet altijd voor handen in een eerder kleine gemeente. Het is echter belangrijk om een degelijk aanbod te behouden dat

[4] Staatsblad - 29 juli 2016

gemakkelijk bereikbaar is voor de inwoners. Compacte, maar goed gevulde winkelgebieden zijn **aantrekkelijk voor de klanten** maar ook voor de winkeliers die profiteren van elkaars aanwezigheid.

Om het detailhandelsbeleid focus te geven en de schaarse middelen optimaal in te zetten, wordt een kernwinkelgebied afgebakend. In de meeste gevallen is dit het centrale winkelgebied waar de inwoners van de gemeente voornamelijk hun boodschappen doen.

We zoeken met de afbakeningen naar een evenwicht in de detailhandelsstructuur van de gemeente en we trachten de leefbaarheid van de kern te garanderen, nu en in de toekomst.
Het beleid wordt niet beperkt tot een afgebakende kern maar tracht verder ook ontwikkelingen langs invalswegen op beleidsmatige wijze sturing te geven.

Afbakening betekent **niet** dat buiten de kernwinkelgebieden er geen winkels meer mogen zijn. Het vergunningenbeleid blijft verankerd in de Codex Ruimtelijke Ordening (VCRO). Kleinschalige initiatieven die ontstaan aan de keukentafel of in de garage kunnen nog steeds hun eerste stappen zetten vanuit de eigen woning binnen het woongebied op voorwaarde dat de handelsruimte kleiner blijft dan 100m^2 en ondergeschikt is aan de woonfunctie.
Bestaande handelszaken worden op geen enkele manier in hun voortbestaan bedreigd.

Met de afbakening van kernwinkelgebieden in de gemeente geeft het bestuur een signaal aan de ondernemers dat duidelijk maakt waar bijkomende winkels wenselijk zijn en het grootste economische potentieel hebben.

Het succes van handelskernen hangt niet alleen af van het winkelaanbod maar wordt ook beïnvloed door de beeldkwaliteit en de verweving met andere functies zoals scholen, gemeentelijke voorzieningen, wonen en knooppunten van het openbaar vervoer. Het geheel maakt als het ware alle delen sterker.

Compacte winkelkernen met een geconcentreerd aanbod zijn aantrekkelijke winkelkernen waar de consument binnen wandelafstand vindt wat hij nodig heeft.

Samengevat:

De afbakening van winkelgebieden:

- **biedt een gericht instrument voor het gemeentelijk detailhandelsbeleid**
- **biedt een duidelijk kader voor handelaars en bouwpromotoren**
- **laat een gedifferentieerde en effectief beleid toe, onder andere in de bestrijding van leegstand in de gemeente.**
- **creëert de basis voor een gepast ruimtelijke beleid waar functies een eigen plaats krijgen en elkaar aanvullen**

Sommige winkels hebben behoefte aan meer ruimte en passen daarom niet in de bestaande winkelkernen. Ook voor dit type detailhandel is het belangrijk om na te denken over een optimale inplanting waardoor de toegankelijkheid voor een grote groep inwoners gegarandeerd blijft, zonder het karakter van de gemeente aan te tasten. Uitbreiding van detailhandel langs de belangrijke invalswegen is niet overal wenselijk. Dit vraagt om een proactief beleid dat duidelijkheid biedt aan investeerders.

Afwegingskader voor kernafbakening

Voor de eigenlijke afbakening hanteren we een aantal criteria die als toets dienen voor de selectie van kernwinkelgebieden. Daarna volgt een verdere evaluatie aan de hand van randvoorwaarden die we vooropstellen om de afbakening succesvol te kunnen implementeren.

Het is belangrijk om een gebied af te bakenen dat op maat is van de inwoners en hen een kwalitatief voldoende aanbod levert.

Commerciële en winkeldichtheid

De belangrijkste objectieve parameters die we hanteren in dit proces zijn de commerciële dichtheid en de winkeldichtheid. Deze worden als volgt gedefinieerd:

7.1.1.1 *Commerciële dichtheid*

Hieronder verstaan we de verhouding tussen commerciële panden en het totaal aantal panden van een gebied. Hierin worden alle commerciële panden meegenomen exclusief de leegstand ongeacht of het om horeca, diensten of pure winkels gaat. Een commerciële dichtheid lager dan **50%** (vergelijking uit stedelijk gebied), voldoet niet meer aan de afbakeningsregels om een geselecteerd winkelgebied te zijn.

7.1.1.2 *Winkeldichtheid*

De winkeldichtheid houdt enkel rekening met de panden ingevuld door **zuivere detailhandel** inclusief leegstand waarbij goederen aan particuliere klanten verkocht worden, ongeacht de branche. Horeca en dienstverlening tellen niet mee. De verhouding winkelpanden ten opzichte van het totaal aantal panden moet hoger zijn dan **20%** (vergelijking uit stedelijk gebied)

Aanbod en bezoekmotieven

Daarnaast kijken we ook naar invulling van de winkels om een beeld te krijgen van het aanbod en de motieven van de bezoekers om naar dit gebied te komen.

7.1.1.3 *Aanwezigheid functionele mix*

We gaan na in welke mate diverse productcategorieën al dan niet in een winkelgebied vertegenwoordigd zijn. Dit criterium geeft een indicatie voor de diversiteit van de winkelmotieven voor het gebied.

7.1.1.4 *Aanwezigheid van trekkers*

Onder ‘trekkers’ worden handelszaken verstaan die een breed publiek aanspreken en een bijzondere aantrekkingskracht uitoefenen op shoppers.

7.1.1.5 *Aanwezigheid versterkend horeca-aanbod*

Recent onderzoek wijst uit dat voor kopers de beleving van het winkelen een toenemend belangrijke rol speelt. De mogelijkheid om even een rustpauze in te lassen of even bij te praten bij een drankje of een hapje kan het bezoek aan het winkelgebied een meerwaarde geven.

Inrichting en bereikbaarheid

Ook de inrichting en de bereikbaarheid van het gebied spelen een rol.

7.1.1.6 *Inrichting*

Bij de afbakening van het kernwinkelgebied trachten we een zo homogeen mogelijk straatbeeld te bekomen. Grote onderbrekingen door een aaneenschakeling van woonhuizen of zijstraten vormen een natuurlijke hindernis voor het winkelparcours van de bezoekers. Wanneer de te overbruggen afstand te groot wordt, haakt de bezoeker af. Ook de afstand tussen begin- en eindpunt spelen een rol. De gemiddelde shopper is immers niet bereid om te lange winkelstraten af te lopen voor zijn aankopen. Gemiddeld wenst de hedendaagse shopper zijn aankopen te kunnen doen binnen een straal van 400 à 500m. Deze maximale begrenzing wordt meegenomen in de afbakening van het kernwinkelgebied.

7.1.1.7 *Bereikbaarheid*

Bereikbaarheid van het gebied (volgens het STOP[5]-principe) en parkeergelegenheid voor auto en fiets

- bewegwijzering
- parkeermogelijkheden & laadpunten voor fiets en auto

Randvoorwaarden voor een succesvol kernwinkelgebied

Bij de afbakening van kernwinkelgebieden worden factoren aangehaald die het succes van een kernwinkelgebied beïnvloeden. Hieronder worden deze randvoorwaarden opgelijst.

Leegstandsbeleid

Leegstand in het kernwinkelgebied heeft een nadelig effect op de algemene perceptie en op de naastliggende winkels. Een consequent en gedifferentieerd leegstandsbeleid laat toe om specifiek maatregelen te voorzien voor de kernwinkelgebieden.

Het opleggen van een leegstandsheffing is een adequate maatregel in de strijd tegen leegstand. Een jaarlijks toenemende taks spoort eigenaars aan om hun pand sneller te activeren of tegen gunstiger voorwaarden in de markt te zetten.

Deelname aan activeringsacties biedt de eigenaar vrijstelling van leegstandstaksen.

Naast taksen kunnen, in overleg met de eigenaars, acties opgezet worden om leegstand te bestrijden. We denken hierbij dan aan tijdelijke winkels of bestickering van leegstaande etalages in het kernwinkelgebied.

Buiten de afgebakende winkelgebieden kan de gemeente de eigenaars aanmoedigen om langdurig leegstaande handelspanden een nieuwe bestemming te geven. Een invulling met diensten, vrije beroepen of wonen behoren tot de mogelijkheden.

[5] STOP: Stappen – Trappen – Openbaar vervoer – Parkeergelegenheid voor de auto

Deze beperkingen gelden enkel voor vergunningsplichtige functiewijzigingen. Nieuwe of bestaande handelszaken kunnen zich nog steeds vestigen in bestaande handelspanden. Zoals eerder aangehaald, kunnen kandidaat-winkeliers nog steeds een zaak beginnen in hun eigen woning zolang de woonfunctie belangrijker blijft dan de handelszaak.

Beeldkwaliteit en netheid

Het uitzicht van de straat en van de panden bepaalt de indruk die bezoekers hebben van winkelstraten. Dit vraagt inspanningen van zowel de gemeente als van de zaakvoerder/eigenaars. Het kernwinkelgebied kan een eigen identiteit ontwikkelen aan de hand van een herkenbare inrichting. Deze 'huisstijl' creëert samenhang tussen de winkels en kan gerealiseerd worden door een eigen signatuur in uithangborden, gebruik van kleuren en materialen en straatmeubilair.

Netheid is van groot belang en draagt bij tot het welbevinden van de klanten.

Mobiliteit

In verband met detailhandel wordt mobiliteit vaak gereduceerd tot parkeerbeleid. Parkeergelegenheid is van belang voor een uitgestrekte en landelijke gemeente, maar is nooit een doel op zich. Het is voornamelijk het aanbod en de gepercipieerde meerwaarde van het winkelgebied die de klanten trekken.

Mobiliteit omvat parkeergelegenheid, verkeersveiligheid en bereikbaarheid. Het beleid op dit vlak draagt bij tot de kwaliteit en waardering van het gebied.

Voldoende fietsvoorzieningen, veilige fietspaden en oversteekplaatsen dragen bij tot een grotere bereidheid om met de fiets boodschappen te doen. Meer parkeerplaatsen trekken enkel meer auto's aan zonder een echte oplossing voor de parkeerdruk te bieden.

Toegankelijkheid

Met toegankelijkheid van het winkelgebied wil men zeggen dat iedereen zich op een veilige en comfortabele manier moet kunnen verplaatsen binnen dat winkelgebied. Voetpaden bieden voldoende plaats en manoeuvreerruimte aan kinderwagens en rolstoelen. Idealiter beschikken voetgangers en fietsers over een van de auto's afgescheiden fiets- en voetpad waar beiden zich veilig en ongestoord kunnen verplaatsen.

8. Kernafbakening en ontwikkelingsperspectieven voor Laakdal

Kernafbakening Laakdal

Het afbakeningsproces gebeurde in verschillende stappen waarbij verschillende scenario's voor het centrum werden voorgesteld. Deze werden besproken met het de stuurgroep, het gemeentebestuur en worden teruggekoppeld naar de handelaars.

Binnen gemeente Laakdal kunnen we 4 winkelkernen identificeren in de 4 deelgemeenten.

- Groot Vorst: omgeving Smissestraat en Markt
- Klein Vorst: omgeving Meerlaarstraat en Geelsebaan
- Eindhout: Eindhoutdorp en een deel van de Meir
- Veerle: omgeving Veerledorp

De verschillende gebieden zijn volop in beweging door nieuwe ontwikkelingen waardoor het uitzicht van het dorp in verandering is.

Aan de hand van het stappenplan en de objectieve parameters werden verschillende opties uitgewerkt.

Groot Vorst

De kern Groot Vorst heeft de afgelopen jaren een hele transformatie doorgemaakt. In het nieuwe gemeentehuis werden verschillende functies ondergebracht die vroeger verspreid lagen. In de vrijgekomen ruimte werd een gemeenteplein aangelegd en omliggende parking voorzien.

Door deze verandering heeft het dorp een nieuwe en andere dynamiek gekregen en zijn de bezoekersstromen ingrijpend veranderd.

Het grootste aandeel aan leegstand bevindt zich over het geheel van de Smissestraat, wat voorheen de meer gangbare toegang was naar het centrum. Bezoekers komen nu via Houthoek en de Markt rechtstreeks naar het gemeentehuis.

Het aantal winkelpanden is de afgelopen jaren enkel afgenomen, het aanbod dagelijkse goederen is voor Groot Vorst bijna onbestaand. Dit betekent dat leefbaarheid binnen deze kern in de toekomst mogelijk onder druk komt te staan.

Het gemeentehuis met zijn gecombineerde functies geeft aanleiding tot een dagelijkse stroom van bezoekers en medewerkers. Het creëert daardoor een commercieel potentieel voor handelaren.

Het voorstel voor de kernafbakening voor Groot Vorst bestaat dan ook uit een compacte zone rond het nieuw gemeentehuis.

8.1.1.1 *Huidige situatie Groot Vorst*

FIGUUR 22: Bron Locatus- Groot Vorst

Het geheel aan detailhandel ligt vandaag verdeeld over de Smissestraat nr. 1-46 en de Markt nr. 1-29, in onderstaande tabel hebben we het geheel getoetst aan de verschillende meetbare parameters voor een winkelgebied.

Aantal panden	**20 panden**
Winkeldichtheid	**23%**
Commerciële dichtheid	**21%**
Percentage leegstand	**40%**
Lengte winkelgebied	**600 meter**

De totale lengte van het winkelgebied is 600 m. Deze afstand is voor de meeste mensen vlot te bewandelen. Zowel de commerciële dichtheid als de winkeldichtheid scoren zeer laag. Daarnaast is er een aanzienlijke leegstand binnen deze dorpskern. De leegstaande panden worden heel moeilijk weer ingevuld en zijn van structurele aard. De kans dat deze nog door starters of overnemers worden ingevuld is zeer klein.

Binnen het aanbod is er weinig aanbieders met dagelijkse goederen. Slechts 2 aanbieders (apotheek en krantenwinkel). Het grootste deel van de commerciële panden heeft een horeca invulling.

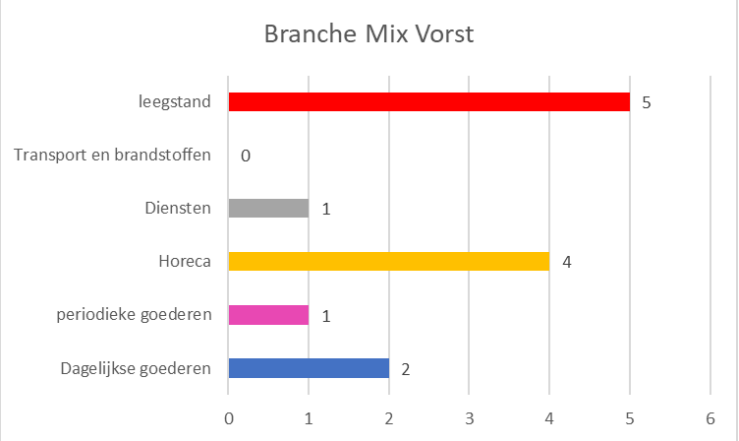
8.1.1.2 *Voorstel kernafbakening Groot Vorst*

FIGUUR 23: Bron Locatus- Groot Vorst

Samen met de stuurgroep is er gekozen voor een zo compact mogelijk kernwinkelgebied rondom de Markt en het nieuw gemeentehuis. Dit gebied bestaat uit Markt nr. 1-29, Smissestraat nr. 2-6 deze zone bevat de doorgaande weg naar Veerle en het nieuw aangelegd gemeenteplein.

Aantal panden	**12 panden**
Winkeldichtheid	**27%**
Commerciële dichtheid	**27%**
Percentage leegstand	**38%**
Lengte winkelgebied	**350 meter**

Het gaat hier om een heel beperkte zone, zowel de huidige situatie als de voorgestelde kernafbakening voldoen niet aan alle minimale parameters waar een kernafbakening moet aan voldoen. We halen niet de 50% commerciële dichtheid maar wel de 20% winkeldichtheid. Van een functionele mix of gevarieerd aanbod is geen sprake. Het aanbod zal door de inwoners van deze kern niet worden gezien als een winkelgebied.



FIGUUR 24: Bron Provincie in cijfers- Groot Vorst

8.1.1.3 *Conclusie Groot Vorst*

Zoals in de voorgaande analyse aangegeven staat, door gebrek aan detailhandel, de leefbaarheid en mobiliteit van de inwoners van Groot Vorst vandaag en in de toekomst mogelijks onder druk. De gemeente heeft toekomstige plannen om de huisvesting nog verder uit te breiden binnen dit deeldorp. Deze plannen bevatten zowel normale als sociale huisvesting.

Om de toekomstige aantrekkelijkheid en leefbaarheid te garanderen voor bestaande en toekomstige inwoners is het aangewezen om een stimulerend beleid te voeren zodat handelaren zich binnen dit deeldorp willen vestigen. Zichtbaarheid, nabijheid van het gemeentehuis, centrale ligging en multimodale bereikbaarheid zijn de sterke troeven die door de stuurgroep voor deze zone werden aangevoerd.

Aangezien de aangeduide zone niet voldoet aan de formele voorwaarden van kernafbakening zou men dit eerder kunnen aanduiden als een **stimuleringsgebied**.
Voor dit stimuleringsgebied kan men een aantal **prioriteiten** aanduiden voor het op te stellen actieplan.

- *Converteren van de handelszaken buiten het kerngebied naar wonen of andere invulling*
  - *Doel**: daling leegstand (Smissestraat)** en tegengaan van de verdere **versnippering** van het aanbod*
- *Behouden van het **bestaande aanbod** door het creëren van een gunstig klimaat voor handelaren, en vastgoed eigenaren*
- ***Verhogen van het aanbod** en commerciële panden binnen het stimuleringsgebied*
- *Aanvullen van de branche mix, met een focus op dagelijkse producten, periodieke producten en diensten.*
- ***Inzetten op verwevenheid** met andere voorzieningen zoals bijvoorbeeld vrijeberoepen, groepspraktijk dokters, kinesist, logopedist e.a.*
  - *Doel: Creëren van een hogere bezoekfrequentie*

Klein Vorst

Voor de kern van Klein Vorst staat er een hele transformatie gepland. Het bestuur heeft een project goedgekeurd die de zone rond de kerk en het kerkplein ingrijpend gaat transformeren. Op de vroegere site van de Witte school komt het project Capellebeemden. Het project bevat een nieuw plein, +/- 50 woonentiteiten, een aantal commerciële ruimtes en een ontmoetingszaal. Deze aanpassing zal de bestaande kern een ander uitzicht geven en een nieuwe dynamiek bezorgen.

FIGUUR 25: Google- Klein Vorst

FIGUUR 26: Bron Project map- Klein Vorst

Het aanbod binnen het deeldorp Klein Vorst is niet groot en bestaat vooral uit horeca en dagelijkse goederen. Klein Vorst heeft op dit moment een hoge leegstand, **29%** leegstand t.o.v. van alle handelspanden. Deze leegstand situeert zich vooral in de Meerlaarstraat. Hier zijn een groot aantal kleinere aanbieders van dagelijks aanbod verdwenen en de panden hebben geen nieuwe invulling of overnemer gekregen.

Met de komst van het project Capellebeemden is er dan ook nood aan een toekomstvisie voor Klein Vorst. Hoe moet dit dorp er gaan uitzien in de toekomst, waar moet het bestuur op inzetten om een aantrekkelijke en leefbare kern te creëren?

8.1.1.4 *Huidige situatie Klein Vorst*

FIGUUR 27: Bron Locatus- Klein Vorst

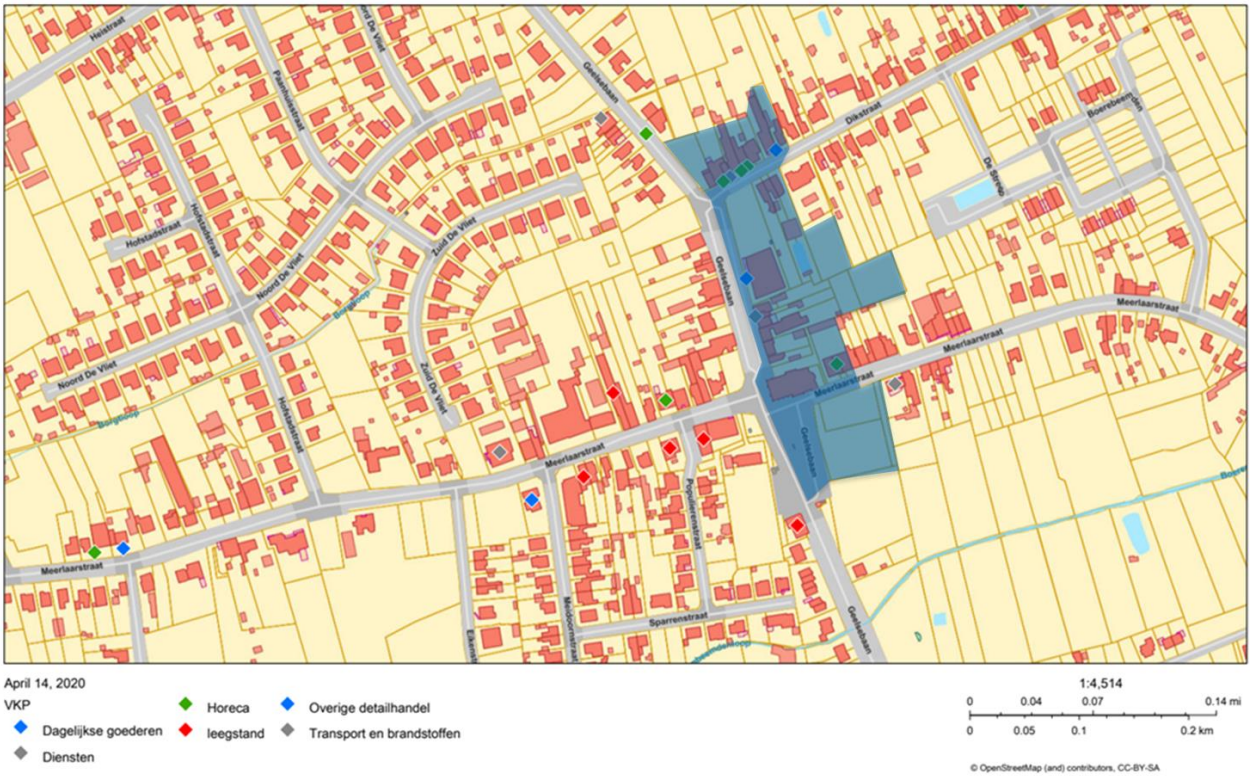
Het geheel aan detailhandel ligt vandaag verdeeld over de Meerlaarstraat nr. 87-124, de Geelsebaan 15-49 en de Dikstraat nr. 1-15, in onderstaande tabel hebben we het geheel getoetst aan de verschillende meetbare parameters voor een winkelgebied.

Aantal panden	**17 panden**
Winkeldichtheid	**6%**
Commerciële dichtheid	**24%**
Percentage leegstand	**29%**
Lengte winkelgebied	**670 meter**

De totale lengte van het winkelgebied is ongeveer 670 m is. Deze afstand is voor de meeste mensen vlot te bewandelen. Zowel de commerciële dichtheid als de winkeldichtheid scoren zeer laag. Daarnaast is er een aanzienlijke leegstand binnen deze dorpskern **29%** t.o.v. alle handelspanden. De leegstaande panden worden moeilijk weer ingevuld en de leegstand is van structurele aard. Het gaat vooral om panden waar voorheen aanbieders van dagelijks aanbod in gevestigd waren (slager, bakker, groentewinkel). De kans dat deze nog door starters of overnemers worden ingevuld is zeer klein.

35% van de commerciële panden heeft een horeca invulling. Daarnaast heeft Klein Vorst ook een supermarkt, bakker en een apotheek. Overige panden worden ingevuld met diensten uit de financiële sector en kappers. Men kan dus stellen dat alle basisvoorzieningen aanwezig zijn binnen deze kern.

8.1.1.5 *Voorstel kernafbakening Klein Vorst*



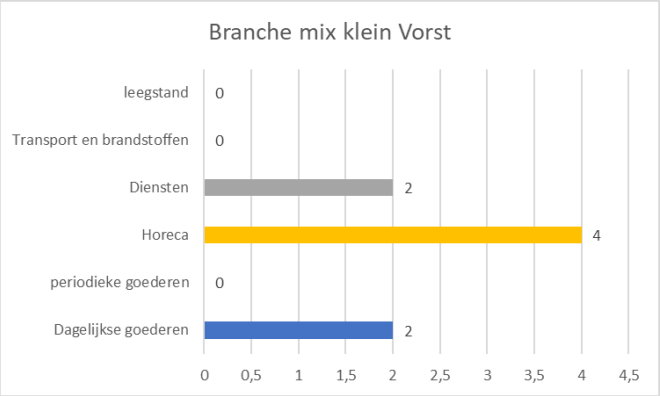
FIGUUR 28: Bron Locatus- Klein Vorst

Samen met de stuurgroep is er gekozen voor een ingrijpende wijziging in het aanduiden van het kernwinkelgebied. Het gebied aangeduid bestaat uit: Meerlaarstraat nr. 117-121, Geelsebaan nr. 18-30, Dikstraat nr. 1-15, Bovendien wordt de nieuwe ontwikkeling Capellebeemden opgenomen en een binnengebied tussen Meerlaarstraat en Dikstraat waar de gemeente een verbinding wil maken tussen de twee straten.

Aantal panden	**8 panden**
Winkeldichtheid	**9%**
Commerciële dichtheid	**36%**
Percentage leegstand	**0%**
Lengte winkelgebied	**450 meter**

In de Meerlaarstraat tegenover de kerk was er vroeger een concentratie aan handelszaken, waardoor deze straat als het dorpscentrum kon worden aanzien. Door verandering van de handelsactiviteiten, zoals de komst van de supermarkt en het uitbreiden van de bewoning aan de overkant van de Geelsebaan, heeft het zwaartepunt van de handelsactiviteit zich door de jaren heen verplaatst. Dit heeft tot gevolg dat het gedeelte van de Meerlaarstraat tegenover de kerk een minder interessante commerciële locatie is geworden.

Het gaat hier om een heel beperkte zone, zowel de huidige situatie als de voorgestelde kernafbakening voldoen niet aan alle minimale parameters waar een kernafbakening moet aan voldoen. We halen niet de 50% commerciële dichtheid noch de 20% winkeldichtheid.



Een functionele mix of gevarieerd aanbod is daarentegen wel aanwezig. Het aanbod zal door de inwoners van deze kern als een goed basisaanbod worden aanzien. Maar door zijn kleine omvang en het gebrek aan periodieke aanbieders zal dit niet als een echt winkelgebied ervaren worden.

FIGUUR 29: Bron Provincie in cijfers- Klein Vorst

8.1.1.6 *Conclusie Klein vorst*

Zoals voorgaande analyse binnen deze studie heeft aangetoond, heeft het aanbod binnen Klein Vorst door de jaren heen een transformatie ondergaan.

De verschillende kleine handelszaken met basisaanbod zijn vervangen door een grotere aanbieder. Dit is een niet te vermijden tendens die overal in Vlaanderen zichtbaar is en beantwoord aan de vraag van de consument. Door de komst van deze grotere aanbieder heeft het zwaartepunt zich binnen het dorp verplaatst naar de overkant van de Geelsebaan en heeft een deel van de Meerlaarstraat nog weinig commercieel draagvlak. De komst van de supermarkt heeft het reeds aanwezige aanbod in de Dikstraat versterkt. In de toekomst zal dit nog worden versterkt door de nieuwe ontwikkeling rond de kerk. We kunnen hier net zoals in Groot Vorst spreken van een duidelijke kernvernieuwing.

Aangezien de aangeduide zone niet voldoet aan de formele voorwaarden van kernafbakening zou men dit eerder kunnen aanduiden als een **stimuleringsgebied**.
Voor dit stimuleringsgebied kan men een aantal **prioriteiten** aanduiden voor het op te stellen actieplan.

- *Converteren van de handelszaken buiten het kerngebied naar wonen of andere invulling*
  - *Doel**: Daling leegstand (Meerlaarstraat**) en tegengaan van verdere **versnippering** van het aanbod*
- *Behouden van het **bestaande aanbod** door het creëren van een gunstig klimaat voor handelaren, en vastgoedeigenaren*
- ***Verhogen van het aanbod** en commerciële panden binnen het stimuleringsgebied*
- *Aanvullen van de branche mix, met een focus op periodieke producten, diensten en dagelijks aanbod.*
- *Inzetten op **verwevenheid** met andere voorzieningen zoals bijvoorbeeld vrijeberoepen, groepspraktijk dokters, kinesist, logopedie e.a.*
  - *Doel: Creëren van een hogere bezoekfrequentie*
- *Een veilige toegang en bereikbaarheid creëren tot het aanbod voor fietsers en voetgangers*

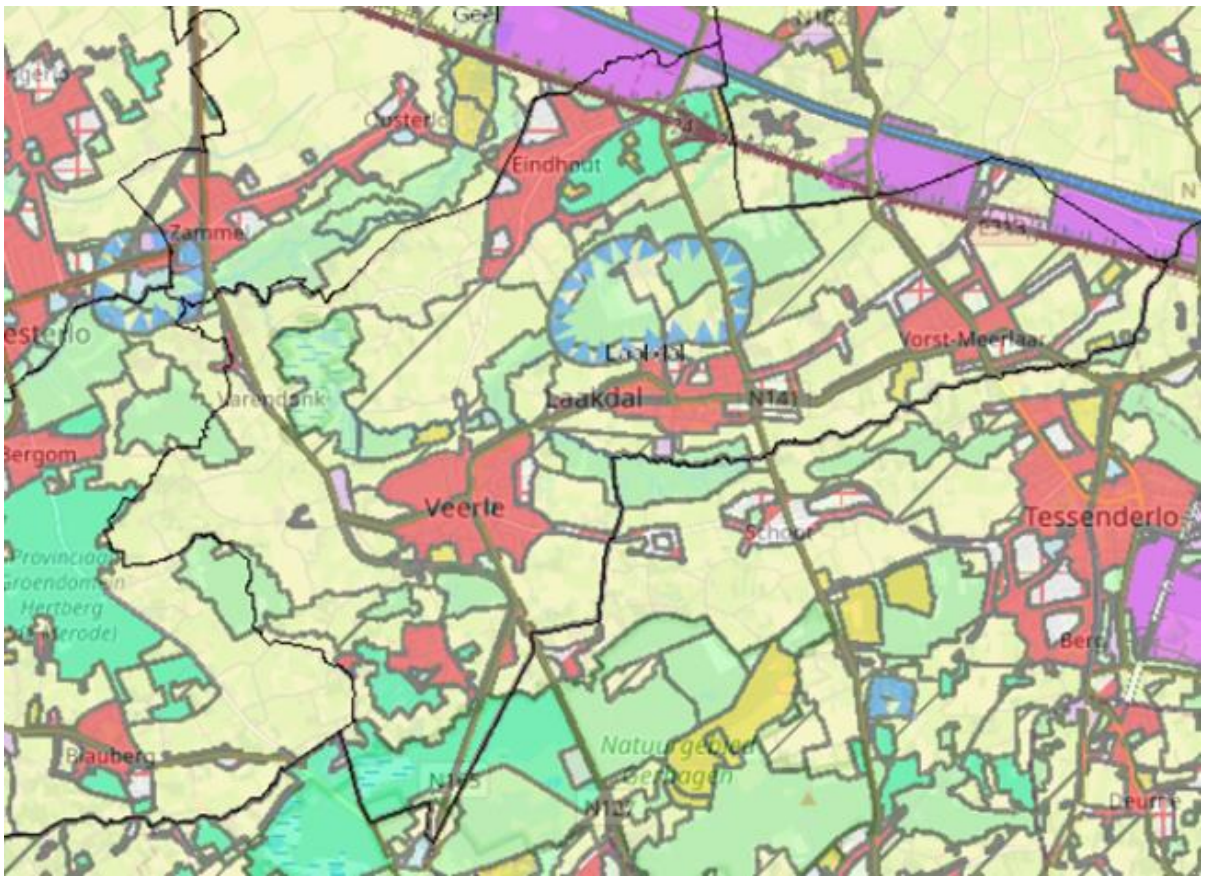
Eindhout

Het deeldorp Eindhout ligt aan de rand van de gemeente, rakend aan de snelweg en Kanaalzone heeft het een meer geïsoleerde ligging. Buiten de verbinding met de snelweg heeft het geen andere doorgaande functies naar grotere gemeentes of steden.

Dit maakt dat het een minder interessante commerciële ligging heeft, en dat het aanwezige aanbod grotendeels enkel door de inwoners van Eindhout zal bezocht worden.

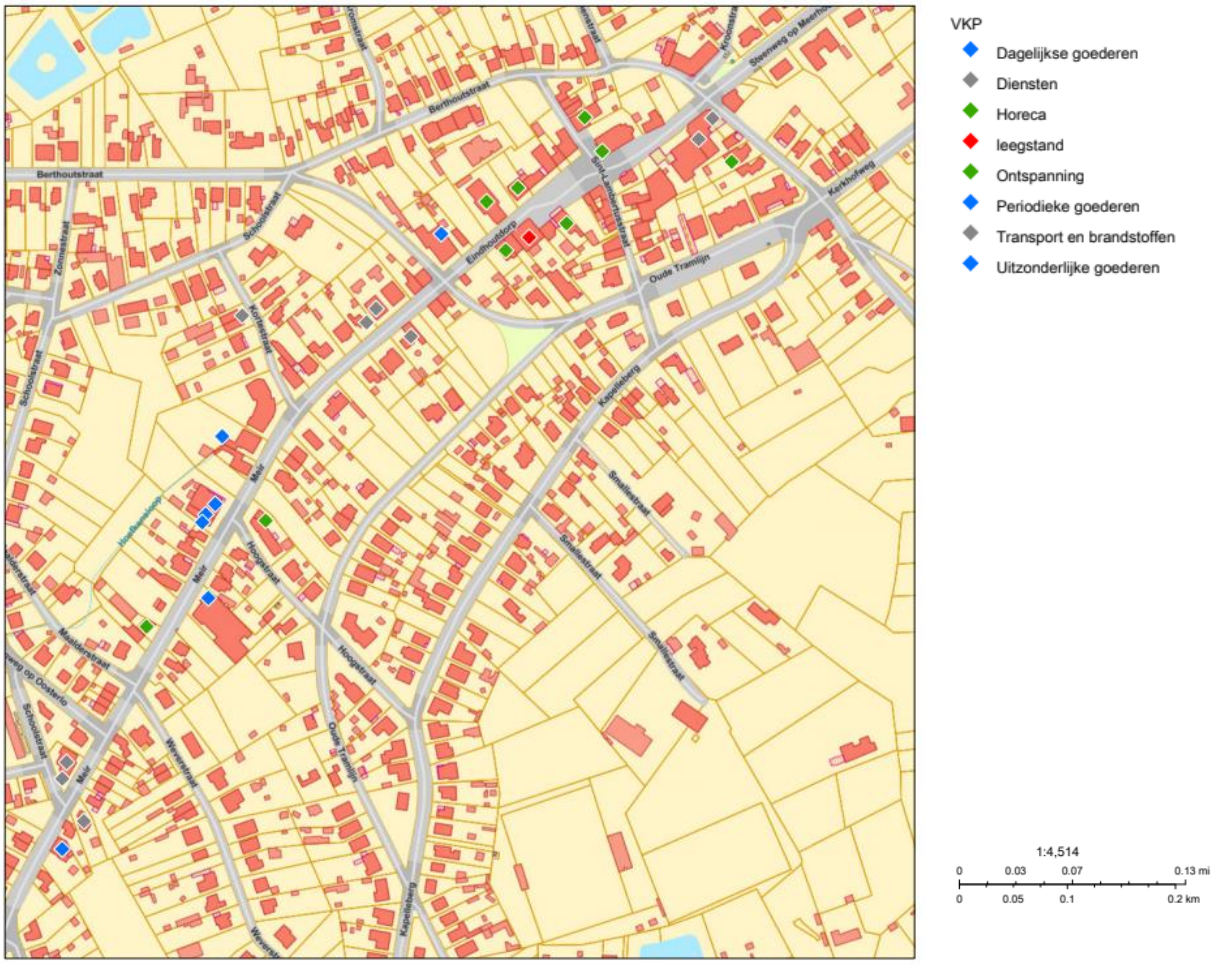
Ondanks dit kader heeft Eindhout van alle deeldorpen het meest gevarieerde aanbod en heeft het een mooi basisaanbod aan dagelijkse goederen. Rond de kern heeft Eindhout een concentratie aan horecagelegenheden wat een zekere aantrekkingskracht heeft die ruimer is dan enkel de inwoners van dit deeldorp.

De gemeente heeft tevens de ambities om binnen de kern van Eindhout nog extra ruimte voor woningen te creëren. Dit in het binnengebied tussen Meir en Schoolstraat.



FIGUUR 30: Bron BPRA

8.1.1.7 *Huidige situatie Eindhout*



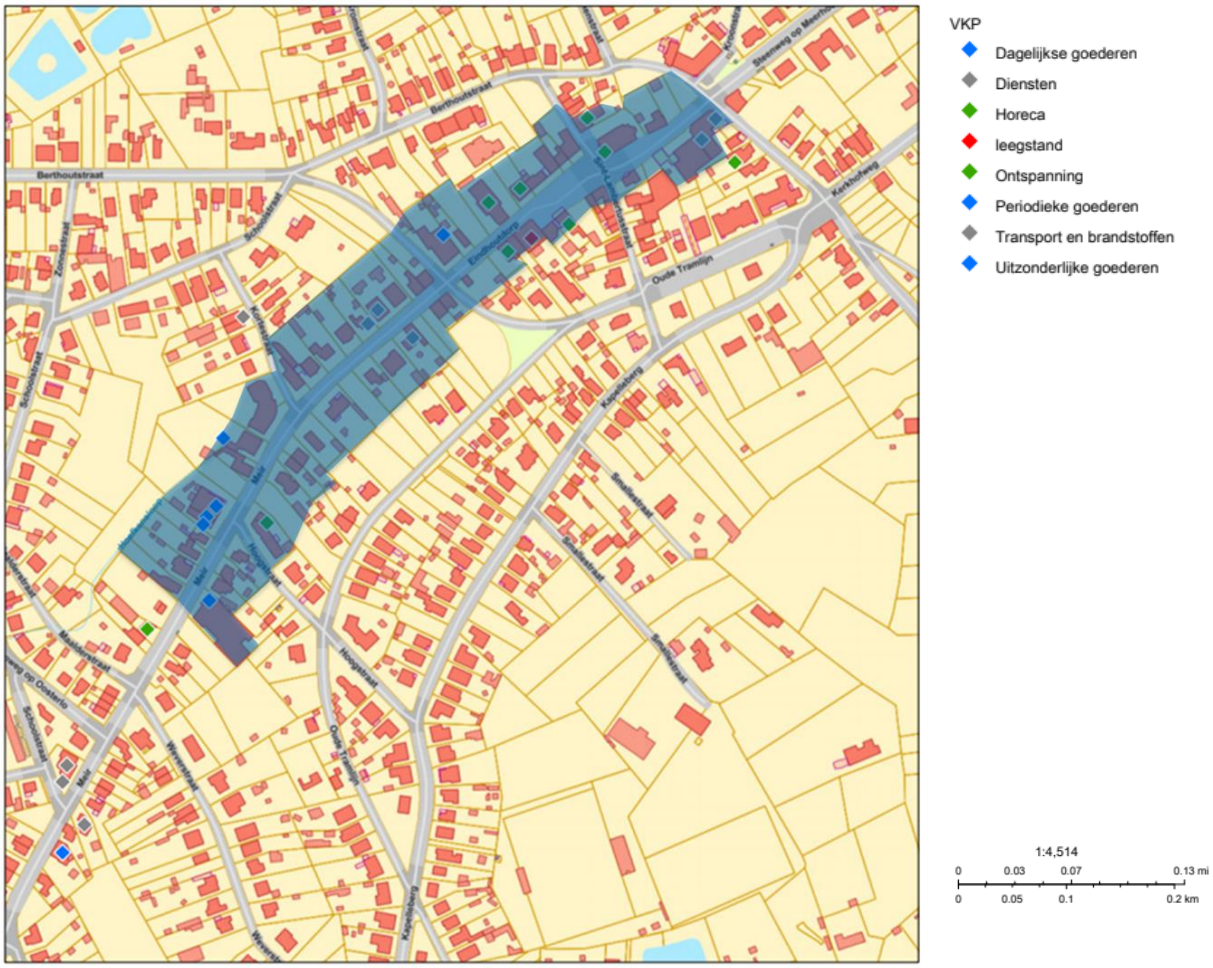
FIGUUR 31: Bron Locatus- Eindhout

Het geheel aan detailhandel ligt vandaag verdeeld over het geheel van Eindhoutdorp en Meir nr. 1-43, in onderstaande tabel hebben we het geheel getoetst aan de verschillende meetbare parameters voor een winkelgebied.

Aantal panden	**22 panden**
Winkeldichtheid	**9%**
Commerciële dichtheid	**24%**
Percentage leegstand	**5%**
Lengte winkelgebied	**900 meter**

De totale lengte van het winkelgebied is ongeveer 900 m. Deze afstand is al minder vlot te bewandelen. Zowel de commerciële dichtheid als de winkeldichtheid scoren zeer laag. Maar anderzijds is de leegstand zeer laag, de leegstand binnen deze dorpskern is slechts **5%** t.o.v. alle handelspanden

8.1.1.8 *Voorstel kernafbakening Eindhout*



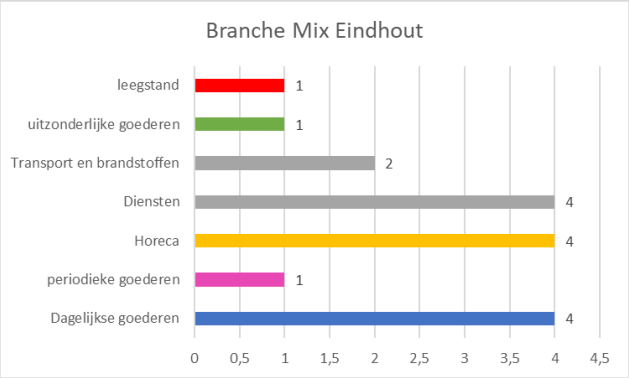
FIGUUR 32: Bron Locatus- Eindhout

Samen met de stuurgroep is gekozen om het bestaande winkelgebied kleiner te maken. Het gebied aangeduid bestaat uit het geheel van Eindhoutdorp en Meir nr. 1-28, in onderstaande tabel hebben we het geheel getoetst aan de verschillende meetbare parameters voor een winkelgebied.

Aantal panden	**17 panden**
Winkeldichtheid	**12%**
Commerciële dichtheid	**28%**
Percentage leegstand	**6%**
Lengte winkelgebied	**600 meter**

De totale lengte van het winkelgebied is afgenomen naar 600 m, wat een meer haalbare afstand is voor voetgangers en fietsers. Het nadeel van dit gebied is, dat het uit twee te identificeren zones gaat. Zone 1 rond de kerk Eindhoutdorp, het tweede gebied vanaf Meir nr. 10. De twee zones zijn niet aaneensluitend, wat een nadeel is binnen een winkelgebied.

Het gebied aangeduid als kernafbakening voldoet tevens niet aan alle minimale parameters waar een kernafbakening moet aan voldoen. We halen niet de 50% commerciële dichtheid noch de 20% winkeldichtheid.



FIGUUR 33: Bron provincie in cijfers- Eindhout

Deze afbakening biedt wel een goede functionele mix en gevarieerd aanbod. Het aanbod zal door de inwoners van deze kern als een goed basisaanbod worden aanzien. Een kleine supermarkt en kleinere handelaren in dagelijks aanbod zorgen ervoor dat de basisbehoeften aanwezig zijn. Dit aanbod wordt aangevuld met diensten en zelfs periodiek aanbod in de vorm van een optiekzaak.

8.1.1.9 *Conclusie Eindhout*

Zoals voorgaande analyse binnen deze studie heeft aangetoond, heeft Eindhout vandaag alles wat het nodig heeft om een leefbare kern te zijn. Een grote uitbreiding van het aanbod zal onwaarschijnlijk zijn door zijn geografische situering. Anderzijds zal door bevolkingstoename de consumentenvraag bestendigd blijven en mogelijks zelfs groeien.

Het zal dan ook belangrijk zijn om dit aanbod te behouden. Indien er nieuwe handelaren of andere ondernemers (vrije beroepen e.a.) zich willen vestigen, zou dit bij voorkeur binnen dit gebied moeten gebeuren. Om zo de verbinding tussen Eindhoutdorp en het commercieel gedeelte op Meir te kunnen maken. Aangezien er reeds een functionele mix op maat van het dorp aanwezig is, zou het aanmoedigen van verwevenheid met andere sectoren zeker aangewezen zijn. Om zo de bezoekfrequentie van de kern te garanderen en eventueel te verhogen. Op die manier kan er een gunstig commercieel klimaat worden gecreëerd voor de handelaren.

Aangezien de aangeduide zone niet voldoet aan de formele voorwaarden van kernafbakening zou men dit eerder kunnen aanduiden als een **stimuleringsgebied**.
Voor dit stimuleringsgebied kan men een aantal **prioriteiten** aanduiden voor het op te stellen actieplan.

- *Converteren van de handelszaken buiten het kerngebied naar wonen of andere invulling*
  - *Doel: Tegengaan van **versnippering** van het aanbod*
- *Verhuis van bestaande handelaren naar het kernwinkelgebied*
  - *Doel: verhogen van de **commerciële dichtheid***
- *Behouden van het **bestaande aanbod** door het creëren van een gunstig klimaat voor handelaren, en vastgoedeigenaren*
- *Inzetten op **verwevenheid** met andere voorzieningen zoals bijvoorbeeld vrijeberoepen, groepspraktijk dokters, kinesist, logopedie e.a.*
  - *Doel: creëren van een hogere bezoekfrequentie*

Veerle

Veerle is van de vier deeldorpen het grootste dorp, en telt het hoogst aantal inwoners. Door zijn ligging langs de doorgaande weg naar Geel, Diest en Tessenderlo heeft het meer dan de andere kernen een verbindende functie. Dit vooral van en naar tewerkstelling en scholen.

Van alle deeldorpen heeft Veerle de meest commerciële ligging, waardoor het aanbod aanzienlijk hoger is dan in de andere deeldorpen. **43%** van alle handelspanden binnen Laakdal zijn in Veerle gelegen.

De doorgaande weg, het commercieel aanbod en de aanwezigheid van voorzieningen zoals scholen maakt dat Veerle het vandaag moeilijk heeft om de verkeersveiligheid en een vlotte doorgang te garanderen.

De gemeente plant een herinrichting van de verkeersinfrastructuur rond de dorpskern. Men wil een veiligere doorgang voor fietsers creëren en een vlottere doorgang voor doorgaand verkeer richting Tessenderlo en Geel. Deze ingrepen zijn onontbeerlijk om de veiligheid van alle weggebruikers in de kern te garanderen.

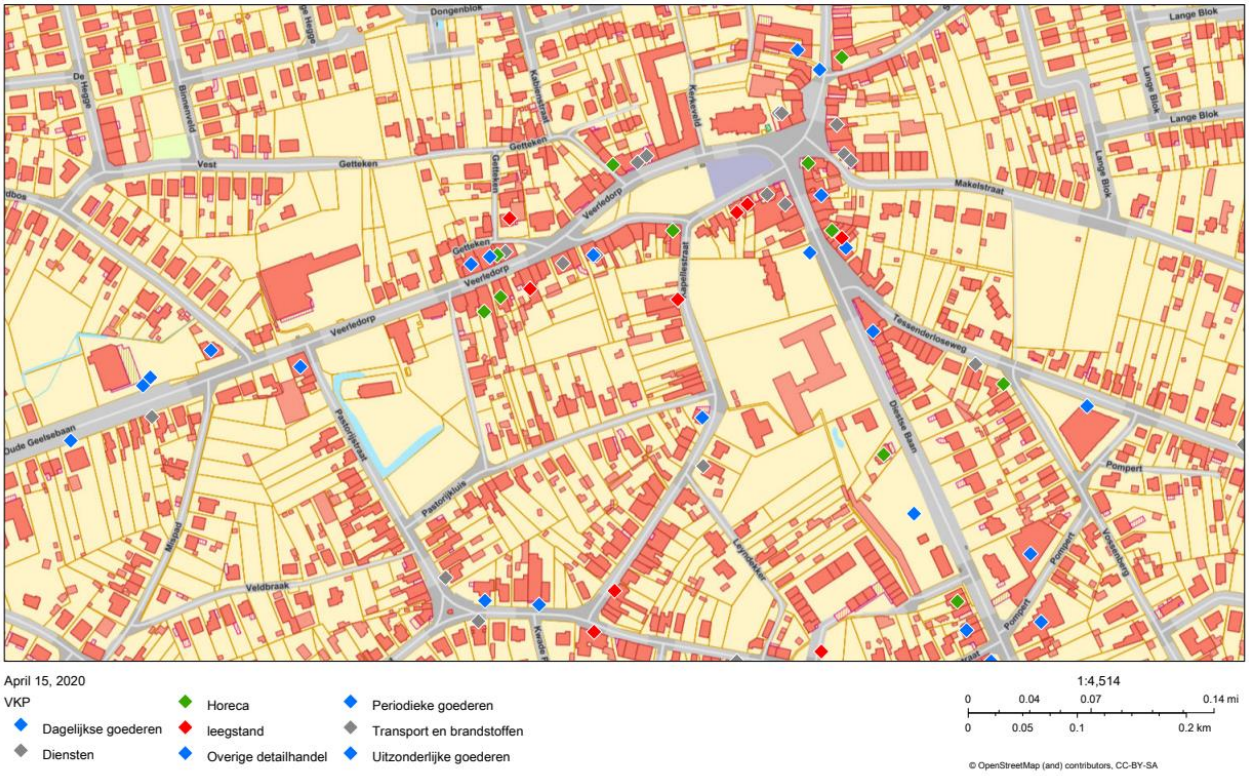
Deze plannen worden door de lokale detailhandel niet met open armen ontvangen. Er gaan parkeerplaatsen verloren voor de handelszaken, waardoor stilstaan vlak bij de handelszaken onmogelijk zal worden.

Naast deze plannen heeft de gemeente ontwikkelingsplannen op de site van de oude pastorij, hier wil men een project realiseren waar wonen, publieke ruimte en eventueel commerciële ruimtes worden ondergebracht.

Indien alle plannen zoals beschreven worden uitgevoerd zal de dorpskern de komende jaren een aanzienlijke transformatie ondergaan. Een verschuiving van de dorpskern is niet uitgesloten. De commerciële leefbaarheid van de bestaande handelspanden zal hierdoor onder druk komen te staan, waardoor bijkomende leegstand niet ondenkbaar is.

Het zal als bestuur nodig zijn ver vooruit te denken in een visie voor de dorpskern van Veerle, en niet enkel naar de situatie van vandaag te kijken. Een lange termijnvisie zal noodzakelijk zijn, rekening houdend met het bestaande aanbod en zonder nieuwe handelaren te ontmoedigen.

8.1.1.10 *Huidige situatie Veerle*



FIGUUR 34: Bron Locatus- Veerle

Het geheel aan detailhandel ligt vandaag verdeeld over een vrij groot gebied doorheen het centrum. Start bij de Vorstsebaan nr. 1-35, Veerledorp nr. 1-71, Oude Geelsebaan nr. 1-15 en Diestsebaan nr. 1-43. In onderstaande tabel hebben we het geheel getoetst aan de verschillende meetbare parameters voor een winkelgebied.

Aantal panden	**52 panden**
Winkeldichtheid	**18%**
Commerciële dichtheid	**31%**
Percentage leegstand	**13%**
Lengte winkelgebied	**1200 meter**

De totale lengte van het winkelgebied is ongeveer **1200m**. Deze afstand is al minder vlot te bewandelen. De commerciële dichtheid zit nog ver onder de 50% om te kunnen worden aangeduid als een kernwinkelgebied. De winkeldichtheid daarentegen scoort **18%** wat net onder de drempelwaarde is van 20%. Dit is een positieve score, enkel liggen de winkels te ver uit elkaar om één geheel te kunnen vormen als winkelgebied. Wat als gevolg heeft dat consumenten enkel hun bestemming zullen bezoeken en niet de naastliggende of omliggende winkels. De leegstand binnen deze dorpskern is **13%** t.o.v. alle handelspanden. De leegstand bevindt zich vooral in Veerledorp ter hoogte van de kerk en de aansluiting met de Diestse Baan. De huidige leegstand is structureel of langdurig, panden zullen daardoor niet makkelijk nog een nieuwe invulling krijgen.

8.1.1.11 *Voorstel kernafbakening Veerle*

Een voorstel formuleren voor Veerle is niet evident, we hebben Veerle zoals het er vandaag uitziet, en we hebben een Veerle na de transformatie die besproken is in de inleiding (herinrichting kruispunt, aanleg fietspad, mogelijkheid nieuwe ontwikkeling)

We kunnen met andere woorden 2 voorstellen uittekenen:

- Voorstel 1: Korte termijn op basis van de huidige situatie
- Voorstel 2: Lange termijn op basis van een inschatting van de toekomstige situatie

8.1.1.11.1 Voorstel 1: Korte termijn op basis van de huidige situatie

FIGUUR 35: Bron Locatus- Veerle

Samen met de stuurgroep is gekozen om het bestaande winkelgebied kleiner te maken. Het gebied aangeduid bestaat uit Veerledorp nr. 1-12, nr. 24-41 en nr. 42-71. In onderstaande tabel hebben we het geheel getoetst aan de verschillende meetbare parameters voor een winkelgebied.

Aantal panden	**25 panden**
Winkeldichtheid	**15%**
Commerciële dichtheid	**44%**
Percentage leegstand	**16%**
Lengte winkelgebied	**700 meter**

De totale lengte van het winkelgebied is afgenomen naar 700 m, wat een beperktere afstand is voor voetgangers en fietsers. De winkeldichtheid is nog steeds laag maar de commerciële dichtheid is wel gestegen naar **44%.** De leegstand is tevens verhoogd naar **16%.**

Voor dit aangeduid gebied zou het actieplan zich dan ook vooral moeten focussen op wegwerken van de leegstand. Indien we de leegstand kunnen invullen haalt deze kernafbakening volgende score.

Aantal panden	**25 panden**
Winkeldichtheid	**23%**
Commerciële dichtheid	**52%**

Bovenstaande score geeft aan dat het aangeduide gebied aan de voorwaarden van een kernwinkelgebied zou voldoen. (20% winkeldichtheid en 50% commerciële dichtheid)

Bij het opmaken van het actieplan moet de gemeente vooral inzetten op invullen van leegstand en het aantrekken van nieuwe handelaren. Indien we kijken naar de ligging van deze leegstand dan is deze vooral gelegen ter hoogte van de toekomstige infrastructuur aanpassingen. Hetgeen dan weer nadelig zal zijn voor nieuwe toekomstige handelaren om er zich te komen vestigen.

We moeten ons dan ook de vraag stellen of deze investeringen voor het invullen van de leegstanden voor deze kernafbakening duurzaam zullen zijn, dit zowel voor de gemeente als voor de handelaar.

8.1.1.11.2 Voorstel 2: Lange termijn op basis van de toekomstige situatie

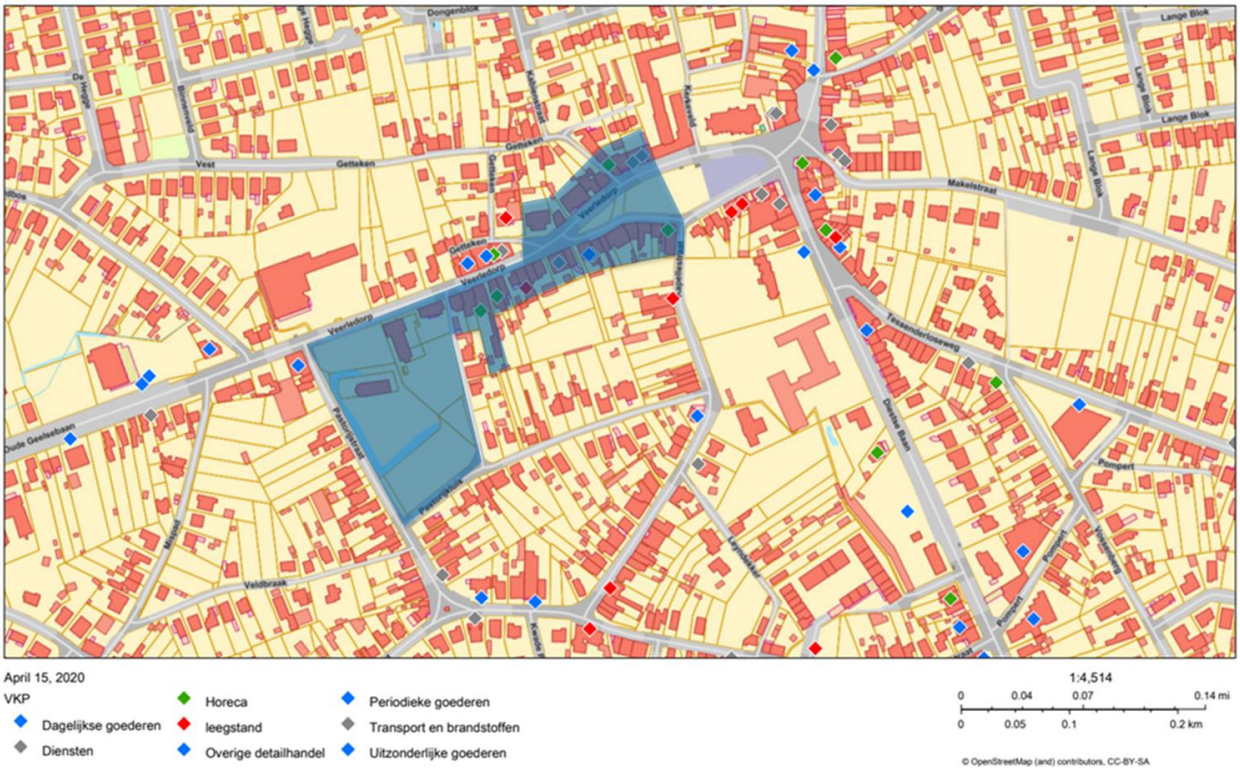
Zoals besproken in de inleiding staan een aantal projecten voor het herinrichten van het deeldorp Veerle op de gemeentelijke planning.

De komende jaren wil de gemeente aan de volgende projecten werken:

- Een veiligere doortocht voor fietsers door de aanleg van een fietspad door de kern van Veerle
- Een veiliger kruispunt aan de verbinding tussen de Vorstse Baan en Diestse Baan ter hoogte van Veerledorp
- Ontwikkeling van een gemengd project op de site ter hoogte van de oude pastorij

Al deze ontwikkelingen zullen een invloed hebben op hoe we de kern van Veerle zullen gaan beleven. Tevens zullen deze aanpassingen een invloed hebben op het detailhandelsapparaat zoals deze er vandaag uitziet. Het is nodig om na te denken hoe we alles een juiste plaats kunnen geven rekening houdend met enerzijds de commerciële noden van een handelaar, en anderzijds de nood om een veiligere doortocht door Veerle te realiseren voor alle weggebruikers.

Met deze punten in gedachten heeft de stuurgroep het volgende voorstel tot kernafbakening opgesteld. Een ambitieus plan dat zal zorgen voor een vernieuwing en verschuiving van de oorspronkelijke historische kern.



FIGUUR 36: Bron Locatus- Veerle

Samen met de stuurgroep is gekozen om het bestaande winkelgebied te verschuiven naar de nieuwe ontwikkelingssite. Het gebied aangeduid bestaat uit Veerledorp nr. 1-17, nr. 19-38 en nr. 64-71. In onderstaande tabel hebben we het geheel getoetst aan de verschillende meetbare parameters voor een winkelgebied. We gaan bij deze berekening uit van het scenario dat er op de nieuwe ontwikkeling plaats zou zijn voor 6-8 handelspanden. (projectgrond is 13 000m²)

Aantal panden	**19 panden**
Winkeldichtheid	**26%**
Commerciële dichtheid	**54%**
Percentage leegstand	**5%**
Lengte winkelgebied	**650 meter**

De totale lengte van het winkelgebied is afgenomen naar 650 m, wat een beperktere afstand is voor voetgangers en fietsers. De winkeldichtheid scoort positief met **26%** (inwoners zullen dit gebied als een winkelgebied ervaren) de commerciële dichtheid komt op **54%.** De leegstand is slechts **5%** op voorwaarde dat de nieuwe ontwikkeling volledig is ingevuld.

Voor de opmaak van een actieplan voor dit gebied moet vooral aandacht worden besteed aan de invulling van de nieuwe ontwikkeling. Het uitwerken van een stimulerend kader voor herlocatie van de bestaande handelaren buiten het kernwinkelgebied naar de nieuwe site/ kernwinkelgebied heeft hier prioriteit.

8.1.1.12 *Conclusie Veerle*

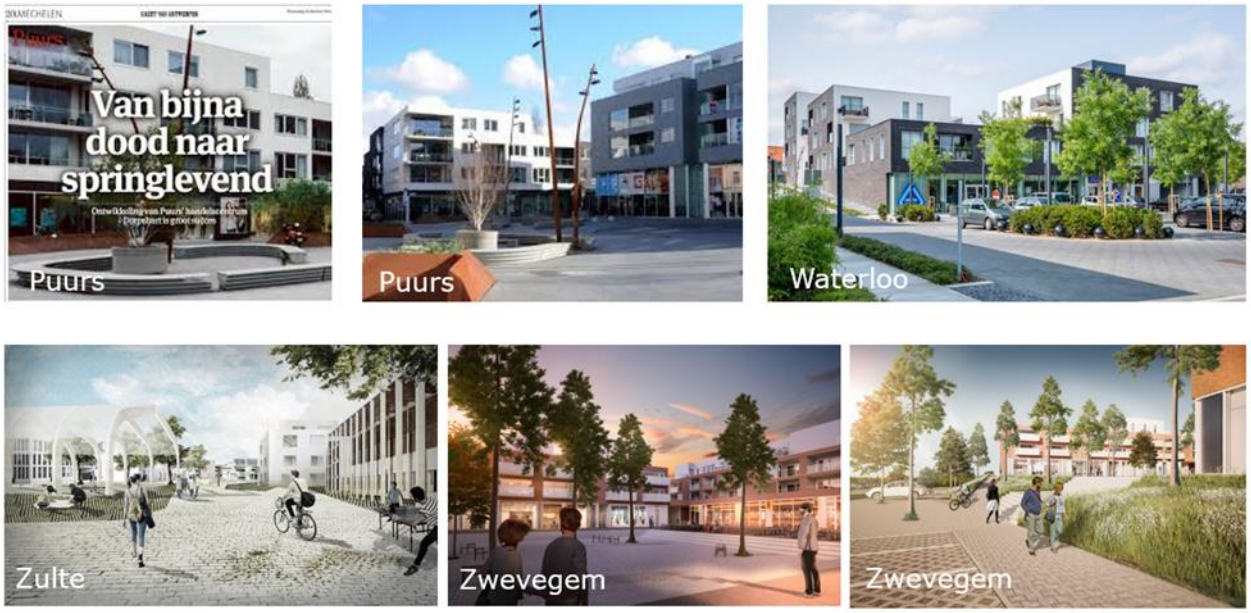
De kern van Veerle staat voor een periode van transformatie, deze periode is een onzekere periode voor handelaren die binnen de kern van Veerle zijn gevestigd. Het bieden van een toekomst perspectief kan mogelijks een oplossing bieden voor deze onzekerheid. Anderzijds zal het nodig zijn om de bestaande handelaren gedurende deze periode van transformatie zo goed mogelijk te ondersteunen.

Een aantal van de bestaande handelaren staan voor het einde van hun loopbaan en zijn daardoor op zoek naar mogelijke overnemers of hebben andere plannen met hun pand/eigendom. Het zal dan ook belangrijk zijn om ook voor eventuele nieuwe handelaren (overnemers) een positief kader te creëren, of andere invullingsmogelijkheden aan te bieden aan de vastgoedeigenaar van een handelspand.

Veerle is van alle deeldorpen op gebied van detailhandel het meest ontwikkeld, de aanwezigheid van een ruim dagelijks aanbod zorgt voor een constante consumentenstroom. Indien men dit aanbod combineert met andere producten, horeca en diensten creëert men perspectief voor Veerle om als een lokaal winkelgebied te worden aanzien door alle inwoners van Laakdal.

Vandaag is het aanbod voldoende aanwezig (op maat van de gemeente) maar is het versnipperd over een te groot gebied, wat ervoor zorgt dat het aanbod niet versterkend werkt. Winkels zijn een bestemming op zich en hebben geen invloed op omliggende detailhandel, horeca of diensten. Door ze te concentreren en meer bij elkaar te brengen kan er een versterkende dynamiek ontstaan met een gezonder commercieel klimaat, en een veiligere omgeving voor de consumenten.

Op korte termijn starten we met voorstel 1, met de bedoeling om op termijn over te gaan naar voorstel 2, waar we een deel van de historische kern laten aansluiten op de nieuwe ontwikkelingszone rond de oude pastorij. Deze oplossing zorgt voor de meest duurzame oplossing. De aangeduide zone voldoet aan de formele voorwaarden van een kernafbakening en zou men kunnen benoemen als een volwaardig kernwinkelgebied.



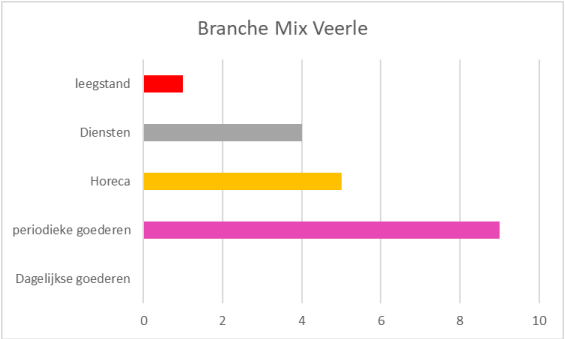
FIGUUR 37: Voorbeelden verweven projecten en kern vernieuwing

Voor dit kernwinkelgebied kan men een aantal **prioriteiten** aanduiden voor het op te stellen actieplan.

- ***Ontwikkelen site*** *rond oude pastorij*
    - *Gemengde site wonen, publieke ruimte, werken en winkelen*
    - *Een verweven project met behoud van groen en waar mogelijk bestaand erfgoed*
    - *Parkeermogelijkheid dicht bij detailhandel*
    - *Verbeteren van de beeldkwaliteit en verkeersveiligheid van alle bezoekers*
- ***Converteren*** *van de handelspanden buiten het kerngebied naar wonen of andere invulling*
    - *Doel:*
        - *Tegengaan van* ***versnippering*** *van het aanbod*
        - *Verminderen van de leegstand*
        - *Verbeteren van de beeldkwaliteit van het centrum*
- ***Verhuis van bestaande handelaren*** *buiten het gebied naar het kernwinkelgebied*
    - *Doel:*
        - *Verhogen van de* ***commerciële dichtheid***
        - *Tegengaan van de* ***versnippering*** *van het aanbod*
        - *Vrijwaren van de KMO zone, detailhandel hoort hier niet thuis*
    - *Er wordt hiervoor in eerste instantie in dialoog gegaan met ruimtebehoevende winkels en winkels die zich op dit moment in een KMO zone bevinden.*

- ***Behouden van het bestaande aanbod*** *door het creëren van een gunstig klimaat voor handelaren en vastgoedeigenaren*

- ***Behouden van een gezonde branche mix****, bij invulling van de nieuwe site met een mix van periodieke goederen en horeca zal de branche mix die er vandaag is in stand worden gehouden. Het dagelijkse aanbod is niet aanwezig maar ligt op 500 m van het kernwinkelgebied*



FIGUUR 38: Provincie in cijfers- Veerle

- ***Inzetten op verwevenheid***
  Verwevenheid met andere voorzieningen zoals bijvoorbeeld vrijeberoepen, groepspraktijk dokters, kinesist, logopedie e.a.
    - *Doel: creëren van een hogere bezoekfrequentie in de kern*

Ontwikkelingsperspectieven voor detailhandel in Laakdal

De steenweg moet eerder verbinden dan ontsluiten met veilige oversteekbare kruispunten, met zo weinig mogelijk in- en uitritten, met veilige fietspaden en een vlotte doorstroming voor het openbaar vervoer.

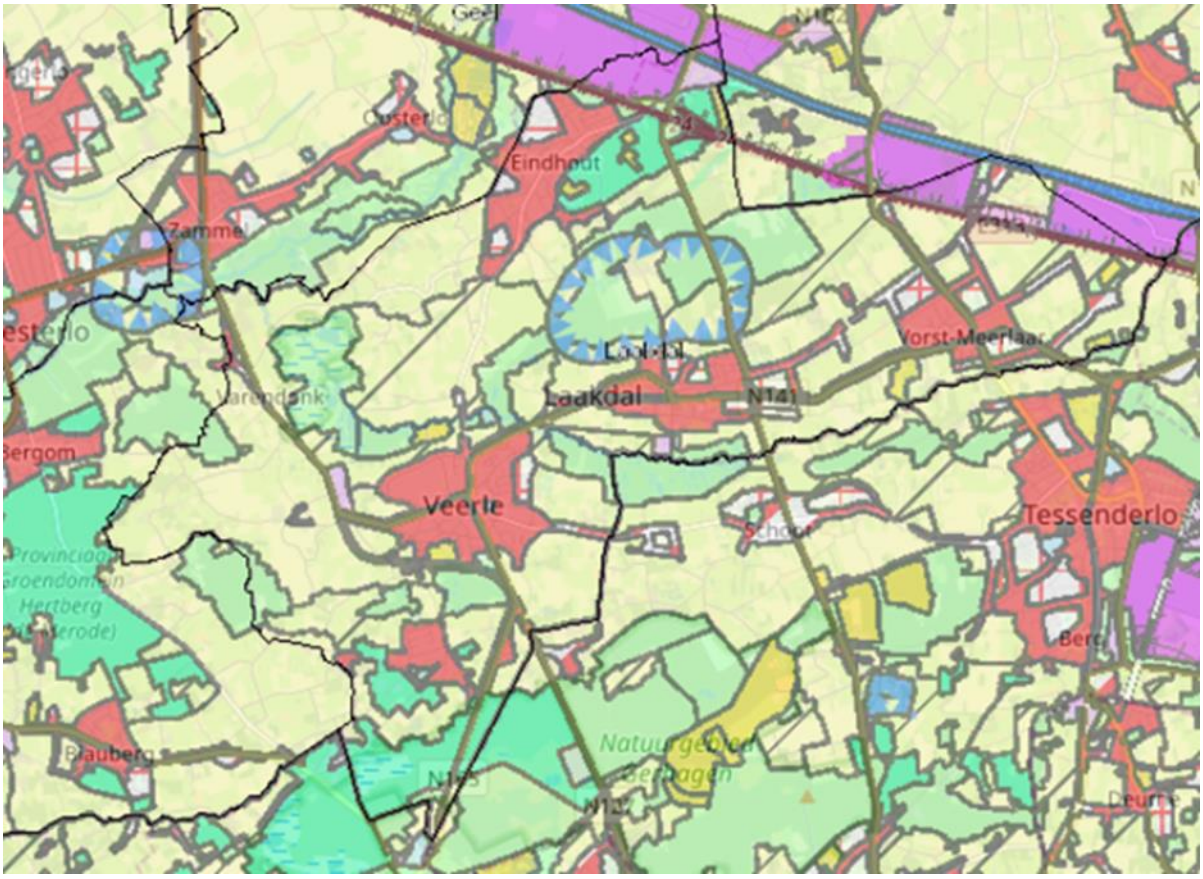
Basis voor de visie op steenweg locaties is de opdeling in 3 verschillende ontwikkelingsperspectieven voor detailhandel. Deze perspectieven zijn bepaald op basis van zowel economische, ruimtelijke als mobiliteitsindicatoren en mogelijkheden. De perspectieven worden onderbouwd door zowel doelstellingen uit het decreet Integraal Handelvestigingsbeleid (IHB), de interprovinciale detailhandelsvisie, als de principes uit het witboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen (BRV).

De vooropgestelde ontwikkelingsperspectieven zijn:

- Winkelrijk
- Winkelarm
- Winkelvrij

Door zijn geografische ligging heeft Laakdal geen hoge aanwezigheid of concentratie van perifeer gelegen detailhandel. We zien een lichte concentratie van dagelijks aanbod langs de N127 te Veerle. Tevens op de KMO zone langs de N127 zien we een verhoogde aanwezigheid van grootschaligere detailhandel.

Een duidelijke visie rond Baanwinkels en perifere ontwikkeling van clusters dringt zich minder op voor Laakdal. Wel kan men een zekere versnippering van het aanbod vaststellen, waardoor het landelijk karakter en de openruimte onder druk komt te staan.



FIGUUR 39: Bron Gewestplan

Het tegengaan van een verder versnippering langs de verschillende steenwegen en invalswegen naar en van de deeldorpen vraagt een wel overwogen visie rond de ontwikkelingsperspectieven voor detailhandel binnen de gemeente Laakdal, deze visie zal een afwegingskader bieden voor toekomstige vergunningsaanvragen.

Dit afweegkader is enkel van toepassing op aanvragen die betrekking hebben op detailhandel in "strikte zin", de aanvraag moet dus zijn voor detailhandel uit een van de volgende 4 categorieën. Het zal niet van toepassing zijn voor aanvragen voor horeca, diensten en transport en brandstoffen.

- **Categorie 1, verkoop van voeding, alle kleinhandelsbedrijven die levensmiddelen verkopen:** Deze winkels voorzien in de dagelijkse behoeften van consumenten waardoor de bezoekersfrequentie veel hoger ligt dan voor andere winkels. Hierdoor heeft deze categorie andere noden naar ruimtelijke spreiding, toegankelijkheid en is hun verkeersimpact groter.

- **Categorie 2, verkoop van goederen voor persoonsuitrusting:**
  hieronder worden alle kleinhandelsbedrijven verstaan die textiel, kleding, modeaccessoires, schoenen, lederwaren, sieraden, reukwerk, cosmetica en andere persoonlijke verzorgingsproducten verkopen. Consumenten bezoeken vaak meerdere winkels van deze categorie tijdens één bezoek waardoor ze idealiter ruimtelijk als één geheel kunnen worden samengebracht.

- **Categorie 3, verkoop van planten, bloemen en goederen voor land- en tuinbouw:**
  vanwege de grondgebondenheid van handelsactiviteiten in planten en bloemen worden tuincentra regelmatig toegelaten op locaties waar andere handelsactiviteiten planologisch niet toegelaten worden, zoals agrarisch gebied.

  Vaak hebben tuincentra grote netto handelsoppervlakten waardoor ze geen plek vinden binnen het stedelijk milieu. Het is echter niet wenselijk dat tuincentra zich richten op, of omgevormd worden tot, andere categorieën.

- **Categorie 4, verkoop van andere producten:**
  hieronder worden alle andere kleinhandelsbedrijven verstaan, in het bijzonder maar niet limitatief winkels die huishoudartikelen, elektro (bruin & witgoed), wooninrichting, doe-het-zelf materialen, auto- en fietsartikelen en alle producten met betrekking tot vrije tijd (sport, spel, hobby, …) verkopen. Deze categorie heeft vaak nood aan grotere handelsoppervlakten en hebben ruimtelijk dus een andere impact.

Winkelrijk perspectief voor Laakdal

8.1.1.13 *Doel van een winkelrijk perspectief*

Een winkelrijk perspectief heeft als doel de ruimtelijke en economische leefbaarheid van locaties te waarborgen. Door detailhandel te stimuleren in combinatie met andere functies zoals wonen, worden beide functies versterkt. Beperken van detailhandel is niet aan de orde, zolang de verwevenheid met andere functies kan gegarandeerd worden en de omvang van detailhandel (winkelvloeroppervlakte) in verhouding staat tot het verzorgingsgebied.

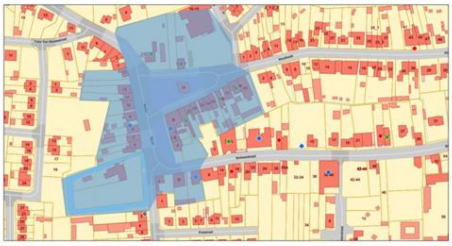
8.1.1.14 *Winkelrijk perspectief Laakdal*

De gemeente wenst detailhandel te behouden en te ontwikkelen in nabijheid van zijn inwonersconcentraties.

Beperkingen op detailhandel worden niet opgelegd, zolang de verwevenheid met de functie wonen gegarandeerd kan worden. Detailhandel binnen de inwonersconcentratie van de verschillende deeldorpen moet in functie staan van de directe noden van de bevolking. De omvang van detailhandel (winkelvloeroppervlakte en totaal aanbod) moet dan ook in verhouding staan tot het lokale verzorgingsgebied. Detailhandel die de voorziening in basisaanbod (dagelijkse goederen) versterkt kan een belangrijke meerwaarde bieden.
Toegankelijkheid en multimodale bereikbaarheid moet een basisvoorwaarde zijn bij het evalueren van toekomstige vergunningen.

De afbakening van de verschillende kernwinkelgebieden maakt deel uit van een winkelrijk perspectief voor Laakdal. Zoals in het vorige hoofdstuk besproken voldoen niet alle kernen aan de afbakeningsvoorwaarden, waardoor er wordt gekozen voor de noemer stimuleringsgebieden. Binnen 4 duidelijk afgebakende stimuleringsgebieden (besproken in hoofdstuk kernafbakening) wil de gemeente een verhoogd stimulerend beleid voeren. Met als doel het bewaren en uitbouwen van een handelsapparaat op maat van de kern en het versterken van de sociaal en maatschappelijke waarde van de dorpskern.

- *Binnen deze gebieden zal men geen beperkingen opleggen op categorie en oppervlakte weliswaar steeds rekening houdend met het verzorgingsgebied.*
- *Voor deze gebieden zal men stimulerende maatregelen uitwerken voor het vestigen van een handelszaak. Bv. verhuispremie, renovatiepremie, vestigingspremie, starterspremie*
- *De gemeente wens een stimulerend klimaat te creëren voor nieuwe en bestaande handelszaken. Bv. vermindering gemeentebelasting*
- *De gemeente wenst extra aandacht te geven aan de multimodale bereikbaarheid en veiligheid van deze 4 kernen.*
- *De gemeente wenst de komende jaren te investeren in de verhoging van de beeldkwaliteit en waar nodig een grondige kernvernieuwing uitvoeren.*


Kern: Groot Vorst

Kern: Veerle

Kern: Klein Vorst

Kern: Eindhout

Winkelarm perspectief

8.1.1.15 *Doel van een winkelarm perspectief*

Een winkelarm perspectief heeft als doel een verdere versnippering van het aanbod tegen te gaan en het aanbod zo dicht mogelijk bij inwoners te concentreren. Steenwegen hebben als basis een verbindende rol, delen van de steenwegen winkelarm benoemen zal op lange termijn meer rustpunten inbouwen en zorgen voor een meer leefbare omgeving. Panden die leeg komen te staan langs deze verbindingswegen, geven ruimte om een winkelarme zone te versterken en opnieuw de originele oorspronkelijke bestemming in te vullen voor het gebied, met voorkeur voor de open ruimte. Een winkelarm perspectief zal een verder verlinten van het landschap tegengaan, waardoor Laakdal zijn landelijk karakter zal kunnen behouden en versterken.

8.1.1.16 *Winkelarm perspectief Laakdal*

Laakdal telt 4 kernen de verschillende kernen staan in verbinding met elkaar door de N174, N141 en N127. Om de verbindende functie van deze wegen en het landelijke karakter van de gemeente te kunnen bewaren dringt een winkelarm perspectief zich op.

Ook het woongebied met landelijk karakter en de bedrijventerreinen maken deel uit van het winkelarm perspectief:

- *Voor deze gebieden zal men ontradende maatregelen uitwerken voor nieuwe handelspanden sensu stricto en uitbreidingen van bestaande handelspanden.*
- *Vergunningsaanvragen voor handelspanden in winkelarme gebieden zullen grondig gescreend worden op de goede ruimtelijke ordening.*
- *Toonzalen zijn mogelijk op bedrijventerreinen, voor zover ze complementair en ondergeschikt zijn aan de economische activiteit, tenzij anders bepaald in stedenbouwkundige voorschriften of andere bindende bepalingen.*

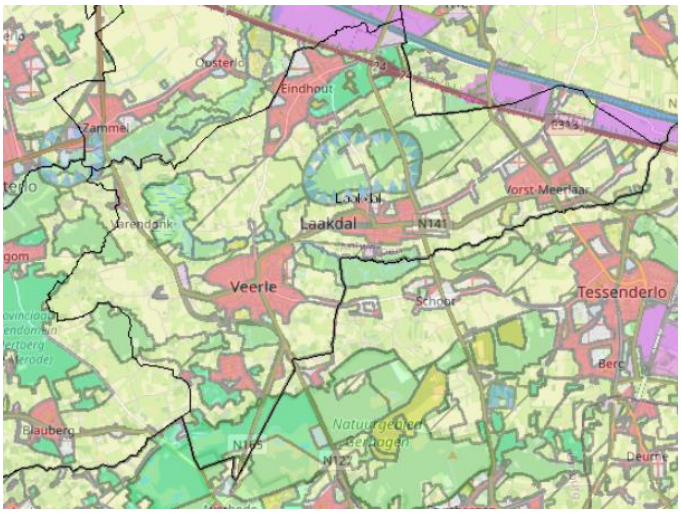
Naast beperkende maatregelen kan men ook motiverende maatregelen invoeren, om op die manier tot een versneld resultaat te komen:

- *Het motiveren van nieuwe ontwikkelingen in en nabij de kern en/of dichtbij inwonersconcentraties. Dit verhoogt de leefbaarheid en verminderd de autoverplaatsingen naar het aanbod (zie winkelrijk perspectief). Ook door de mogelijkheden van pop-up initiatieven te onderzoeken zodat startende ondernemers de leefbaarheid van hun zaak kunnen uittesten.*
- *Motiveren tot herlocatie of verhuis naar de kern en/of dichtbij inwonersconcentraties.*

Winkelvrij Perspectief (No-go)

8.1.1.17 *Doel van een winkelvrij perspectief*

Het voornaamste doel van een winkelvrij perspectief is het vrijwaren van de openruimte, het behouden en versterken van agrarisch en natuurgebied. Het gaat over gebieden waar de openruimte duidelijk overheerst en waar nauwelijks bebouwing aanwezig is. Op het gewestplan zijn deze doorgaans ingekleurd als landbouw en/of natuurgebied.



FIGUUR 40: Bron Gewestplan

8.1.1.18 *Winkelvrij perspectief Laakdal*

Het landelijk karakter en de groene omgeving zijn voor Laakdal zijn grootste troef, en is dan ook voor zijn bestaande en toekomstige inwoners van groot belang dat dit behouden blijft.

Een visie die onderstaande bekrachtigd en ervoor zorgt dat de openruimte blijft behouden en/of mogelijk terug wordt hersteld.

- *Er wordt geen nieuwe detailhandel toegelaten binnen agrarisch en natuurgebied met uitzondering van hoevewinkels.*
- *De bestaande beperkte detailhandel wordt binnen de bestaande en juridische werkelijkheid en de bescherming van de vergunningstoestand gerespecteerd.*
- *De bestaande aanwezige detailhandel kan niet uitbreiden.*
- *Voor het beperkt aantal aanwezige detailhandel worden op termijn alternatieven gezocht. Na het beëindigen van de Retail activiteit binnen een vergunde categorie kan men geen nieuwe invulling meer toegelaten om op die manier een uitdoof scenario toe te passen.*
- *Motiveren tot her-locatie of verhuis naar de kern en/of dichtbij inwonersconcentraties.*
- *De hoofdfunctie blijft prioritair binnen dit gebied.*
- *Uitzondering voor grondgebonden detailhandel (categorie 3)*

Beoordeling van een vergunningsaanvraag

De beoordeling van een vergunningsaanvraag verloopt anders afhankelijk of de gemeente een visie op het vlak van het integraal handelsvestigingsbeleid heeft opgemaakt en deze al dan niet heeft vertaald in planningsinstrumenten.

Het beoordelen van de vergunningsaanvraag op basis van de basisdoelstellingen van het IHB

De basisdoelstellingen fungeren als 'afwegingscriteria' bij de beoordeling van een vergunningsaanvraag. Bij het beoordelen van een aanvraag wordt steeds de lokale context in acht genomen. Elementen die hier een belangrijke impact hebben zijn onder meer de knooppuntwaarden en het voorzieningenniveau. In principe bestaat er geen onderscheid tussen het 'belang' van de verschillende doelstellingen. Het onderlinge verband is echter verschillend:

- **Een vergunningsaanvraag op een locatie die deel uitmaakt van een bestaande kleinhandelsconcentratie binnen het stedelijk milieu.**

Deze aanvraag zal positief scoren op doelstelling 3, bescherming van het stedelijk milieu, en heeft ook een positieve impact op de andere drie doelstellingen van het decreet. De concentratie van activiteiten in de kernen heeft een positieve impact op duurzaam ruimtegebruik (doelstelling 1) en in vele gevallen ook op duurzame mobiliteit (doelstelling 4). Daarnaast hebben kernen een maatschappelijke rol aangezien ze een toegankelijk aanbod aan kleinhandel en andere functies garanderen voor stads- en dorpskernbewoners (doelstelling 2), bovendien wordt de sociale functie van de kern versterkt;

- **Een vergunningsaanvraag op een locatie binnen een bestaande kleinhandelsconcentratie buiten het stedelijk milieu.**

Hierbij wordt de afweging gemaakt met de complementariteit tussen de nieuwe ontwikkeling en het stedelijk milieu (doelstelling 3). Vervolgens wordt gekeken naar de basisbereikbaarheid van de concentratie (doelstelling 4), naar de bijkomende bepalingen van duurzaam ruimtegebruik (doelstelling 1) en toegankelijk aanbod (doelstelling 2).

- **Een vergunningsaanvraag op een locatie die geen deel uitmaakt van een bestaande kleinhandelsconcentratie.**

Hier speelt de afweging tot de lokale context zeer sterk. Deze aanvraag zal minder scoren op duurzame vestigingsmogelijkheden (doelstelling 1). Indien de locatie buiten het stedelijk milieu is gelegen wordt opnieuw eerst de afweging gemaakt met de complementariteit tot de kern (doelstelling 3). Vervolgens wordt de nabijheid tot bevolkingsconcentraties beoordeeld (doelstelling 2) en de basisbereikbaarheid van de vestiging (doelstelling 4).

In ieder geval moeten bij elke vergunningsaanvraag alle basisdoelstellingen beoordeeld worden. Het kader op volgende pagina kan hierbij een hulpmiddel zijn. In de behandeling van een aanvraag moet elke beoordeling grondig gemotiveerd zijn. De aangegeven positieve en negatieve afwegingselementen kunnen dienen als hulpmiddel om de motivering aan de hand van de basisdoelstellingen binnen het IHB vorm te geven.

Beoordeling van de vergunning op basis van de basisdoelstellingen van het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid			
Doelstelling 1: Het creëren van duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel, met inbegrip van het vermijden van ongewenste kleinhandelslinten			
Basisdoelstelling	**afwegingscriteria**	**positief**	**negatief**
Maximale concentratie van activiteiten; solitaire kleinhandelsontwikkelingen worden zoveel mogelijk tegengegaan.	Heeft de aanvraag betrekking op een vestiging die deel uitmaakt van een concentratie van kleinhandel?	Ja	Nee
Maximaal hergebruik van ruimte (versus ingebruikname van 'greenfields')	Betreft de aanvraag de ingebruikname van een bestaand hoofdzakelijk vergund pand?	Ja	Nee
Vermijden van ongewenste kleinhandelslinten	Betreft de aanvraag een locatie binnen een ongewenst kleinhandelslint?	Nee	Ja
Vermijden van kleinhandel in specifiek voor economische activiteiten bestemde ruimte	Betreft het een aanvraag op een bedrijventerrein?	Nee	**Ja ***
Doelstelling 2: Het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten			
Basisdoelstelling	**afwegingscriteria**	**positief**	**negatief**
Nabijheid en bereikbaarheid aanbod winkels ten opzichte van bevolkingsconcentraties	Betreft het een aanvraag voor een locatie in de nabijheid van een woonkern?	Ja	Nee
Doelstelling 3: Het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijk milieu, met inbegrip van het versterken van kernwinkelgebieden			
Basisdoelstelling	**afwegingscriteria**	**positief**	**negatief**
Complementariteit tussen het perifere handelsaanbod en het handelsaanbod in de kern	Biedt de aanvraag een aanvulling op het aanbod in de kern? Het type en de omvang van de ontwikkeling moet bijdragen tot het gehele voorzieningenniveau in verhouding tot heverzorgingsgebied, maar mag de draagkracht van het voorzieningenapparaat in de kern niet aantasten.	Ja	Nee
Breed en gevarieerd handelsaanbod in de kern	De aanvraag betreft een vestiging in het kernwinkelgebied/in de feitelijke handelsconcentratie binnen het stedelijk milieu	Ja	Nee
Verweving kleinhandel en andere functies in de kern	De aanvraag betreft een vestiging in: buiten het kern winkelgebied maar bij inwonersconcentraties	Ja	Nee
Daling van winkelleegstand in de kern	De aanvraag betreft een vestiging in het kernwinkelgebied/in de feitelijke handelsconcentratie binnen het stedelijk milieu in een geïnventariseerd leegstand handelspand	Ja	Nee
Doelstelling 4: Het bewerkstellingen van een duurzame mobiliteit			
Basisdoelstelling	**afwegingscriteria**	**positief**	**negatief**
Bereikbaarheid met het openbaar vervoer individuele transportmiddelen	De aanvraag heeft betrekking op een locatie gelegen in de nabijheid van knooppunten van het openbaar vervoer; langsheen een fietsroute.	Ja	Nee
Bijkomende verkeerstromen zijn kleiner dan de beschikbare wegencapaciteit (restcapaciteit)	De bijkomende verkeersstromen veroorzaakt door de nieuwe vestiging dreigen **geen verzadiging** van het wegennet te veroorzaken (bekeken per tijdzone; binnen en buiten de openingsuren)	Ja	Nee
Minimale toename op parkeerdruk	De parkeerdruk op het openbaar domein neemt toe door de nieuwe handelsvestiging. Voor een vestiging in het kernwinkelgebied/de feitelijke handelsconcentratie binnen het stedelijk milieu	Nee	Ja
***Ja= weigeren van de aanvraag**	**Aantal positief/ negatief**		

De Beoordeling van een vergunningsaanvraag op basis van een Visie/ en of planning.

Het beoordelingsproces is verschillend wanneer er een gemeentelijke visie bestaat en/of er planningsinitiatieven werden genomen of niet. Bij het ontbreken van een gemeentelijke visie of ruimtelijke plannen valt men automatisch terug op de geldende ruimtelijke bestemming en de provinciale instrumenten (zie voorgaande), indien aanwezig.

- **De vergunningsaanvraag is in strijd met de bindende bepalingen van de geldende planningsinstrumenten.**

De vergunningsaanvraag wordt geweigerd. De weigering wordt op basis van de bindende bepalingen uit de planningsinstrumenten gemotiveerd. De gemeente treedt in dialoog met de aanvrager.

- **De vergunningsaanvraag is niet in strijd met de bindende bepalingen van de geldende bepalingen van de geldende planningsinstrumenten en voldoet aan de gemeentelijke visie op het integraal handelsvestigingsbeleid.**

De vergunningsaanvraag wordt toegestaan. De vergunning wordt gemotiveerd aan de hand van de basisdoelstellingen van het integraal handelsvestigingsbeleid en de hierop van toepassing zijnde visie-elementen.

- **De vergunningsaanvraag is niet in strijd met de bindende bepalingen van de geldende planningsinstrumenten maar voldoet niet aan de gemeentelijke visie op het integraal handelsvestigingsbeleid.**

De gemeente treedt liefst voorafgaandelijk de vergunningsaanvraag in dialoog met de aanvrager. Er wordt gezocht naar een overeenstemming tussen aanvrager en gemeente opdat het gevraagde wel binnen de gemeentelijke visie past. Indien geen compromis gevonden wordt, beoordeelt de gemeente de vergunningsaanvraag aan de hand van de basisdoelstellingen (Het beoordelen van de vergunningsaanvraag louter op basis van de basisdoelstellingen). Elementen uit de visie kunnen overgenomen worden in de motivering van de beslissing.

- *De vergunning kan geweigerd worden indien voldoende gestaafd kan worden dat de basisdoelstellingen ondermijnd worden door het gevraagde. Daarom is het belangrijk dat deze basisdoelstellingen worden vermeld en onderbouwd in het visiedocument.*
- *De vergunning kan verleend worden, indien de aanvraag niet in strijd is met de basisdoelstellingen van het integraal handelsvestigingsbeleid.*
- *De gemeente kan lasten en voorwaarden koppelen aan de vergunning. Alle voorwaarden zijn voldoende precies en redelijk in verhouding tot het vergunde project. Ze kunnen worden verwezenlijkt door toedoen van de aanvrager, bouwheer, gebruiker of exploitant. Lasten moeten hun oorsprong vinden in het voordeel dat de begunstigde van de omgevingsvergunning uit de vergunning haalt en in de bijkomende taken die de overheid door de uitvoering van de vergunning op zich moet nemen.*

- **De vergunningsaanvraag is niet in strijd met de bepalingen van de geldende planningsinstrumenten en er is geen visie op het integraal handelsvestigingsbeleid.**

De vergunning wordt beoordeeld aan de hand van de basisdoelstellingen van het integraal handelsvestigingsbeleid (Het beoordelen van de vergunningsaanvraag louter op basis van de basisdoelstellingen).

9. Besluit

Algemeen

De insteek van de opdracht was behalve het verwerven van scherpe inzichten en het opstellen van een toekomstgerichte visie, ook het verkrijgen van voldoende input voor beleidsmatige en andere maatregelen.
Onder meer de geplande gemeentelijke masterplannen/ kernvernieuwing, actualisatie van het gemeentelijk mobiliteitsplan en het gemeentelijk ruimtelijk structuurplan, zijn bij dergelijke visie gediend. De gemeente zal de verworven informatie dan ook meenemen wanneer deze trajecten worden opgestart.
Daarnaast zijn er natuurlijk heel wat andere maatregelen van beleidsmatige, organisatorische, financiële en/of promotionele aard die kunnen worden opgestart.
Maatregelen die zowel tot doel hebben om het functioneren van detailhandel in de gemeente beter mogelijk te maken als om de specifieke kwaliteiten van de verschillende commerciële kernen of 'polen' nog sterker in de verf te zetten.
De gemeente is als regisseur van de visie ook mee bepalend in de initiatie en aansturing van initiatieven en maatregelen maar kan onmogelijk voor alles verantwoordelijk worden gesteld. Ook handelaars, investeerders, ondernemers als andere 'spelers' uit het Retailveld worden opgeroepen om mee de handschoen op te nemen bij de verdere uitbouw van het handelsapparaat van Laakdal. Uiteraard zijn ze gebaat bij een richtinggevend kader dat een visie is en die ze mee hebben gestalte gegeven.

Te nemen beslissingen

Prioritair

- Goedkeuring van de visie en ontwikkelingsperspectieven voor Laakdal door het CBS.

Iedere vergunningsaanvraag binnen de gemeente Laakdal voor detailhandel categorie 1,2,3 en 4 aftoetsen aan de lokale Visie en ontwikkelingsperspectieven voor detailhandel en/of de basis doelstellingen IHB.

- Het formeel vastleggen van de in dit document beschreven stimuleringsgebieden en/of Kernafbakening.

Korte termijn

- Het opstellen van een korte termijn actieplan met de juiste instrumenten

Het actieplan heeft als doel het ondersteunen van de bestaande en toekomstige detailhandel. Om op die manier het verdwijnen van een aanbod voor de lokale bevolking zo veel mogelijk tegen te gaan.

Zie hoofdstuk 6: Actieplan als concrete uitwerking van de doelstellingen

- *Acties rond het inhoudelijk aanbod (van toepassing bij voorkeur op het stimuleringsgebied)*
- *Acties rond Communicatie en promotie (alle detailhandel op het grondgebied)*

Lange termijn

- De aanbevelingen en conclusies binnen deze studie gebruiken bij herziening van het gemeentelijk structuurplan en mobiliteitsplan. De kennis uit deze studie gebruiken bij het opmaken van toekomstige masterplannen en plannen voor kernvernieuwing binnen de verschillende deeldorpen.

Evaluatie

Beleidsvoering stopt niet na het uitvoeren van een analyse, het opmaken van een visie en het kiezen van de meest geschikte instrumenten. De omstandigheden waarbinnen beleid wordt gevoerd veranderen namelijk continu. Niet alleen is onze samenleving steeds in beweging, ook de ambities van een gemeente kunnen wijzigen doorheen de jaren.

Het is met andere woorden belangrijk voor een gemeente om een vinger aan de pols te houden om zodoende het beleid te kunnen bijsturen wanneer nodig. Daarom is het aan te raden om op het einde van een beleidscyclus een evaluatie te maken van het gevoerde beleid.

De evaluatie komt dus in feite neer op het controleren hoe de feitelijke situatie is gewijzigd ten opzichte van de vorige feitelijke situatie en bovendien ten opzichte van de gewenste situatie.

- **Evaluatie ten opzichte van een vorige feitelijke situatie**

De initiële situatie werd reeds geanalyseerd tijdens de analysefase. Er werd toen gebruik gemaakt van een set aan maatstaven afgestemd op de specifieke doelstellingen van het integraal handelsvestigingsbeleid. Om een evaluatie te maken van de huidige feitelijke situatie ten opzichte van een vorige feitelijke situatie kan men dus de maatstaven opnieuw berekenen en de verschillen met de vorige feitelijke situatie onderzoeken.
Idealiter gebeurt een dergelijke evaluatie met een zekere periodiciteit (bijv. driejaarlijks) om op die manier een continue evolutie van de feitelijke situatie te kunnen weergeven.

- **Evaluatie ten opzichte van de gewenste situatie**

Bij de evaluatie ten opzichte van de gewenste situatie dient men als gemeente de huidige feitelijke situatie af te toetsen aan het vooropgestelde streefbeeld. Er dient kritisch gekeken te worden naar de evolutie en of deze in lijn is met de gewenste ontwikkeling van de kleinhandel in uw gemeente. Wijkt de evolutie van de kleinhandelssituatie (te) sterk af van het vooropgestelde scenario dan is het aangewezen om het gevoerde beleid bij te stellen. Dit kan zijn door het gewenste scenario aan te passen of door verder te sleutelen aan het gebruikte instrumentarium om zo de evolutie van de kleinhandel in lijn te krijgen met het voorkeurscenario.

Nathalie De Bock I Detailhandelscoach

PROVINCIALE ONTWIKKELINGSMAATSCHAPPIJ ANTWERPEN
Provinciehuis, Koningin Elisabethlei 22, 2018 Antwerpen

Tel.: 03 240 58 45
Nathalie.debock@provincieantwerpen.be;