

Rapport " Gemeentelijke acties en activiteiten inzake centrummanagement"



september 2009

Voorwoord

Het strategisch plan 'project 2004-2012' en de daaruit voortvloeiende '18 acties voor de Oost-Vlaamse economie' vormen het referentiekader voor de inhoudelijke prioriteiten van het economisch beleid 2007-2012. In dit kader oefent de EROV vzw een overleg- en adviesfunctie uit naar gemeentebesturen inzake lokale economie en begeleidt hierbij de formulering van acties voor de distributie en detailhandel.

Waar in 1999 gestart werd met een distributie-planologisch onderzoek, dat zowel de vraag- als aanbodzijde in kaart bracht, werd het actiedomein met betrekking tot de detailhandel sterk uitgebreid met de verdere actualisering van het bestaande studiewerk, de organisatie van een overlegplatform voor gemeentebesturen, het vormings- en begeleidingsprogramma voor de detailhandel en het verstevigen van de netwerking via de alumnivereniging Crescendo, met diverse acties ter ondersteuning van de detailhandel en het verder verspreiden en toelichten van het concept centrummanagement.

Voornamelijk het belang van het centrummanagement is de laatste jaren sterk toegenomen. Voor de kleinere gemeenten, met in omvang beperkte handelskernen, wordt een aangepast centrummanagement mogelijk gemaakt via advies en begeleiding door de EROV vzw.

Gezien de begeleidingsfunctie en de vele evoluties binnen de gemeenten wat betreft het lokaal economisch beleid, stelde EROV een actualisering voorop van de inventaris van gemeentelijke acties en initiatieven inzake centrummanagement. De inventaris werd voor het eerst opgemaakt in 2003-2004 aan de hand van de enquête 'Gemeentelijk winkelbeleid: activiteiten voor de detailhandel'.

De actualisering van de inventaris met gemeentelijke acties en initiatieven inzake centrummanagement dient voornamelijk als inspiratiebron voor ervaringsuitwisseling omtrent mogelijke acties in het kader van kernversterking of de uitwerking van een strategisch-commercieel plan voor steden en gemeenten. Op deze manier wordt inzicht verworven in de maatregelen die reeds genomen zijn ter ondersteuning van de detailhandel en worden de initiatieven en goede voorbeelden op een duidelijke manier in beeld gebracht.

Januari 2009 werd gestart met de actualisering van de inventaris aan de hand van de enquête 'gemeentelijke acties en initiatieven inzake centrummanagement', waarvan de resultaten u in dit rapport worden voorgesteld. Het rapport zal ongetwijfeld bijdragen tot een nog sterkere dienstverlening naar de gemeenten toe en tot verdere actieplanning op gemeentelijk en provinciaal niveau en uiteindelijk ook voor de detailhandel zelf.

Tot slot graag een woord van dank aan de steden en gemeenten voor hun bereidwillige medewerking. Tevens bedank ik graag mevrouw Emly Windels, bedrijfskundig consultant voor de distributie- en detailhandel, voor het studie- en redactiewerk.

Gent, 16 september 2009.

Jozef Dauwe,
Gedeputeerde bevoegd voor KMO, Middenstand en EROV,
Voorzitter EROV

Inhoudstafel

1. Inleiding.....	7
2. Methodologie	7
3. Resultaten	10
3.1 Gemeentelijk aanspreekpunt centrummanagement/detailhandel	10
A. Schepen.....	10
B. Ambtenaar	10
C. Centrummanager.....	12
3.2 Gemeentelijk beleid t.a.v. de handel	13
A. Beleidsplan	13
B. Overleg	13
C. Acties in de voorbije 3 jaar	14
D. Sterkten en zwakten van het gemeentelijk beleid	17
E. Belemmeringen.....	21
3.3 Gemeentelijke structuurplanning.....	21
A. Structuurplanning.....	21
B. Socio-economische vergunning.....	22
C. Communicatie openbare werken.....	23
3.4 Gemeentelijke reglementering m.b.t. de handel	24
A. Bepalingen t.a.v. de detailhandel.....	24
B. Bekendmaking reglementering	27
3.5 Website gemeente	28
A. Informatie voor de handelaars	28
B. Informatie voor de bevolking.....	29
3.6 Suggesties t.a.v. EROV	30
3.7 Rol van EROV t.o.v. de Oost-Vlaamse gemeentebesturen	31
3.8 Contactgegevens.....	33
4. Conclusie	34
5. Bijlagen.....	36

1. Inleiding

Het lokaal economisch beleid is de hefboom voor het gemeentelijk economisch beleid en heeft betrekking op het gehele economische weefsel. Het is aan de gemeente om hierin de juiste rol aan te nemen: als regisseur, initiator, facilitator of eerder sturend, en om de randvoorwaarden voor het efficiënt en effectief ondernemen te realiseren. Er kunnen vier essentiële aspecten geïdentificeerd worden voor een lokaal economisch beleid: de aanwezigheid van een schepen lokale economie, van een ambtenaar lokale economie, van een beleidsplan lokale economie en het plegen van overleg met de plaatselijke ondernemers.¹ Deze vier basisaspecten vormen dan ook de uitgangspunten van dit onderzoek.

In 2003-2004 werd voor de eerste maal een inventaris opgemaakt van het gemeentelijk winkelbeleid en de activiteiten voor de detailhandel, aan de hand van de gelijknamige enquête die plaatsvond najaar 2003.

Gezien de evoluties van de laatste jaren, met name een waargenomen groei in interesse voor het lokaal economisch beleid en meer specifiek voor het centrummanagement, gezien de bestuurswissel n.a.v. de lokale verkiezingen op 8 oktober 2006 en gezien de uitbreiding van de activiteiten met betrekking tot centrummanagement binnen EROV strekte een actualisering van het onderzoek tot aanbeveling.

Met de enquête, en bijgevolg ook met het rapport, wordt beoogd zicht te krijgen op het lokaal economisch beleid t.a.v. de detailhandel, de instrumenten die de gemeenten daartoe hanteren en hun communicatie naar de consumenten en ondernemers/handelaars toe. Dit laat toe om de dienstverlening naar de gemeenten en detailhandelaars toe te verfijnen en optimaliseren. Het draagt bij tot een grotere kennisverwerving en maakt het mogelijk om opportuniteiten en knelpunten te detecteren waarop verder kan ingespeeld worden via de formulering van nieuwe acties en activiteiten ter ondersteuning van de gemeenten en de detailhandel.

2. Methodologie

Het onderzoek betreft een veldonderzoek aan de hand van een enquête (zie bijlage) met open en gesloten antwoordmogelijkheden. De onderzoekspopulatie omvat de 65 Oost-Vlaamse steden en gemeenten.

De enquête 'Gemeentelijk winkelbeleid: activiteiten voor de detailhandel' (2003-2004) werd als basis genomen. Zoveel mogelijk werden de bewoording, vraagstelling en antwoordmogelijkheden behouden om vergelijkingen tussen de beide enquêtes toe te laten.

Op 5 februari 2009 werd de vernieuwde enquête "Gemeentelijke acties en activiteiten inzake centrummanagement", samen met een begeleidend schrijven, verzonden naar het College van Burgemeester en Schepenen van alle 65 Oost-Vlaamse steden en gemeenten. De 65 gemeentesecretarissen werden tevens via mail op de hoogte gesteld.

Een eerste mailing werd gevolgd door een reminder, via het opnieuw verzenden van de enquête samen met een begeleidend schrijven, op 30 maart 2009, waarna tevens op 24 juni 2009 de gemeenten die de enquête nog niet hadden ingezonden telefonisch werden gecontacteerd.

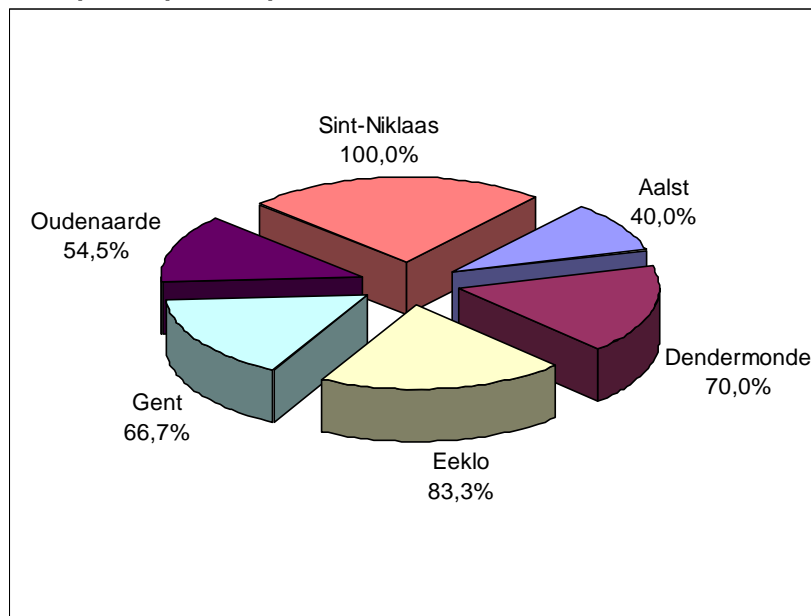
¹ Crombez, Jerry, Lokaal economisch beleid: samenspel tussen beleid, administratie en ondernemers. Toelichting op het seminarie "De ambtenaar lokale economie: rol en werking" d.d. 18 september 2008.

Uiteindelijk hebben 43 Oost-Vlaamse gemeentebesturen hun medewerking verleend aan de enquête, waardoor een responsgraad van **66,2%** werd verkregen.

De overige 19 gemeenten hebben geen bericht gegeven. Het feit dat zij niet op onze vraag zijn ingegaan, kan verschillende redenen hebben. Verschillende gemeenten beschikken niet over een aanspreekpunt voor de detailhandel omwille van de kleinschaligheid van de regio of de financiële implicaties die de aanstelling van een bevoegde ambtenaar met zich meebrengt (zie ook 3.1 gemeentelijk aanspreekpunt centrummanagement/detailhandel). Het invullen van de enquête berust in dergelijke gevallen dan vaak op de schouders van de gemeentesecretaris die, gezien het takenpakket, een andere prioriteitsstelling hanteert. Sommige Oost-Vlaamse steden en gemeenten beschikken echter wel over een contactpersoon of ambtenaar lokale economie, maar tijdsgebrek noopt hen ertoe om andere prioriteiten te stellen.

Niettegenstaande het bovenvermelde kan de steekproef als representatief worden beschouwd met een betrouwbaarheid van 73%, vermits zowel (kleinere) gemeenten als grote steden zijn opgenomen in de steekproef, met tevens een spreiding over de verschillende arrondissementen van de provincie.

Figuur 1: respons op de enquête naar arrondissement in Oost-Vlaanderen² (%)



Bron: EROV

Uit bovenstaande figuur blijkt duidelijk dat het arrondissement Sint-Niklaas de hoogste respons kende, met name alle gemeenten uit het arrondissement Sint-Niklaas hebben de enquête ingevuld terugbezorgd. Zuid-Oost-Vlaanderen scoort daarbij minder goed met een percentage van 40% voor het arrondissement Aalst en 54,5% voor het arrondissement Oudenaarde.

Volgende gemeenten verleenden hun medewerking aan de enquête: Aalst, Aalter, Assenede, Beveren, Brakel, Buggenhout, De Pinte, Deinze, Dendermonde, Destelbergen, Eeklo, Erpe-Mere, Gavere, Gent, Geraardsbergen, Haaltert, Hamme, Kluisbergen, Knesselare, Kruibeke, Lebbeke, Lokeren, Maldegem, Merelbeke, Nevele, Oosterzele, Oudenaarde, Sint-Gillis-Waas, Sint-Laureins, Sint-Niklaas, Stekene, Temse, Waarschoot, Wachtebeke, Wetteren, Wichelen, Wortegem-Petegem, Zele, Zelzate, Zingem, Zomergem, Zulte en Zwalm.

² Zie bijlage 2 voor de administratieve arrondissementale indeling.

Er dient te worden opgemerkt dat waar in de enquête in 2003-2004 de vraagstelling voornamelijk werd geformuleerd in het kader van de (detail)handel, de begripshantering in de huidige enquête verruimd werd naar de lokale economie. De detailhandel valt binnen het gemeentelijk beleidskader te situeren onder het beleid lokale economie. Gezien in dit rapport het gemeentelijk beleid onder de loep wordt genomen, wordt dan ook eerder gesproken van lokale economie. Het gemeentelijk economisch beleid heeft in principe betrekking op het gehele economische weefsel binnen de gemeentegrenzen, zowel kleine als grote ondernemingen, non-profit, profit als horeca en (detail)handel. Binnen het rapport hebben de bepalingen echter in de eerste plaats betrekking op de detailhandel.

Met de enquêtes werd betracht om zicht te verkrijgen op het winkelgebeuren binnen de Oost-Vlaamse steden en gemeenten en hoe de steden en gemeenten dit beleidsmatig trachten te sturen. De acties en activiteiten m.b.t. het winkelgebeuren richten zich daarbij in de eerste plaats, maar echter niet exclusief, tot het kernwinkelgebied of het centrum van de stad of gemeente als voornaamste werkterrein, ook wel het centrummanagement genoemd.

Niettemin wordt de voorkeur gegeven om binnen dit rapport te spreken over het lokaal economisch beleid, waarbij de lezer indachtig moet zijn dat de focus ligt op de detailhandel (als onderdeel van het gemeentelijk economisch weefsel) en waarbij de interesse van het werkdomein zich in de eerste plaats maar niet exclusief richt op het centrum van de stad of gemeente.

De resultaten van de enquête worden in volgend hoofdstuk besproken.

3. Resultaten

3.1 Gemeentelijk aanspreekpunt centrummanagement/detailhandel

Op het EROV-seminarie "De ambtenaar lokale economie: rol en werking" van 18 september 2008 werd reeds de nadruk gelegd op het belang van een centraal aanspreekpunt voor lokale economie binnen de gemeente, als interface tussen het gemeentelijk beleid en de economische sector.

Jerry Crombez, UNIZO-adviseur lokaal-economisch beleid, identificeerde een bevoegde schepen en een ambtenaar als twee van de vier essentiële voorwaarden voor een lokaal-economisch beleid.

A. Schepen

Alle gemeentebesturen die aan het onderzoek hebben deelgenomen hebben een schepen opgegeven bevoegd voor het domein lokale economie. Daarbij kan echter een onderscheid gemaakt worden in de titulatuur. Met name voor 46,5% wordt 'lokale economie' expliciet vermeld in de titulatuur. Voor 34,9% van de functies is er eerder sprake van een schepen middenstand of KMO. Voor de resterende 18,6% wordt een andere titulatuur gehanteerd, waarbij lokale economie voornamelijk resulteert onder de bevoegdheid van de burgemeester. Dit komt voornamelijk voor bij de plattelandsgemeenten (zie bijlage 3).

In 2004 gaf 95% van de ondervraagden een persoon op beleidsniveau op als bevoegd voor het domein lokale economie. Bij de huidige enquête werd door alle ondervraagden (dus 100%) een contactpersoon op beleidsniveau opgegeven.

B. Ambtenaar

De ambtenaar lokale economie vormt naast de schepen een tweede cruciale factor in het lokaal-economisch beleid. De ambtenaar lokale economie vervult een brugfunctie tussen het beleid en de handelaars en wordt daarbij geconfronteerd met een veelheid van taken op verschillende beleidsdomeinen wat een efficiënte uitvoering van de functie bemoeilijkt. Een goed contact met de lokale handelaars en ondernemers is cruciaal.

"Ambtenaar economie: *deze ambtenaar neemt het gemeentelijke economische beleid op zich en ontwikkelt het, naast sociale zaken, cultuur, toerisme als een volwaardig beleidsdomein in de gemeente. De ambtenaar economie beweegt zich vlot door de verschillende diensten en wordt door zijn collega's geapprecieerd omwille van zijn diplomatie en bereidheid tot samenwerking. Deze ambtenaar heeft de kwaliteit om zich in te leven in hetgeen de ondernemer bezighoudt. Hij is in staat om de belangen van de ondernemers, gaande van de handelaar tot de bovenlokale bedrijven, te 'matchen' met de belangen van de gemeente."*³

In de enquête werd dan ook aan de gemeentebesturen gevraagd om de bevoegde ambtenaar lokale economie op te geven: 83% van de gemeentebesturen gaf daarbij een aanspreekpunt op voor de lokale economie, 17% gaf aan niet over een aanspreekpunt te beschikken.

De invulling van de functie van de ambtenaar lokale economie varieert van gemeente tot gemeente. Zo wordt de functie vaak gecombineerd met andere beleidsdomeinen waaronder huisvesting en tewerkstelling. Dit wordt bevestigd door het onderzoek: 12 gemeenten of 25,5% beschikt daarbij over een ambtenaar lokale economie sensu stricto.

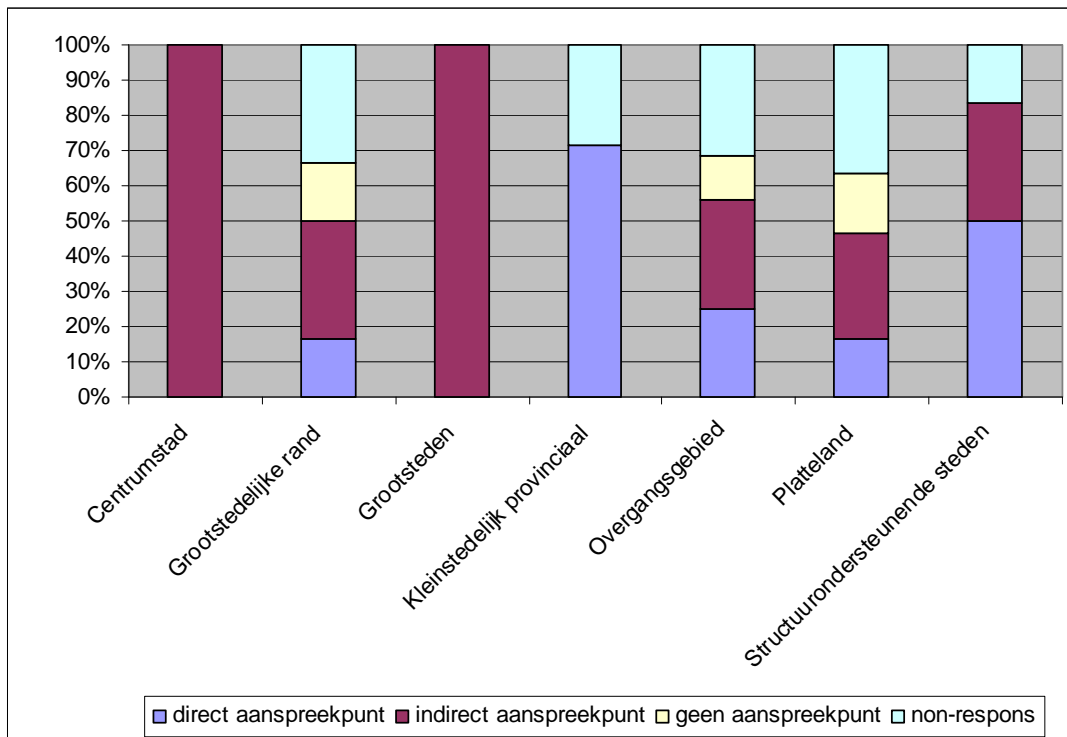
³ Quanten, Francine et al., Handleiding voor een gemeentelijk economisch beleid. Uitgeverij Politeia, Brussel, 2007, p. 45.

In 57,4% van de gevallen werd het domein lokale economie aan een andere ambtenaar toegewezen zoals de gemeentesecretaris, de milieuambtenaar en de zogenaamde 'administratieve assistenten'.

Indien we ook de ambtenaren middenstand, KMO en centrummanagers tot de categorie ambtenaar lokale economie sensu stricto rekenen, dan tellen we 18 directe aanspreekpunten lokale economie in de provincie Oost-Vlaanderen of 38,3%. Dit bevestigt het vermoeden van toenemende aandacht voor het domein lokale economie in de Oost-Vlaamse gemeentebesturen in de laatste 5 jaar. In 2004 was er slechts sprake van 9,5% van de gemeenten met een direct aanspreekpunt. Al dient er opgemerkt te worden dat de 38,3% in 2009 en de 9,5% in 2004 een overschatting kunnen zijn, daar er vanuit gegaan kan worden dat besturen die de enquête niet hebben ingevuld vermoedelijk over geen aanspreekpunt beschikken. Maar zelfs dan is de stijging opmerkelijk.

Naast de 38,3% directe aanspreekpunten, zijn er tevens nog 44,7% indirecte aanspreekpunten: gemeentesecretarissen en administratieve medewerkers waar men met vragen over lokale economie terecht kan. In 4 steden en gemeenten werden zelfs twee contactenpersonen opgegeven (naast de bevoegde schepen).

Figuur 2: gemeentelijke aanspreekpunten lokale economie volgens de gebiedsindeling van de VRIND-classificatie in Oost-Vlaanderen (%)



Bron: EROV

Het beschikken over een direct aanspreekpunt kan mogelijks gelinkt worden aan de grootte van de gemeenten. Daartoe worden vervolgens de gemeentelijke aanspreekpunten bekeken volgens hun ruimtelijk karakter gebruik makend van de gebiedsindeling volgens de VRIND-classificatie⁴ (zie ook bijlage 3). In het kader van ruimtelijke structuurplanning worden de verschillende Vlaamse steden en gemeenten ingedeeld in een nederzettingsstructuur. Niet alle voorzieningen binnen een nederzetting functioneren namelijk op hetzelfde niveau. Voor een grote stad als Gent kunnen drie invloedssferen onderscheiden worden: een grootstedelijke, een regionaalstedelijke en een kleinstedelijke.

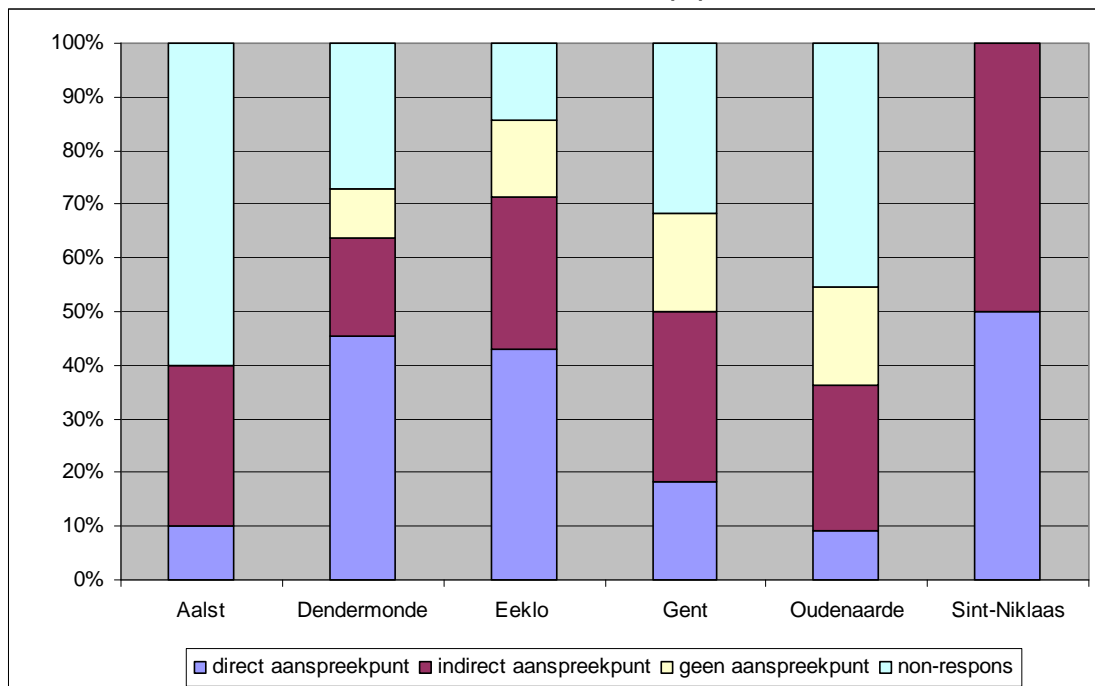
⁴ Bron: http://aps.vlaanderen.be/lokaal/kaarten/info_VRIND.pdf.

Daarnaast zijn er niet-stedelijke centra en nederzettingen die geen centrale plaats zijn voor omliggende nederzettingen, maar wel zelfvoorzienend zijn op een eigen kleinstedelijk uitrustingsniveau. Ten slotte zijn er afhankelijke nederzettingen die niet of slechts voor een beperkt aantal functies zelfvoorzienend zijn.⁵

Zoals uit figuur 2 kan worden opgemaakt kennen de grotere steden en hun rand minder ambtenaren lokale economie dan de kleinere steden en gemeenten. Dit valt deels te verklaren door het feit dat zij gezien hun grootte eerder werken met een verruimde dienst lokale economie in plaats van een ambtenaar lokale economie. Dit heeft uiteraard in de eerste plaats betrekking op de stad Gent.

Het kleinstedelijk provinciaal niveau vooral, maar tevens het structuurondersteunende niveau blijken dan weer de juiste omvangsgrootte te vormen voor de aanstelling van een ambtenaar lokale economie of aanverwanten. Ook in het overgangsgebied en het platteland vinden we directe aanspreekpunten, al zijn er evenzeer gemeenten zonder aanspreekpunt. De hogere non-respons bij de kleinere steden en gemeenten kan, zoals eerder vermeld, verklaard worden door de afwezigheid van een lokaal aanspreekpunt.

Figuur 3: gemeentelijke aanspreekpunten lokale economie naar arrondissement in Oost-Vlaanderen (%)



Bron: EROV

Wanneer we de aanspreekpunten op arrondissementeel niveau beschouwen, dan kan er gesteld worden dat het arrondissement Sint-Niklaas procentueel het grootste aantal directe en indirecte aanspreekpunten kent.

C. Centrummanager

Binnen de enquête werd ook gevraagd om tevens mogelijke andere verantwoordelijken op te geven voor het lokaal economisch beleid, zoals een centrummanager.

⁵ Provinciaal Ruimtelijk Structuurplan Oost-Vlaanderen, 2004, p. 34.

*"Centrummanager: een belangrijke uitdaging voor elke gemeente is een beleid voeren dat leidt tot een dynamisch handelscentrum met een voldoende aanbod aan producten en diensten voor haar inwoners. De centrummanager werkt op het centrum als doelgebied. Hij heeft hierbij oog voor alle aspecten die een impact hebben op dit afgebakende gebied: wonen, veiligheid, openbare inrichting, netheid, evenementen en andere. Maar ook handelszaken buiten het handelscentrum, gaande van de buurtwinkel tot de grote baanwinkels aan de rand van de gemeente, verdienen zijn aandacht."*⁶

Het aantal centrummanagers in de provincie Oost-Vlaanderen is beperkt. Slechts twee besturen kennen momenteel een centrummanager (beiden werken via een vzw-structuur). Op het moment van de enquête was er tevens een aanwervingsprocedure voor een centrummanager opgestart in de stad Aalst.

3.2 Gemeentelijk beleid t.a.v. de handel

A. Beleidsplan

Een derde essentiële factor in het lokaal-economisch beleid is het beleidsplan lokale economie. Uit de enquête blijkt echter dat slechts een derde van de Oost-Vlaamse gemeentebesturen beschikt over een lokaal economisch beleidsplan of strategisch-commercieel plan voor hun stad of gemeente (30,2%). Meer dan de helft van de Oost-Vlaamse gemeentebesturen beschikt niet over een beleidsplan m.b.t. de lokale economie. Ofschoon 14% van de gemeentebesturen aangeeft dat de opmaak van dergelijk plan gepland staat, mag verwacht worden dat het percentage van gemeentebesturen zonder beleidsplan in realiteit nog hoger ligt.

B. Overleg

Een vierde essentiële factor betreft het overleg met de ondernemers.

In 32 gemeenten wordt bij de bepaling van het lokaal economisch beleid **overleg met de plaatselijke handelaars** (74,4%). In 2004 bedroeg dit percentage 66,7%. Het overleg met de plaatselijke handelaars vindt in hoofdzaak plaats via de adviesraad lokale economie (ook de handelsraad of middenstandsraad wordt hiertoe gerekend) en wordt tevens ad hoc georganiseerd.

72,1% van de gemeentebesturen overleggen (31 gemeenten) tevens met de **middenstandsorganisaties** in het kader van de uitstippeling van het beleid. In 2004 lag dit percentage op 61,9%. In hoofdzaak heeft dit betrekking op de lokale UNIZO-afdeling (32,5%) en de adviesraad lokale economie (32,5%).

In mindere mate, 34,9% (15 gemeenten), wordt er tevens overleg gepleegd met **andere instellingen en organisaties** waaronder Voka, UNIZO, de adviesraad lokale economie (waar deze eerder nog niet werden vermeld), het Agentschap Ondernemen⁷ en de Vlaamse Vereniging van Steden en Gemeenten (VVSG). Hierbij is er sprake van een daling t.o.v. 2004 waar er in 42,9% overleg werd gepleegd met andere instellingen.

⁶ Quanten, Francine et al., Handleiding voor een gemeentelijk economisch beleid. Uitgeverij Politeia: Brussel, 2007, p. 46.

⁷ In de enquête werd door de respondenten nog gesproken van het Vlaams Agentschap Ondernemen, (VLAO). Dit werd ondertussen echter samen met het Agentschap Economie omgevormd tot het 'Agentschap Ondernemen'.

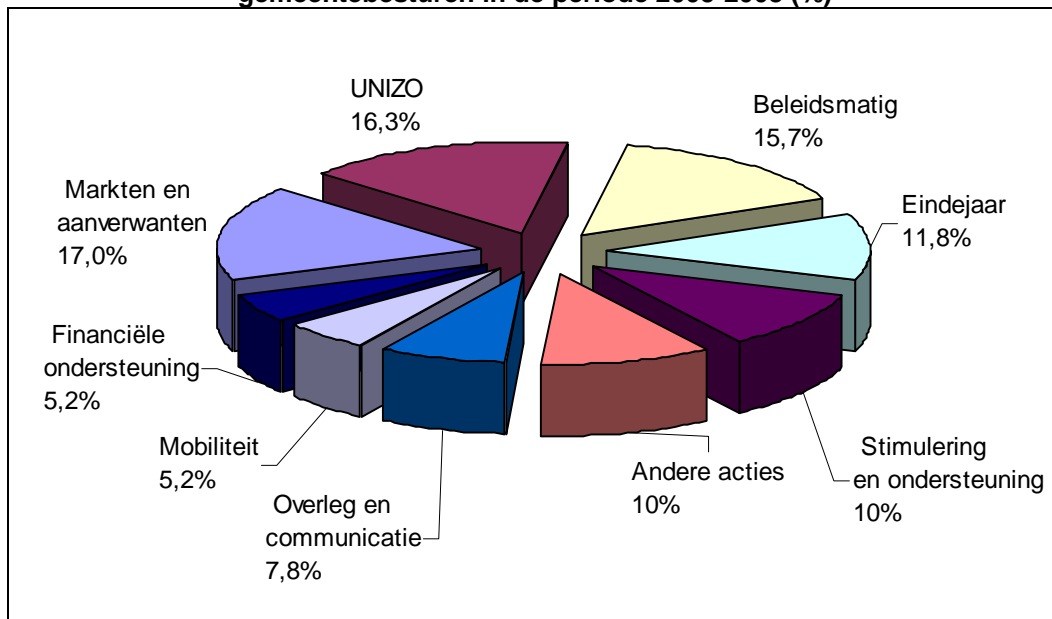
Gezien het lokaal economisch beleid veel raakvlakken heeft met diverse andere beleidsdomeinen werd tevens gepeild naar de mate van overleg **tussen de gemeentelijke diensten onderling**: 60,5% (26 gemeenten) van de gemeentebesturen geven aan overleg te plegen met de verschillende gemeentelijke diensten.

Er werd ook gevraagd naar de **rol van de ambtenaar lokale economie** binnen de verschillende overlegstructuren. De ambtenaar lokale economie vervult in meerdere mate een coördinerende rol en verzorgt het secretariaat (40,9%). 15,9% van de gemeentebesturen geeft aan dat de ambtenaar een uitvoerende rol vervult en dus verantwoordelijk is voor de opvolging van acties en projecten. Een tiende van de gemeenten vermeldt nadrukkelijk de rol van de ambtenaar als verbindingspersoon tussen de handelaars en het College van Burgemeester en Schepenen.

C. Acties in de voorbije 3 jaar

Waar in 2004 nog 83,3% van de gemeentebesturen acties ondernam ten aanzien van de detailhandel, is dat aantal in 2009 toegenomen tot 90,7%. 9 op de tien gemeenten ondernam dus in de periode 2005-2008 verschillende acties ten aanzien van de handel.

Figuur 4: acties ondernomen ten aanzien van de handel door de Oost-Vlaamse gemeentebesturen in de periode 2005-2008 (%)



Bron: EROV

De acties worden gekenmerkt door hun grote variëteit, niettemin werd betracht deze onder te brengen in volgende categorieën:

1. *Markten en aanverwanten: 17%*

In de eerste plaats hebben de opgegeven activiteiten betrekking op markten en aanverwanten. Niet minder dan 26 gemeenten hebben opgegeven dergelijke activiteiten te hebben ingericht. De markten variëren van avondmarkten, jaarmarkten, rommelmarkten tot de oprichting van een wekelijkse markt. Onder 'aanverwanten' wordt verstaan: braderijen, opendeurweekends, laatavondopeningen, topdagen en dergelijke. De braderijen en opendeurweekends werden binnen deze subcategorie het meest vermeld (10 van de 26 gemeenten).

2. *UNIZO-acties: 16,3%*

Veruit de populairste actie over het geheel van de vermelde activiteiten is de medewerking aan de actie 'Met belgerinkel aan de winkel'. Niet minder dan 20 van de 39 gemeentebesturen hebben in de loop van 2005-2008 hun medewerking daaraan verleend. Vijf van de 39 gemeenten werkten tevens mee aan de andere welgekende UNIZO-actie 'Dag van de klant'. Beide acties samen vertegenwoordigen maar liefst 16,3% van alle activiteiten.

3. *Beleidsmatige initiatieven: 15,7%*

Een derde belangrijke groep van acties werd ondergebracht in de categorie 'beleidsmatige initiatieven'. Deze categorie kan daarbij onderverdeeld worden in:

- strategische planning, onderzoek en enquêtes (9 acties)
- aanwerving van een centrummanager, coördinator en de opstart van een dienst lokale economie (6)
- acties m.b.t. de buurtwinkels (3)
- acties gerelateerd aan ruimtelijke ordening (3): de vrijmaking van grond, vernieuwing van de dorpskern en de aanleg van een nieuwe winkelstraat.

Samen vertegenwoordigen zij 15,7% van alle opgegeven acties, wat wil zeggen dat 16 van 39 gemeenten werk maakt van een beleidsmatige output.

4. *Eindejaarsactiviteiten: 11,8%*

Frequent voorkomend zijn tevens de acties en activiteiten rond de eindejaarsperiode. De gemeenten spelen daartoe voornamelijk een rol bij de inrichting van een kerstmarkt (9 gemeenten) en het voorzien van feestverlichting (4 gemeenten), naast de medewerking aan specifieke eindejaarsacties bijvoorbeeld een tombola.

5. *Stimulering en ondersteuning: 10%*

16 Oost-Vlaamse gemeentebesturen besteden tevens de nodige aandacht aan de ondersteuning en stimulering van de handelaars via de organisatie van contactdagen en bedrijvendagen, via huldigingen, infoavonden, etalagewedstrijden en het inrichten van momenten waarbij de handelaar in de kijker staat zoals de dag van de ambachten, de dag van de middenstand e.d.

6. *Overleg en Communicatie: 7,8%*

In de periode 2005-2008 werd binnen de Oost-Vlaamse gemeentebesturen tevens gewerkt aan overleg en communicatie onder de vorm van de oprichting van een raad lokale economie (3 gemeenten), de oprichting van een handelsvzw (2 gemeenten) en specifieke activiteiten zoals een doelgroepenwebsite, focusgesprekken e.d. In totaliteit hebben 12 gemeenten daartoe actie ondernomen.

7. *Mobiliteit: 5,2%*

Mobiliteit en parkeergelegenheid vormt tevens een cruciaal thema binnen het lokale handelsbeleid. Acties met betrekking tot dit aspect kunnen dus ook niet ontbreken.

8 gemeentebesturen hebben gezorgd voor het inrichten van overleg bij wegenwerken, bewegwijzering bij wegenwerken en acties met betrekking tot parkeren zijnde invoeren blauwe zone, gratis parkeren, voorzien van extra parking en de installatie van een parkeerroute.

8. Financiële ondersteuning: 5,2%

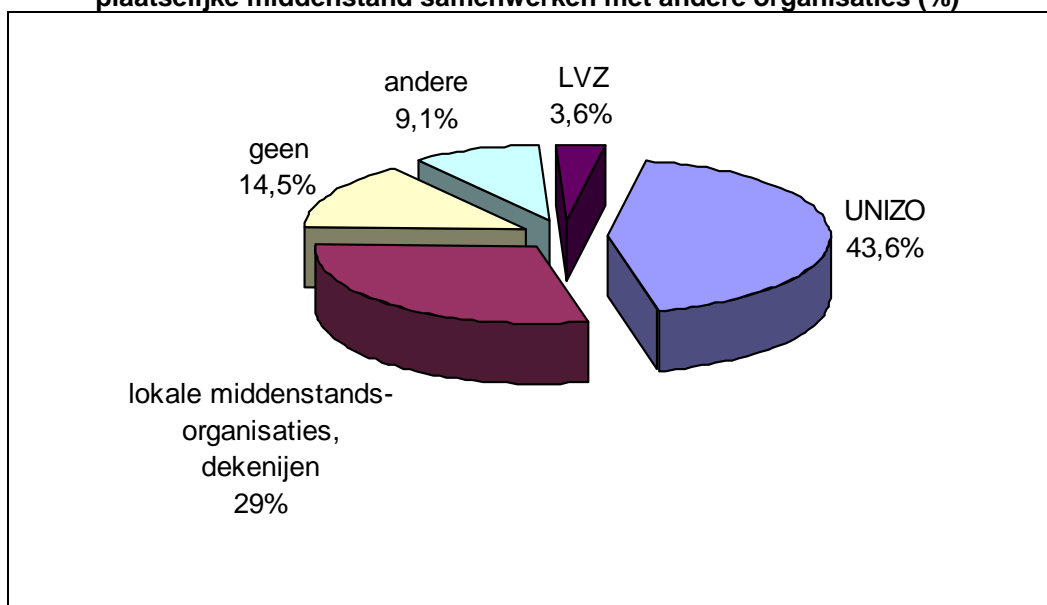
8 gemeenten gaven financiële ondersteuning onder de vorm van subsidies, premies en financiële tussenkomsten.

9. Andere: 10%

Naast boven vermelde acties werden in de periode 2005-2008 tevens nog heel wat andere acties ondernomen m.b.t. de handel. Daarbij moet vooral gedacht worden aan het onthaal van nieuwe inwoners, uitgave van geschenkbonnen, verdeling van draagtassen via de lokale handelaars met het logo van de gemeente, het uitbrengen van een handels- en beroepengids, inrichten van festivals en happenings e.d.

Deze 'restcategorie' vertegenwoordigt 10% van alle vermelde acties.

Figuur 5: mate waarop Oost-Vlaamse gemeentebesturen bij de uitwerking van acties voor de plaatselijke middenstand samenwerken met andere organisaties (%)⁸



Bron: EROV

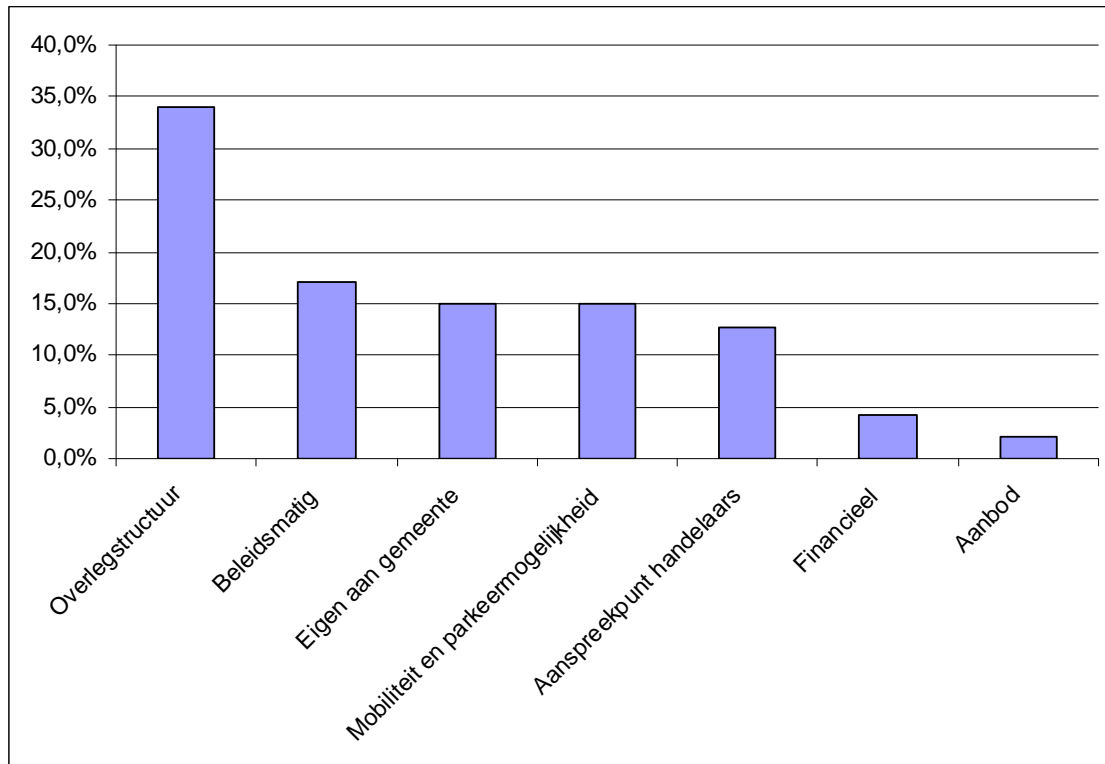
Voor het uitwerken van specifieke acties t.a.v. de (detail)handel doen 72,1%, ofwel 31 gemeenten beroep op middenstandsorganisaties en/of andere (interprofessionele) instellingen. De belangrijkste partner daarbij is ongetwijfeld UNIZO (24 van de 39 gemeenten). Op de tweede plaats volgen de lokale handelsverenigingen en dekenijen (16 van de 39 gemeenten). 8 gemeenten doen geen beroep op middenstandsorganisaties of andere instellingen bij het uitwerken van acties.

⁸ Het Liberaal Verbond voor Zelfstandigen, LVZ, is de tweede grootste organisatie voor zelfstandige ondernemers in Vlaanderen.

D. Sterkten en zwakten van het gemeentelijk beleid

Hoe evalueert het stads- of gemeentebestuur haar eigen beleid? Wat zijn de sterkten en zwakten van het lokaal economisch beleid t.a.v. de detailhandel? Net zoals bij de opgegeven acties en activiteiten worden de antwoorden van de gemeentebesturen op deze twee vragen gekenmerkt door hun grote variëteit.

Figuur 6: sterktes van het gemeentelijk beleid zoals opgegeven door de Oost-Vlaamse gemeentebesturen (%)



Bron: EROV

De opgegeven sterktes en zwaktes zijn echter terug te brengen tot 7 categorieën, met 3 bijkomende categorieën voor de zwaktes van het beleid door de grotere variëteit aan antwoorden (zie bijlage). Voor de sterktes betekent dit het volgende:

1. Overlegstructuur: 34%

Het merendeel van de sterktes kan worden teruggebracht tot de categorie 'Overlegstructuur' m.a.w. de overlegstructuren en samenwerkingsvormen tussen de gemeente en de handelaars.

De goede samenwerking tussen de gemeente en de handelaars vormt met stip de meest voorkomende sterkte (12,8%) binnen het lokaal economisch beleid ten aanzien van de detailhandel. Ook de verkregen steun en medewerking van de middenstand en de ad hoc werking worden als een sterkte beschouwd.

2. Beleidsmatig: 17%

Een aantal van de sterktes kunnen toegewezen worden aan het gevoerde beleid en kunnen ook ondergebracht worden bij het concept centrummanagement, waarbij beoogd wordt om de aantrekkingskracht en het economisch functioneren van het centrum te versterken en de leefbaarheid te verbeteren.

Vermeld werd onder meer: de opmaak van een strategisch-commercieel plan, kennis van markt en mogelijkheden, dorpskernvernieuwing, opmeting van de leegstand en de positionering t.o.v. andere steden en gemeenten

3. Eigen aan de gemeente: 14,9%

Een aantal sterktes zijn toe te schrijven aan de eigenheid of karakteristieken van de gemeente, zoals het bevolkingsaantal en de bevolkingstoename, het gemiddeld inkomen in de gemeente, de kleinschaligheid die op haar beurt toelaat om kort op te bal te spelen en het nieuwe elan binnen de handelsorganisatie.

4. Mobiliteit en parkeermogelijkheid: 14,9%

Zoals eerder vermeld zijn mobiliteit en voornamelijk ook de parkeermogelijkheid belangrijke aspecten bij het winkelgebeuren. De Oost-Vlaamse steden en gemeenten vermelden dan ook graag de lage parkeertarieven onder de sterktes, naast onder meer de infrastructuur, de goede bereikbaarheid, het gratis kunnen parkeren op wandelafstand, de parkeerfaciliteiten en de centrale ligging.

5. Aanspreekpunt handelaars: 12,8%

Twee gemeenten vermelden tevens de relatie van hun schepen met de middenstand als sterkte (al dan niet door zelf middenstander te zijn). Ook de aanwezigheid van een centraal aanspreekpunt wordt als absolute sterkte weergegeven, naast de persoonlijke contacten en de kennis van de contactpersoon in kwestie.

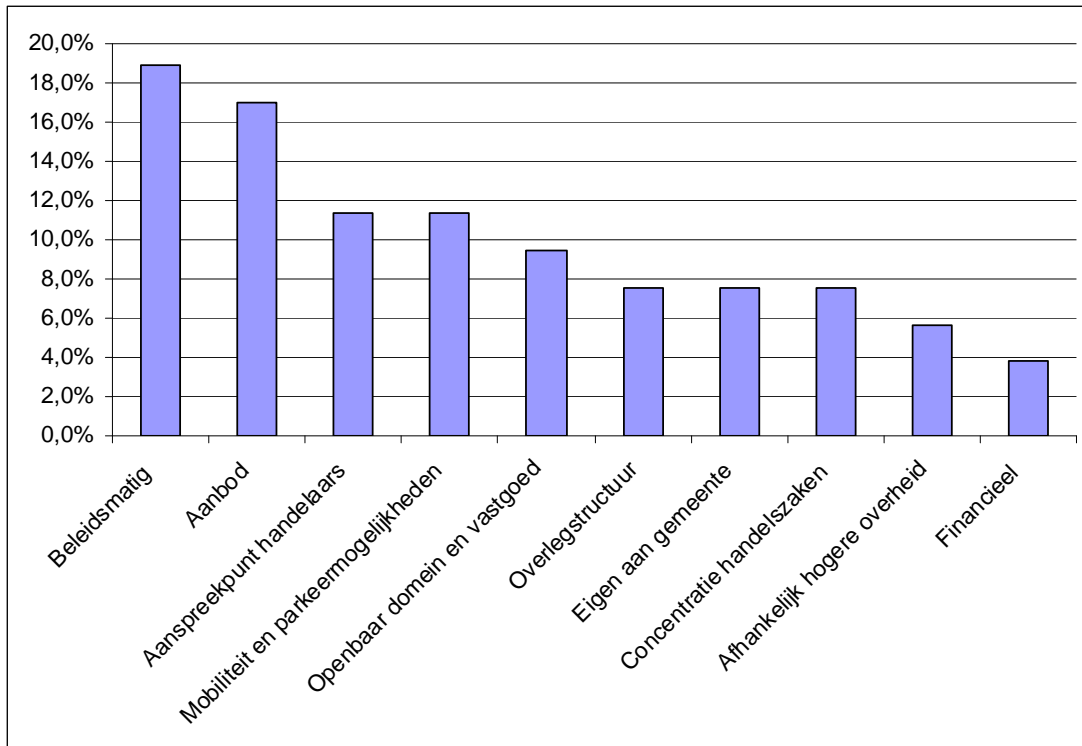
6. Financieel: 4,3%

De gemeenten claimen tevens over financiële troeven te beschikken t.a.v. de handelaars en inwoners door onder meer een lage belastingdruk en de afschaffing van de bedrijfsbelasting.

7. Aanbod: 2,1%

Ook het aanwezige aanbod in een gemeente of stad wordt als sterkte naar voor geschoven.

Figuur 7: zwaktes van het gemeentelijk beleid zoals opgegeven door de Oost-Vlaamse gemeentebesturen (%)



Bron: EROV

Wat betreft de zwaktes wordt dezelfde indeling gehanteerd als de sterktes met 3 bijkomende categorieën: het openbaar domein, de concentratie van de handelszaken en de afhankelijkheid van de hogere overheid. Volgende punten werden als zwakte binnen het lokaal economisch beleid naar voor geschoven:

1. Beleidsmatig: 18,9%

Waar het beleidsmatig aspect als belangrijke sterkte werd vermeld, weegt de categorie tevens zwaar door als zwakte. Waar de mogelijkheid tot een ad hoc beleid als sterkte wordt aanzien, blijkt het evenzeer een zwakte te zijn. Er kan gesteld worden dat een ad hoc werking positief is ter aanvulling van een gestructureerd beleid, maar zonder gedegen basis zijn werking mist.

Het spreekt vanzelf dat het ontbreken van een beleid als zwakte wordt beschouwd.

Waar het beleid aanwezig is, wordt dan weer gewezen op het gebrek aan een integrale en langetermijnvisie en de ondergeschiktheid aan andere beleidsdomeinen.

Enkele gemeenten zien tevens de nood aan een vestigingsbeleid en horecabeleidsplan.

2. Aanbod: 17%

Waar de samenstelling van het aanbod als sterkte werd beschouwd blijkt het ontbreken van een goede samenstelling van het aanbod wel frequent als een grote zwakte te worden weergegeven. Negen gemeenten achten het aanbod binnen hun gemeente onvoldoende door leegstand, een ontoereikend aanbod en/of het gebrek aan middenstand. Daarbij komt tevens de concurrentie van de grootdistributie en de baanwinkels voor de detailhandel in eigen centrum.

3. *Aanspreekpunt handelaars: 11,3%*

Waar de aanwezigheid van een aanspreekpunt als sterkte wordt beschouwd, wordt de afwezigheid ervan uiteraard als zwakte ervaren.

Het gebrek aan een KMO-manager of enig ander aanspreekpunt, het gebrek aan personeel en de afwezigheid van een afzonderlijke dienst worden door 6 gemeenten als zwakte vermeld. Al kan het positief beschouwd worden dat de gemeenten inzien dat de afwezigheid van een aanspreekpunt hun lokaal economisch beleid sterk verzwakt.

4. *Mobiliteit en parkeermogelijkheid: 11,3%*

Mobiliteit en parkeergelegenheid blijven een belangrijk aandachtspunt binnen het gemeentelijk beleid. In eerste plaats wordt hierbij de verkeersstromen⁹ vermeld, gevolgd door de parkeerproblematiek en de hoeveelheid verkeer in het centrum.

5. *Openbaar domein en vastgoed: 9,4%*

Een categorie die niet bij de sterktes voorkwam, is de categorie 'openbaar domein'. Zo wordt het als een zwakte binnen het gemeentelijk beleid aangehaald dat de gemeente geen impact kan uitoefenen op de immobiëlen, daar de winkelpanden vaak in handen zijn van particulieren. Ook de nood aan investeringen in het openbaar domein, de onaantrekkelijke inrichting van de winkelstraat en het zwerfvuil worden als zwakte aangehaald.

6. *Overlegstructuur: 7,5%*

Logischer wijze wordt waar de aanwezigheid van een goede samenwerking en overlegstructuur als sterkte wordt beschouwd, de afwezigheid ervan als zwakte beschouwd. In de gemeenten waar geen middenstandsraad is, geen gestructureerd overleg aanwezig is, de zelfstandigen moeilijk gemobiliseerd kunnen worden en er een afstand is tussen de gemeente en de handelaars wordt dit terecht als een zwakte beschouwd. Opnieuw is het besef van deze zwakte echter al veel betekend.

7. *Eigen aan de gemeente: 7,5%*

Opnieuw zijn een aantal eigenschappen eigen aan de gemeente bepalend voor het beleid. Waar de kleinschaligheid een voordeel kan zijn, vormt het evenzeer een zwakte. Dezelfde redenering geldt tevens voor de concurrentiële positie van het handelscentrum binnen de gemeente en de koopbinding.

8. *Concentratie handelszaken: 7,5%*

Een langgestrekt, niet aaneengesloten winkelgebied wordt terecht als een zwakte gezien. Een aaneengesloten winkelgebied versterkt de winkelbeleving en aldus de aantrekkelijkheid van het handelscentrum

⁹ Men gebruikt ook wel het begrip 'verkeersafwikkeling' waarbij 3 eenheden centraal staan: de intensiteit (aantal voertuigen per uur), de dichtheid (aantal voertuigen per kilometer) en de snelheid (km/u)

9. *Afhankelijkheid hogere overheid: 5,7%*

De afhankelijkheid van de hogere overheid wordt door drie gemeenten opgegeven als zwakte. Dit kan deels verklaard worden door de hiërarchie in de ruimtelijke planning en de wetgeving inzake handelsvestigingen, waaraan men zich als gemeentebestuur dient te houden.

10. *Financieel: 3,8%*

Hoewel het niet frequent als zwakte werd vermeld, kunnen echter veel van bovenstaande zwaktes toegewezen worden aan de financiële beperkingen van de gemeenten. Het ontbreekt de gemeenten vaak aan de nodige financiële impulsen om bijvoorbeeld een ambtenaar lokale economie aan te werven of het openbaar domein te verfraaien bijvoorbeeld.

E. Belemmeringen

Er werd de gemeentebesturen vervolgens ook gevraagd of er factoren zijn die de goede werking van het beleid in de weg staan. Het merendeel van de gemeenten, 34,9%, ziet geen belemmeringen. Twaalf gemeenten van de 43 ondervraagden antwoordden echter bevestigend (30,2%). Als voornaamste redenen gelden de budgettaire beperkingen (5 gemeenten ofwel 29,4%), gevolgd door de stedenbouwkundige belemmeringen en vertraagde uitvoering van BPA's en RUP's (4 gemeenten – 23,5%) en onvoldoende inspanningen van de handelaars (2 gemeenten – 11,8%).

Andere redenen die werden aangehaald zijn de tegengestelde visies, de vrij jonge dienst die overschaduw wordt door andere beleidsdomeinen, de economische recessie, de aanwezigheid van concurrerende koopcentra en de slechte organisatie van de middenstand. Opvallend is wel dat 15 gemeenten ofwel 34,9% deze vraag blanco hebben gelaten, dus bevestigend nog ontkennend hebben geantwoord, wat kan wijzen op de gevoeligheid van deze vraag.

3.3 Gemeentelijke structuurplanning

A. Structuurplanning

Uit de acties en de sterktes en zwaktes binnen het gemeentelijk lokaal economisch beleid blijkt reeds duidelijk de sterke link met ruimtelijke ordening, zoals de inrichting van het openbaar domein en de ligging van de handelszaken. De mate waarin binnen de ruimtelijke structuurplanning bepalingen worden opgenomen met betrekking tot de (detail)handel zal daarbij het lokaal economisch beleid sterk beïnvloeden. Het beïnvloedt tevens de aantrekkelijkheid van het centrum als aankoopplaats.

De Gemeentelijke Ruimtelijke Structuurplannen (GRS's) zijn onderhevig aan de bepalingen binnen het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen (RSV) en het Provinciaal Ruimtelijk Structuurplan (PRS). Binnen het hogere beleidskader werden reeds heel wat bepalingen m.b.t. (klein)handel ingeschreven, waarbij het principe 'gericht verweven en bundelen' centraal staat. Het beleid gaat dus uit van een concentratie van de handel in de kernen.¹⁰

¹⁰ Zie hiervoor onder meer het Provinciaal Ruimtelijk Structuurplan Oost-Vlaanderen, goedgekeurd door de Vlaamse Regering op 18 februari 2004, pp. 427 en 428.

Er werd de gemeenten gevraagd aan te geven in welke mate er rekening wordt gehouden met de lokale handel in de ruimtelijke structuurplanning. De overgrote meerderheid van de gemeenten, met name 76,7%, ofwel 33 van de 43 gemeenten, geeft aan bepalingen omtrent de lokale handel (of de ontwikkeling ervan) te hebben opgenomen in de structuurplanning. Dit is een aanzienlijke toename sinds 2004. Toen bedroeg het percentage nog 59,5%.

Meer dan de helft van de opgenomen bepalingen, met name 56,5%, zijn toe te wijzen aan de definiëring van de handelszones, al dan niet met de doelstelling om de kern te versterken:

- 28 gemeenten definiëren de handelszones in hun ruimtelijk structuurplan. De gemeenten geven in het gemeentelijk ruimtelijk structuurplan (GRSP) weer waar ze de handelsactiviteiten wensen te versterken en te concentreren, al dan niet met de aanduiding van het kernwinkelgebied;
- 4 gemeenten hebben expliciet bepalingen opgenomen met betrekking tot de baanwinkels om deze aan te trekken of net te beperken;
- 3 gemeenten wensen met de opgenomen bepalingen de uitbreiding van de handelszones te beperken.

Net als bij de acties en sterktes en zwaktes komt ook mobiliteit en parkeergelegenheid ruim aan bod. 8 gemeenten of 12,9% hebben daartoe bepalingen opgenomen in hun structuurplan gaande van definiëren van de toegangswegen en bepalingen met betrekking tot doortochten (al dan niet om de leefbaarheid van de kern te verzekeren).

Ook het openbaar domein en de concentratie van de handelszaken vormen een wederkerend thema. 8,1% van de gemeenten wenst via de bepalingen de verwevenheid van de commerciële en ambachtelijke activiteiten in de woonkern te versterken. 6,5% heeft bepalingen opgenomen met betrekking tot de inrichting van het openbaar domein.

Met betrekking tot de lokale handel worden ook aparte RUP's¹¹ opgesteld (8,1%), onder meer met betrekking tot zonevreemde inplanting en de voorziening van een verplicht percentage winkelruimte.

Verder worden ook bepalingen opgenomen met betrekking tot bedrijventerreinen, de goede coördinatie van werken en met betrekking tot een handelspannenfonds.

B. Socio-economische vergunning

In het kader van de administratieve vereenvoudiging werd de wet van 29 juni 1975 betreffende de handelsvestigingen vervangen door een nieuwe wet. Sinds 1 maart 2005 geldt de nieuwe wet betreffende de vergunning van handelsvestigingen die voorziet in een grotere rol voor gemeentebesturen in de vergunningsprocedure. Het is nu aan de gemeenten om de vergunningsaanvraag te beoordelen op basis van een ruimtelijke en sociaal-economische impactanalyse.

Om de gemeenten hierbij te ondersteunen organiseerden de Economische Raad voor Oost-Vlaanderen en de provincie Oost-Vlaanderen op 17 en 18 oktober 2007 een praktijkgerichte vormingssessie. Daarbij ontstond de indruk dat de bevoegdheid voor de sociaal-economische vergunning vaak bij verschillende diensten werd ondergebracht.

¹¹ Een Ruimtelijk Uitvoeringsplan (RUP) legt de bestemmingen per perceel vast, tevens worden de ontwikkelingsmogelijkheden gegeven. RUP's die worden opgemaakt door de gemeente geven enkel uitvoering aan het gemeentelijk ruimtelijk structuurplan. De RUP's vervangen de vroegere Bijzondere Plannen van Aanleg (BPA), maar kunnen ook een deeltje van het gewestplan vervangen.

In de huidige enquête werd dan ook de vraag opgenomen hoe vaak de gemeenten in de afgelopen 3 jaar (2005-2008) met een socio-economische vergunningsaanvraag werden geconfronteerd en wie de bevoegde ambtenaar is.

29 gemeenten of 69,8% heeft in de periode 2005-2008 één of meerdere socio-economische vergunningsaanvragen ontvangen. Samen hebben zij gemiddeld 6,6 socio-economische aanvragen verkregen over de periode 2005-2008, ofwel een mediaanwaarde¹² van 4.

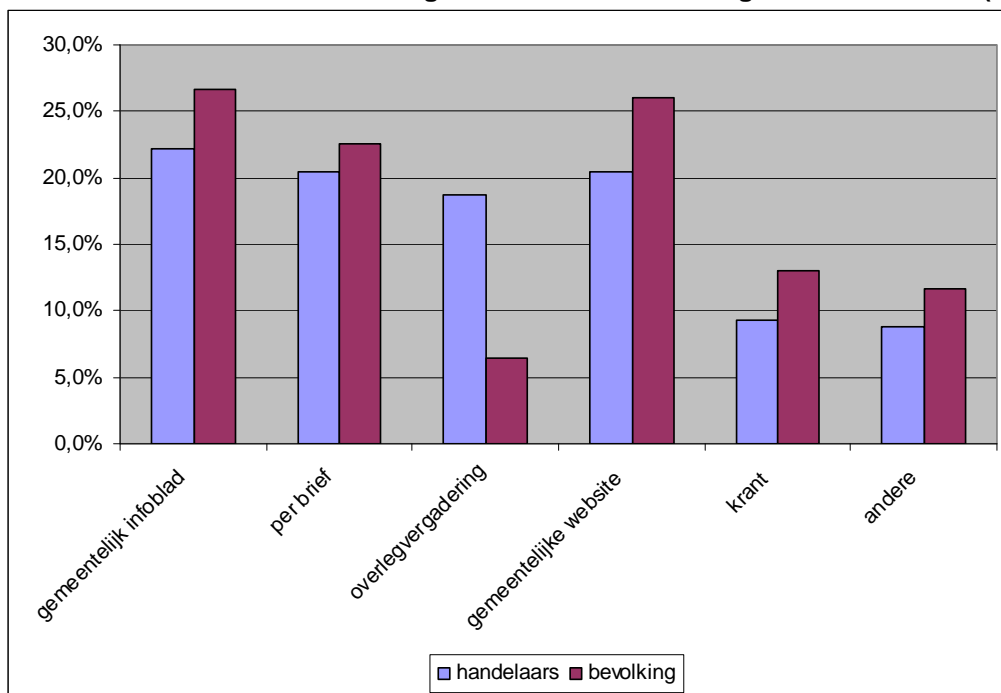
Uit de enquête blijkt tevens dat de bevoegdheid voor de socio-economische vergunningsaanvraag resulteert onder verschillende diensten:

- bij 13 gemeenten of 30,2% resulteert de bevoegdheid bij de dienst stedenbouw;
- bij 12 gemeenten of 27,9% is dit de dienst lokale economie of middenstand;
- bij 4 gemeenten is dit de dienst economische zaken;
- bij 2 gemeenten resulteert de bevoegdheid bij de dienst leefmilieu;
- bij nog eens 2 is dit de dienst ruimtelijke ordening;
- bij de andere gemeenten is individueel een andere dienst bevoegd of wordt zelfs meegegeven dat dit onder de bevoegdheid van verschillende diensten valt.

C. Communicatie openbare werken

Een ander heikel thema binnen het lokaal economisch beleid zijn de openbare werken. Op lange termijn komen de werken de uitstraling van de gemeente of de winkelstraat misschien ten goede, maar op korte termijn kan dit klantenverlies en inkomstendalingen tot gevolg hebben voor de betrokken handelaars. Het is bijgevolg noodzakelijk om als handelaar de nodige maatregelen te nemen, op voorwaarde natuurlijk dat de handelaar alsook de consument tijdig op de hoogte worden gesteld. Binnen de enquête werd er dan ook geopteerd om na te gaan op welke manier over openbare werken wordt gecommuniceerd, in de eerste plaats naar de handelaars toe, in de tweede plaats t.a.v. de bevolking/consumenten.

Figuur 8: de mate en het gebruik van communicatiemiddelen bij openbare werken ten aanzien van de handelaars en de bevolking door de Oost-Vlaamse gemeentebesturen (%)



Bron: EROV

¹² De mediaan is het middelste getal in een reeks getallen. De helft van de getallen uit de reeks heeft een grotere waarde dan de mediaan, de andere helft heeft een kleinere waarde.

Bij de ter kennisgeving van openbare werken worden vaak verschillende communicatiemiddelen met elkaar gecombineerd. Naar de handelaars toe wordt in de eerste plaats gebruik gemaakt van het gemeentelijk infoblad om over openbare werken te communiceren. Bijna alle gemeenten (38 van de 43 gemeenten) gaven aan dit communicatie-instrument hiervoor te hanteren. Daarnaast wordt ook zeer frequent gebruik gemaakt van de gemeentelijke website en van brieven (35 gemeenten). Ook wordt vaak een overlegvergadering van het gemeentebestuur met de middenstand ingericht, voornamelijk bij grote werken.

Dezelfde lijnen kunnen doorgetrokken worden met betrekking tot de communicatie van het gemeentebestuur met haar bevolking. Ook ten opzichte van de consument blijft het gemeentelijk infoblad het meest gehanteerde communicatiemiddel, op de voet gevolgd door de gemeentelijke website, en op de derde plaats gevolgd door een ter kennisgeving per brief.

De krant wordt als communicatiemiddel, zowel naar de handelaars als naar de bevolking toe, in iets mindere mate gehanteerd. Andere communicatiemiddelen waar tevens gebruik van wordt gemaakt zijn digitale infoborden, flyers, stads- of regionale televisie, telefonische verwittiging en de elektronische nieuwsbrief.

3.4 Gemeentelijke reglementering m.b.t. de handel

A. Bepalingen t.a.v. de detailhandel

Twee derde van de bevraagde Oost-Vlaamse gemeenten, ofwel 67,4%, geeft aan dat er binnen hun gemeente bepalingen gelden t.a.v. de detailhandelaars. De reglementeringen die stads- en gemeentebesturen hebben uitgewerkt voor de detailhandel zijn daarbij divers. Er kan een onderscheid gemaakt worden naar bepalingen onder de vorm van een reglement, onder de vorm van een financiële betoelaging en onder de vorm van een belasting.

1. Gemeentelijke reglementen: 63,3%

Binnen de Oost-Vlaamse gemeentebesturen is sprake van volgende reglementen.

- Niet minder dan 9 gemeenten hebben een reglement t.a.v. nachtwinkels. Een *nachtwinkelreglement* is daarmee de meest frequent voorkomende bepaling t.a.v. de detailhandel binnen de Oost-Vlaamse steden en gemeenten. De opkomst van de nachtwinkels en de bijhorende reglementering is een trend die zich vooral de laatste jaren heeft ingezet. Een nachtwinkelreglement wordt vaak opgesteld om problemen van overlast, waaronder nachtlawaai, zwerfvuil en wildparkeren in de buurt ervan, te beperken. In de enquête van 2004 was er nog geen sprake van een nachtwinkelreglement binnen de Oost-Vlaamse steden en gemeenten.

Via de vernieuwde wet op de openingsuren hebben de gemeenten sinds 1 maart 2007 meer zeggingschap over de nachtwinkels op hun grondgebied. De wet bepaalt dat de gemeente nachtwinkels aan een voorafgaande vergunning kan onderwerpen. Op die manier kunnen nachtwinkels geweigerd worden op basis van hun ligging of wegens ordehandhaving en kunnen afwijkende sluitingsuren kunnen worden opgelegd.¹³

¹³ Bron: Het Nieuwsblad, 24 maart 2007, www.nieuwsblad.be.

Zie ook http://mineco.fgov.be/sme/Closing/closing_nl_001.htm voor de wet op de openingsuren van 1 maart 2007.

Nachtwinkels kunnen ook beperkt worden via stedenbouwkundige verordeningen, via een gemeentebelasting (openingstaks), een opgelegde uitbatingvergunning of bepalingen rond de verkoop van alcohol.¹⁴

- Het tweede meest frequente reglement heeft betrekking op het plaatsen van (*verbruikers*)terrassen en zit desgevallend al dan niet vervat in een politiereglement.
Het terrasreglement bepaalt voornamelijk wanneer een terras mag geplaatst worden, het vrijlaten van een doorgang, de inrichting van het terras (meubilair, parasols, bloembakken, schermen). 7 gemeenten geven aan over dergelijk reglement te beschikken. In 2004 waren er dit 5.
- Een derde vaak voorkomend reglement is een gemeentelijk *marktreglement* of een reglement ten aanzien van de ambulante handel. Het aantal gemeenten met een marktreglement bedraagt exact evenveel als 5 jaar geleden, nl. 5.
Een marktreglement heeft betrekking op de organisatie van de wekelijkse markt en de ambulante activiteiten buiten de openbare markten zoals jaarmarkten en avondmarkten. De bepalingen binnen het marktreglement omvatten de bepaling van standgelden, het toewijzen van standplaatsen, ordemaatregelen, de marktleider en de marktcommissie.
- 2 gemeenten hebben een reglement specifiek voor de *horeca*. Een (uitbating)vergunning wordt na onderzoeken inzake brandveiligheid e.d. afgeleverd door de burgemeester.
- Tevens zijn er verder nog gemeentebesturen met:
 - een reglement met betrekking tot *publiek toegankelijke inrichtingen*¹⁵, wat dan vaak betrekking heeft op het verzekeren van de brandveiligheid, afwijkingen van de wekelijkse sluitingsdag (nog 4 gemeenten in 2004, nu één),
 - een retributie m.b.t. het *handelsafval* op het containerpark (1 gemeente),
 - een reglement met betrekking tot een *privaat bureau voor telecommunicatie* (de zogenaamde belwinkels),
 - m.b.t. het uitbaten *taxidiensten* en diensten verhuur voertuigen,
 - m.b.t. *parkeerplaatsen* buiten de openbare weg,
 - en een *stedenbouwkundige verordening* m.b.t. de functiewijziging naar detailhandel en horeca.

2. Financiële betoelaging: 20,4%

Handelaars kunnen in verschillende gemeenten echter rekenen op een financiële betoelaging onder de vorm van subsidies en premies:

- In 4 gemeenten kunnen handelaars beroep doen op een *gevelrenovatiepremie*. Het betreft een premie voor de verfraaiing van voorgevels van gebouwen gelegen in een bepaald gebied (vaak het kernwinkelgebied) van de gemeente.

¹⁴ VVSG, 12 augustus 2009,

http://www.vvsg.be/economie_en_werk/economie/Pages/Nachtwinkels.aspx.

¹⁵ Publiek toegankelijke inrichtingen worden gedefinieerd als zijnde gebouwen, lokalen of plaatsen, die gewoonlijk voor het publiek toegankelijk zijn, ook al wordt het publiek er slechts onder bepaalde voorwaarden toegelaten, en waar het aantal gelijktijdig toegelaten personen 50 of meer kan bedragen.

De premie heeft daarbij voornamelijk betrekking op de gevels die zichtbaar zijn vanaf het openbaar domein. De voorwaarden die worden gesteld tot verkrijgen van een premie hebben daarbij betrekking op de leeftijd van het gebouw, de geplande werken, de gebruikte materialen en technieken en de termijn van de werken.

De premie wordt ofwel vastgelegd in functie van de kostprijs, met een vooropgesteld maximum premiebedrag, of er wordt een vast premiebedrag bepaald ongeacht de omvang van de werken.

- Twee gemeenten reiken een vergoeding uit om het *wonen boven winkels* te bevorderen.
De premie heeft vaak betrekking op het creëren van een afzonderlijke toegang om verdiepingen boven winkels te bereiken of op de creatie van woongelegenheden boven gebouwen met een commerciële of dienstverlenende bestemming. Daarbij worden beperkingen en voorwaarden vastgelegd met betrekking tot de bestemming en de ligging van het gebouw¹⁶, de geplande werken en de timing van de werken. De premie kan een vast bedrag omvatten of een bedrag in relatie tot de geplande werken met een vastgelegd maximum premiebedrag.
- Twee gemeenten trachten dan weer het ondernemerschap te stimuleren via het *terugbetalen van het inschrijvingsgeld van de starters*, dat op zijn beurt kan aangewend worden voor opleiding, professionele begeleiding en investeringen.
- Gelijkaardig, maar niet helemaal, is het stimuleren van ondernemerschap via een subsidiereglement voor *nieuwe handelszaken* evenals een toelage voor het *vestigen of moderniseren van een handelszaak*. Het laatste betreft een premie voor de herinrichting, inrichting of oprichting van een winkel- of handelszaak. De premie wordt bepaald in functie van de werken met een minimum en maximum bedrag.

In totaal zijn er dus 5 gemeenten die onder bepaalde voorwaarden een financiële ondersteuning geven aan de handelaars. In 2004 was er sprake van 3 gemeenten die een bepaling en/of subsidie voor het vestigen van winkels binnen een bepaalde zone of moderniseren van het handelspand toekenden.

3. Belastingen: 14,3%

Deze belastingen kennen tevens een grote variatie. Volgende belastingen werden elk door één gemeente opgegeven:

- belasting op drijfkracht;
- belasting op oppervlakte;
- algemeen gemeentelijke heffing;
- belasting voor het verspreiden van niet-geadresseerd drukwerk (in 2004 nog in 3 gemeenten);
- belastingsreglement m.b.t. het gebruik van motoren;
- belasting op de publiek toegankelijke ruimten (handelaarsbijdrage);
- en een retributie op openingsuren.

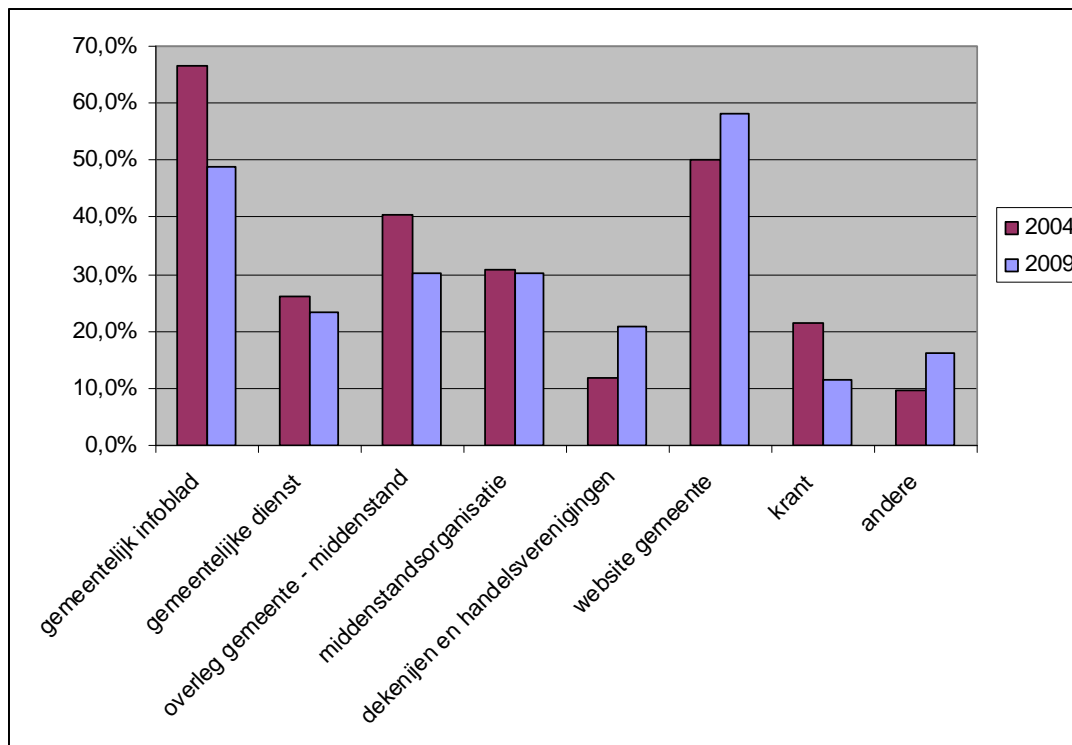
Het aantal opgegeven belastingen t.a.v. de lokale handelaars ligt in 2009 wel een pak lager dan in 2004, met name 45% t.o.v. 14,3% (of 18 gemeenten t.o.v. 7 gemeenten).

¹⁶ De premie wordt vaak beperkt tot het kernwinkelgebied, maar kan bijvoorbeeld ook betrekking hebben op de buurtwinkels e.d.

B. Bekendmaking reglementering

Zo verscheiden het aanbod aan reglementeringen inzake het winkelbeleid, zo divers is de manier waarop deze bepalingen bekend gemaakt worden aan de handelaars.

Figuur 9: de mate en het gebruik van instrumenten voor het bekendmaken van de gemeentelijke bepalingen t.a.v. de detailhandel binnen de Oost-Vlaamse gemeentebesturen (%)



Bron: EROV

Uit bovenstaande figuur kan duidelijk worden afgeleid dat er een verschuiving heeft plaatsgevonden in de mate waarop verschillende instrumenten gebruikt worden ter bekendmaking van de gemeentelijke reglementering. Waar in 2004 het gemeentelijk infoblad het meest gehanteerd werd, gevolgd door de gemeentelijke website op de tweede plaats, zijn de rollen nu omgekeerd. In 2009 wordt de gemeentelijke website gehanteerd door 58,1% van de gemeenten, het gemeentelijk infoblad door 48,8% van de gemeenten.

Hoewel het overleg tussen de gemeente en middenstand ter bekendmaking van de reglementering in belang is afgenomen (van 40,5% naar 30,2%), blijft het een belangrijk communicatiekanaal. Bij de communicatie via de middenstandsorganisaties, heeft dit in de eerste plaats betrekking op UNIZO (46,2%), gevolgd door de lokale handelsverenigingen (23,1%) en het LVZ (7,7%).

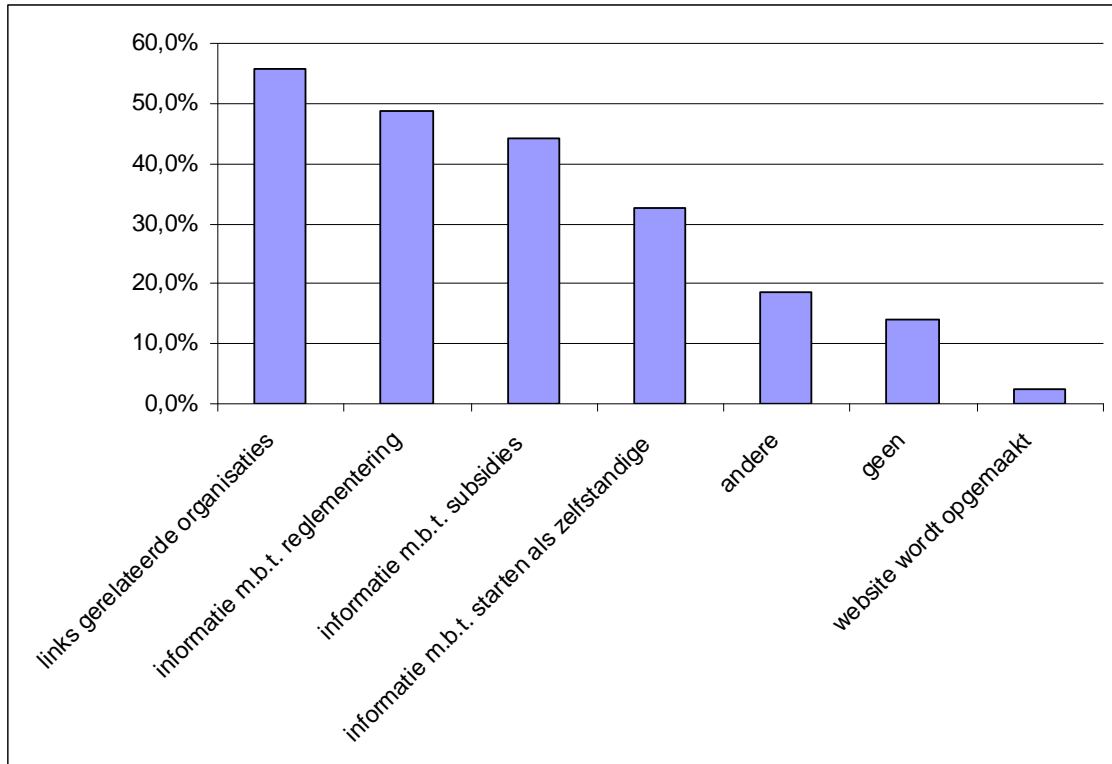
Verder doen 20,9% van de gemeenten beroep op de lokale handelsverenigingen voor de verspreiding van de informatie rond gemeentelijke reglementeringen. De reglementering wordt ook bekend gemaakt via de gemeentelijke dienst lokale economie of middenstand en via de dienst stedenbouw en het gemeentelijk secretariaat. En verder vinden enkele 'nieuwe' communicatiemiddelen ingang zoals de lokale televisie (Tv-Oost) en het plaatselijk reclameblad.

3.5 Website gemeente

Gezien de toename van het gebruik van de gemeentelijke website als communicatiemiddel (zie onder meer 3.4, bekendmaking reglementering) was het opportuun om daaraan binnen de enquêtering ook de nodige aandacht aan te besteden. Daartoe werd aan de gemeentebesturen gevraagd welke relevante informatie kan teruggevonden worden op de gemeentelijke website.

A. Informatie voor de handelaars

Figuur 10: informatie t.a.v. de handelaars op de website van de Oost-Vlaamse gemeentebesturen (%)



Bron: EROV

Waar eerder (p. 27) nog 58,1% van de gemeenten aangaf om de reglementering bekend te maken via de website, kan vastgesteld worden dat hier slechts 48,8% weergeeft gemeentelijke reglementering op zijn website te hebben staan. Het verschil kan echter verklaard worden door het feit dat niet iedere gemeente momenteel (vraag 3.5) reglementering op de website heeft staan, maar het wel via de website bekend zou maken mocht er gemeentelijke reglementen t.a.v. de handelaars worden opgemaakt (vraag 3.4). Er is een verschil tussen 'zouden bekend maken' en 'is bekend gemaakt' via de gemeentelijke website.

Een andere mogelijke verklaring is het feit dat hier nog eens afzonderlijk werd bevraagd of informatie m.b.t. subsidies op de website terug te vinden is. Bij vorige vraag m.b.t. de reglementering werden beide aspecten, informatie m.b.t. subsidies en reglementering, als één aspect beschouwd. 44,2% van de gemeentebesturen vermeldt op zijn website specifiek informatie m.b.t. subsidies.

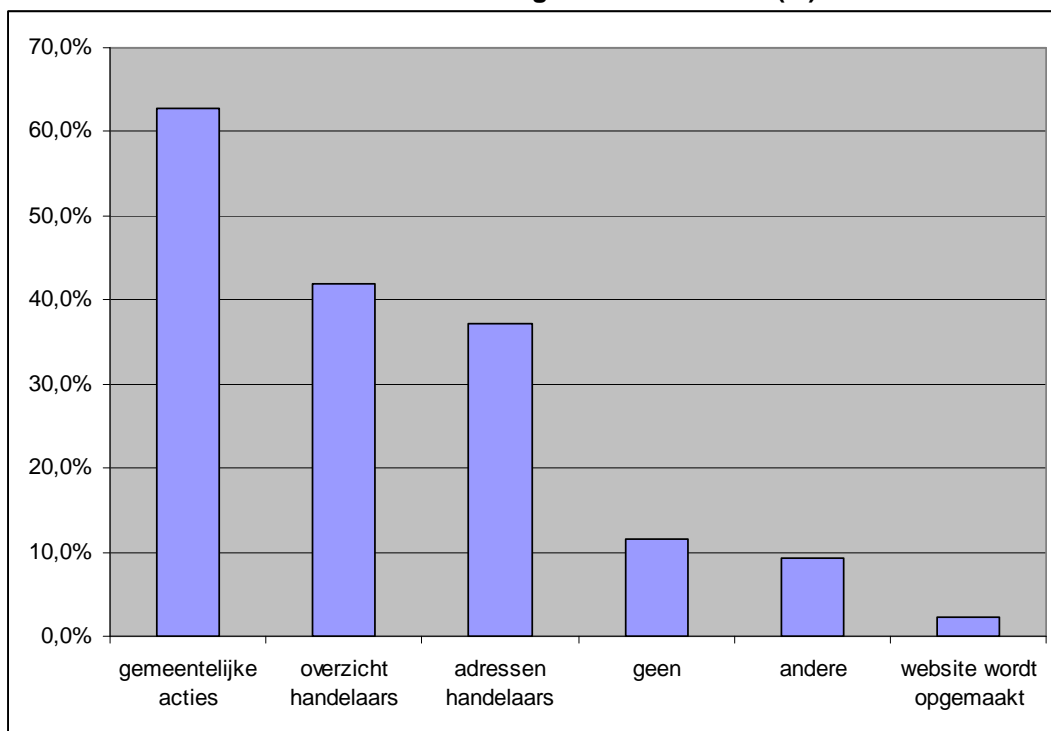
Het merendeel van de gemeenten, met name 55,8% geeft aan links naar gerelateerde organisaties te hebben geplaatst op de gemeentelijke website. 32,6% van de gemeenten geeft aan informatie op de website te hebben geplaatst m.b.t. het starten als zelfstandige.

Andere mogelijke interessante informatie die door de handelaars op de gemeentelijke websites kan worden teruggevonden betreft een activiteitenkalender, brochures, een bedrijvengids, een digiloket, informatie voor en door de middenstandsraad, afwijkingen van de wekelijkse sluitingsdag, publiciteit, lokaal ondernemersnieuws en de handelspannen die te koop of te huur staan.

14% geeft aan geen specifieke informatie t.a.v. de handelaars op zijn website te hebben staan.

B. Informatie voor de bevolking

Figuur 11: informatie t.a.v. de bevolking op de website van de Oost-Vlaamse gemeentebesturen (%)



Bron: EROV

Niet alleen de handelaars zelf, maar ook de bewoners/consumenten worden via de website aangesproken. Voor deze doelgroep heeft de informatie op de gemeentelijke website in de eerste plaats betrekking op de gemeentelijke acties. Liefst 27 gemeenten of 62,8% geeft aan de consumenten via de website te informeren over de gemeentelijke acties. 18 gemeentebesturen bieden op hun website tevens een overzicht van de handelaars aan.

Binnen één derde van de Oost-Vlaamse gemeenten zijn er naast de gemeentelijke website nog andere relevante lokale websites met betrekking tot handel beschikbaar, met name websites van lokale handelsverenigingen en UNIZO-afdelingen en meer specifieke websites zoals 'Gent Verwent'¹⁷.

11,6% van de gemeentebesturen geeft aan geen specifieke informatie t.a.v. de bevolking of consumenten op zijn website te hebben geplaatst.

¹⁷ Gent Verwent is de promotiecampagne die het imago van Gent als winkelstad wenst te versterken. Op de website van Gent Verwent wordt niet alleen een overzicht gegeven van alle deelnemende Gent Verwent zaken maar ook een plannetje waar u de zaken kan vinden, merken, sluitingsdagen e.d.

3.6 Suggesties t.a.v. EROV

De enquête 'gemeentelijke acties en activiteiten inzake centrummanagement' en het bijhorende rapport dient voornamelijk als inspiratiebron voor uitwisseling van ideeën en ervaringen omtrent mogelijke acties in het kader van het lokaal economisch beleid, de kernversterking of de uitwerking van een strategisch-commercieel plan voor steden en gemeenten.

Het rapport moet bijdragen tot een nog sterkere dienstverlening naar de gemeenten toe en tot verdere actieplanning op gemeentelijk en provinciaal niveau ten bate van de detailhandel. In de enquête werd aan de Oost-Vlaamse gemeentebesturen tevens zelf de gelegenheid geboden om suggesties over te maken over hoe EROV en het provinciebestuur Oost-Vlaanderen hun dienstverlening naar de gemeentebesturen toe kunnen optimaliseren. Bijna de helft van de gemeenten hebben van de gelegenheid gebruik gemaakt en gaven volgende suggesties mee:

1. *Advies, begeleiding en expertise (8 gemeenten)*

- Fungeren als deskundige vertegenwoordiger in de Raad Lokale Economie;
- Beschikbaar stellen van studiemateriaal en relevante informatie (2 gemeenten);
- Advies- en/of expertisefunctie bij grote vastgoedprojecten type Warande Beveren, shoppingscentrum Sint-Niklaas en Vrijdagsmarkt Gent;
- Gegevens ter beschikking stellen over loopstromen, koopstromen en passantentellingen;
- Gegevens beschikbaar stellen over het detailhandelsbestand in Oost-Vlaanderen. Andere provincies overwegen het bestand van Locatus¹⁸ aan te kopen, Stad Gent bijvoorbeeld koopt deze momenteel zelf aan;
- Opmaak van een strategisch beleidsplan.

2. *Workshops (6 gemeenten)*

- Een informatiemoment over de aanpak van leegstand in de handelskern en hoe een PPS¹⁹ daartoe nuttig kan zijn;
- Leegstand: hoe pakken we dit daadwerkelijk en doeltreffend aan?
- Organiseren van vorming en workshops rond een aantal topics omtrent de detailhandel, waaronder: specifieke regelgeving, aanpak leegstand, aantrekken handelaars, strategische planning, kernversterkend beleid, e.d.;
- Bundeling van concrete initiatieven (best practices) m.b.t. detailhandel uit andere steden en gemeenten en deze uitwisselen via studiedagen en workshops;
- Organisatie, overleg en benchmarking tussen de verschillende Oost-Vlaamse steden;
- Het aanleggen van een handelaarsbestand via de website.

3. *Stimuleren van ondernemerschap (3 gemeenten)*

- Alle inspanningen moeten aangewend worden om het zelfstandig ondernemen aan te moedigen en te ondersteunen. Niet zozeer de kwantiteit maar wel de kwaliteit van de starter telt. Vooral het financiële plaatje rond krijgen (inzicht in verschillende subsidiemogelijkheden) blijkt op dit moment voor starters een probleem te zijn;
- Informatiepakket voor gemeentebesturen met inlichtingen om te starten als zelfstandige;
- Opstarten van een campagne om winkel(en) in eigen gemeente aan te moedigen.

¹⁸ Locatus is een leverancier van winkelinformatie in de Benelux.

¹⁹ PPS staat voor Publiek-Private Samenwerking, een samenwerkingsvorm tussen de overheid en één of meer private ondernemingen.

4. *Ondersteuning bij uitbouw gemeentelijke dienst (2 gemeenten)*

- Ondersteuning van de dienst lokale economie in een kleine gemeente;
- Ondersteunen van de opstart van een economische cel in het gemeentelijk beleid.

5. *Ruimtelijke ordening (2 gemeenten)*

- Vraag naar actie om gemeente te ondersteunen om 'handel' toe te laten in het buitengebied;
- Adviezen formuleren naar in opmaak zijnde RUP's.²⁰

6. *Andere (3 gemeenten)*

- Promotie streekproducten;
- Voorstellen zijn altijd welkom (2 gemeenten).

3.7 Rol van EROV t.o.v. de Oost-Vlaamse gemeentebesturen

Aan heel wat van de bovenstaande suggesties komt EROV reeds tegemoet. Het nogmaals vermelden van bepaalde actiepunten die EROV reeds ter harte neemt, kan daarbij zowel wijzen op het extra in de verf willen zetten van bepaalde actiepunten, als op de noodzaak om, van EROV, uit alle initiatieven, ook deze naast detailhandel, nog meer bekend te maken bij de Oost-Vlaamse gemeentebesturen en het grote publiek.

Met betrekking tot de detailhandel is EROV reeds geruime tijd actief. Voornamelijk de laatste twee jaren werd er prioriteit gemaakt van de uitbouw van een volwaardige dienst. De EROV vzw is in het kader van het Algemeen Beleidsprogramma 2007–2012 van het Provinciebestuur actief op het terrein van de "Uitwerking van een strategisch-commercieel plan voor steden en gemeenten met formulering en begeleiding van acties voor kernversterking". EROV werkt daarbij samen met een waaier van overheden, instellingen en bedrijven.

Men kan stellen dat EROV een faciliterende en adviserende rol vervullen, door het bestaande studiewerk te vertalen naar de gemeentelijke situatie, het beleidsproces mee te begeleiden door bijvoorbeeld deel uit te maken van een gemeentelijke stuurgroep, een permanent contact te voorzien met de lokale economie ambtenaar en tevens aandacht te hebben voor mogelijke projecten waarin de gemeente kan meegenomen worden.

EROV streeft ernaar om zoveel mogelijk gegevens en cijfermateriaal ter beschikking te stellen aan de Oost-Vlaamse Gemeentebesturen. EROV startte in 1999–2000 met de opmaak van twee studierapporten die de distributie- en detailhandelssector in onze provincie in kaart brachten.

²⁰ In de marge kan de bedenking worden gemaakt dat de optie om handel te concentreren in de kernen van het buitengebied reeds ingeschreven staat in het RSV en als dusdanig het beleidskader vormt voor het PRS. Kleinhandel maakt als woonondersteunende voorziening deel uit van de nederzettingsstructuur. Tevens kan hierbij vermeld worden dat de provincie Oost-Vlaanderen bij elk Ruimtelijk UitvoeringsPlan (RUP) minstens advies verleent in het kader van de plenaire vergadering en in het kader van het openbaar onderzoek.

Ondertussen werd het eigen **studiemateriaal** verder uitgebreid met onder meer:

- (Ver)ken uw grens. Onderzoek naar de grensoverschrijdende bezoekersstromen in de Euregio Scheldemond, 2007,
- Het strategisch-commercieel plan voor het centrum van Assenede, 2007,
- Het strategisch-commercieel plan voor het centrum van Maldegem, 2007,
- Jaarlijks rapport KMO en Zelfstandig Ondernemen in Oost-Vlaanderen, editie 2008 en editie 2009.

Een actualisering van de vraag- en aanbodzijde wordt in het vooruitzicht gesteld.

EROV tracht tevens overleg en netwerking tussen de verschillende gemeentebesturen te bevorderen via het samenbrengen van de gemeentelijke verantwoordelijken in een **adviesplatform detailhandel**. Dit is een werkvergadering met de verantwoordelijken voor het handelsbeleid op gemeentelijk niveau, met als doel per sessie, één specifiek thema te belichten dat gerelateerd is aan de detailhandel. Waar de nood zich stelt worden bijkomende ontmoetingsmomenten of vormingssessies georganiseerd.

De opgegeven suggesties voor bijkomende workshops, waarbij het thema leegstand nadrukkelijk werd vermeld, zullen daartoe zeker ter harte worden genomen bij de organisatie en uitwerking van verdere overlegmomenten.

EROV is er zich van bewust dat het runnen en uitbouwen van een lokaal economisch beleid geen sinecure is. In het Algemeen beleidsprogramma 2007-2012 van het provinciebestuur Oost-Vlaanderen werd dan ook uitdrukkelijk opgenomen m.b.t. de detailhandel dat voor de kleinere gemeenten, met in omvang beperkte handelskernen, een aangepast **centrummanagement** wordt mogelijk gemaakt via advies en begeleiding van EROV.

Het 5B-project 'Centrummanagement Assenede en Maldegem' in 2007 is het bewijs dat ook voor kleinere gemeenten een aangepast centrummanagement mogelijk is. Met het strategisch commercieel plan voor het centrum van Assenede en Maldegem, het aanwezige studiemateriaal en de kennis en contacten met de andere Oost-Vlaamse gemeentebesturen, heeft EROV de benodigde instrumenten in handen om de kleinere steden en gemeenten te begeleiden en te adviseren bij het realiseren van een aangepast centrummanagement en de opmaak van een strategisch commercieel plan voor hun gemeente.

Naast de gemeenten richt EROV zich tevens tot de Oost-Vlaamse detailhandelaars. Sinds 2003 richt EROV een vormings- en begeleidingsprogramma op maat van de detailhandelaar in. In 2009 is het **vormings- en begeleidingsprogramma voor de detailhandel** aan zijn 10^e editie toe!

Via dit praktijkgericht, kortlopend vormingsprogramma met een individuele begeleiding, stelt EROV zich tot doel het beheer van detailhandelszaken te professionaliseren. Het vormings- en begeleidingsprogramma wordt bij gelegenheid tevens op lokaal niveau ingericht.

Het actieterrein van EROV blijft echter niet beperkt tot de detailhandel. Ook de imago-ondersteuning van sectoren, promotie van de streekproducten en het stimuleren van het ondernemerschap zoals hierboven vermeld behoren tot het werkveld, naast andere deelaspecten waaronder de kmo's, social profit, en recent ook de begeleiding van bedrijfsoverdracht (BEBEO), maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) en bedrijfsbreed en geïntegreerd informatiseren om bedrijfsvoering te optimaliseren (SCHERP).

3.8 Contactgegevens

Wenst u als gemeente uw lokaal economisch beleid t.a.v. de detailhandel een nieuw elan te geven? Bent u van plan een strategisch commercieel plan voor uw gemeente te laten opmaken? Heeft u bijkomende suggesties t.a.v. EROV. Of wenst u vrijblijvend kennis te maken met de detailhandelsactiviteiten van EROV? Neem dan gerust contact op met:

Daniël De Steur, directeur

Tel. 09/267.86.10

daniël.de.steur@oost-vlaanderen.be

Emly Windels, bedrijfskundig consulent distributie en detailhandel

Tel. 09/267.86.29

emly.windels@oost-vlaanderen.be

U vindt de Economische Raad voor Oost-Vlaanderen in het Huis van de economie, Seminariestraat 2 te 9000 Gent. U kan echter ook steeds terecht op de website www.ero.v.be.

4. Conclusie

Het lokaal economisch beleid ten behoeve van de detailhandel is een heel verscheiden en complex gegeven en noodzaakt een beleid op maat van de gemeente. De moeilijkheidsgraad ligt in het feit dat de detailhandel en dus ook ruimer het lokaal economisch beleid onderhevig is aan heel wat externe factoren waar de gemeente niet altijd grip op heeft zoals de koopkracht van de bewoners, het wijzigende winkelgedrag van de consumenten, maar ook de ligging en de concurrentie ten opzichte van de andere steden en gemeenten. Ook de ontwikkeling van baanwinkels, winkellinten en/of shoppingcentra stellen de gemeente voor de nodige uitdagingen om het centrum aantrekkelijk, leefbaar en economisch sterk te houden. Vandaar de noodzaak aan een goed onderbouwd lokaal economisch beleid.

Vier essentiële basisvoorwaarden worden gedefinieerd: de schepen en de ambtenaar lokale economie, het beleidsplan lokale economie en het overleg met de ondernemers.

Uit dit onderzoek blijkt de eerste voorwaarde alvast goed te zijn ingevuld: alle gemeenten die aan het onderzoek hebben deelgenomen hebben een schepen opgegeven bevoegd voor het domein lokale economie (al blijkt dit niet steeds uit de titulatuur).

Wat de tweede voorwaarde betreft, de ambtenaar lokale economie, kan gesteld worden dat de gemeenten op goede weg zijn, maar dat het eindpunt nog lang niet is bereikt. Waar in 2004 slechts 9,5% van de gemeenten een rechtstreeks aanspreekpunt had, is dit aantal ondertussen gestegen tot 38,3%. Echter, te vaak wordt het beleid lokale economie toegewezen aan een indirect aanspreekpunt, waarbij de bevoegdheden beperkt worden tot administratie of waar lokale economie bijgenomen wordt bij andere bevoegdheden en daardoor vaak ondergeschikt is. Verder beschikken nog steeds 17,8% van de gemeentebesturen niet over een aanspreekpunt, waar verwacht mag worden dat dit percentage in realiteit nog hoger ligt!

Ook aan de invulling van de derde voorwaarde, een beleidsplan lokale economie, moet nog sterk gewerkt worden. Net geen derde van de gemeentebesturen beschikt over een lokaal economisch beleidsplan of strategisch-commercieel plan voor hun stad of gemeente.

Het overleg met de ondernemers en handelaars daarentegen, de vierde voorwaarde voor een efficiënt lokaal economisch beleid, wordt goed ingevuld, maar blijvende aandacht voor het betrekken van de handelaars is vereist.

Uit de acties ondernomen in de periode 2005-2008 blijkt tevens dat lokale economie sterk afhankelijk is en gerelateerd is met andere beleidsdomeinen waaronder structuurplanning, mobiliteit en ruimtelijke ordening. Overleg tussen de verschillende diensten is dan ook aan te bevelen. Reeds 26 gemeenten geven aan overleg te plegen tussen de verschillende gemeentelijke diensten.

De gemeentelijke acties worden gekenmerkt door een hun grote variëteit, waarvan de actie 'Met belgerinkel naar de winkel', de markten en de uitzonderlijke openingen het frequentste voorkomen binnen de Oost-Vlaamse gemeenten. De actieradius van de gemeentebesturen wordt echter sterk bepaald door de dynamiek van het bestuur en de aanwezige handelaars, en de financiële middelen die ter beschikking staan.

De lokale handelsorganisaties en de lokale UNIZO-afdelingen spelen een belangrijke rol in het lokaal economisch beleid met betrekking tot het uitwerken van acties (72,1%) en het bekendmaken van gemeentelijke reglementering t.a.v. de handelaars (31%).

De sterke verbondenheid met ruimtelijke ordening en stedenbouw blijkt tevens uit de gemeentelijke ruimtelijke structuurplanning. Steeds meer gemeenten houden rekening met de lokale handel en economie binnen hun ruimtelijke structuurplanning (76,7%, ofwel 33 van de 43 gemeenten in 2009 t.o.v. 59,5% in 2004). Ook aan mobiliteit en parkeergelegenheid, de inrichting van het openbaar domein en de concentratie van handelszaken wordt terecht ruim aandacht besteed binnen de gemeentelijke structuurplanning.

Via gemeentelijke reglementen, subsidies en belastingen hebben de gemeenten beleidsinstrumenten in handen om het handelsaanbod en de aantrekkelijkheid en de leefbaarheid in hun gemeente te gaan beïnvloeden. Twee derde van de Oost-Vlaamse gemeentebesturen maakt gebruik van dergelijke reglementeringen, waarbij voornamelijk de snelle groei aan nachtwinkelreglementen in het oog springt.

Daarbij kan ook opgemerkt worden dat hoewel men statistisch gezien kan spreken van een daling in het aantal belastingen en een groei van de financiële betoelagingen, het aantal gemeenten die één of andere subsidie toekennen in zijn geheel toch beperkt blijft.

De gemeentelijke infokrant en de website komen uit het onderzoek naar voor als voornaamste communicatiemediën naar voor m.b.t. zowel het communiceren van openbare werken als de bekendmaking van reglementering. Dit zowel naar de bevolking als naar de handelaars toe.

Niettegenstaande de toename van het belang van de gemeentelijke website als communicatiemedium, dient te worden vastgesteld dat 14% van de gemeenten zich op de website niet richt tot de handelaar en dat 11,6% geen specifieke informatie aan de consument verschaft via de website.

Tot besluit kan gesteld worden dat het lokaal economisch beleid al heel wat sprongen voorwaarts heeft genomen ten opzichte van de situatie in 2004, maar dat er voor de Oost-Vlaamse gemeentebesturen tevens nog heel wat uitdagingen resten. Dit blijkt onder meer uit de groei van het aantal directe aanspreekpunten binnen de Oost-Vlaamse gemeentebesturen, enerzijds gestegen van 9,5% in 2004 tot 38,3% in 2009, anderzijds wijst het percentage tevens op een marge voor verdere groei. EROV zal in het kader van het strategisch-commercieel plan de Oost-Vlaamse gemeentebesturen verder blijven ondersteunen via het ter beschikking stellen van cijfermateriaal en onderzoek, via de organisatie van overlegmomenten en via het adviseren en begeleiden bij de opmaak van een strategisch-commercieel plan voor hun stad of gemeente. Gezien de beïnvloeding door externe factoren, zoals het wijzigende consumptiepatroon, verdient het lokaal economisch beleid binnen alle Oost-Vlaamse steden en gemeenten dan ook blijvend de aandacht. Dit geldt tevens voor de steden en gemeenten die reeds veel verder staan dan hun conculega's²¹, want: "*Het risico van succes is de arrogante veronderstelling dat hetgeen je in het verleden hebt gedaan ook in de toekomst zal werken.*"²²

²¹ Conculega's is een samenvoeging van de termen 'concurrenten' en 'collega's'.

²² Citaat door C. William Pollard.

5. Bijlagen

Bijlage 1: De enquête

09/ew/detailhandel/overleg/2009/0022

Enquête Gemeentelijke acties en activiteiten inzake centrummanagement

1. Gemeentelijk aanspreekpunt centrummanagement / detailhandel

Wie verzorgt binnen de gemeente de contacten met de plaatselijke detailhandel?

1.A. Schepen:

Naam: Voornaam:
Functie/Titulatuur:
Adres:
Postcode: Gemeente:
Tel.: Fax:
E-mail:

1.B. Ambtenaar:

Naam: Voornaam:
Functie/Titulatuur:
Adres:
Postcode: Gemeente:
Tel.: Fax:
E-mail:

1.C. Andere, bijvoorbeeld centrummanager:

Naam: Voornaam:
Functie/Titulatuur:
Adres:
Postcode: Gemeente:
Tel.: Fax:
E-mail:

2. Gemeentelijk beleid t.a.v. de handel

2.A. Is er een lokaal economisch beleidsplan of strategisch-commercieel plan uitgewerkt voor uw stad of gemeente? Zo ja, gelieve een kopie toe te voegen in bijlage.

ja neen staat gepland

2.B. Bij de bepaling van het gemeentelijk beleid t.a.v. de detailhandel is er overleg:

Tussen de gemeente en de middenstandsorganisatie: ja neen

Zo ja, welke:

Tussen de gemeente en de plaatselijke handelaars: ja neen

Zo ja, op welke manier vindt dit dan plaats:

Tussen de gemeente en andere instellingen of organisaties: ja neen

Zo ja, welke:

Tussen de verschillende gemeentelijke diensten: ja neen

Welke rol neemt de betrokken ambtenaar of de bevoegde personen in binnen het overleg?

.....
.....
.....

2.C. Welke acties t.a.v. de handel zijn de laatste 3 jaar ondernomen (2005-2008)?

Geef een korte omschrijving.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2.D. Wordt bij de uitwerking van dergelijke acties, beroep gedaan op middenstands- en/of andere interprofessionele organisaties? ja neen

Zo ja, welke:

.....
.....

2.E. Welke zijn de voornaamste sterkten en zwakten van het gemeentelijk beleid t.o.v. de detailhandel, zo concreet mogelijk?

Sterkten:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Zwakten:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2.F. Zijn er factoren die de goede werking van het beleid t.a.v. de handel in de weg staan?

ja neen

Zo ja, welke:

.....
.....
.....

3. Gemeentelijke structuurplanning

3.A. Is er aandacht voor de detailhandel in de gemeentelijke structuurplanning?

ja neen

Zo ja, welke punten m.b.t. de detailhandel werden opgenomen?

.....
.....
.....

3.B. Werden er in de periode 2005-2008 aanvragen tot een socio-economische vergunning ontvangen?

ja neen

Zo ja, hoeveel:.....

Welke dienst/ambtenaar is bevoegd voor de behandeling van de aanvraag?.....

3.C. Hoe worden openbare werken gecommuniceerd?

Naar de handelaars toe

- gemeentelijk infoblad
- per brief
- overlegvergadering gemeentebestuur - middenstand
- website van de gemeente (adres):
- krant:
- andere:

Naar de bevolking toe

- gemeentelijk infoblad
- per brief
- website van de gemeente (adres):
- krant:
- andere:

4. Gemeentelijke reglementering m.b.t. de handel

4.A. Welke bepalingen zijn er t.a.v. de detailhandel? Gelieve een kopie van de betreffende reglementeringen toe te voegen aan deze vragenlijst.

.....

.....

.....

.....

.....

4.B. Hoe wordt de reglementering t.a.v. de handelszaken bekendgemaakt?

- gemeentelijk infoblad
- gemeentelijke dienst:
- overlegvergadering gemeentebestuur - middenstand
- middenstandsorganisatie, welke:
- dekenijen / handelsverenigingen
- website van de gemeente (adres):
- krant:
- andere:

5. Website gemeente

Welke informatie m.b.t. de plaatselijke handel is te vinden op de website van de gemeente?

5.A. Informatie voor de handelaars:

- informatie voor de handelaars betreffende de reglementering
- informatie betreffende subsidiemogelijkheden
- links naar gerelateerde organisaties bv. overheid, zelfstandigenorganisaties e.d.
- informatie over starten als zelfstandige
- andere:

5.B. Informatie voor de bevolking:

- informatie voor de consument: overzicht van de handelaars (naam – soort handelszaak)
- informatie voor de bevolking/consument: adressen van de handelaars
- informatie voor de bevolking/consument m.b.t. gemeentelijke acties zoals bijvoorbeeld gemeentelijke spaarkaart, Dag van de Klant e.d.
- andere:

Zijn er verder nog relevante lokale websites met betrekking tot de lokale economie/handel?

- ja neen

Zo ja, welke:

.....
.....

6. Overige informatie

6.A. Welke initiatieven kan de EROV in samenwerking met het gemeentelijk beleid en andere organisaties ontwikkelen m.b.t. de detailhandel?

.....
.....
.....

6.B. Wenst u nog overige informatie aan ons over te maken m.b.t. de manier waarop het gemeentelijk beleid t.a.v. de detailhandel gerealiseerd wordt, of heeft u nog enkele vragen, dan kan u deze hier neerschrijven:

.....
.....
.....
.....

Stuur of fax deze enquête vóór 20 maart 2009 terug naar:

Emly Windels, bedrijfskundig consulent voor distributie en detailhandel, EROV
Huis van de Economie
Seminariestraat 2
9000 Gent
tel: 09/267.86.29
fax: 09/267.86.95
emly.windels@oost-vlaanderen.be
www.erov.be

Bijlage 2: administratieve arrondissementen in Oost-Vlaanderen

Arrondissement	Gemeenten	Aantal
<i>Aalst</i>	Aalst, Denderleeuw, Erpe-Mere, Geraardsbergen, Haaltert, Herzele, Lede, Ninove, Sint-Lievens-Houtem, Zottegem	10
<i>Dendermonde</i>	Berlare, Buggenhout, Dendermonde, Hamme, Laarne, Lebbeke, Waasmunster, Wetteren, Wichelen, Zele	10
<i>Gent</i>	Aalter, De Pinte, Deinze, Destelbergen, Evergem, Gavere, Gent, Knesselare, Lochristi, Lovendegem, Melle, Merelbeke, Moerbeke-Waas, Nazareth, Nevele, Oosterzele, Sint-Martens-Latem, Waarschoot, Wachtebeke, Zomergem, Zulte	21
<i>Eeklo</i>	Assenede, Eeklo, Kaprijke, Maldegem, Sint-Laureins, Zelzate	6
<i>Oudenaarde</i>	Brakel, Horebeke, Kluisbergen, Kruishoutem, Lierde, Maarkedal, Oudenaarde, Ronse, Wortegem-Petegem, Zingem, Zwalm	11
<i>Sint-Niklaas</i>	Beveren, Kruibeke, Lokeren, Sint-Gillis-Waas, Sint-Niklaas, Stekene, Temse	7

Bijlage 3: de gebiedsindeling volgens de VRIND-classificatie

VRIND-classificatie: ruimtelijke indeling op basis van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen met opsplitsing van het buitengebied op basis van het Strategisch Plan Ruimtelijke Economie (SPRE) waarbij het ruraal overgangsgebied en het ruraal gebied als platteland wordt geclassificeerd (VRIND 2004-2005).²³

De gemeenten worden daarbij in volgende categorieën ingedeeld:

- Buitengebied: met opsplitsing in platteland en overgangsgebied
- Centrumsteden
- Grootsteden
- Grootstedelijke rand
- Provinciaal kleinstedelijk gebied
- Regionaalstedelijk gebied
- Vlaams stedelijk gebied rond Brussel

De Oost-Vlaamse steden en gemeenten worden als volgt geclassificeerd.

Gebiedsindeling	Steden en gemeenten
<i>Centrumsteden</i>	Aalst, Sint-Niklaas
<i>Grootsteden</i>	Gent
<i>Grootstedelijke rand</i>	De Pinte, Destelbergen, Evergem, Melle, Merelbeke
<i>Kleinstedelijk provinciaal</i>	Wetteren, Beveren, Geraardsbergen, Ninove, Temse, Zottegem
<i>Overgangsgebied</i>	Wichelen, Zele, Berlare, Buggenhout, Erpe-Mere, Haaltert, Hamme, Kruikebeke, Lebbeke, Lede, Lovendegem, Sint-Martens-Latem, Stekene, Waasmunster, Zelzate
<i>Platteland</i>	Gavere, Brakel, Assenede, Herzele, Horebeke, Kaprijke, Knesselare, Kruishoutem, Laarne, Lierde, Lochristi, Maarkedal, Moerbeke, Nevele, Oosterzele, Sint-Gills-Waas, Sint-Laureins, Sint-Lievens-Houtem, Waarschoot, Wachtebeke, Wortegem-Petegem, Zingem, Zomergem, Zulte, Zwalm, Aalter, Kluisbergen, Maldegem, Nazareth
<i>Regionaal stedelijke rand</i>	Denderleeuw
<i>Structuurondersteunende steden</i>	Deinze, Dendermonde, Eeklo, Lokeren, Oudenaarde, Ronse

²³ Meer info: http://aps.vlaanderen.be/statistiek/publicaties/stat_Publicaties_vrind.htm .

Bijlage 4: De sterktes en zwaktes van het gemeentelijk beleid lokale economie

STERKTEN		ZWAKTEN	
<u>Overlegstructuur:</u> Goede samenwerking tussen handelaars en gemeente, steun van de handelaars, ad hoc werking mogelijk, lokale raad economie	16 gemeenten	<u>Overlegstructuur:</u> Geen middenstandsraad meer, afstand tussen gemeente en handelaars, niet gestructureerd, moeilijke mobilisatie zelfstandigen	4 gemeenten
<u>Mobiliteit en parkeermogelijkheden:</u> Aangepaste parkeertarieven, goede bereikbaarheid	7 gemeenten	<u>Mobiliteit en parkeermogelijkheden:</u> Verkeersafwikkeling, parkeerproblematiek, te veel verkeer in het centrum	6 gemeenten
<u>Beleidsmatig:</u> Opmaak strategisch plan, kernversterkend beleid, dorpskernvernieuwing, positionering, leegstandsmeting	8 gemeenten	<u>Beleidsmatig:</u> Ad hoc of geen beleid, geen integrale benadering, geen LT-visie, geen vestigingsbeleid, geen horecabeleidsplan, nood aan profilering, geen prioritair beleid	10 gemeenten
<u>Eigen aan gemeente:</u> Nieuw elan in handelsorganisaties, kleinschaligheid, bevolkingsaantal en toename, gemiddeld inkomen	10 gemeenten	<u>Eigen aan gemeente:</u> Kleinschaligheid, concurrentiële positie, te weinig promotie, dalende koopbinding	4 gemeenten
<u>Aanspreekpunt handelaars:</u> Meerwaarde door schepen, centrummanager, aanwezigheid aanspreekpunt, persoonlijke contacten	6 gemeenten	<u>Aanspreekpunt handelaars:</u> Geen afzonderlijke dienst, weinig personeel, ambtenaar ook bevoegd voor andere domeinen, geen aanspreekpunt	6 gemeenten
<u>Aanbod:</u>	1 gemeente	<u>Aanbod:</u> Leegstand, aanbod ontoereikend, concurrentie baanwinkels en grootdistributie, weinig middenstand	9 gemeenten
<u>Financieel:</u> Afschaffing bedrijfsbelasting, lage belastingsdruk binnen gemeente	2 gemeenten	<u>Financieel:</u> beperkt	2 gemeenten
		<u>Concentratie handelszaken:</u> Langgesterkte kern, geen aaneengesloten winkelgebied, verspreid aanbod	4 gemeenten
		<u>Openbaar domein:</u> Geen impact op immobiliën (privé), onaantrekkelijke winkelstraat, nood aan investeringen in openbaar domein, zwerfvuil	5 gemeenten
		<u>Afhankelijk van hogere overheid</u>	3 gemeenten

Het rapport "Rapport gemeentelijke acties en activiteiten inzake centrummanagement" is een uitgave van de Economische Raad voor Oost-Vlaanderen.

De studie werd uitgevoerd door Emly Windels, bedrijfskundig consultant distributie en detailhandel, EROV, onder de algemene leiding van Chantal Gheysen, directieadviseur, en Daniël De Steur, directeur van EROV.

Overname van gegevens is toegelaten mits bronvermelding.

