



Detailhandelsplan Londerzeel

Januari 2020

Dienst Kenniseconomie Provincie Vlaams-Brabant



Inhoudsopgave

1. Inleiding.....	5
1. Doelstelling.....	5
2. Waarom een Detailhandelsplan.....	6
3. Meerwaarde van een detailhandelsplan	7
4. Randvoorwaarden voor de opmaak van een detailhandelsplan	9
5. Detailhandelsbeleid	10
2. Begrippen en definities	11
3. Analyse.....	17
1. Inleiding.....	17
2. Geografische positionering.....	18
3. Socio-economische positionering.....	22
4. Doorlichting detailhandel in de gemeente.....	32
a. Algemeen kader	33
b. Londerzeel als vestigingsplaats voor handelaars	35
5. Aanbodsanalyse.....	36
6. Aanbod handelspanden, WVO en branchering.....	37
7. Ligging van de winkelpanden	46
8. Leegstand	47
9. Koopstroomanalyse	54
10. Horeca.....	63
4. Algemene Beleidsmatige Context.....	64
5. Trends en Ontwikkelingen.....	71
6. SWOT Analyse Lokale Economie	73
7. Enquête bij de consument.....	82
8. Enquête bij de handelaars.....	110
	2



9. VISIE	114
1. Waar wil Londerzeel naartoe?.....	114
2. Krachtlijnen van de visie.....	114
3. INLEIDING.....	115
4. Ambitieniveau	116
a. Koopbinding.....	116
b. Koopattractie	118
5. Doelgroepen.....	119
a. Lokale bezoeker	119
b. Bovenlokale bezoeker	120
c. Bovenregionale bezoeker	121
6. Krijtlijnen van de visie	123
7. Verschillende niveaus van commerciële ontwikkeling	124
8. Londerzeel als hoofdkern met commerciële aard	125
9. Malderen & Steenhuffel als proximateitscentra met eigen karakter.....	127
a. Malderen.....	127
b. Steenhuffel	130
10. Basisvoorzieningen in Londerzeel Sint-Jozef	131
11. Perifere gebieden	132
12. Afbakening Kernwinkelgebieden	133
a. Afbakening Handelskern Londerzeel.....	134
b. Afbakening Handelskern Steenhuffel	137
c. Afbakening Handelszone Malderen.....	139
13. Adviesraden per handelskern.....	141
14. Sfeerschepping en infrastructurele inbedding van de handelskernen.....	142
15. Gemeentelijke Branding.....	143
16. Communicatie.....	144
17. Middenstandsacties met lokale inbedding	147



18.	Leegstand.....	148
19.	Mobiliteit en parkeren	149
20.	Heraanleg van voetpaden en kasseien	150
21.	Onderhoud publiek domein.....	152
22.	Maatregelen ten gevolge van de Corona-crisis	153
10.	ACTIEPLAN	155
1.	Acties op Gemeentelijk niveau.....	156
2.	Londerzeel als commercieel centrum van de gemeente.....	162
3.	Steenhuffel als proximateitscentrum met lokaal karakter	165
4.	Malderen als proximateitscentrum met lokaal karakter	167
1.	Data Enquête Handelaars.....	169



1. Inleiding

1. DOELSTELLING

De gemeente Londerzeel doet beroep op het project detailhandelscoaching van de provincie Vlaams-Brabant voor het uitwerken van een gepast detailhandelsbeleid in de gemeente.

Reden hiervoor is dat de gemeente in toenemende mate te kampen krijgt met het verdwijnen van kleine lokale handelszaken en een stijgende leegstand van winkelpanden. Bovendien heeft de opkomst van de e-commerce een steeds sterkere invloed op het huidige detailhandelslandschap en heeft zowel de detailhandel als horeca sterk te leiden onder de gevolgen van de Covid-19 crisis.

Deze studie wordt uitgevoerd aan de hand van de resultaten van de interprovinciale studie detailhandel, veldonderzoek binnen de gemeente en overleg met diverse stakeholders in Londerzeel. De analysefase houdt rekening met het uitgebreide studie- en cijfermateriaal dat afgeleverd werd door verschillende organisaties en overheden.

Het gemeentebestuur van Londerzeel wenst de aantrekkingskracht van de Londerzeelse handelscentra te verhogen en de economische draagkracht ervan te versterken en uit te breiden. Het gemeentebestuur heeft hiervoor de opdracht gegeven aan de detailhandelscoach van de Provincie Vlaams-Brabant om deze studie uit te voeren en op basis hiervan een actieplan op te stellen om de verdere groei en ontwikkeling van het gemeentelijk detailhandelsbeleid vorm te geven. Dit rapport omvat een analyse omtrent de detailhandel in Londerzeel en de bredere omgeving. De hieraan gekoppelde visie wordt vervolgens in een concreet actieplan gegoten om een aantal beleidsvoorstellen vorm te geven.

Startende vanuit een bondige voorstelling van een aantal kerncijfers van de gemeente Londerzeel worden onder meer de thema's ruimtelijke planning, ligging, wonen, werken, demografie en toerisme behandeld. Vervolgens worden de resultaten weergegeven van twee enquêtes gedaan bij zowel de consumenten en de handelaars zelf. Het huidige aanbod van de detailhandel en overige voorzieningen wordt eveneens behandeld. Hierbij wordt er een algemeen overzicht gegeven van het aanbod binnen de gemeente. Dit aanbod en de problematiek in Londerzeel wordt steeds behandeld in relatie tot haar buurgemeenten en in vergelijking met vergelijkbare gemeenten.



2. WAAROM EEN DETAILHANDELSPLAN

Een detailhandelsplan helpt het gemeentebestuur om de acties uit te voeren en te structureren die nodig zijn om de handel op haar grondgebied te beschermen, te behouden en te cultiveren. Deze acties hebben steeds een groter en langduriger effect wanneer zij zijn ingebed in een gestructureerd en toekomstgericht plan.

In de eerste plaats is het essentieel aan te geven dat er zeker niet altijd sprake hoeft te zijn van een acuut probleem of vraag. Beleid maken is immers ook voorbereiden, verdiepen, verbreden en werken met het oog op de toekomst.

Er ontstaat een toenemende druk op het fysieke detailhandelsaanbod. Niet enkel de concurrentie tussen winkels, maar ook tussen detailhandelspolen neemt toe. Dit vraagt tijdig om maatregelen en regulering, zeker ten aanzien van kernwinkelgebieden en buurtwinkels. Het voeren van een detailhandelsbeleid is daarmee ook geen luxe, maar een echte noodzaak geworden.

Bovendien staat de sector van de detailhandel onder steeds grotere druk door onder meer de spectaculaire groei van de e-commerce, het ontstaan van nieuwe hybride concepten, steeds grotere spelers binnen de markt en uiteraard de gevolgen van de huidige pandemie.

Ieder bestuur dient daarom werk te maken van een terdege uitgewerkte visie en daaraan gekoppeld actieplan om de handelaars en ondernemers op haar grondgebied te ondersteunen en de samenwerking op te drijven. Enkel zo zijn de traditionele handelskernen opgewassen tegen de grote druk van de buitenaf.



3. MEERWAARDE VAN EEN DETAILHANDELSPLAN

De opmaak en implementatie van een detailhandelsplan is onmiskenbaar een van de belangrijkste instrumenten bij de vormgeving van het detailhandelsbeleid. Daarnaast kan het de basis vormen voor de regierol die een stad wenst op te nemen ten aanzien van de detailhandel, zowel op het gebied van ruimtelijke structuren, als op het gebied van individuele inplantingen.

De opmaak van een detailhandelsplan kan vooral zinvol zijn als:

- Er een latent probleem wordt ervaren, maar er geen duidelijk beeld is van de feitelijke situatie of de oplossingsrichtingen.
- Er niet door iedereen een probleem op het vlak van de detailhandel wordt gezien, terwijl de detailhandel in zijn zuiverste vorm momenteel overal onder druk staat indien er niet op een correcte manier mee wordt omgegaan. Wanneer er dus op het vlak van detailhandel op dit moment geen probleem wordt ervaren duidt dit op een spreekwoordelijke 'stilte voor de storm'. Reeds voor de Covid-pandemie was het voor alle gespecialiseerde instituties duidelijk dat de detailhandel momenteel onder zeer grote druk staat. De pandemie zelf heeft dit probleem door de lange sluitingen, de dalende verkoop en de afname van het aantal klanten uiteraard alleen maar verdiept en verbreed.
- Een middel om het gemeentebestuur op één lijn te krijgen ten aanzien van de inhoudelijke visie over detailhandel. Te vaak wordt er immers een beleidslijn uitgeschreven door een legislatuur die daarna omgedraaid of hervormd wordt. Ook binnen gemeenteraden is men het soms niet eens over de te volgen richting voor de detailhandel. Een studie zoals deze draagt bij aan het draagvlak binnen het gemeentebestuur voor en om iedereen met de neus in dezelfde richting te krijgen en dit over verschillende beleidsperiodes heen.
- Een hulpmiddel om een proactief detailhandelsbeleid te voeren.
- Een middel om het draagvlak te verruimen en te verbreden voor gemeentelijke acties op het gebied van detailhandel.
- Een basis voor verdere en bredere economische uitbouw van de handelskernen en de aangrenzende sectoren of sectoren waarmee er synergiën bestaan.
- Tenslotte heeft een detailhandelsplan ook een externe functie. Met het uitschrijven van een dergelijk plan geeft de gemeente kennis aan potentiële starters en investeerders dat er aan een gunstig klimaat wordt gebouwd voor de uitbouw van hun activiteiten. Dit verhoogt de



attractiviteit naar deze spelers toe en draagt daarmee als katalysator bij aan de uitbouw van het detailhandelsapparaat.

Caveat: Een detailhandelsplan heeft slechts kans van slagen wanneer zij in samenwerking met het gemeentebestuur wordt opgesteld. De visie, doelstellingen en acties in een dergelijk plannen hebben enkel kans van slagen wanneer zij gedragen worden door de burgemeester, schepenen en medewerkers lokale economie die belast zijn met de uitvoering ervan.

Te vaak belanden mooi uitgewerkte beleidsplannen in dezelfde of daaropvolgende legislatuur op de kast en ontbreekt het aan de effectieve uitvoering ervan. Mede daarom wordt dit beleidsplan opgesteld in samenwerking en samenspraak met het gemeentebestuur en volgt de Provincie de uitvoering ervan op in de toekomst. Hiertegenover staat dan weer de mogelijkheid tot subsidiëring vanuit de Provincie.

De gemeente Londerzeel en voornamelijk haar dienst Economie heeft zich van bij de start van dit traject steeds gemotiveerd en open opgesteld. Mede daarom werd de gemeente gekozen als pilootproject binnen de provincie Vlaams-Brabant voor het uitwerken van een detailhandelsplan.



4. RANDVOORWAARDEN VOOR DE OPMAAK VAN EEN DETAILHANDELSPLAN

Voor de opmaak van een detailhandelsplan zijn er enkele voorwaarden die op zijn minst vervuld dienen te zijn. Zonder deze voorwaarden verwordt het detailhandelsplan een lege doos die op termijn zijn uitwerking zal missen.

Deze voorwaarden zijn:

1. Er moet minimaal sprake zijn van de bereidheid om een detailhandelsbeleid uit te werken.
2. Er moet sprake zijn van effectieve beleidsmogelijkheden.
3. Er moet sprake zijn van een politieke urgentie en beschikbare middelen.
4. De bereidheid moet aanwezig zijn om de detailhandelsvisie te vertalen in het ruimtelijk instrumentarium.
5. Het engagement moet genomen worden om voldoende personeel en financiële middelen vrij te maken.

Uit het voorgaande kan opgemaakt worden dat het uitwerken van een detailhandelsbeleid zeer vaak zeer zinvol, maar niet altijd evident is. Onderstaand afwegingskader kan het lokaal bestuur helpen beslissen of een detailhandelsbeleid en de opmaak van een detailhandelsplan wenselijk en haalbaar is. De gemeente Londerzeel voldoet aan al de voorwaarden voor de opmaak van een succesvol detailhandelsbeleid startende vanuit een gestructureerd detailhandelsplan. Het blijft echter essentieel om na de opmaak van dit plan ook effectief de stap te zetten naar de uitvoering hiervan. Tijdens de opmaak van dit document echter werd al duidelijk dat de gemeente deze stap voorbereid, er werden reeds stappen gezet tot uitvoering van deze beleidslijn nog voor de redactie van dit document was afgerond. Hiervoor kunnen we de gemeente en haar gemotiveerde medewerkers enkel maar een pluim geven en ze tevens feliciteren met hun niet-aflatende inzet.



5. DETAILHANDELSBELEID

Bij de opmaak van het detailhandelsbeleid in de gemeente wordt nagedacht over het toekomstig uitzicht van de kernen van de gemeente. Het is enerzijds de bedoeling om ervoor te zorgen dat er ook morgen nog een toegankelijk aanbod beschikbaar is voor de inwoners van Londerzeel. Anderzijds dient men er ook rekening mee te houden dat een te grote versnippering van het winkelaanbod het gemeentelijk detailhandelsaanbod in zijn geheel verzwakt en invloed heeft op de concurrentiële positie van de gemeente. Bovendien tast het de open ruimte aan en wordt duurzaam verplaatsingsgedrag ondermijnd.

Met een detailhandelsbeleid gericht op kernversterking geeft het gemeentebestuur een duidelijk signaal naar de ondernemers in de gemeente. Het biedt hen een houvast bij hun locatiebeslissingen en 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.

Door de opstart van een detailhandelscoaching traject geeft het gemeentebestuur van Londerzeel te kennen dat zij inzien dat gemeentelijk economisch beleid een uitgebreid kader vereist waarin men het brede geheel van de detailhandelspositie van de gemeente dient te beschouwen. Bovendien geeft zij aan om ook via aangrenzende disciplines van gemeentelijk beleid zoals toerisme, cultuur & wonen het detailhandelsbeleid vorm te geven en in te bedden.

Dit betreft een belangrijke beslissing door het gemeentebestuur. Momenteel bestaat Londerzeel uit enkele detailhandelsclusters, met een relatief groot aanbod aan verspreide bewinkeling daartussen in. Met de opmaak van dit detailhandelsplan geeft het gemeentebestuur weer de intentie te hebben om vanaf heden een kernversterkend en gestructureerd beleid te voeren. Hierdoor wordt haar concurrentiële positie naar de toekomst toe sterker en tracht het gemeentebestuur de detailhandel te vrijwaren van de druk waaronder deze zich op dit moment bevindt.



2. Begrippen en definities

Onderstaand enkele begrippen die van cruciaal belang zijn bij het analyseren en interpreteren van dit detailhandelsplan. Deze begrippen en definities worden overgenomen uit de interprovinciale studie detailhandel.

Voor de realisatie van deze studie werd samengewerkt met externe partners, waaronder Locatus, Idea en Retail Sonar. 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. Via deze toegang kan de gemeente de uitwerking van dit detailhandelsplan op lange termijn tracken en over de jaren heen de evolutie op haar grondgebied weergeven.

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, etc.
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, etc.
Uitzonderlijke goederen	Niet-alledaagse aankopen met grote invloed op het budget. Voor deze aankopen wordt veel tijd uitgetrokken. Voorbeelden zijn meubelen, wooninrichting, huishoudapparaten, etc.



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' aangeduid (bijv. Starbucks). Een andere benaming voor 'formule' is 'keten'.
Fun shopping	In tegenstelling tot run shopping wordt voor de aankoop van artikelen uit de groep 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 horeca-bezoeken. Omwille van de belevingswaarde wordt deze vorm van winkelen 'Fun shopping' genoemd. Het is voornamelijk deze vorm van winkelen die door de Covid-pandemie onder druk wordt gezet of zelfs wordt uitgesloten. Een gezellig dagje shoppen met een wafel of iets dergelijks was in 2020 bijna onmogelijk.
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
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 sensu stricto:	Zijn de overige Locatus-branches (nl. Horeca, cultuur, diensten, ontspanning en transport en brandstoffen.) WVO van deze panden worden <u>niet</u> 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 evengoed 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 inwonersaantal, de welvaart, aantal onderwijs- en culturele voorzieningen, detailhandelsaanbod, etc.
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,



	binnenstedelijk 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. De bruto-winkelvloeroppervlakte omvat dan de totale oppervlakte van het handelspand met magazijnen, keuken, stockage, kantoren en dergelijke meer inbegrepen.



3. Analyse

1. INLEIDING

Deze analyse is gebaseerd op Locatus-cijfers voor detailhandel, die voor gemeente Londerzeel werden opgemeten in 2020. Andere cijfers betreffen de meest recente gegevens uit databanken van de federale en Vlaamse regering, zoals ze beschikbaar waren in het voorjaar van 2020.

Dit detailhandelsplan is opgesteld tijdens de loop van de Covid-19 pandemie. Hoewel de datacollectie is hervat en de data dus actueel zijn op het moment van schrijven dienen er toch enkele kanttekeningen te worden gemaakt. Het virus heeft immers niet enkel een invloed op de datacollectie, maar eveneens op de huidige samenstelling van het aanbod en de hoeveelheid actieve handelspanden. Bovendien zijn de totale gevolgen van deze crisis op het moment van schrijven nog niet volledig te overzien. Er kan allicht een grote verschuiving plaatsvinden binnen zowel de detailhandel als de horeca en de gevolgen van het virus zijn op dit moment moeilijk kwantificeerbaar; Omwille hiervan zullen de data zoveel mogelijk worden geüpdatet tijdens de opmaak van dit document om de gevolgen en impact ervan te kunnen meten en in te schatten.

Verwacht wordt echter dat in de periode na aflevering van het detailhandelsplan deze data nog steeds sterke wijzigingen kunnen ondergaan. De doelstellingen en de visie die opgesteld werden op basis van deze data echter zijn gestoeld op een toekomstvisie over enkele jaren heen en dienen dus niet in twijfel te worden getrokken door de wijzigingen ten gevolge van het virus. Wel is het mogelijk dat er door toedoen van het virus extra problematieken aan het licht komen, waar op dat moment eveneens een oplossing voor zal moeten worden gezocht. De provincie Vlaams-Brabant blijft steeds ter beschikking voor de gemeente en haar werknemers voor advies bij de te nemen maatregelen om bepaalde problemen te kunnen remediëren.



2. GEOGRAFISCHE POSITIONERING

i. Inleiding

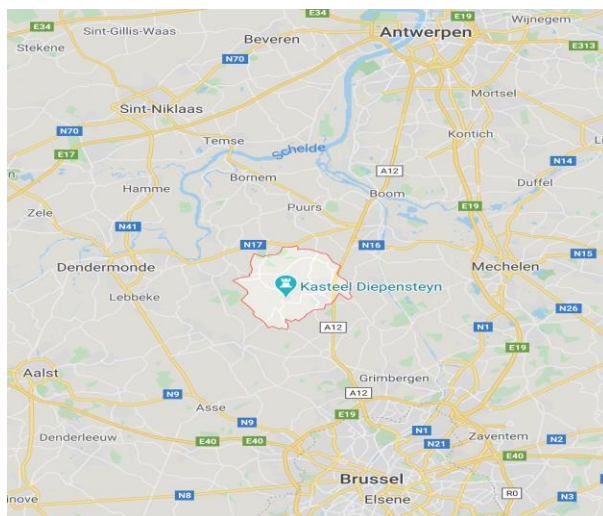
Londerzeel is een grensgemeente in het Noorden van de provincie Vlaams-Brabant, gelegen in het midden tussen zowel Dendermonde en Mechelen als Brussel en Antwerpen. Voornamelijk de A12 Antwerpen-Brussel is een belangrijke verbindingssas in de gemeente. Ook de treinverbinding Mechelen-Dendermonde is een voorname verkeersas binnen de gemeente. De gemeente zelf ligt aan de intersectie van deze twee verbindingen.

De gemeente behoort volgens de VRIND-classificatie tot het 'overgangsgebied'. Volgens de Belfius-indeling wordt Londerzeel ingedeeld bij Cluster V3, woongemeenten met hogere inkomens. Conform het rapport detailhandel van Provincie in Cijfers delen wij bij onze analyse de gemeente in in de categorie 'Andere gemeenten, buiten stadsgewest, goed uitgerust'. Voor de analyse zal deze categorie van gemeenten de benchmark vormen waarmee Londerzeel vergeleken wordt en op basis waarvan de concurrentiele positie zal worden bepaald.



ii. Geografische situering

Londerzeel ligt ten noorden van Brussel en grenst aan de Antwerpse gemeente Puurs-Sint-Amands, de Vlaams-Brabantse gemeenten Merchtem, Meise en Kapelle-op-den-Bos en in het westen de Oost-Vlaamse gemeente Buggenhout



Figuur 3-1 Macro-positionering Londerzeel



Figuur 3-2 Micro-positionering Londerzeel



iii. Bestuurlijke samenstelling gemeente Londerzeel

De gemeente Londerzeel bestaat uit verschillende kernen. Naast Londerzeel zelf omvat de gemeente twee deelgemeenten, namelijk Steenhuffel en Malderen. Verder omvat de fusiegemeente nog het dorp Londerzeel-Sint-Jozef en heel wat gehuchten.

Deze zijn:

- Steenhuffel-Haan
- Steenhuffel-Heide
- Snepelaar
- Malderen-Herbodin
- Malderen-Molenheide

Elk van deze kernen heeft zijn eigen karakter en ook een gediversifieerd en uniek detailhandelsaanbod. Echter binnen dit detailhandelsplan leggen we de focus op de detailhandel binnen de gemeente en de daarbij van belang zijnde clusters. Binnen Londerzeel leggen we de focus op volgende concentraties detailhandel:

- Londerzeel – centrum
- Steenhuffel
- Malderen
- Londerzeel Sint-Jozef



iv. Ontsluiting

De gemeente beschikt over goede verbindingen met het openbaar vervoer. Het station van Londerzeel is gelegen op de verbinding Mechelen-Dendermonde. Vanuit Mechelen heeft men dan rechtstreeks verbindingen naar Leuven, Brussel & Antwerpen. Bovendien wordt de gemeente doorkruist door de A12 Antwerpen-Brussel, een belangrijke verkeersas binnen de gemeente.

Het centrum van Londerzeel zelf beschikt over een treinstation op de lijn Mechelen-Dendermonde. Van hieruit beschikt de gemeente over regionale vervoerlijnen en zorgen een aantal lokale openbaarvervoerlijnen voor de ontsluiting van de kleinere kernen naar het centrum van de gemeente. Het doorkruisen van de A12 door de gemeente zorgt voor een gemakkelijke ontsluiting naar de grootsteden Brussel en Antwerpen.

Bovendien doorloopt de gemeente momenteel een traject waarbij de opportuniteit wordt bekeken om het centraal treinstation van de gemeente te verplaatsen richting een nieuwe locatie dicht bij de A-12. In dit traject wordt de mogelijkheid bekeken voor de opname van een tramverbinding naar de hoofdstad Brussel. Kortom, de inwoners van Londerzeel kunnen zich gemakkelijk verplaatsen naar andere locaties en ook het gemeentebestuur staat niet stil.



Figuur 3-3 Huidige en toekomstige locaties station Londerzeel

Conclusie

Door haar goede ligging bevindt de gemeente zich in een vrij sterke positie aangaande bereikbaarheid en mobiliteit. De ligging aan de treinlijn Mechelen-Dendermonde, ontsluit de gemeente via openbaar vervoer naar zowel Gent, Brussel, Antwerpen als Mechelen. Met de auto zijn de grootsteden bovendien nog vlotter bereikbaar.



3. SOCIO-ECONOMISCHE POSITIONERING

i. Bevolking en huishoudens

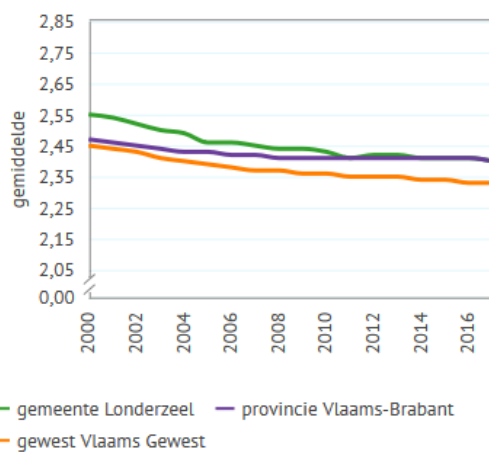
De meest recente officiële statistiek van de bevolking geeft voor de gemeente Londerzeel 18.620 inwoners (1/1/2018). Er wordt verwacht dat de officiële bevolking evolueert naar 19.199 inwoners in 2027 (stijging van 3%).

Bevolking en huishoudens in Londerzeel

	2008	2013	2017
Totaal aantal inwoners volgens rijksregister	17.542	17.990	18.405
bevolkingsdichtheid [per km ²]	483	496	507
private huishoudens [aantal]	7.148	7.391	7.617
gemiddelde huishoudensgrootte	2,44	2,42	2,4

Tabel 3-1Bron: Rijksregister, provincies.incijfers.be

In Londerzeel wonen 7.617 huishoudens met een gemiddelde grootte van 2,4 personen. De gemiddelde gezinsgrootte in Londerzeel neemt reeds geruime tijd stelselmatig af. Waar Londerzeel in het jaar 2000 nog een significant grotere gemiddelde gezinsgrootte kende ten opzichte van de vergelijkingsgebieden, zien we dat ze nu op het zelfde niveau zit als de gemiddelde gezinsgrootte binnen Vlaams-Brabant. De gemiddelde gezinsgrootte binnen Londerzeel is dus gedurende de laatste 20 jaar sterker afgenomen dan de gemiddelde gezinsgrootte binnen onze Provincie. Een kleinere gemiddelde gezinsgrootte wordt doorgaans veroorzaakt door een ouder wordende bevolking en de algemene tendens dat er een steeds groter aantal alleenstaanden is.



Tabel 3-2 Bron: provincies.incijfers.be



Tabel 3-3 Bron: Rijksregister, provincies.incijfers.be



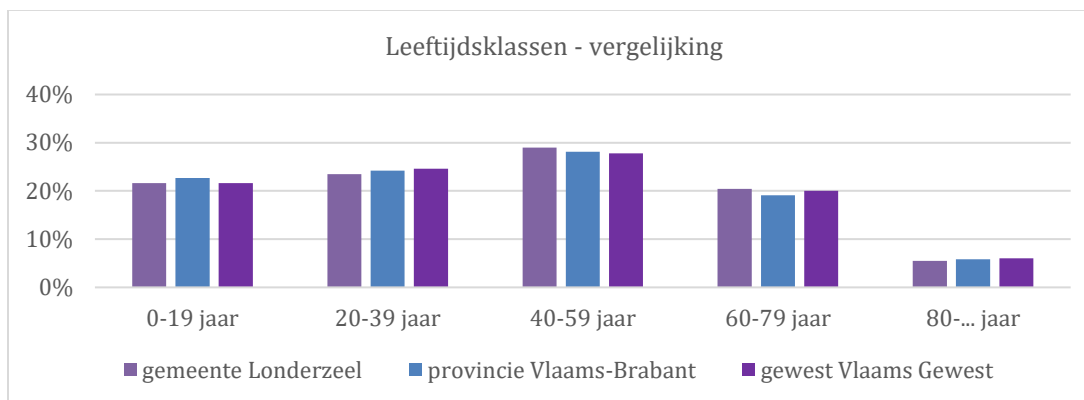
Huishoudensprognose Londerzeel

	2017	2027
Huishouden 1 persoon	27,4%	28,1%
Huishouden 2 personen	35,6%	36,8%
Huishouden 3 personen	15,5%	14,5%
Huishouden 4 personen	15,2%	14,6%
Huishouden 5 personen en meer	6,3%	6,0%
Gemiddelde gezinsgrootte	2,4	2,36

Tabel 3-4 Bron: Statistiek Vlaanderen - Huishoudprojecties | provincies.incijfers.be

Wanneer we de huishoudensprognose van statistiek Vlaanderen erbij nemen zien we dat de er ook naar de toekomst een verdere verkleining van de gemiddelde gezinsgrootte verwacht wordt. Er wordt verwacht dat het aantal huishoudens met 1 en 2 personen verder zal stijgen. Hierdoor zal de verwachte gemiddelde gezinsgrootte verder dalen tot 2,36 in 2027.

Leeftijdsklassen (% van totale bevolking) 2017 – vergelijking

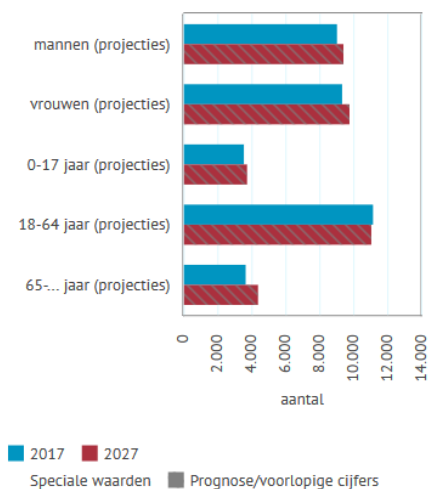


Tabel 3-5 Bron: Rijksregister, provincies.incijfers.be

De leeftijdsopbouw van de bevolking ligt in lijn met de benchmarks van de provincie en het gewest. De grootste groep inwoners ligt momenteel in de leeftijdscategorie 40-59 jaar. We zien wel dat Londerzeel in de categorieën 40-59 en 60-79 jaar een groter aandeel kent dan de vergelijkingsgebouwen. Londerzeel wordt dus gekenmerkt door een relatief oudere bevolking. Deze eigenschap van de Londerzeelse bevolking zal de komende jaren enkel nog toenemen.



Bevolkingsprognose



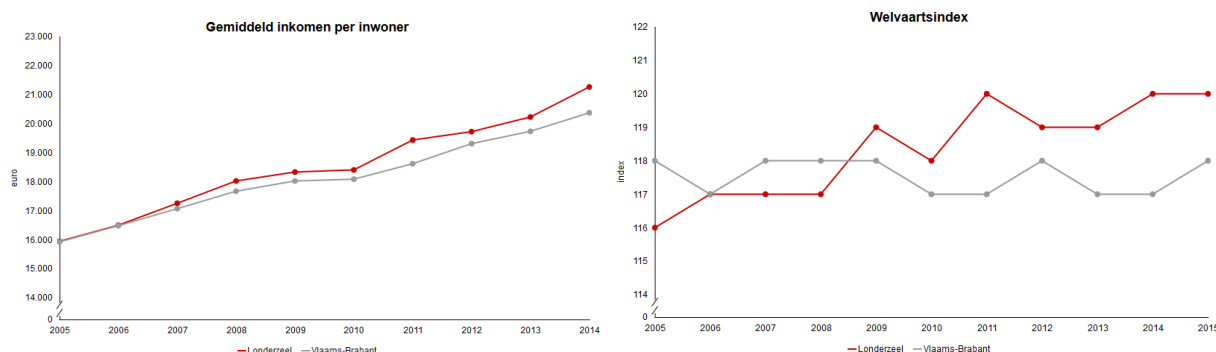
Tabel 3-6 Bron: Rijksregister, provincies.incijfers.be

Het aantal 65-plussers wordt voorspeld te groeien in de toekomst. Wanneer we kijken naar de prognoses van het Rijksregister wordt duidelijk dat er tegen 2027 een enorme groei wordt verwacht van het aandeel 65-plussers en een lichte groei van het aantal -17 jarigen. Er dient dus te worden ingespeeld op een groei van de bevolkingscategorieën die niet loontrekkend zijn. Hier staat dan tegenover dat de categorie van loontrekkende leeftijden verwacht wordt van licht af te nemen tegen 2027.



i. Welvaart en inkomen

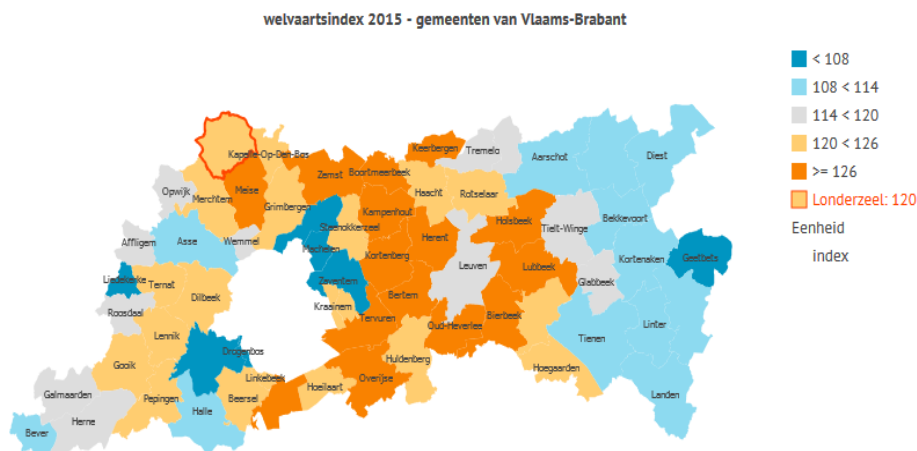
Welvaartgegevens



Tabel 3-7 Bron: Statbel, Provincies in Cijfers

Het gemiddelde netto belastbaar inkomen per belastingplichtige voor de gemeente Londerzeel was € 26.146 euro in 2016. Wat zich vertaalt naar een welvaartsindex van 118. Dit betekent dat het gemiddelde inkomen in Londerzeel 18% boven het gemiddelde ligt. Londerzeel kan bijgevolg een welvarende gemeente genoemd worden. Het Vlaams-Brabantse gemiddelde ligt op 117,9. Londerzeel is dus sterk vergelijkbaar met het Vlaams-Brabantse gemiddelde.

Het gemiddeld inkomen per inwoner steeg overheen de jaren tot een niveau hoger dan de provincie (21.217 in 2015). Ook de welvaartsindex ligt hoger dan het gemiddelde van Vlaams-Brabant (120 in 2015). Londerzeel is dus een relatief rijke gemeente ten opzichte van de Provincie Vlaams-Brabant. Dit kan een ware troef zijn voor het detailhandelslandschap binnen de gemeente. Echter dienen de evoluties van de welvaart binnen de gemeente en de omliggende regio bekeken te worden om te analyseren in welke mate de gemeente kan inspelen op haar omgeving.



Figuur 3-4 Bron: Statbel - Fiscale Inkomens, Provincies in Cijfers

Wanneer we de welvaart in Londerzeel vergelijken met de andere Vlaams-Brabantse gemeenten zien we dat Londerzeel in vergelijking met buurgemeenten relatief welvarend is, enkel Meise heeft in de directe omgeving een hogere welvaartsindex.

Op 1 januari 2017 telde de gemeente Londerzeel 18.385 inwoners. De bevolking van Londerzeel vertoonde in de periode 2005-2018 een lichte groei van 6 à 7%, dit afhankelijk van de gehanteerde bron. Hierbij valt op dat de gemeente over deze periode een vrij stabiele continue groei heeft gekend. Prognoses van de studiedienst van de Vlaamse regering geven aan dat de bevolking van Londerzeel in de periode 2018-2028 gestaag verder zal stijgen met een groeipercentage van 4,8%.

Met een oppervlakte van 3.629 hectare levert dit voor 2017 een gemiddelde bevolkingsdichtheid op van 507 inwoners per vierkante kilometer.

Het aantal huishoudens is over de periode 2005-2018 eveneens met 6-7% gestegen. Deze stijgen dus in evenredige mate met het aantal nieuwe inwoners. In 2017 kende Londerzeel een gemiddelde huishoudensgrootte van 2.4. De toename van 1- en 2-persoonshuishoudens is in heel Vlaanderen zichtbaar en is een gevolg van een steeds ouder wordende bevolking en wijzigende gezinssamenstellingen. Naarmate mensen ouder worden zijn er meer koppels zonder kinderen. Valt een partner weg dan vertaalt zich dat naar een bijkomend eenpersoonshuishouden. Daarnaast wonen meer mensen voor korte of lange tijd alleen, hetzij bij de start van hun professionele carrière of na het uiteenvallen van een relatie.

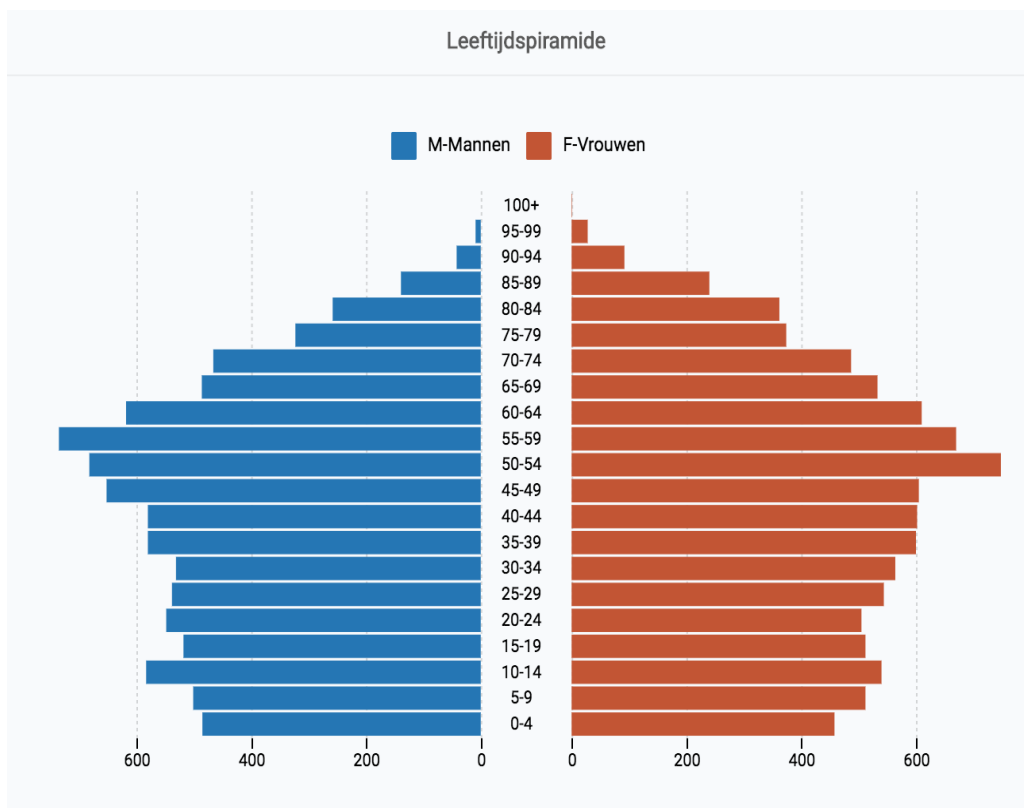
Deze cijfers vertalen zich naar groeiende woonbehoeften gericht op kleinere huishoudens. Bij de groep van 1- en 2- persoonshuishoudens wordt vaker voor een appartement gekozen. Op het vlak van detailhandel veroorzaken demografische verschuivingen wijzigingen in het consumptiepatroon



van de bevolking. Dit vraagt om aanpassingen aan het detailhandelsaanbod en misschien ook aan de infrastructuur van het winkelgebied. Ook in de gemeente Londerzeel zien we dat er groei is in het aantal 1-persoonshuishoudens. Dit valt samen met de toenemende vergrijzing in de gemeente. Er is in de toekomst dus nood aan strategische keuzes die inspelen op de vergrijzende bevolking en de steeds kleiner wordende huishoudens.



ii. *Leeftijd van de bevolking*



Figuur 3-5 Leeftijdspiramide inwoners Londerzeel

Bovenstaande grafiek geeft ons een beeld over de huidige leeftijdsverdeling van de bevolking in Londerzeel. We merken dat voornamelijk de groep van 50-60-jarigen sterk vertegenwoordigd is. Dit betekent dat Londerzeel een groot aantal 'oudere gezinnen' kent, namelijk gezinnen waarvan de kinderen bijna of reeds het huis verlaten hebben.

Dit betekent dat er in de komende jaren een groei zal zijn in het aantal oudere inwoners van Londerzeel. Hierbij dient rekening gehouden te worden met de toekomstige noden van de gemeentelijke inwoners. Bij oudere inwoners denken we hierbij voornamelijk aan betere toegankelijkheid, een vlot openbaar vervoer en een sterk aanbod aan basisvoorzieningen.



iii. Tewerkstelling

Uit de tewerkstellingscijfers, stellen we vast dat er in 2017 een inkomende pendelbeweging was van 5.722 en een uitgaande pendel van 7.253.

De tewerkstellingspercentages in detailhandel en horeca geven het relatieve belang van deze sectoren weer in de totale tewerkstelling binnen de gemeente.

Tewerkstelling in horeca & detailhandel - Londerzeel

	2010	2013	2016	Lange termijn evolutie
Zelfstandigen in horeca	115	128	127	10%
Loontrekkenden in horeca	91	96	53	-42%
Tewerkstelling horeca	206	224	180	-13%
Zelfstandigen in detailhandel	252	227	229	-9%
Loontrekkenden in detailhandel	411	466	321	-22%
Tewerkstelling detailhandel	663	693	550	-17%

Figuur 3-6 Tewerkstellingsgegevens

Tewerkstelling 2016 - groei t.o.v. 2010

	Londerzeel	Vlaams-Brabant
Zelfstandigen in horeca	10%	9%
Loontrekkenden in horeca	-42%	12%
Zelfstandigen in detailhandel	-9%	-9%
Loontrekkenden in detailhandel	-22%	6%

Figuur 3-7 Bron: Rijksinstituut voor de Sociale Verzekeringen der Zelfstandigen (RSVZ) | provincies.incijfers.be



Volgens recente cijfers zijn er 550 mensen tewerkgesteld in de detailhandel en 180 in de horeca. Zowel de tewerkstelling in de horeca als de detailhandel daalt. Dit is een trend van de laatste 3 jaar. De vorige periode van 3 jaar konden we nog een stijging noteren.

Bij Horeca zien we wel een trend richting het zelfstandigen statuut (niet gebonden aan arbeidswetgeving – meer flexibiliteit). De tewerkstelling in detailhandel daalt, voornamelijk door sterke daling in loontrekkenden.

We zien wel dat het aantal loontrekkenden stijgt op lange termijn in Vlaams-Brabant, zowel voor horeca als detailhandel. In Londerzeel zien we echter een daling.



4. DOORLICHTING DETAILHANDEL IN DE GEMEENTE

Als basis voor deze nota wordt een analyse gemaakt van de detailhandelssituatie in Londerzeel. Deze analyse bestaat enerzijds uit een objectieve cijferanalyse op basis van de interprovinciale studie en de Locatus-gegevens van 2020 en anderzijds uit een subjectieve analyse op basis van overleg met de belangrijkste stakeholders.

Detailhandel werd bekeken in zijn ruime context: als onderdeel van de lokale economie, maar ook in relatie tot ruimtelijke ordening en mobiliteit. De eigenheid van de gemeente werd vanuit verschillende invalshoeken in kaart gebracht en binnen de ruime 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 de 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. Deze analyse maakt gebruik van de Locatus-gegevens zoals die werden opgetekend in de loop van 2020.



a. ALGEMEEN KADER

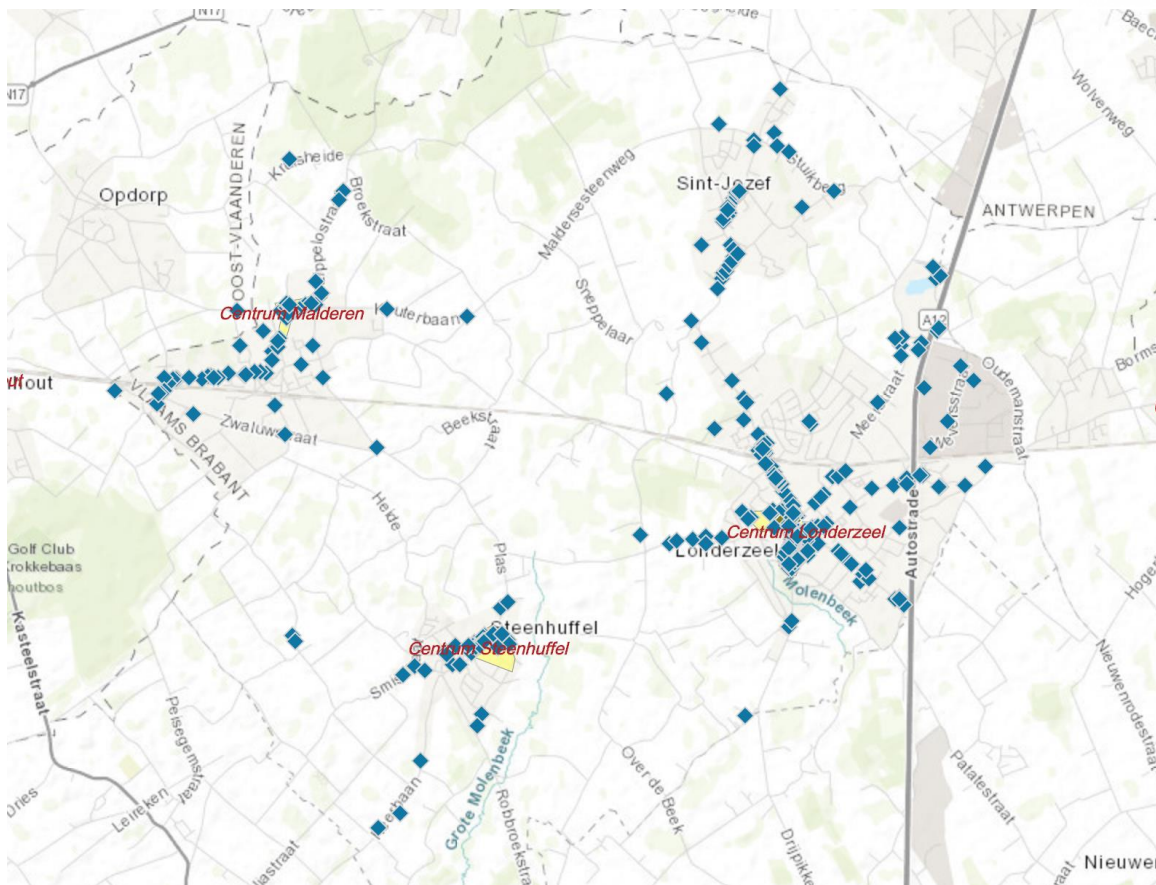
Londerzeel is een vrij grote gemeente in het noorden van de provincie Vlaams-Brabant. Het is een relatief groene gemeente met een landelijk karakter. Binnen de gemeente bestaan er drie voornamelijk kernen namelijk Londerzeel, Malderen en Steenhuffel. Tenslotte is er ook nog de kern van Sint-Jozef waar detailhandel zich blijft ontwikkelen.

De best uitgebouwde kern op het vlak van winkelaanbod is het centrum van Londerzeel zelf.

Londerzeel is een landelijke gemeente in het noordwestelijke deel van de provincie Vlaams-Brabant. In de provincie Vlaams-Brabant grenst Londerzeel aan Kapelle-op-den-Bos, Meise en Merchtem. Londerzeel grenst aan de provincie Oost-Vlaanderen langs de westzijde met buurgemeente Buggenhout. Verder grenst Londerzeel ook aan de provincie Antwerpen met de buurgemeenten Puurs, Sint-Amands en Willebroek.

Londerzeel is erg centraal gelegen, op het kruispunt van de as Antwerpen-Brussel en de as Dendermonde-Mechelen. De eerste as, de verbinding tussen Antwerpen en Brussel, is de A12 die Londerzeel aan de oostzijde snijdt. Dit is een strategisch en economisch belangrijke locatie. De andere as, Dendermonde-Mechelen, is een treinverbinding die Londerzeel middendoor snijdt.

Londerzeel bestaat uit de deelgemeenten Londerzeel, Steenhuffel en Malderen. Sint-Jozef is een gehucht in Londerzeel.



Figuur 3-8 Handelskernen Londerzeel (bron: Locatus)

Het gemeentebestuur onderhoudt een goede relatie met de ondernemers in de gemeente en wil een partner zijn voor de uitbouw van een ondernemersvriendelijke gemeente. Het beleid zoekt hiervoor naar een goede balans tussen Londerzeel als woongemeente en Londerzeel als ondernemende gemeente. Het gemeentebestuur voert op regelmatige basis overleg met de lokale ondernemers via de ondernemersraad en ad hoc overlegmomenten met de vertegenwoordigers van de winkelkernen.

Ondernemers beschikken in de gemeente over een aanspreekpunt bij de ambtenaar van lokale economie, die bereikbaar is in het gemeentehuis. De accenten van het gemeentelijk beleid liggen op het vlak van woonvoorzieningen, duurzame mobiliteit en een evenwicht tussen ruimte voor ondernemen, landbouw en natuur.



b. LONDERZEEL ALS VESTIGINGSPLAATS VOOR HANDELAARS

De gemeente kent een aantal organisaties die de belangen van zelfstandigen en de middenstand van Londerzeel bijstaan.

Unizo Londerzeel verdedigt de belangen van alle ondernemers, zelfstandigen en vrije beroepen in groot Londerzeel. De vereniging speelt een essentiële rol in de communicatie tussen het gemeentebestuur en de plaatselijke middenstand. Op deze wijze wordt een betere communicatie gevoerd met de middenstanders bij onder andere publieke werken en het lokaal detailhandelsbeleid.



Ondernemers Groep Londerzeel VZW, is een netwerk van ondernemers uit de gemeente met een iets specifiekere focus op het centrum van Londerzeel. De VZW streeft verdere samenwerking, ontplooiing en kernversterking na. Ze is ontstaan uit de samensmelting van de Industriegroep Londerzeel en de Londerzeelse handelaars.



5. AANBODSANALYSE

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

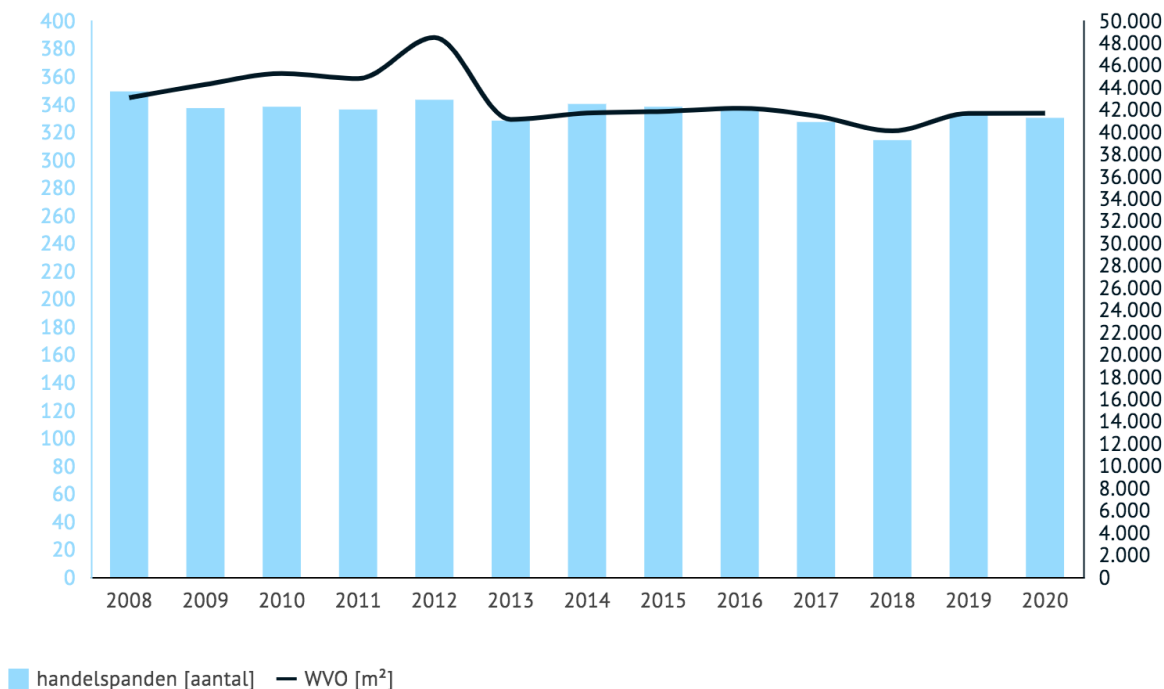
De interprovinciale studie detailhandel leverde een gedetailleerd overzicht van de detailhandelssituatie in Vlaanderen. De studie, die initieel in 2013, werd uitgevoerd, omvat alle 308 Vlaamse gemeenten die werden ingedeeld volgens hun VRIND-classificatie. Dit leverde voor elke gemeente een feitenfiche op met basiscijfers en indicatoren. Deze feitenfiche wordt jaarlijks bijgewerkt en is te raadplegen op www.provincies.incijfers.be. De basisinformatie voor het in kaart brengen van het aanbod wordt aangeleverd door Locatus, een onderneming die voor heel de 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 2020.



6. AANBOD HANDELSPANDE, WVO EN BRANCHERING

Grafiek 3 | Evolutie handelspanden en winkelvloeroppervlakte in Londerzeel (2008-2020)



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

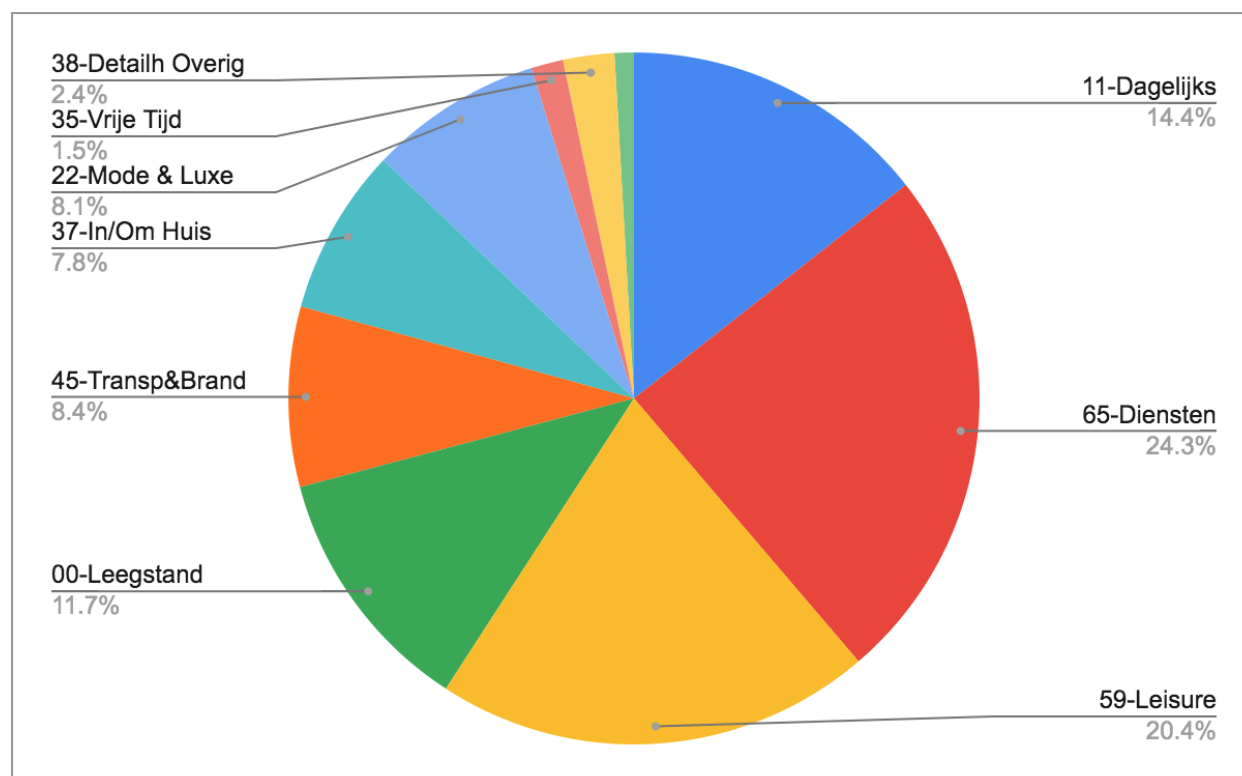
Figuur 3-9 Overzicht evolutie aantal handelspanden en WVO

Tabel 7 | Evolutie handelspanden en winkelvloeroppervlakte in Londerzeel (2008, 2015 en 2020)

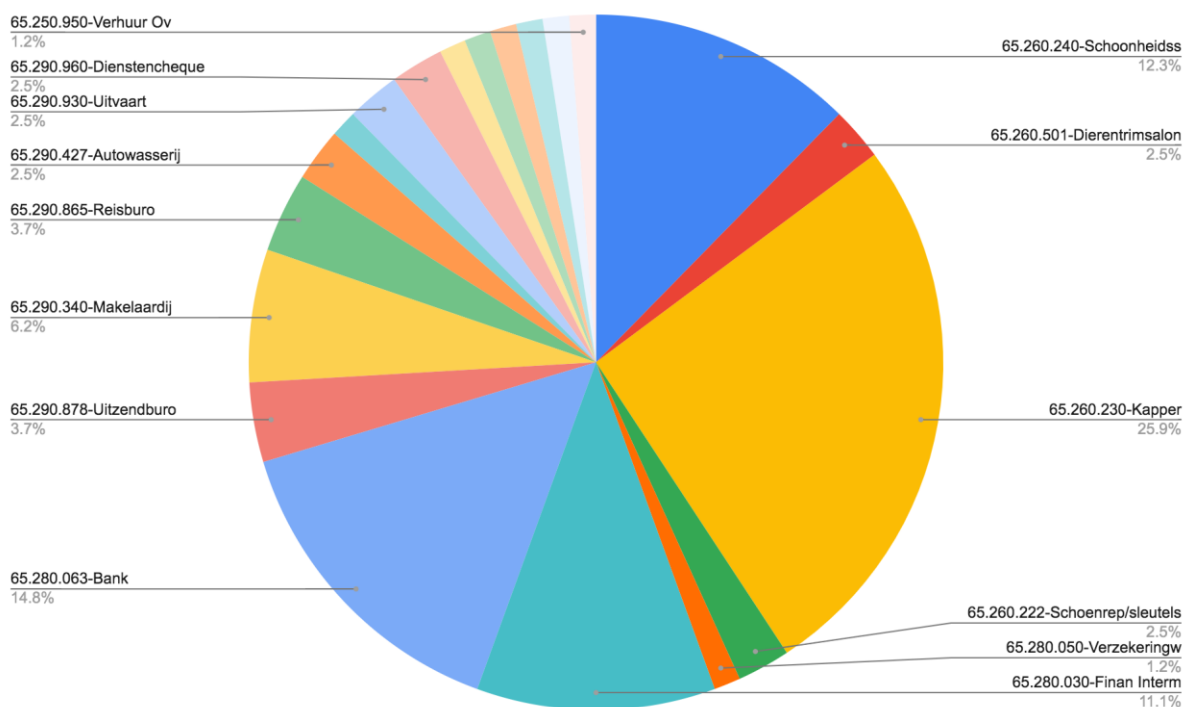
	2008	2015	2020
handelspanden [aantal]	349	338	330
WVO [m²]	43.058	41.829	41.672
gevulde handelspanden [aantal]	336	314	291
WVO gevulde handelspanden [m²]	42.348	39.854	33.970
leegstaande handelspanden [aantal]	13	24	39
WVO leegstaande handelspanden [m²]	710	1.975	7.702

Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

Figuur 3-10 Evolutie handelspanden en WVO



Figuur 3-11 Verdeling van aanbod over productcategorieën



Figuur 3-12 Verdeling aanbod productcategorieën Londerzeel

	LONDERZEEL					Gemiddelde VRIND 2017	Evolutie VRIND 2008-2017	Evolutie VRIND 2016-2017
	2008	2016	2017	Evolutie 2008-2017	Evolutie 2016-2017			
GLOBALE AANBODGEGEVENS								
Aantal commerciële panden (niet-leegstand + leegstand)	349	338	328	-6,0 %	-3,0 %	254	1,8 %	0,6 %
Aantal comm. panden (niet-igst. + igst.) per 1 000 inw.	19,9	18,5	17,9	-9,9 %	-3,2 %	16,0	6,2 %	1,0 %
WVO (niet-leegstand + leegstand)	43 058	42 129	41 447	-3,7 %	-1,6 %	26 128	-14,2 %	-0,7 %
WVO (niet-leegstand + leegstand) per 1 000 inw.	2 456,9	2 310,6	2 268,1	-7,7 %	-1,8 %	1 648,2	-10,5 %	-0,3 %
NIET-LEEGSTAND								
Aantal gevulde commerciële panden (niet-leegstand)	336	311	297	-11,6 %	-4,5 %	234	6,0 %	0,4 %
WVO (niet-leegstand)	42 348	36 940	35 851	-15,3 %	-2,9 %	23 444	-9,5 %	-0,6 %
Aantal gevulde comm. panden (niet-igst.) per 1 000 inw.	19,2	17,1	16,3	-15,2 %	-4,7 %	14,8	10,6 %	0,8 %
WVO (niet-leegstand) per 1 000 inw.	2 416,4	2 026,0	1 961,9	-18,8 %	-3,2 %	1 478,9	-5,6 %	-0,2 %
LEEGSTAND								
Aantal leegstaande commerciële panden (leegstand)	13	27	31	138,5 %	14,8 %	20	-47,5 %	2,9 %
%Leegstaande panden	3,7 %	8,0 %	9,5 %	5,7 %-punt	1,5 %-punt	7,9 %	-3,8 %-punt	0,2 %-punt
WVO (leegstand)	710	5 189	5 596	688,2 %	7,8 %	2 684	-55,3 %	-2,2 %
%Winkelvloeropervlakte	1,6 %	12,3 %	13,5 %	11,9 %-punt	1,2 %-punt	10,3 %	-4,9 %-punt	-0,2 %-punt

Figuur 3-13 Bron: Gemeentelijke feitenfiches detailhandel, 2017



Het winkelaanbod daalt in Londerzeel, zowel in termen van aantal gevulde commerciële panden (-11.6%) als netto-winkelvloeroppervlakte (WVO; -15.3%). Deze daling is wel minder sterk op korte termijn (resp. -4.5%, -2.9%). Bij VRIND-gemeenten zien we gemiddeld wel een stijging van het aantal panden.

De leegstand van commerciële panden neemt steeds toe. In 2017 staat 9.5% van de commerciële panden of 5596 m² leeg in Londerzeel. Dit ligt boven het VRIND-gemiddelde. De leegstand zowel qua WVO als qua absolute cijfers wordt verwacht van enkel nog toe te nemen door de huidige pandemie. Naar alle waarschijnlijkheid zal er zich een piekmoment voordoen qua leegstand in de jaren 2021-2022-2023.

Evolutie winkelaanbod per winkelgebied van Londerzeel

WINKELGEBIEDEN *	PANDEN					WVO				
	2008	2016	2017	Evolutie 2008-2017	Evolutie 2016-2017	2008	2016	2017	Evolutie 2008-2017	Evolutie 2016-2017
Verspreide bewinkeling Londerzeel	112	116	112	0,0 %	-3,4 %	30 535 m ²	22 251 m ²	21 837 m ²	-28,5 %	-1,9 %
Centrum Londerzeel	110	111	110	0,0 %	-0,9 %	6 967 m ²	14 217 m ²	14 282 m ²	105,0 %	0,5 %
Centrum Malderen	28	19	20	-28,6 %	5,3 %	1 510 m ²	2 032 m ²	1 877 m ²	24,3 %	-7,6 %
Verspreide bewinkeling Malderen	44	39	39	-11,4 %	0,0 %	2 113 m ²	1 626 m ²	1 626 m ²	-23,0 %	0,0 %
Verspreide bewinkeling Steenhuffel	22	22	17	-22,7 %	-22,7 %	685 m ²	1 415 m ²	1 177 m ²	71,8 %	-16,8 %
Centrum St Jozef	14	14	14	0,0 %	0,0 %	423 m ²	325 m ²	385 m ²	-9,0 %	18,5 %
Centrum Steenhuffel	19	17	16	-15,8 %	-5,9 %	825 m ²	263 m ²	263 m ²	-68,1 %	0,0 %
TOTAAL LONDERZEEL	349	338	328	-6,0 %	-3,0 %	43 058 m ²	42 129 m ²	41 447 m ²	-3,7 %	-1,6 %

Figuur 3-14 Bron: Locatus

Het zwaartepunt van de detailhandel bevindt zich in Londerzeel en omvat 87% van de netto winkeloppervlakte (Centrum en Verspreiding). In Londerzeel Centrum blijft het aantal panden stabiel en stijgt de winkeloppervlakte de afgelopen 10 jaar met 105%.



	LONDERZEEL					Gemiddelde VRIND 2017	Evolutie VRIND 2008-2017	Evolutie VRIND 2016-2017
	2008	2016	2017	Evolutie 2008-2017	Evolutie 2016-2017			
AANDEEL PER PRODUCTGROEP IN AANTAL PANDEN								
Dagelijkse goederen	56	50	51	-8,9 %	2,0 %	37	-11,4 %	-0,5 %
Periodieke goederen	44	36	32	-27,3 %	-11,1 %	23	-13,9 %	-3,0 %
Uitzonderlijke goederen	39	32	28	-28,2 %	-12,5 %	27	-15,5 %	-1,7 %
Overige detailhandel	7	5	7	0,0 %	40,0 %	4	20,8 %	4,8 %
Leegstand	13	27	31	138,5 %	14,8 %	20	90,0 %	-2,9 %
Horeca	76	66	64	-15,8 %	-3,0 %	53	-9,0 %	-0,5 %
Cultuur	3	2	2	-33,3 %	0,0 %	3	-9,4 %	-2,0 %
Transport en brandstoffen	32	30	28	-12,5 %	-6,7 %	20	1,1 %	0,2 %
Ontspanning	1	4	3	200,0 %	-25,0 %	5	65,2 %	0,5 %
Diensten	78	86	82	5,1 %	-4,7 %	63	3,4 %	0,3 %
AANTAL HORECAZAKEN / 100 PANDEN	22	20	20	-9,1 %	0,0 %	21	-8,7 %	0,0 %
AANDEEL PER PRODUCTGROEP IN m² WVO *								
Dagelijkse goederen	5 428	8 609	8 449	55,7 %	-1,9 %	6 155	16,1 %	2,1 %
Periodieke goederen	5 965	8 714	8 290	39,0 %	-4,9 %	4 637	18,4 %	-1,4 %
Uitzonderlijke goederen	25 625	18 722	18 102	-29,4 %	-3,3 %	11 763	3,6 %	0,3 %
Overige detailhandel	5 330	895	1 010	-81,1 %	12,8 %	891	40,4 %	4,2 %
Leegstand	710	5 189	5 596	688,2 %	7,8 %	2 682	123,5 %	2,2 %

Figuur 3-15 Evolutie winkelaanbod per productgroep in Londerzeel

Londerzeel heeft een hoog aanbod dagelijkse goederen en periodieke goederen (de zogenaamde shopping goods), in vergelijking met het VRIND-gemiddelde. Voor beide categorieën zien we ook schaalvoordelen: Het aantal panden daalt terwijl de winkeloppervlakte stijgt op lange termijn. Op korte termijn zien we wel een daling van de winkeloppervlakte van deze categorieën.

Uitzonderlijke goederen omvat de helft van de gevulde winkeloppervlakte, maar verliest wel aan belang. We zien hier niet de schaalvoordelen terugkomen.

Het horeca aanbod daalt sterk op lange termijn met -15,8% naar 64 panden. Dit aantal ligt wel nog hoger dan het VRIND-gemiddelde van 53 panden. De daling neemt wel af op korte termijn (-3%). Het horeca aanbod daalt wel sneller dan de VRIND-evolutie op korte als lange termijn. Als we het horeca aanbod relatief bekijken in verhouding per 100 panden, ligt het aantal net onder het VRIND-gemiddelde.



Vergelijking invulling handelspanden met andere gemeenten

	Dagelijkse goederen	Periodieke goederen	Uitzonderlijke goederen	Overige
Londerzeel	46%	28%	20%	6%
Bornem	34%	31%	32%	4%
Kapelle-Op-Den-Bos	45%	17%	33%	5%
Merchtem	38%	32%	30%	
Puurs-Sint-Amands	43%	18%	33%	6%

Figuur 3-16 Handelspanden volgens invulling 2018 - % (t.o.v. alle detailhandel)

In vergelijking met de buurgemeenten, heeft Groot-Londerzeel relatief gezien een hoog aanbod dagelijkse goederen. Zoals we later zullen zien staat dit in contrast met de relatief hoge koopvlucht voor deze categorie van goederen. Er dient dus te worden gewerkt binnen Londerzeel aan een betere koopbinding voor deze categorie waarin er een relatief groot aanbod is binnen de gemeente zelf.

Winkelaanbod en branchemix per winkelgebied van Londerzeel

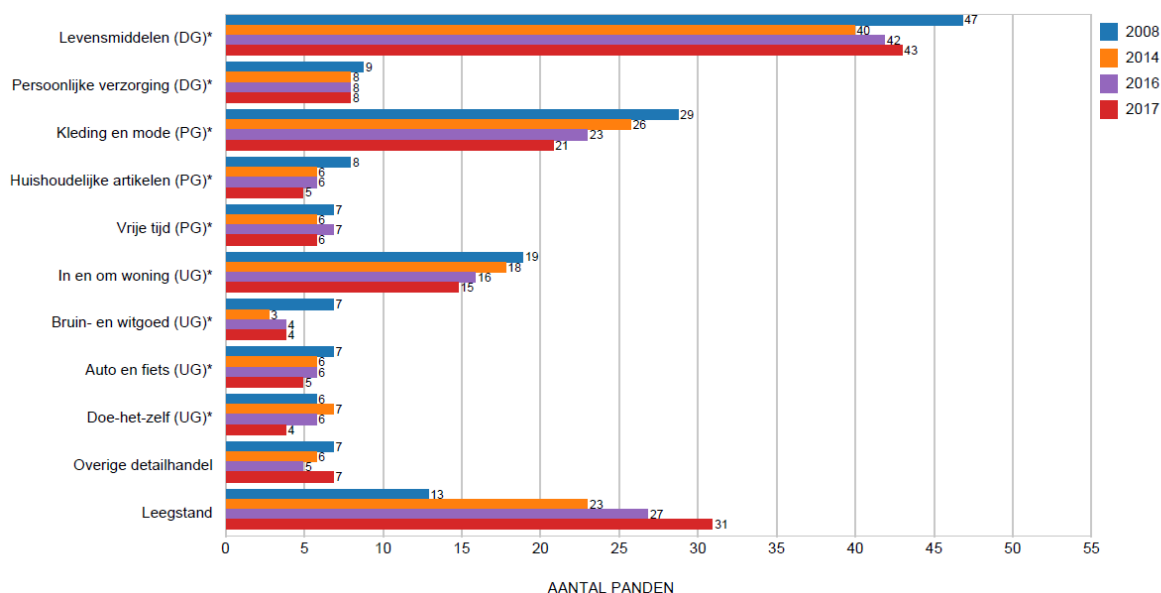
WINKELGEBIEDEN *	PANDEN	WVO	%LEEGSTAND (in % WVO)	%DAGELIJKSE (in % WVO)	%PERIODIEKE (in % WVO)	%UITZONDERLIJKE (in % WVO)
Verspreide bewinkeling Londerzeel	112	21 837 m²	18,0 %	12,6 %	5,8 %	59,5 %
Centrum Londerzeel	110	14 282 m²	8,4 %	29,1 %	30,4 %	31,5 %
Centrum Malderen	20	1 877 m²	4,3 %	47,7 %	38,4 %	9,7 %
Verspreide bewinkeling Malderen	39	1 626 m²	4,6 %	12,6 %	58,5 %	24,3 %
Verspreide bewinkeling Steenhuffel	17	1 177 m²	13,3 %	10,2 %	76,5 %	-
Centrum St Jozef	14	385 m²	44,2 %	48,1 %	7,8 %	-
Centrum Steenhuffel	16	263 m²	-	54,4 %	30,4 %	15,2 %
TOTAAL LONDERZEEL	328	41 447 m²	13,5 %	20,4 %	20,0 %	43,7 %

Figuur 3-17 Bron: Locatus

In Londerzeel-centrum zien we wel een mooie balans tussen de verschillende goederen terugkomen. Het hoogste aanbod van periodieke goederen wordt hier ingevuld (4342 m²). Het centrum van Malderen, St. Jozef en Steenhuffel worden hoofdzakelijk ingevuld door dagelijkse goederen. Het aanbod uitzonderlijke goederen bevindt zich hoofdzakelijk in de Verspreide bewinkeling Londerzeel.



Evolutie van de branchemix in aantal panden voor Londerzeel (2008-2017)

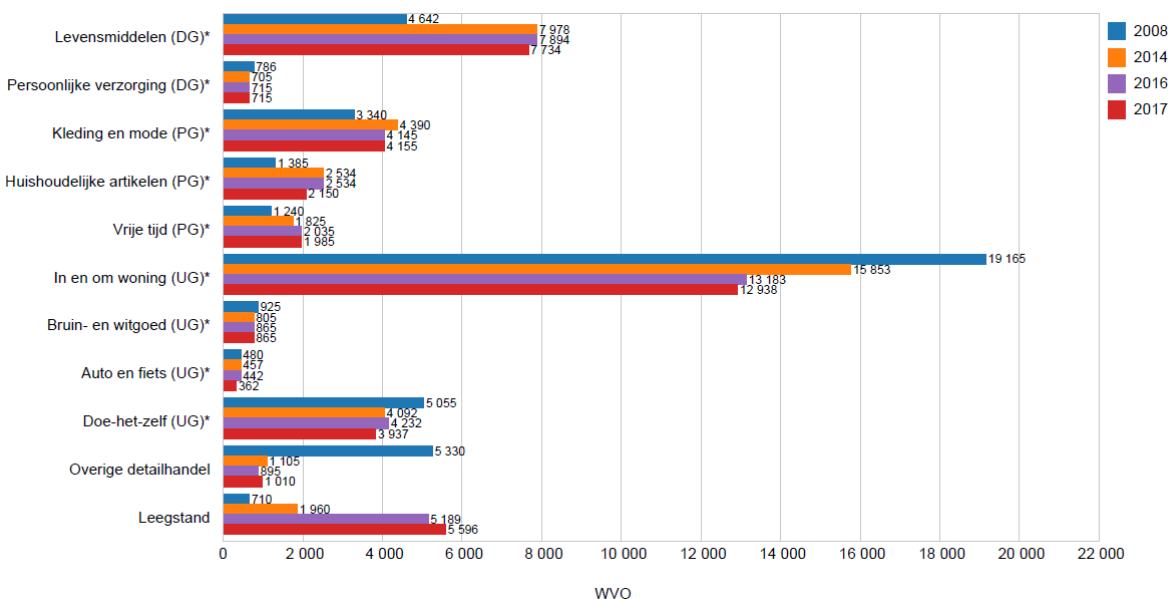


Figuur 3-18 Evolutie branchemix in aantal panden

Londerzeel heeft een hoog aantal panden van Levensmiddelen. De categorie is wel gedaald maar kent de laatste jaren terug een groei. Ook de categorieën 'kleding & mode' (PG) en 'in & om woning' (UG) zijn goed vertegenwoordigd maar hun aantal daalt wel. Bij de categorie 'kleding & mode' wordt deze daling wel gestuurd door schaalvoordelen (zie verder). Wederom is het hier essentieel om deze gegevens te linken aan de koopstroomanalyse. We zien immers dat ondanks het relatief hoog aanbod aan levensmiddelen er toch een vrij grote koopvlucht gebeurt binnen de gemeente.



Evolutie van de branchemix in m² WVO voor Londerzeel (2008-2017)



Figuur 3-19 Evolutie branchemix in WVO

De grootste winkeloppervlakte wordt ingevuld door Levensmiddelen (18.7%), Kleding & mode (10%), In & om woning (31.2%) en Doe-het-zelf (9.5%).

De stijging in oppervlakte van Dagelijkse goederen worden gedreven door de categorie levensmiddelen. Deze categorie is sterk gestegen op lange termijn (+66.6%), mede door schaalvoordelen. Op korte termijn zien we wel een kleine terugval (-2%).

Het aanbod van de verschillende categorieën binnen periodieke goederen stijgt sterk op lange termijn, zelfs sterker dan de VRIND-categorie. Binnen deze categorie is Kleding & mode de grootste categorie. Gezien het aantal panden daalde (-27.6%), kunnen we met een oppervlaktestijging van 24.4% spreken van schaalvoordelen. We zien wel een terugval van Huishoudelijke artikelen op korte termijn (-15.2%).

Alle categorieën binnen Uitzonderlijke goederen dalen. De grootste oppervlakte wordt ingenomen door de categorie In & om woning, maar deze categorie kent wel een grote daling (-32.5%). Ook Doe-het-zelf is een belangrijke categorie, maar dalend (-22.1%).



Evolutie van de branchemix in m² WVO voor Londerzeel

	LONDERZEEL					Gemiddelde VRIND 2017	Evolutie VRIND 2008-2017	Evolutie VRIND 2016-2017
	2008	2016	2017	Evolutie 2008-2017	Evolutie 2016-2017			
AANDEEL PER HOOFDBRANCHE IN m² WVO **								
Levensmiddelen (DG)*	4 642	7 894	7 734	66,6 %	-2,0 %	5 736	15,5 %	1,9 %
Persoonlijke verzorging (DG)*	786	715	715	-9,0 %	0,0 %	419	24,8 %	5,2 %
Kleding en mode (PG)*	3 340	4 145	4 155	24,4 %	0,2 %	2 999	21,5 %	-0,0 %
Huishoudelijke artikelen (PG)*	1 385	2 534	2 150	55,2 %	-15,2 %	588	17,8 %	-0,9 %
Vrije tijd (PG)*	1 240	2 035	1 985	60,1 %	-2,5 %	1 049	10,5 %	-5,3 %
In en om woning (UG)*	19 165	13 183	12 938	-32,5 %	-1,9 %	7 997	0,1 %	-0,5 %
Bruin- en witgoed (UG)*	925	865	865	-6,5 %	0,0 %	642	-9,4 %	-3,7 %
Auto en fiets (UG)*	480	442	362	-24,6 %	-18,1 %	474	31,7 %	5,3 %
Doe-het-zelf (UG)*	5 055	4 232	3 937	-22,1 %	-7,0 %	2 650	14,9 %	2,9 %
Overige detailhandel	5 330	895	1 010	-81,1 %	12,8 %	891	40,4 %	4,2 %
Leegstand	710	5 189	5 596	688,2 %	7,8 %	2 682	123,5 %	2,2 %
TOTAAL	43 058	42 129	41 447	-3,7 %	-1,6 %	26 128	16,6 %	0,7 %

Figuur 3-20 Evolutie in de branchemix

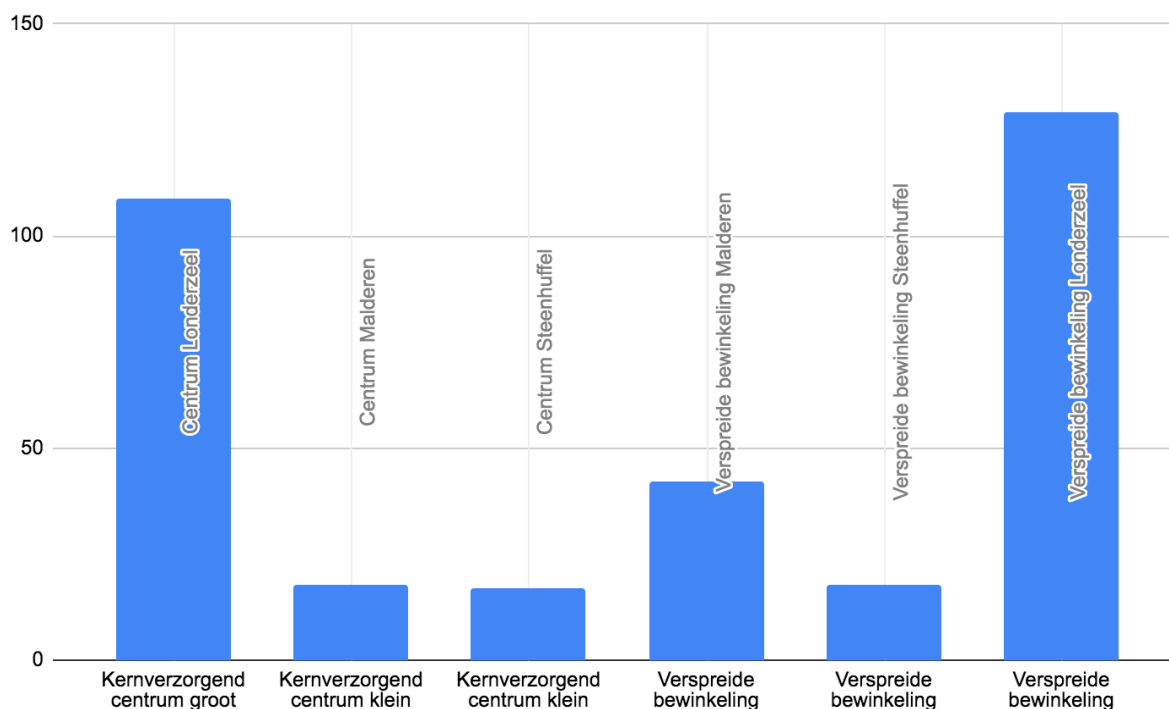
Het aantal commerciële panden in Londerzeel is reeds dalende sinds 2008, al zien we een kleine stijging in 2012 en 2014, die echter telkens in de periode nadien tenietgedaan is. Op dit moment zijn er in de gemeente 330 handelspanden. Van deze 330 handelspanden zijn er 14,41% voor dagelijkse goederen. Hierbij inbegrepen zijn de verkooppunten voor levensmiddelen, apothekers, krantenwinkels en drogisterijen. De branche mode & luxeartikelen, de echte shopping-goederen, neemt 8,5% van alle winkelpanden in Diensten en Horeca & ontspanning (Leisure) nemen samen bijna de helft van alle handelspanden in. Het totale winkelvoerooppervlak van de handelspanden voor zuivere detailhandel bedraagt 45817 m². Hiervan staat er 7702 m² leeg (39 panden). Er is dus een netto gevulde WVO van 38115 m².

38% van het totale dienstenaanbod bestaat uit schoonheidssalons en kapperszaken. Financiële instellingen vertegenwoordigen 27,16% van alle diensten. De rest wordt gevormd door particuliere dienstverlening, dat onder andere bestaat uit makelaars, uitzendkantoren en reisbureaus. Voor alle diensten samen gaat het grootste aantal naar kappers, banken en schoonheidsinstellingen. In vergelijking met andere gemeenten van dezelfde grootte is er slechts een beperkt aandeel voor makelaars.

Medische praktijken worden niet opgenomen in de Locatus-databank. Dit geeft een vertekening van het beeld voor locaties waar grote nieuwe panden worden ingevuld door medische dienstverlening. Deze praktijken kunnen gekaderd worden als een multifunctionele verweving in de kern, wat als een positieve ontwikkeling kan gezien worden. Deze praktijken trekken bezoekers aan in de winkerkern en zorgen voor de invulling van commerciële panden. Een te dominante aanwezigheid van diensten en medische praktijken benadeelt echter de commerciële attractiviteit van de winkerkern. Een vergrijzende bevolking gaat gepaard met een grotere behoefte aan medische ondersteuning. Dit is ook zichtbaar in de algemeen grotere aanwezigheid van optiekzaken en gehoorcentra.



7. LIGGING VAN DE WINKELPANDEN



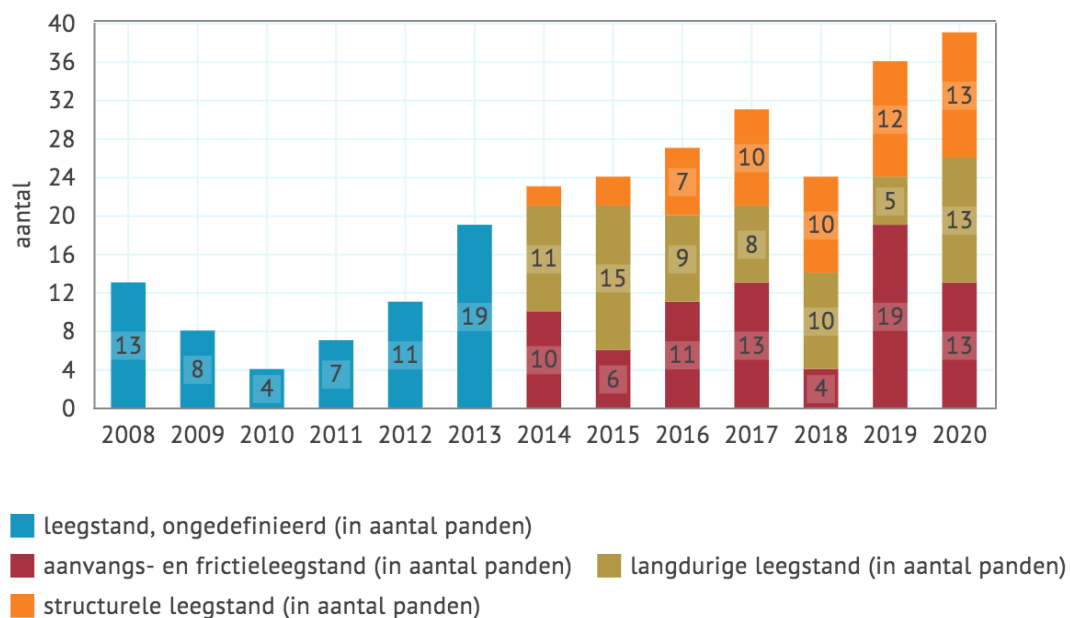
Figuur 3-21 Ligging van de handelspanden binnen de gemeente

Het aanbod van winkelpanden in Londerzeel ligt zeer gecentreerd in het centrum van Londerzeel. Buiten de gecentraliseerde handelskern van Londerzeel-centrum is de bewinkeling geclusterd rond enkele kleinere centra (Steenhuffel en Malderen). Daarbuiten is er een sterke verspreide bewinkeling. Voornamelijk in de deelgemeente Malderen is er sprake van een lange uitgerekte verspreide bewinkeling tussen twee licht gecentraliseerde polen (Malderen-dorp & Malderen-station).



8. LEEGSTAND

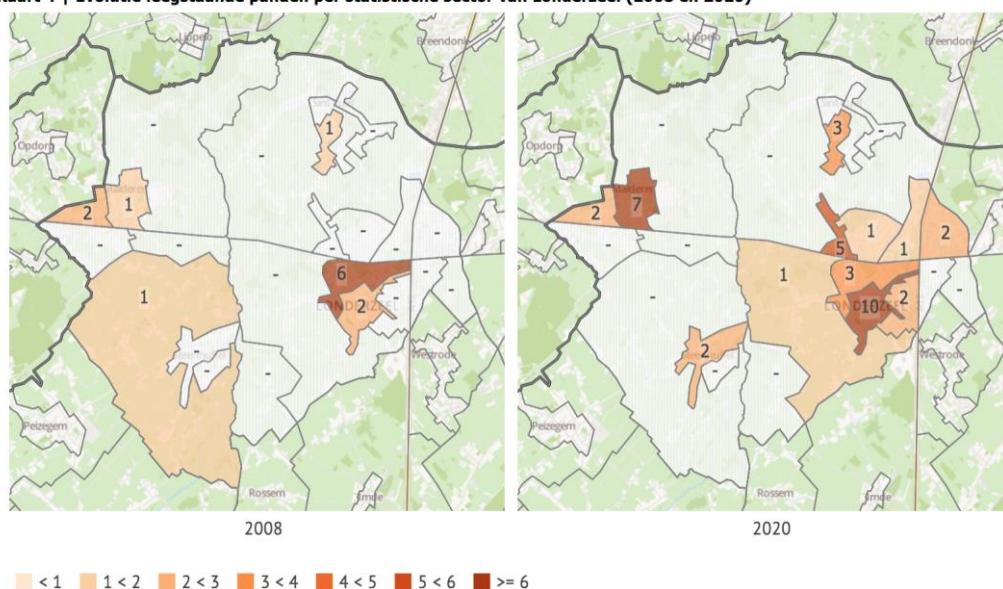
Grafiek 10 | Evolutie van de duur van de leegstand in Londerzeel (2008-2020)



Figuur 3-22 Leegstandscijfers Londerzeel



Kaart 4 | Evolutie leegstaande panden per statistische sector van Londerzeel (2008 en 2020)

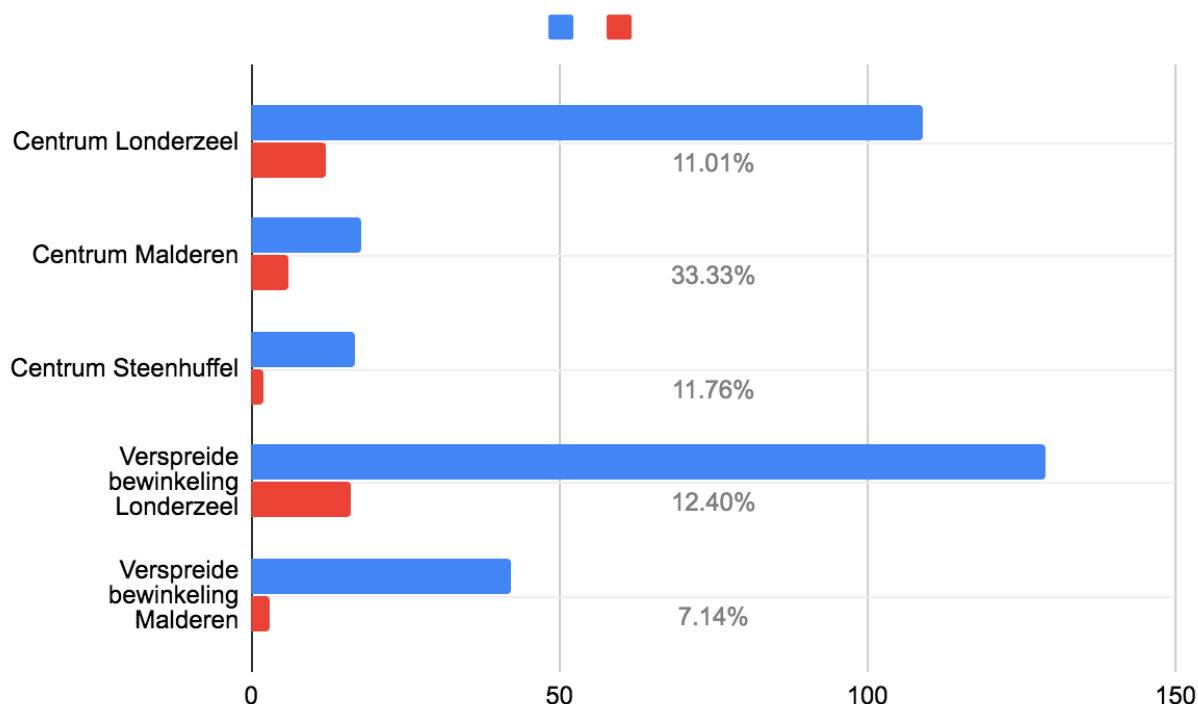


Figuur 3-23 Evolutie van de leegstand geografisch weergegeven

De leegstandscijfers zijn stijgende binnen de gemeente Londerzeel. Dit is een tendens die we zien terugkomen binnen het merendeel van de gemeenten en steden over de voorbije tien jaar. We zien bij de evolutie binnen Londerzeel dat de leegstand zich oorspronkelijk voornamelijk voordeed binnen de gecentraliseerde handelskern van Londerzeel-centrum. Gedurende het voorbije decennium is de leegstandsproblematiek echter ook binnen Londerzeel gegroeid. Zo zien we dat de kernen van Malderen, Steenhuffel en zelfs Londerzeel Sint-Jozef nu ook met leegstand te maken krijgen.

Leegstand heeft verschillende oorzaken. Overaanbod aan winkelvastgoed is algemeen genomen een belangrijke factor. Het aanbod aan commercieel vastgoed blijft verder groeien in Vlaanderen en dit terwijl het aantal winkels steeds langer in dalende lijn gaat. De grote druk van e-commerce en grote spelers binnen het Retail landschap maakt dat de kleine zelfstandige detailhandelszaken steeds vaker de deuren moeten sluiten en moeilijk opnieuw ingevuld geraken.

Het valt te verwachten dat met de opkomst van het Corona-virus en de verspreide gewenning aan het digitaal leven ook de traditionele detailhandel nog harder onder druk zal komen. We gaan er dan ook vanuit dat de Covid-pandemie een katalysator zal zijn voor de verspreiding van de leegstandsproblematiek.



Figuur 3-24 Aantal handelspanden en aantal leegstaande handelspanden

Percentueel is de leegstand in Malderen het grootste. Hier heerst er een leegstandspercentage van 33%. Dit betreffen 6 leegstaande panden op een totaal van 18. 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 leegstand vormen werken een negatieve perceptie van de omgeving in de hand, niet in het minst door verwaarlozing en vervuiling van de gevels. Langdurige en structurele leegstand vragen om een beleidsmatige aanpak. De meest effectieve manier om deze leegstand te bestrijden is het opleggen van een leegstandsbelasting die progressief is in de tijd.

26 panden in de gemeente behoren tot een problematische vorm van leegstand. Omdat het uitgangspunt voor een goed detailhandelsbeleid kernversterking is, wordt de leegstand in de verspreide bewinkeling op een andere manier geëvalueerd. Aangezien deze panden niet in een kern



gelegen zijn, duidt deze leegstand mogelijk op een commercieel minder gunstige locatie. Het is dan interessanter om voor deze panden te zoeken naar een alternatieve functie die wonen, een publieke of dienstverlenende functie kan zijn.

De ligging van leegstand is eveneens belangrijk leegstand midden in een winkelgebied is veel storender dan solitaire leegstand in een achterstraat. De ligging bepaalt ook welke de meest aangewezen aanpak is om de toekomstige bestemming van het pand te bepalen.

Leegstand volgens type winkelgebied in Londerzeel

Aantal panden	2017	2018
Aanvang/frictieleegstand in centraal gebied	9	3
Aanvang/frictieleegstand in verspreide bewinkeling	4	1
Langdurige leegstand in centraal gebied	3	6
Langdurige leegstand in verspreide bewinkeling	5	4
Structurele leegstand in centraal gebied	4	3
Structurele leegstand in verspreide bewinkeling	6	7
Totaal	31	24

Figuur 3-25 Leegstand per winkelgebied

De aanvang/frictieleegstand is deels gedaald in centraal gebied, maar 3 panden zijn langdurig leegstaand geworden in het centraal gebied. Het verdwijnen van de aanvangs- & frictie leegstand is dus deels te verklaren door het feit dat deze panden van categorie zijn gewijzigd naar de meer problematische langdurige leegstand.

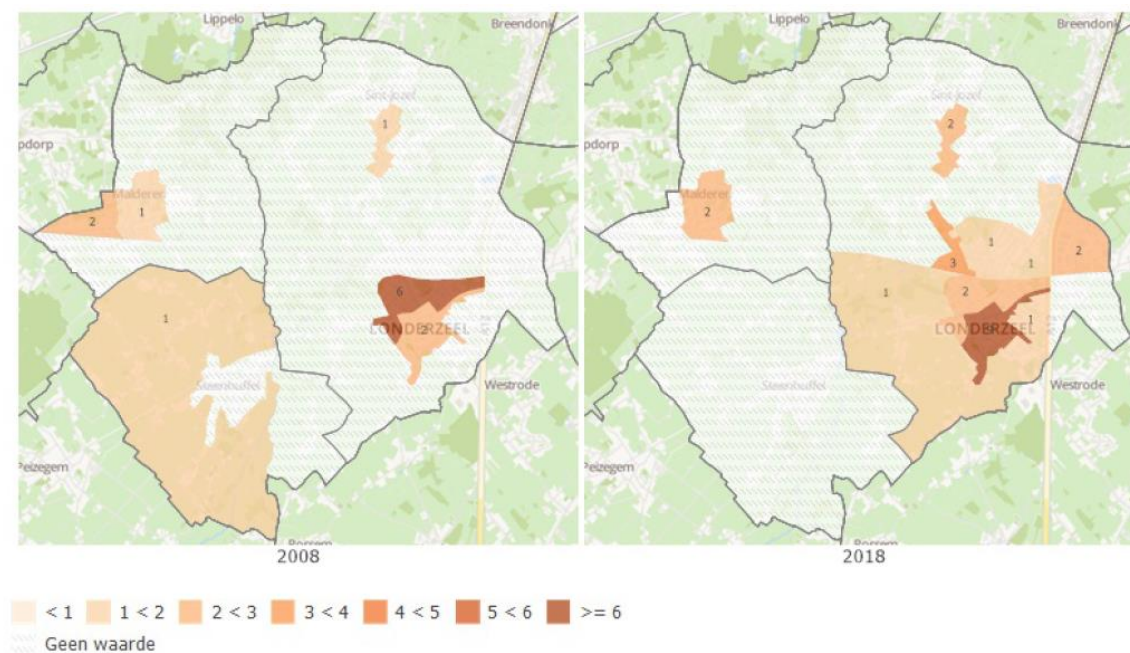


Leegstand volgens omvang van het pand in Londerzeel

	2008	2017	2018
0-100 m ²	12	20	16
>100-200 m ²	1	8	5
>200-400 m ²		2	1
>400-800 m ²			
>800 - 1600 m ²			
Meer dan 1600 m ²		1	2

Figuur 3-26 Leegstand volgens de omvang van het pand

Aantal leegstaande panden per statistische sector in Londerzeel



Figuur 3-27 Aantal leegstaande panden per statistische sector in Londerzeel

In Londerzeel zijn het vooral kleine panden die leeg staan. Leegstand situeert zich vooral in het centrum van Londerzeel.



De meeste handelspanden op de lijst voor Londerzeel Centrum werden reeds ingevuld en kunnen dus niet gecategoriseerd worden onder leegstand. Voor Londerzeel Centrum is er volgens de cijfers dus geen structureel probleem. Bij nazicht van de cijfers van Leegstand kunnen we concluderen dat er in Londerzeel centrum geen probleem is wat leegstand betreft. Panden worden snel terug ingenomen. Problematische leegstand is wel vast te stellen in Malderen centrum en binnen de verspreide bewinkeling Londerzeel. Onder meer Londerzeel Sint-Jozef valt onder de categorie verspreide bewinkeling Londerzeel.

Leegstand in aantal panden in Londerzeel

Aantal panden	2014	2017	2018
Aanvangs- en frictieleegstand	10	13	4
Langdurige leegstand	11	8	10
Structurele leegstand	2	10	10
Totaal	23	31	24

Figuur 3-28 Leegstand in aantal panden - Londerzeel centrum

Sinds 2014 zien we een stijging van de structurele leegstand van 2 panden naar 10 panden. De daling in 2018 is vooral gestuurd door de dalende aanvangs- en frictieleegstand. Langdurige leegstand is echter wel gestegen van 8 naar 10 panden.



Verdeling van het detailhandelsaanbod per winkelgebied van Londerzeel

WINKELGEBIEDEN *	PANDEN	WVO	%LEEGSTAND (in % WVO)
Verspreide bewinkeling Londerzeel	112	21 837 m ²	18,0 %
Centrum Londerzeel	110	14 282 m ²	8,4 %
Centrum Malderen	20	1 877 m ²	4,3 %
Verspreide bewinkeling Malderen	39	1 626 m ²	4,6 %
Verspreide bewinkeling Steenhuffel	17	1 177 m ²	13,3 %
Centrum St Jozef	14	385 m ²	44,2 %
Centrum Steenhuffel	16	263 m ²	-
TOTAAL LONDERZEEL	328	41 447 m ²	13,5 %

In absolute cijfers doet de leegstandsproblematiek zich het meest voor in het centrum van Londerzeel; 92% van de leegstand bevindt zich in Londerzeel (3931 m² in Verspreide bewinkeling Londerzeel en 1200 m² in Londerzeel Centrum). Proportioneel scoort Centrum St Jozef hier het slechts, met 44.2% van de winkelruimte die leeg staat. We zien dus dat de baanwinkelconcentratie van Londerzeel Sint-Jozef een detailhandelsconcentratie betreft die problematisch is binnen het detailhandelsapparaat binnen de gemeente.



9. KOOPSTROOMANALYSE

De inwoners van Londerzeel vinden slechts in beperkte mate wat ze nodig hebben in de eigen gemeente.

- De inwoners van Londerzeel besteden 42,1% van het budget dagelijkse goederen in de eigen (koopbinding=42,1%) en 57,9% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht=57,9%).
- De inwoners van Londerzeel besteden 23,7% van het budget periodieke goederen in de eigen (koopbinding=23,7%) en 76,3% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht=76,3%).
- De inwoners van Londerzeel besteden 12,2% van het budget bruin- en witgoed in de eigen (koopbinding=12,2%) en 87,8% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht=87,8%).
- Er is onvoldoende winkelaanbod voor doe-het-zelf in Londerzeel opdat RetailSonar hier een goede modellering rond zou kunnen doen.
- De inwoners van Londerzeel besteden 24,5% van het budget in en om de woning in de eigen (koopbinding=24,5%) en 75,5% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht=75,5%).

Waar gaat de koopvlucht naar toe?

- De inwoners van Londerzeel die (een deel van) hun budget dagelijkse goederen elders spenderen, gaan voornamelijk naar Puurs-Sint-Amands, Merchtem, Willebroek, Buggenhout en Boom.
- De inwoners van Londerzeel die (een deel van) hun budget periodieke goederen elders spenderen, gaan voornamelijk naar Schelle, Antwerpen, Dendermonde, Mechelen en Merchtem.
- De inwoners van Londerzeel die (een deel van) hun budget bruin- en witgoed elders spenderen, gaan voornamelijk naar Buggenhout, Antwerpen, Merchtem, Wemmel en Grimbergen.
- De inwoners van Londerzeel die (een deel van) hun budget in en om de woning elders spenderen, gaan voornamelijk naar Meise, Buggenhout, Willebroek, Schelle en Bornem.



De aantrekkelijkheid van het aanbod in Kalmthout

- Dagelijkse goederen: De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van **Meise, Puurs-Sint-Amands, Willebroek, Kapelle-op-den-Bos en Buggenhout** (we tonen volgens belangrijkheid maximaal vijf gemeenten).
- Periodieke goederen: De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van **Meise, Puurs-Sint-Amands, Willebroek, Grimbergen en Buggenhout** (we tonen volgens belangrijkheid maximaal vijf gemeenten).
- Bruin- en witgoed: De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van **Meise, Willebroek, Puurs-Sint-Amands, Kapelle-op-den-Bos en Grimbergen** (we tonen volgens belangrijkheid maximaal vijf gemeenten).
- In- en om de woning: De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van **Meise, Willebroek, Puurs-Sint-Amands, Kapelle-op-den-Bos en Grimbergen** (we tonen volgens belangrijkheid maximaal vijf gemeenten).

Klantenbereik in Londerzeel

	LONDERZEEL	Gemiddelde VRIND	Gemiddelde Provincie	Gemiddelde Vlaams Gewest
KLANTENBEREIK (IN FEQ)				
Dagelijkse Aankopen (DG)	22 451	13 678	16 118	20 455
Periodieke Aankopen (PG)	10 232	7 644	12 925	21 417
In En Om De Woning (UG)	24 470	13 373	18 389	20 997
Bruin- En Witgoed (UG)	3 864	7 854	13 224	20 504
Doe-het-zelf (UG)	23 171	13 468	17 276	20 866

Figuur 3-29 Klantenbereik binnen Londerzeel

Het klantenbereik van Londerzeel is het grootst voor dagelijkse aankopen (27%), In & Om woning (29%) en Doe-het-zelf (28%) en is hier oververtegenwoordigd versus de benchmarks. Het kleinste verzorgingsgebied is er voor de productgroep 'Bruin & Witgoed'.



Overzicht koopstromen voor Londerzeel per productgroep

	Consumenten uit eigen gemeente	Consumenten uit andere gemeenten
Dagelijkse Aankopen	28.4%	71.6%
Periodieke Aankopen	20.1%	79.9%
Bruin- En Witgoed	25.6%	74.4%
Doe-het-zelf	25%	75%

Figuur 3-30 Overzicht koopstromen per productgroep

Voor alle categorieën ligt het aandeel consumenten buiten eigen gemeente hoger.

Vergelijking koopstromen voor Dagelijkse goederen van Londerzeel met andere gemeenten

DAGELIJKSE GOEDEREN	% uit eigen gemeente	% budget in eigen gemeente
Londerzeel	28.4%	32.9%
Bornem	43.1%	36.4%
Merchtem	34.5%	32.5%
Puurs	38.9%	24.9%

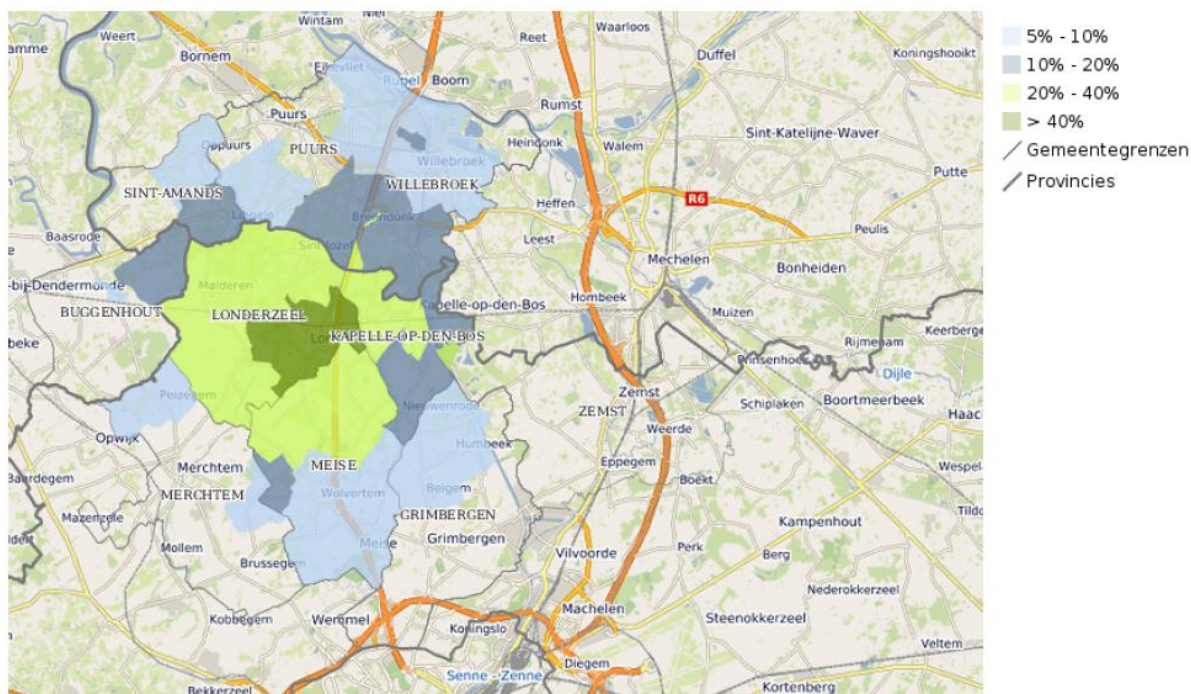
Figuur 3-31 koopstroomanalyse dagelijkse goederen

Voor Dagelijkse goederen ligt het aandeel van consumenten buiten de eigen gemeente heel hoog. Bij andere gemeenten zien we hier lagere cijfers terugkomen en merken we dus een meer lokaal karakter. Voor Dagelijkse aankopen zijn de inwoners wel gebonden aan de gemeente. 32.9% van hun budget dagelijkse goederen wordt in Londerzeel besteed.

Deze cijfers wijzen ook op een sterke aantrekkingskracht van Londerzeel van Dagelijkse goederen op andere buurgemeenten. Dit zien we ook op de volgende kaart terugkomen.



Koopattractie dagelijkse goederen



Figuur 3-32 Koopattractie uitgedrukt in FEQ als % van het totale verzorgingsgebied van Londerzeel

Voor Dagelijkse goederen slaagt de gemeente Londerzeel erin verzorgend te zijn voor Groot Londerzeel. Het gaat hier om een atypisch groot verzorgingsgebied voor dagelijkse goederen. Ook klanten uit Meise en Kapelle-op-den-Bos komen hun dagelijkse boodschappen doen in Londerzeel. Verder zien we ook nog klanten uit Willebroek, Puurs (vooral Breendonk) en Grimbergen.



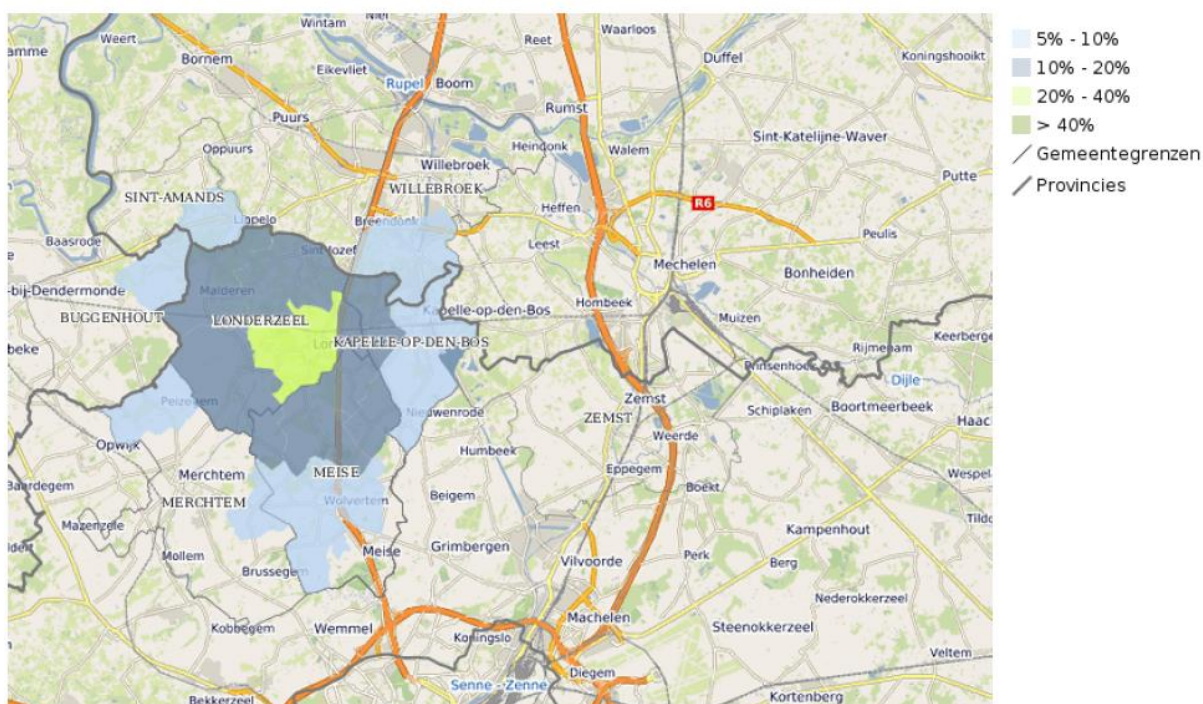
Vergelijking koopstromen voor Periodieke goederen van Londerzeel met andere gemeenten

PERIODIEKE GOEDEREN	% uit eigen gemeente	% budget in eigen gemeente
Londerzeel	20.1%	15.7%
Bornem	27.7%	29.7%
Merchtem	24.2%	23.2%
Puurs	20.9%	8.5%

Figuur 3-33 Periodieke goederen - koopstroom analyse

Voor Periodieke goederen komen slechts 20.1% van de klanten uit eigen gemeente. Inwoners besteden slechts 15.7% binnen de gemeente. Dit wijst erop dat inwoners minder gebonden zijn aan de gemeente voor de aankoop van Periodieke goederen.

Koopattractie Periodieke goederen



Figuur 3-34 Periodieke goederen - koopstroomanalyse



Het verzorgingsgebied voor de periodieke goederen is kleiner dan voor de dagelijkse goederen. De gemeente slaagt er niet in om verzorgend te zijn voor de volledige gemeente (Steenhuffel, Malderen, St Jozef). Klanten komen nog uit Meise, Willebroek, Buggenhout, Merchtem en Grimbergen.

Overzicht koopvlucht vanuit Londerzeel

Gedetailleerd overzicht van de koopvlucht vanuit LONDERZEEL (in % van het aantal inwoners dat de producten aankoopt)

BESTEMMING	DAGELIJKE GOEDEREN	PERIODIEKE GOEDEREN	UITZONDERLIJKE GOEDEREN	HORECA	CULTUUR
% KOOPVLUCHT *					
Brussels Gewest	0,0 %	5,5 %	1,8 %	7,0 %	41,7 %
ANTWERPEN	0,0 %	9,1 %	4,3 %	7,4 %	18,0 %
MACHELEN	3,2 %	4,1 %	3,2 %	0,0 %	0,0 %
MECHELEN	1,9 %	9,0 %	3,9 %	1,5 %	8,3 %
DENDERMONDE	1,3 %	5,5 %	3,0 %	0,0 %	3,9 %
SINT-NIKLAAS	0,0 %	8,3 %	0,7 %	0,4 %	0,0 %
SCHELLE	0,0 %	1,7 %	2,9 %	0,0 %	0,0 %
VILVOORDE	0,0 %	1,7 %	2,5 %	0,0 %	0,0 %
GRIMBERGEN	0,2 %	1,9 %	1,5 %	0,0 %	1,9 %
BORNEM	0,0 %	0,4 %	0,0 %	0,4 %	6,3 %
BUGGENHOUT	0,0 %	0,0 %	2,5 %	3,0 %	0,0 %
MEISE	0,0 %	0,0 %	0,2 %	4,4 %	1,5 %
KAPELLE-OP-DEN-BOS	0,8 %	0,1 %	0,1 %	0,0 %	0,0 %
PUURS	0,0 %	1,0 %	0,9 %	0,0 %	0,0 %
WILLEBROEK	0,0 %	0,0 %	1,3 %	1,5 %	0,0 %
ANDEREN	1,5 %	8,4 %	4,3 %	6,6 %	0,0 %
TOTAAL	8,9 %	56,6 %	33,2 %	32,1 %	81,6 %
% KOOPBINDING *	91,1 %	43,4 %	66,8 %	67,9 %	18,4 %

(*) Koopvlucht: mate waarin inwoners goederen in een andere gemeente kopen; koopvlucht is (100% - koopbinding)

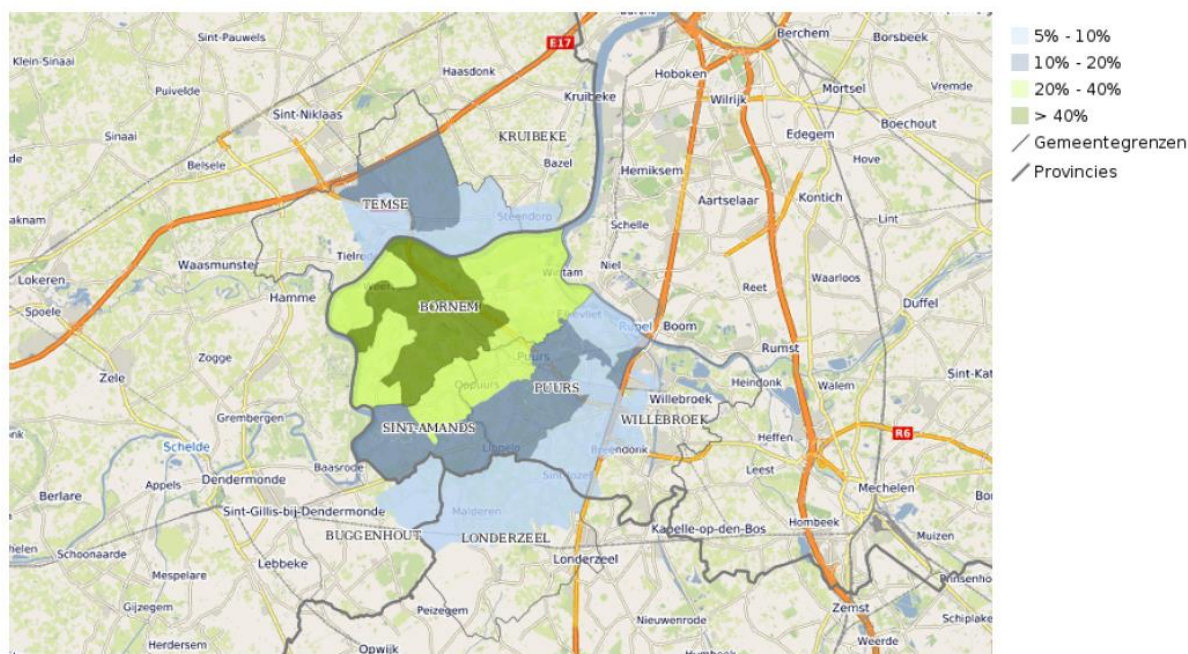
Bron: MAS (2013), verwerkt door RetailSonar

Figuur 3-35 Koopvlucht - koopstroomanalyse

Als we de koopvlucht van Periodieke goederen bekijken, zien we dat de inwoners vooral gaan shoppen in Antwerpen (9.1%), Mechelen (9%) en Sint-Niklaas (8.3%). Londerzeel is heel centraal gelegen, waardoor inwoners zich makkelijk met het openbaar vervoer en de auto kunnen verplaatsen naar nabijgelegen steden. Inwoners gaan vooral shoppen voor periodieke goederen in omliggende steden.



Koopattractie Periodieke goederen voor Bornem



Figuur 3-36 Koopattractie omliggende gemeenten

Als we het verzorgingsgebied van Periodieke goederen voor Bornem onder de loep nemen, zien we dat Bornem er beter in slaagt om verzorgend te zijn voor een groter gebied binnen hun gemeente.

Vergelijking koopstromen voor Doe het zelf van Londerzeel met andere gemeenten

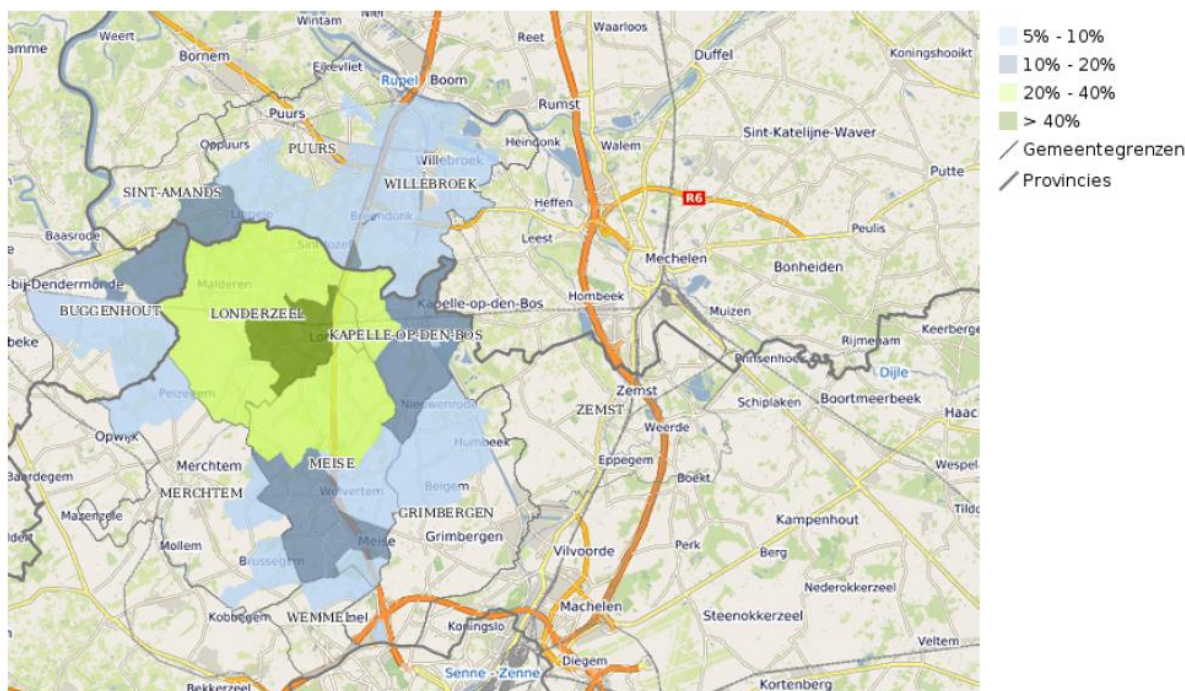
DOE HET ZELF	% uit eigen gemeente	% budget in eigen gemeente
Londerzeel	25%	29.9%
Bornem	32.5%	46.4%
Merchtem	23.7%	52.5%
Puurs	38.7%	30.1%

Figuur 3-37 Koopattractie omliggende gemeenten

Ook voor Doe-het-zelf komt een groot deel van de consumenten van buiten de gemeente. Inwoners besteden wel 30% van het budget in de eigen gemeente. Klanten buiten de gemeente komen vooral uit Meise, Buggenhout, Willebroek, Grimbergen en Kapelle-op-den-Bos.



Koopattractie Doe het zelf goederen



Figuur 3-38 Koopattractie doe-het-zelf Londerzeel

Voor de categorie Doe-het-zelf slaagt Londerzeel erin verzorgend te zijn voor de gehele gemeente. Klanten buiten de gemeente komen vooral uit Meise, Buggenhout, Willebroek, Grimbergen en Kapelle-op-den-Bos.

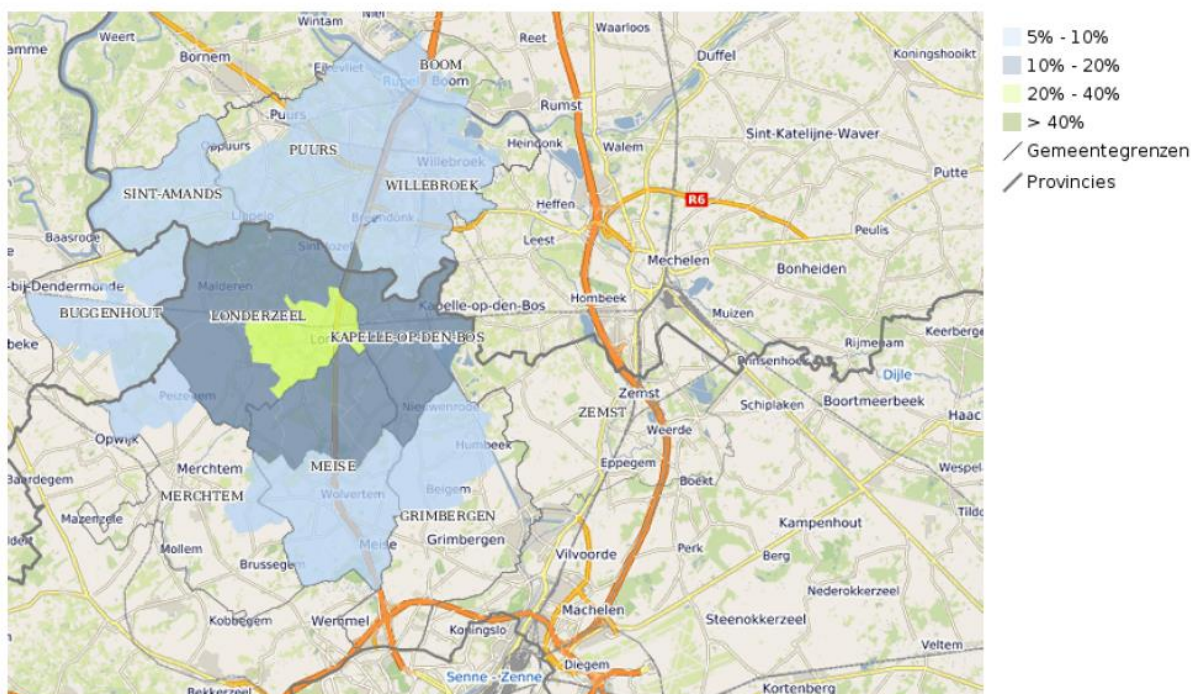
Vergelijking koopstromen voor In & Om woning van Londerzeel met andere gemeenten

IN & OM WONING	% uit eigen gemeente	% budget in eigen gemeente
Londerzeel	15.3%	16.4%
Bornem	30.1%	30.6%
Merchtem	20.5%	17.1%
Puurs	24.9%	8.2%



Slechts 15.3% van de consumenten voor de categorie In & om woning komt uit Londerzeel. Zij besteden slechts 16.4% van hun budget in eigen gemeente. Deze categorie wordt dus sterk gedreven door consumenten buiten de gemeente.

Koopattractie In & Om de woning goederen



Figuur 3-39 Koopattractie in & om de woning

De categorie In & Om de woning heeft het grootste verzorgingsgebied. Klanten komen vooral buiten de gemeente, namelijk uit Willebroek, Meise, Grimbergen, Brussel en Kapelle-op-den-Bos.



10. HORECA

We maken voor de opmaak van het detailhandelsplan een duidelijk onderscheid tussen detailhandel sensu stricto en horeca. Horeca kan, net als andere sectoren zoals cultuur, meegenomen worden in het detailhandelsplan omdat het duidelijke raakvlakken en invloed heeft op de detailhandel. Dat kan bijvoorbeeld tot uiting komen in bepaalde acties waarbij suggesties gedaan worden naar de horeca met als doel de detailhandel te versterken.

Als er toch behoefte is om ook de horeca aan sich zeer expliciet te bestuderen, dan valt dit echter buiten het bereik van dit plan. Er wordt aangeraden om dan een afzonderlijk horecabeleidsplan op te maken, zodat ook aan deze sector uitgebreid aandacht kan worden geschonken.



4. Algemene Beleidsmatige Context

VLAAMS NIVEAU

Detailhandelsbeleid: startnota 'Winkelen in Vlaanderen'

In juli 2010 heeft de Vlaamse Regering de startnota 'Winkelen in Vlaanderen' goedgekeurd. De nota stelt dat detailhandel bijdraagt tot de aantrekkelijkheid en leefbaarheid van de binnensteden en dorpskernen. Er wordt gesteld dat de ontwikkeling van baanwinkels en perifere Retail parken of shoppingcentra vaak gemakkelijker en soms aantrekkelijker is dan de (her)ontwikkeling van een bestaand centrum. De Vlaamse regering ziet hierin de grond om een kernversterkend beleid te voeren.

De Vlaamse regering zet voornamelijk in op drie aspecten:

- Systematisch beperken van de verdere ontwikkeling van baanwinkellinten,
- Zorgvuldig afwegen van nieuwe inplantingen van grootschalige handelszones
- Bewaken van de complementariteit van dergelijke linten en zones met de stedelijke kernen en dorpskernen

Hiermee stimuleert ze een beleid dat gericht is op het tegengaan van de verdere verlinting en versnippering op vlak van detailhandel.

Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen

Volgens het ruimtelijk structuurplan Vlaanderen (RSV) maakt detailhandel een wezenlijk deel uit van het functioneren van steden en gemeenten, van de kernen van de open ruimten en van specifieke plaatsen in het bebouwd perifeer landschap. Alsmaar meer winkels en shoppingcentra wijken uit naar kruispunten en invalswegen buiten de steden en kernen. Baanwinkels en bedrijven met verkoopoppervlakten groeien uit tot linten. Het vast stellen, het beter structureren en het stoppen van de uitgroei van de bestaande concentraties vormt de uitdaging voor het toekomstig beleid. In het RSV zijn detailhandelszones omschreven als specifieke regionale bedrijventerreinen. In het RSV wordt gesteld dat in de afbakeningsplannen voor de stedelijke gebieden geschikte locaties voor verkeer genererende activiteiten, waaronder baanwinkels en shoppingcentra, worden aangeboden. De omzendbrief RO/96/06 stelt dat de uitwerking van een visie op de detailhandel van regionale schaal bij voorkeur door de provincie gebeurt. Er is geen nadere omschrijving van deze 'detailhandel van regionale schaal'.



Ruimtelijk afwegingskader grootschalige detailhandel

De Vlaamse Regering voert een kernversterkend beleid enerzijds en een actief aanbodbeleid voor ruimte behoevende grootschalige detailhandel anderzijds. Dit uit zich zowel in het ruimtelijk als in het economisch beleid.

De basisdoelstellingen hierbij zijn

- Het tegengaan van verdere verlinting
- Het voeren van een aanbodbeleid op de daarvoor geschikte locaties
- Het voeren van een kernversterkend beleid

Het uiteindelijke doel is de realisatie van de goede ruimtelijke ordening betreffende grootschalige detailhandel zoals bedoeld in de Codex ruimtelijke ordening (artikel 1.1.4) én een economisch leefbare en dynamische sector.

Bron: Agentschap Ondernemen. Het strategisch Commercieel plan – Een leidraad voor lokale besturen. Juli 2012



PROVINCIAAL NIVEAU

Interprovinciale visie op detailhandel

Om een consistent detailhandelsbeleid te voeren, hebben de Vlaamse provincies in 2014 – in afstemming met elkaar – een visie detailhandel opgemaakt.

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. In de kernen van de gemeenten vind je een toegankelijk, gevarieerd en kwalitatief aanbod op vlak van wonen, voorzieningen, ontspanning, horeca, cultuur, bedrijvigheid/ambacht en detailhandel.

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.

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

De provincie wenst een selectief aanbodbeleid te combineren met het herstructureren van detailhandel binnen bestaande winkelzones. Dit herstructureren op voorkeurslocaties moet gekoppeld worden aan uitdoofscenario's op bestaande minder gewenste locaties. Het detailhandelsbeleid draagt bij tot de verdichting van bestaande detailhandelsclusters, in plaats van het creëren van nieuwe handelsconcentraties. Lokale besturen worden aangemoedigd om winkelrijke (of kernwinkelgebieden) en winkelarme gebieden af te bakenen.

4. Een toegankelijk basisaanbod in buurten en kernen

Het provinciale beleid is gericht op het behoud van een basisaanbod in kleinere gemeenten en buurten, telkens op niveau van de betreffende kern. Alternatieve systemen van belevering tussen kleine kernen en buurten kunnen onderdeel uitmaken van de basisvoorziening. Een basisaanbod aan bereikbare en nabije voorzieningen verzekert een betere leefbaarheid.



5. Detailhandelsbeleid vraagt om een geïntegreerde en integrale aanpak

De provincie stimuleert steden en gemeenten om een integraal en sectoroverschrijdend kernversterkend beleid te voeren. Deze integrale aanpak (ruimtelijke planning, mobiliteit, toerisme, economie en leefmilieu) is niet alleen nodig voor het uittekenen van het beleid en de strategie, maar is ook noodzakelijk voor de uitvoering ervan.

6. Een structurele aanpak van het detailhandelsbeleid

De provincie ondersteunt het principe dat steden en gemeenten een sterk regisserende rol opnemen en in dialoog treden met de betrokken partners en stakeholders: handelaars, projectontwikkelaars en vastgoedsector. De Vlaamse provincies stimuleren lokale besturen om een detailhandelsvisie op te maken. Deze visie wordt afgestemd op de doelstellingen van het Integraal handelsvestigingsbeleid en de provinciale (en Vlaamse) kleinhandelsvisie. Een gemeente kan in zo'n visie haar kernwinkel-gebied(en) afbakenen waarbinnen een stimulerend beleid inzake kleinhandel wordt gevoerd. Kernwinkelgebieden kunnen juridisch verankerd worden via een gemeentelijke stedenbouwkundige verordening of een gemeentelijk ruimtelijk uitvoeringsplan.

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. Hierbij wordt uitgegaan van de hiërarchie van steden en gemeenten zoals in de ruimtelijke planning is aangegeven. Deze hiërarchie verdeelt het noodzakelijke en gewenste aanbod van Retail over de verscheiden niveaus van gebieden. De evoluties in vraag en aanbod brengen met zich mee dat de (detailhandels)voorzieningen in toenemende mate geconcentreerd worden binnen aanbodclusters die zich boven in de hiërarchie bevinden: (boven) gewestelijk en regionaal. In de praktijk betekent dit dat bestaande clusters van detailhandelsaanbod op deze niveaus zich verder zouden kunnen versterken. De aanbodclusters die lager in de hiërarchie staan (bovenlokaal, lokaal en wijk verzorgend) zouden zich eerder op consolidatie moeten richten (althans in kwalitatieve zin).



Provincie Vlaams-Brabant

De provincie Vlaams-Brabant wenst in haar detailhandelsbeleid te zorgen dat elke inwoner van Vlaams-Brabant binnen aanvaardbare afstanden kan beschikken over een zo compleet mogelijk detailhandelsaanbod. Hiertoe zet zij prioritair in op:

- Een gevarieerd en kwalitatief detailhandelsaanbod afgestemd op de noden van de consumenten en inwoners
- Een retailstructuur die voldoende inspeelt op de relevante trends en ontwikkelingen, daarbij uitgaande van de bestaande structuur van kernen en bebouwing
- Het kwalitatief verbeteren van haar detailhandelsaanbod en -structuur
- Het behoud van het winkelaanbod binnen de kleine kernen

Deze prioriteiten zullen in eerste instantie gerealiseerd worden door een verhoging van het kwaliteitsniveau en vervolgens door een uitbreiding van de detailhandelsoppervlakte. De provincie hanteert daarnaast per type handelspool een visie op de positionering en het functioneren van deze polen.



Waarom is ruimtelijk afbakenen van winkelgebieden belangrijk?

Compacte, maar goed gevulde winkelgebieden zijn aantrekkelijk voor de klanten maar ook voor de winkeliers die profiteren van elkaars aanwezigheid. Met veel verschillende winkels dicht bij elkaar vinden consumenten snel alles wat ze nodig hebben en handelaars profiteren van een grotere toeloop. Bovendien kunnen zowel de gemeente als de sector deze winkelbuurten veel efficiënter organiseren, denk maar aan mobiliteit en promotie. Afstanden tussen de winkels daarentegen zet de klanten aan om de auto te nemen om van de ene naar de andere winkel te rijden. Dit voert de parkeerdruk in de gemeente op. Afbakening betekent niet dat buiten de kernwinkelgebieden er geen winkels meer mogen zijn. Sommige winkels hebben behoefte aan meer ruimte en passen daarom niet in de bestaande winkelkernen. Bestaande handelszaken worden op geen enkele manier in hun voortbestaan bedreigd.

Met de afbakening van winkelgebieden 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. Compacte winkelkernen met een geconcentreerd aanbod zijn aantrekkelijke winkelkernen waar de consument binnen wandelafstand vindt wat hij nodig heeft. De afbakening van kernwinkelgebieden biedt het gemeentebestuur een instrument om focus te geven aan het detailhandelsbeleid en opent de mogelijkheid voor een gedifferentieerde aanpak.

Het succes van handelskernen hangt niet alleen af van het winkelaanbod maar wordt ook beïnvloed door de uitstraling, verblijfskwaliteit 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.



Afbakening kernwinkelgebied

Het Vlaams decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB) 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
4. Versterken van kernwinkelgebieden;
5. Het bewerkstelligen van een duurzame mobiliteit.



5. Trends en Ontwikkelingen

Op verschillende momenten in de geschiedenis ontstonden er fundamentele veranderingen ten aanzien van vooral het aanbod of de aanbodstructuur. Onder druk van de technologische veranderingen en mogelijkheden voor de consumenten, ontstaat momenteel weer een kantelmoment.

1. Het eerste effect hiervan is dat, naast de fysieke winkels, zich nu een zeer belangrijk ander kanaal aan het ontwikkelen is: **het kopen via internet**. Hoewel dit in België nog relatief beperkt is in vergelijking met bijvoorbeeld Nederland, wordt hier toch een stevige groei verwacht. De **omzet per m² winkelvloeroppervlakte neemt af** omdat het totaal van de bestedingen van de consumenten niet of nauwelijks toeneemt (mede door de slechte conjuncturele vooruitzichten). Dit gebeurt bovendien op een moment dat de omzet per m² winkelvloeroppervlakte al sterk verminderd was als gevolg van een zeer sterke toename van de vloeroppervlakte in de laatste tien jaar. Het kan dan ook niet anders dat winkels verdwijnen. Net omdat de **internetaankopen voorlopig vooral betrekking hebben op de branches kleding, modeaccessoires en decoratieartikelen**, lijden kernwinkelgebieden en shoppingcenters daar het meest onder.
2. De afgelopen jaren zagen we een **sterke toename van de perifere grootschalige detailhandel**. Vroeger was dit vooral gericht op uitzonderlijke goederen (producten die maar af en toe gekocht werden, zoals elektronica), tegenwoordig is het aandeel periodieke goederen (zoals kleding) snel aan het toenemen. Dit zowel op vraag van de projectontwikkelaars als van de retailers zelf. Ook dit proces vormt een bedreiging voor de kernwinkelgebieden: niet alleen omdat er winkels vertrekken, maar ook omdat de unieke identiteit (wat betreft recreatief funshopping) van binnensteden verloren gaat en deels wordt overgenomen door de perifere Retail parken.
3. In de strijd tussen de perifere shoppingcentra, de Retail parken en de kernwinkelgebieden om de gunst van de consument dreigen veel kernwinkelgebieden het onderspit te delven. Vooral de (meest actieve) shoppingcenters passen zich snel aan de heersende trends aan, en investeren hier voortdurend in. Ook vooruitstrevende Retail parken ontwikkelen zich steeds meer als gebieden voor recreatief winkelen. Kernwinkelgebieden die niet **maximaal inzetten op de gunst van de consument**, zullen op termijn sterk inboeten op vlak van omvang en kwaliteit en in een neerwaartse spiraal belanden.
4. In de strijd om de consument speelt **profilering van een winkelgebied** een centrale rol. Voor kernwinkelgebieden geldt dat zij hun natuurlijke kwaliteiten (recreatief winkelen, in combinatie met de aanwezige andere functies zoals horeca, cultuur en ontspanning) maximaal moeten uitspelen. Maar marketing is niet genoeg: de kwaliteit en omvang van het aanbod, het organiseren van evenementen, het optimaliseren van de bereikbaarheid en de



parkeervoorzieningen, ... zijn zeer belangrijke elementen die het verschil maken voor de consumenten.



6. SWOT Analyse Lokale Economie

Op basis van de cijfermatige analyse en in samenspraak met de beleidsmedewerkers en het gemeentebestuur van de gemeente Londerzeel is volgende SWOT-analyse opgesteld voor de provincie Londerzeel. Met dit unieke SWOT-profiel wordt de basis gelegd voor de doelstellingen en de visie betreffende de detailhandel in de gemeente.

Sterktes

- Centrale ligging met vlotte bereikbaarheid via auto en openbaar vervoer
- Aangename woongemeente (landelijk, rustig, veilig)
- Aanwezigheid van groene longen in dorpskern van Londerzeel centrum (De Burcht, Groene long)
- Aanwezigheid van scholen
- Aanwezigheid van industriezone leidt tot plaatselijke werkgelegenheid
- Groot en divers detailhandel aanbod voor dagelijkse aankopen met sterke aantrekkingskracht buiten gemeente (door aanwezigheid ketens Colruyt, Aldi, Carrefour)
- Gevestigde waarden in het detailhandelsaanbod van Groot Londerzeel met een naamsbekendheid buiten de gemeente: Chill, Traxx, Brouwerij Vercauteren, Optiek Daelman, Elektro De Decker, Sarens geschenken, Supermarkt Magda
- Aantrekkelijk en gezellig centrum in Londerzeel centrum
- Positieve evolutie van winkelaanbod in Londerzeel centrum. Mooi gebalanceerde mix van winkelaanbod tussen dagelijkse, periodieke en uitzonderlijke goederen in Londerzeel centrum.
- Handelszaken met kwalitatief, gedifferentieerd aanbod en kwalitatieve uitstraling in Londerzeel centrum
- Aanwezigheid van ketens in Londerzeel centrum als trekkers (zoals Kruidvat, Standaard Boekhandel, Leonidas, Neuhaus, Blokker)
- Aanwezigheid van handelsverenigingen met engagement zoals OGL en Unizo
- Hoog aantal deelnemende handelszaken aan de Londerzeelse Cadeaubon (# 130)



- Florerend horeca aanbod in Steenhuffel
- Sterke jaarmarkten met hoog bezoekersaantal
- Sterk verenigingsleven
- Uitbouw dienst Lokale Economie met aanstelling Deskundige Lokale Economie



Zwaktes

- Appartementenbouw beïnvloedt straatbeeld (verschillende stijlen, geen uniformiteit)
- Verbindingswegen tussen deelgemeenten niet altijd optimaal (vb. Watermolenstraat)
- Afwezigheid van een cultureel centrum in dorpshart
- Infrastructuur van dorpshart Londerzeel centrum is niet optimaal (kasseien, fietspaden, voetpaden) en bepaalde zaken niet meer in goede staat of attractief (verlichtingspalen, Lodemeeusplein)
- Versnipperde handelskernen in Steenhuffel en Malderen. Uitdovende baanwinkelconcentratie in Londerzeel Sint-Jozef. Verspreide 'handelskern' in Malderen.
- Bepaalde straten hebben hun commerciële attractiviteit ietwat verloren (Stationsstraat, Gildenstraat, Sint-Jozefstraat)
- Dalend Horeca aanbod in Groot Londerzeel. Beperkt aanbod eetgelegenheden in de dorpskernen. Horeca in Sint-Jozef heel zwak.
- Beperkte dynamiek in het handelsgebeuren op vlak van evenementen en beleving
- Sommige leegstaande panden geven slechte indruk in de dorpskern (bv. Dorpsstraat 19)
- Structurele samenwerking tussen handelaars en gemeente kan beter. Representativiteit van alle handelaars momenteel niet gegarandeerd (cfr. Niet-leden van handelsverenigingen)
- Inwoners van Malderen voelen zich minder gelinkt met Londerzeel. Sterke aantrekkingskracht tot Buggenhout.
- Overaanbod van branche kapperszaken kan leiden tot minder diversiteit van het aanbod in Londerzeel centrum
- Minimumaanbod van de basisvoorziening in de kleinere kernen wordt bedreigd (Londerzeel Sint-Jozef, Steenhuffel)
- Weinig groen in de handelsstraten van de dorpskernen
- Londerzeel mist dynamische communicatie (zoals fotomateriaal)
- Geen sterk centrummanagement. Handelscentrum van Londerzeel wordt niet actief gepromoot
- Geen structurele, geïntegreerde aanpak van het detailhandelsbeleid (i.s.m. dienst omgeving)



Bedreigingen

- Aantrekkingskracht van de buurgemeenten met een bloeiend cultureel en sociaal aanbod
- Grote infrastructuurwerken gepland in toekomst (A12, tram, Kerkhofstraat, dorpskern Londerzeel centrum)
- Mogelijke inplanting van grote oppervlakte zaken langsheen A12
- Nieuwe inwoners mogelijks minder affiniteit met gemeente (ontbreken van samenhangsgevoel)
- Londerzeel slaagt er voor de categorie Periodieke goederen (de zogenaamde shopping goods) minder in om verzorgend te zijn voor Steenhuffel, Malderen en Londerzeel Sint-Jozef.
- Wijzigend consumentengedrag, veeleisende klant (hier en nu), e-commerce & de impact van de Covid-pandemie
- Individuele aanpak van bepaalde handelaars(verenigingen) beperkt samenwerking en uniformiteit
- Samenhangsgevoel van ondernemers ontbreekt (geen gevoel van Groot Londerzeel, deelen minder gelinkt met Londerzeel centrum, eiland denken van ondernemers)
- Gepercipieerd slecht aanbod van parkingfaciliteiten in Londerzeel centrum (mogelijks te veel parkeergelegenheid ingenomen door scholen/bewoners/handelaars?)
- Dalend aantal bezoekers van de dinsdagmarkt (algemene trend wekelijkse markten)
- Weinig initiatieven en ondersteuning voor startende ondernemers



Opportunities

- Hoog en groeiend aantal inwoners en hoog aantal welgestelde, koopkrachtige inwoners leidt tot groot handelspotentieel
- Trend duurzaamheid en belang van ecologische voetafdruk (lokaal shoppen positief)
- Het industriepark trekt veel werknemers aan van buiten de gemeente die potentiële klanten zijn voor de lokale economie
- Vergrijzing verhoogt het belang van buurtwinkels en de concentratie van detailhandel omwille van de mobiliteit van deze bevolkingsgroep. Koopkrachtige 60-plussers die voor dagelijkse aankopen aangewezen zijn op een handelscentrum bieden potentieel.
- Veranderende gezinssamenstelling van kleinere huishoudens vraagt om een aangepast aanbod
- Ruimte voor handelsverdichting en inplanting algemeen nut in centrumgebied via Egmont site
- Zone langs A12 en nieuwe industriezones vormen groot potentieel voor ondernemers
- Verplaatsing Bibliotheek brengt extra handelsmogelijkheden op die handelssite
- Online platformen waarop verschillende lokale handelaars actief kunnen zijn
- Nieuw zwembad als trekpleister



SWOT-analyse UNIZO Groot Londerzeel

Sterkte

- Locatie: Londerzeel is centraal gelegen
- Bereikbaarheid van Londerzeel met openbaar vervoer
- Diversiteit van het aanbod in Groot Londerzeel op vlak van ondernemers, handelaars, ambachten, ... (alles samen meer te bieden dan shoppingcenter)
- Horeca in Steenhuffel
- Uitbouw dienst Lokale Economie

Zwaktes

- Samenhorigheidsgevoel van de ondernemers ontbreekt vaak
 - Geen gevoel van “Groot Londerzeel”
 - Deelkernen minder gelinkt met Londerzeel centrum
 - “Eiland denken” van ondernemers
- Uitdovende baanwinkelconcentratie in Londerzeel Sint-Jozef
- Verspreide ‘handelskern’ in Malderen
- Sommige deelgemeenten (zoals Malderen) meer gelinkt met andere gemeente (Buggenhout)
- Londerzeel mist dynamische communicatie
- Ondermaats horeca-aanbod in Londerzeel Sint-Jozef



Opportunities

- Verbindingswegen tussen de deelgemeenten nog verder uitbouwen
 - Goed voorbeeld: fietsweg Londerzeel – Malderen
 - Watermolenstraat geen vlotte verbinding
- Ondernemersklimaat scheppen
 - Ruimte geven voor originele concepten, freelancers,
 - Inspiratie: Studiereis broei lab Vilvoorde
 - Locaties duidelijk maken (vb. stationsbuurt)
 - Potentieel stationsgebouw Londerzeel centrum?
 - Plaats voor kmo's (sector niet logistiek) - stationsomgeving Londerzeel en Malderen
 - Londerzeel als ondernemende gemeente promoten, ook buiten de gemeente
- Instappen in online platformen
- Londerzeel promoten als winkeldorp – lokaal shoppen promoten
 - Inzetten op beleving
 - Divers aanbod kenbaar maken (zie sterkte)
 - Idee: handelsbeurs
 - Idee: lokaal shoppen promoten via gemeentelijke kanalen (fiets gevuld met allerlei producten gekocht bij Londerzeelse handelaars)
- Ondernemersvriendelijk denken bij gemeente in het algemeen
 - Informeren & communiceren
 - Verdere uitbouw van ondernemersloket
- Samenwerking tussen handelsverenigingen werkt versterkend
 - Gezamenlijke acties, uniforme kalender



- Gezamenlijk promotiemateriaal (elke ondernemers ontvangt pakket met ballonnen, vlaggen, ...)
- Samenwerking tussen ondernemers en verenigingen: bv. één eindejaarsprogramma - start van een eindejaarsactie met Sinterklaas en afsluiten met de tractorlichtjesparade van Landelijke gilde. Het aanbod is er maar is geen geheel.
- Aanbod levensmiddelen garanderen in kleinere kernen door alternatieve acties
 - Idee: zondagsmarkt met levensmiddel aan CC Gerald Walschap

Bedreigingen

- Samenwerking tussen handelsverenigingen loopt niet goed
- Diversiteit in aanbod waarborgen (groot aanbod kappers, komst pita-zaken, ...)
- Consument is veeleisend – mentaliteit 'hier en nu' niet altijd haalbaar voor de ondernemer
- Grote infrastructuurwerken gepland in toekomst (A12-tram-Kerkhofstraat-centrum Londerzeel)
- Appartementenbouw beïnvloedt straatbeeld (verschillende stijlen - geen uniformiteit)



SWOT-analyse OGL

Sterktes

- Groot aanbod aan handelaars
- Zeer divers aanbod aan handelaars/ producten
- Weinig leegstand in het centrum
- Sterke handelaarsverenigingen

Zwaktes

- Weinig groen in de kernen
- Slecht onderhouden voetpaden
- Weinig horeca qua eetgelegenheden
- Parkeerbeleid/ openbaar vervoer naar de dorpskern

Bedreigingen

- Inplanting grote oppervlakte zaken langsheen de A12
- Verstedelijking
- Geplande wegenwerken in het centrum
- Aantrekkingskracht van de buurgemeenten met een bloeiend cultureel en sociaal aanbod

Opportunities

- Binnengebied gebruiken voor inplanting algemeen nut zoals Cultureel Centrum
- Leegstand tegengaan met campagnes gesteund door dienst Lokale Economie van de gemeente
- Sociale gebeurtenissen meer koppelen aan de handelaars (cfr buurgemeenten bijv. optredens, acties Moederdag...)



7. Enquête bij de consument

Na afloop van de analyse-fase en ter voorbereiding van het formuleren van een visie gestoeld op concrete doelstellingen werd een enquête uitgestuurd in samenwerking met de gemeente en de adviseurs om bepaalde concrete vraagstukken af te toetsen bij de consumenten binnen Londerzeel.

Onderstaand een overzicht van de resultaten van deze enquête. Dit onderzoek werd verricht door Public Minds in opdracht van de gemeente Londerzeel.



INWONERSPANEL LONDERZEEL

Oktober-november 2020

Thema 'Lokale economie'



PUBLIC MINDS

CONTEXT EN LEESWIJZER

Als lokaal bestuur willen we de mening van onze burgers kennen. Via het inwonerspanel krijgen we een goed beeld van wat er leeft in Londerzeel. Een drietal keer per jaar onderzoeken we uiteenlopende thema's. In deze bevraging peilden we naar de meningen en adviezen van het inwonerspanel omtrent het thema 'Lokale economie'.

Hoe lees ik dit rapport?

Tijdens de bevraging kregen respondenten stellingen of vragen voorgeschied. De resultaten hiervan krijg je te zien in dit rapport, visueel weergegeven aan de hand van grafieken.

Extra informatie over de achtergrondkenmerken van deelnemers, opsplitsingen per profiel etc. zijn terug te vinden in het aangeleverde Excel-bestand met tabellen.

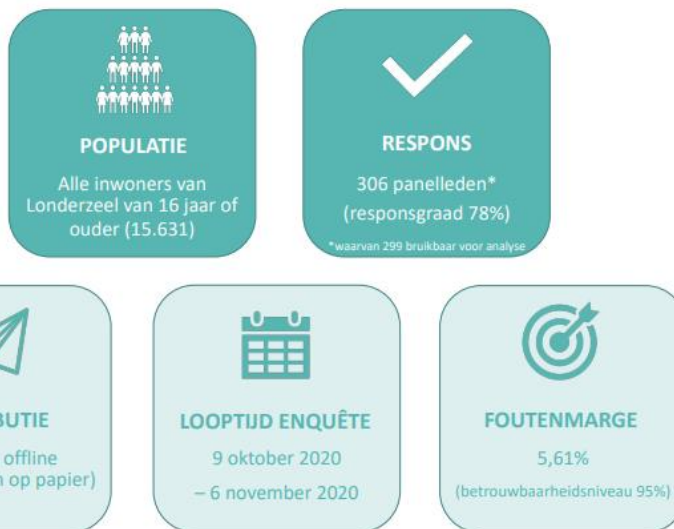


PUBLIC MINDS



GEGEVENSVERZAMELING

3

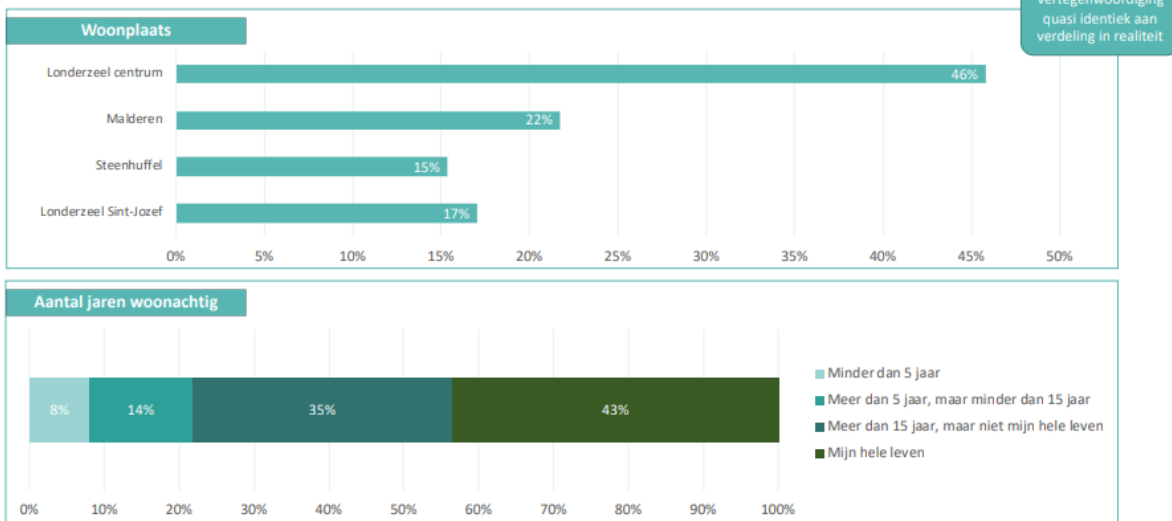


4



WIE NAM DEEL?

5



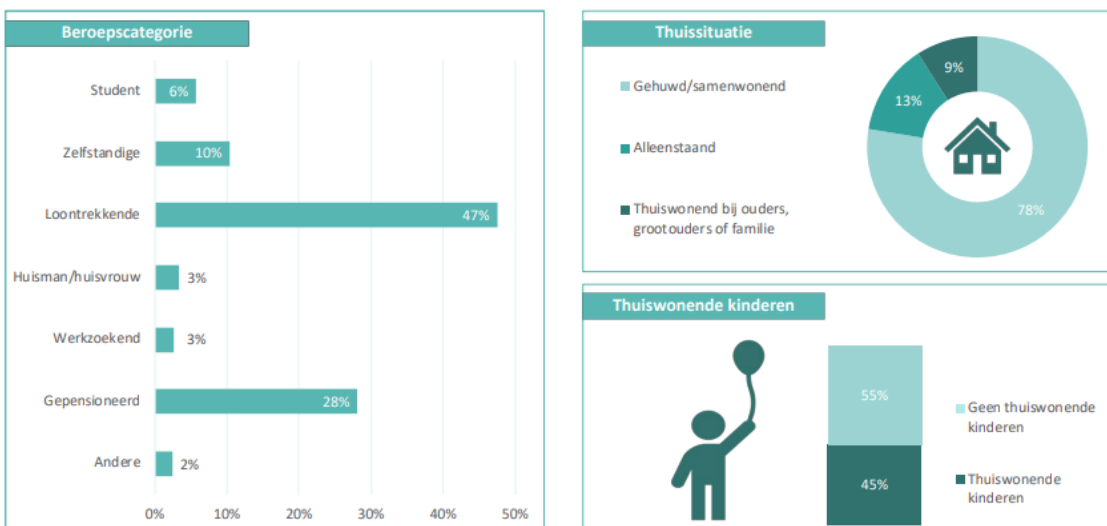
de adviseurs

Basis: totaal

PUBLIC MINDS

WIE NAM DEEL?

6



de adviseurs

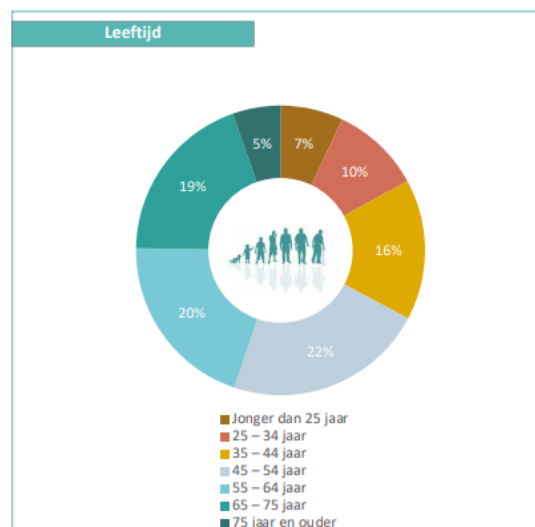
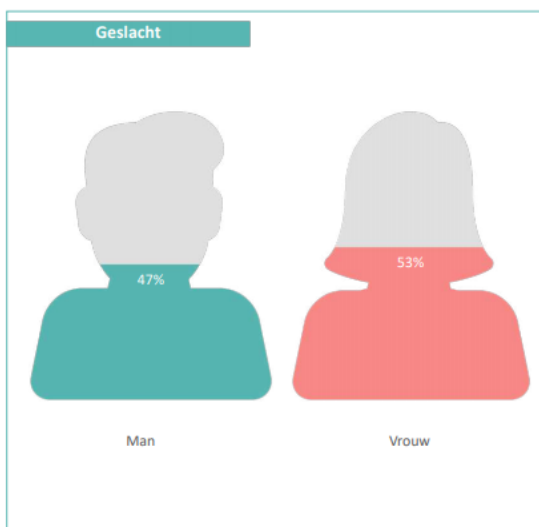
Basis: totaal

PUBLIC MINDS



WIE NAM DEEL?

7



de adviseurs

Basis: totaal

PUBLIC MINDS

WEGING

8

Om representatieve uitspraken te kunnen doen voor alle inwoners van Londerzeel van 16 jaar of ouder wordt een weging doorgevoerd op basis van geslacht en leeftijd.

De wegingsfactor zorgt voor een compensatie van over- of ondervertegenwoordiging van bepaalde categorieën. Zo vormen de resultaten een juiste afspiegeling van de werkelijke bevolking.

Segmenten		Relatief aandeel per segment (%)		Wegingsfactor
		Steekproef	Realiteit (Populatie)	
16 - 24 jaar	Man	2,34%	6,20%	2,6480
	Vrouw	4,68%	6,08%	1,2994
25 - 34 jaar	Man	4,35%	6,83%	1,5715
	Vrouw	5,69%	7,06%	1,2422
35 - 44 jaar	Man	7,02%	7,43%	1,0575
	Vrouw	8,70%	7,67%	0,8821
45 - 54 jaar	Man	9,70%	8,55%	0,8819
	Vrouw	12,71%	8,71%	0,6856
55 - 64 jaar	Man	12,04%	8,63%	0,7168
	Vrouw	8,03%	8,19%	1,0202
65 - 74 jaar	Man	9,03%	6,10%	0,6752
	Vrouw	10,37%	6,51%	0,6275
75 jaar en ouder	Man	3,01%	4,96%	1,6472
	Vrouw	2,34%	7,08%	3,0223

de adviseurs

Basis: totaal

PUBLIC MINDS

86



9



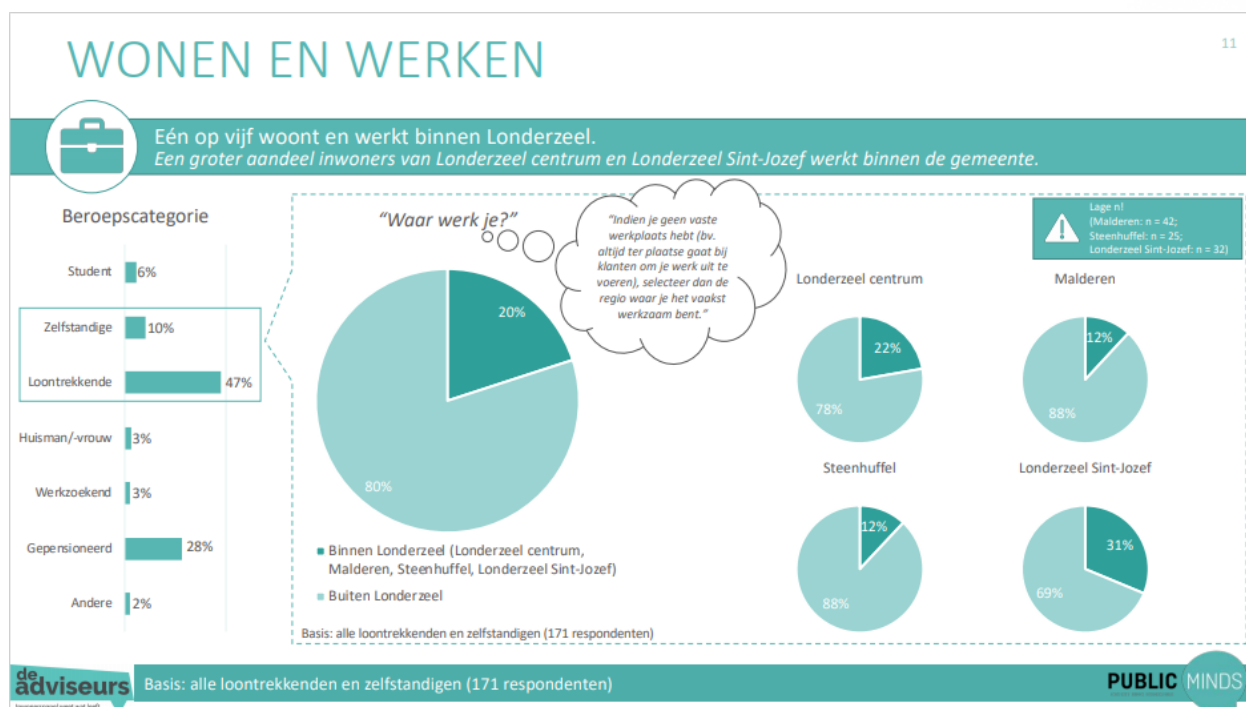
PUBLIC MINDS

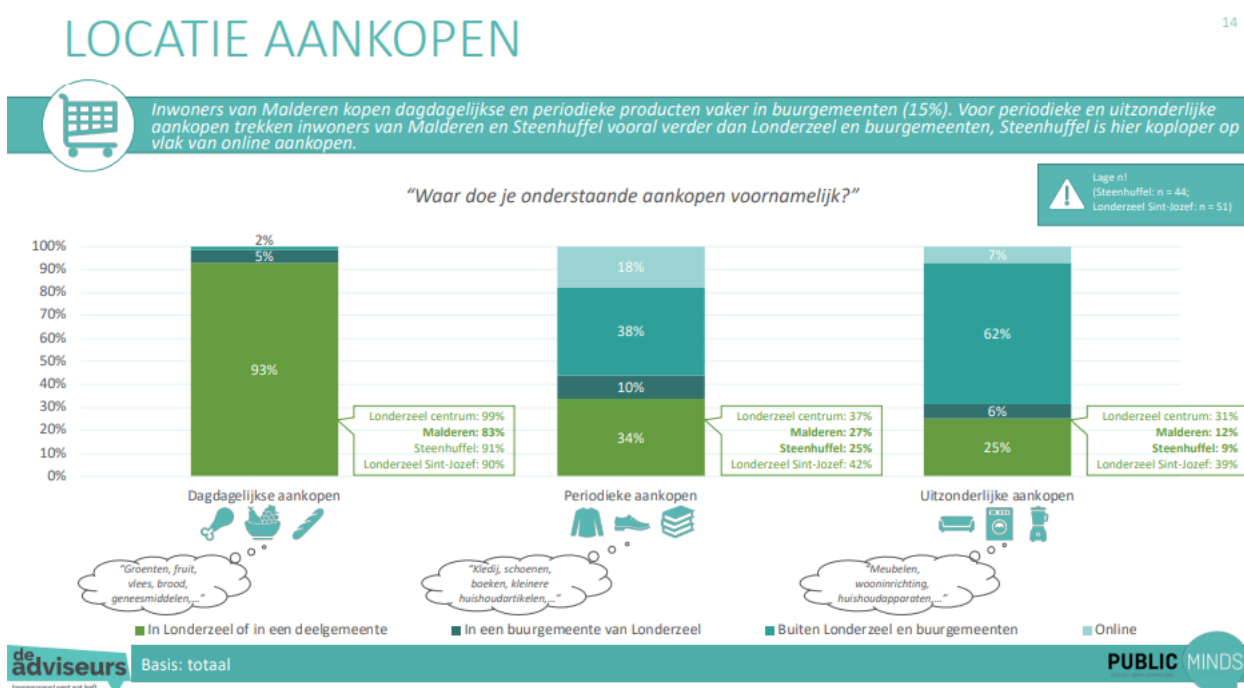
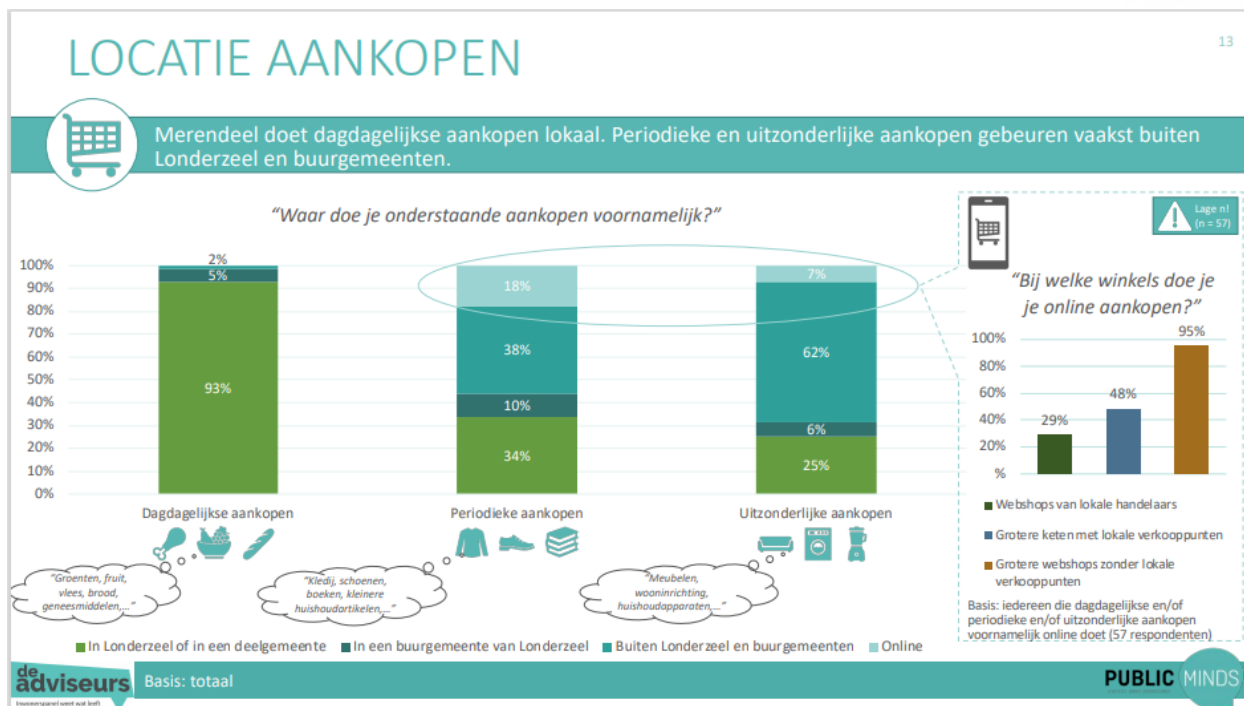
10

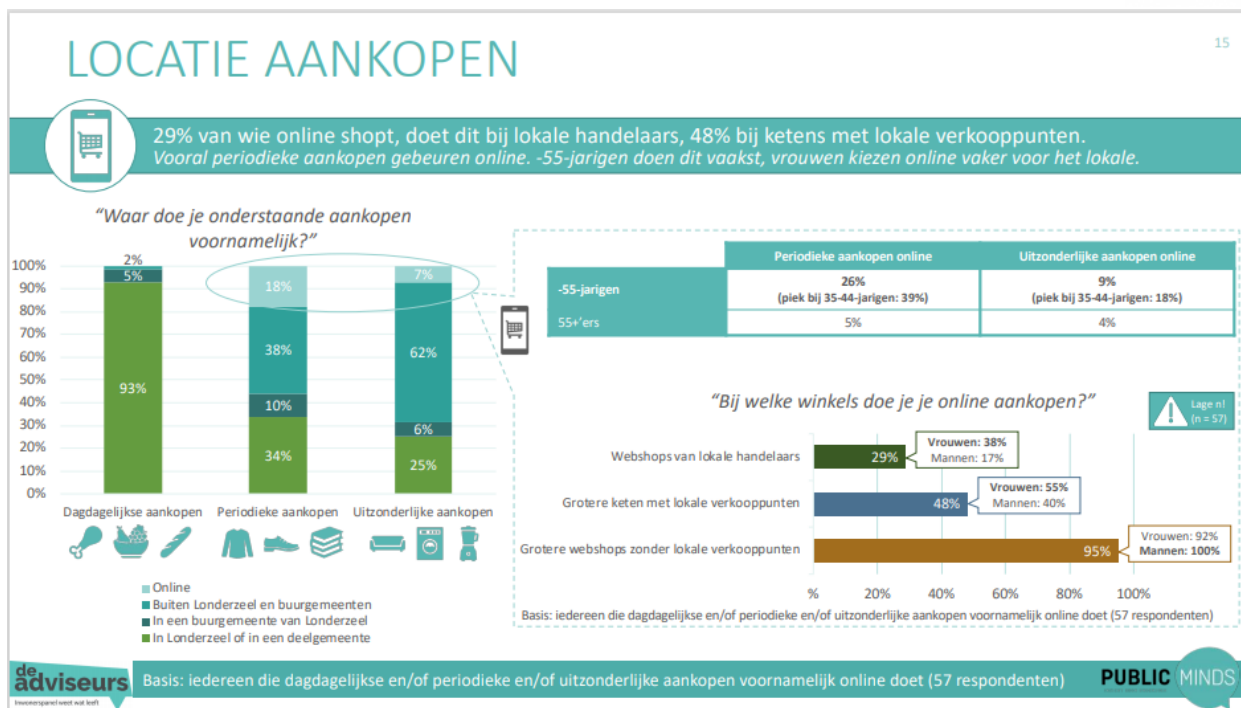


PUBLIC MINDS

87



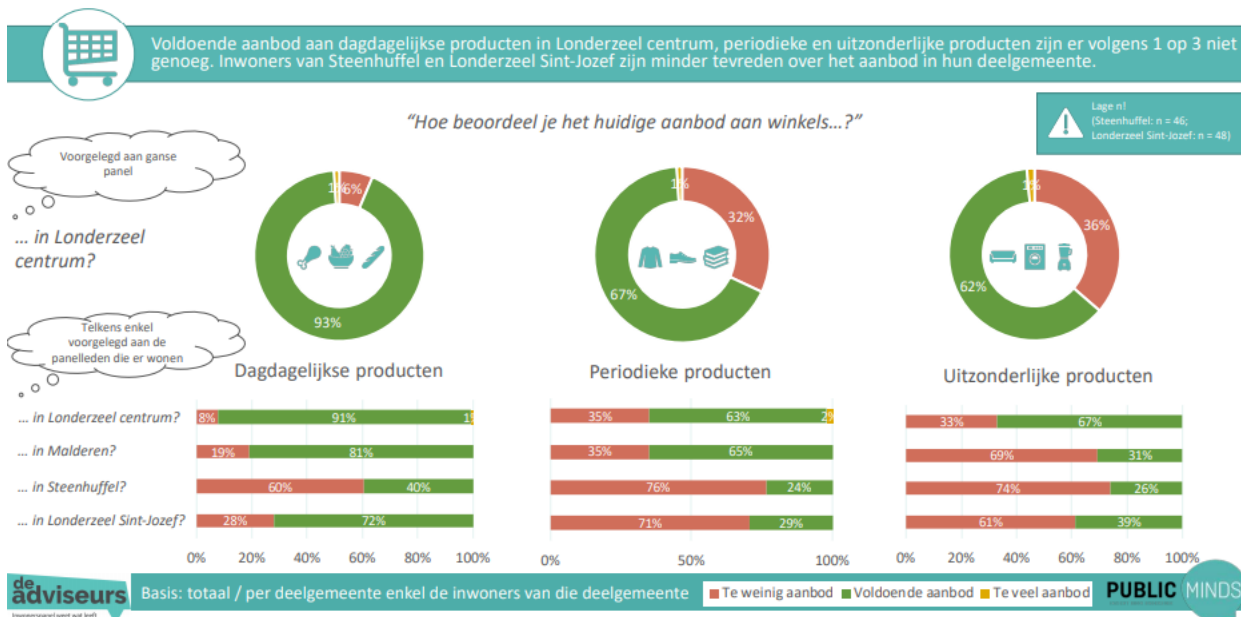






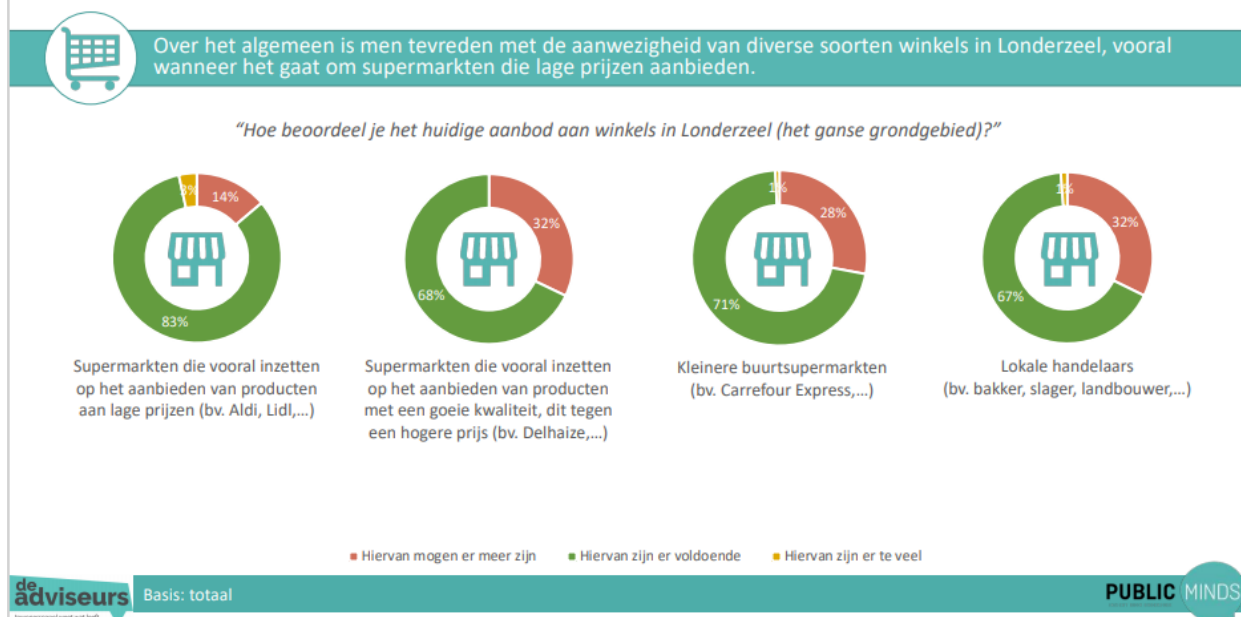
WINKELAANBOD

17



WINKELAANBOD

18



91



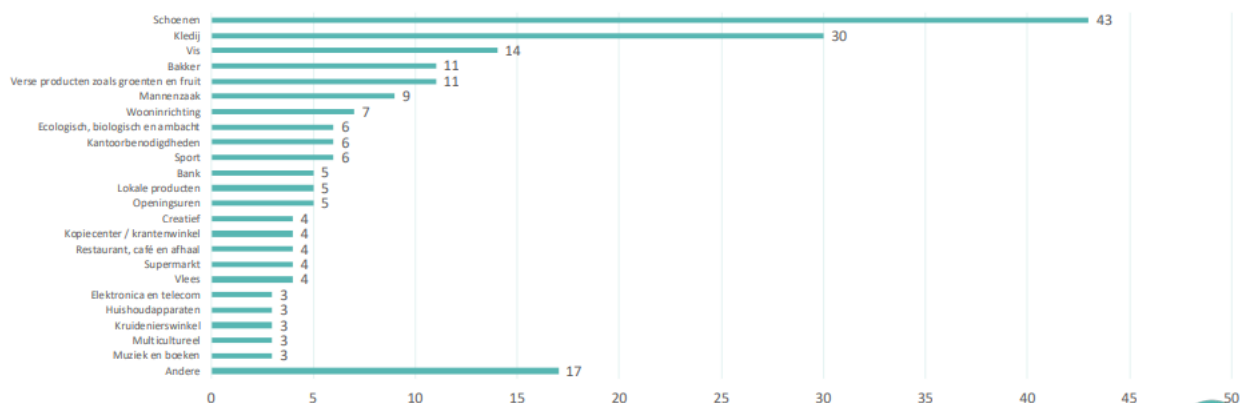
WINKELAANBOD

19



Meest vraag naar meer schoenen- en klerenwinkels. Ook winkels met verse producten, bakkers en viswinkels worden veelvuldig genoemd.

"Welke specifieke producten wens je graag meer aangeboden te zien in Londerzeel (het ganse grondgebied)?"
(open vraag – gecategoriseerd – absolute aantallen)



de adviseurs

Basis: totaal

104 respondenten vulden deze open vraag in.
Public Minds bezorgt een Excel-document met een overzicht van alle antwoorden op open vragen.

PUBLIC MINDS

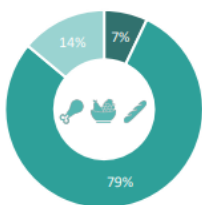
WINKELVOORKEUREN

20



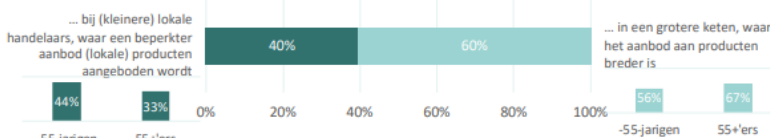
De meeste mensen doen hun boodschappen afwisselend bij lokale handelaars en supermarkten. Grotere ketens met een breder aanbod en winkels met een grotere oppervlakte genieten de voorkeur, voornamelijk bij 55+ers.

"Waar doe je doorgaans je boodschappen voor dagelijkse producten?"

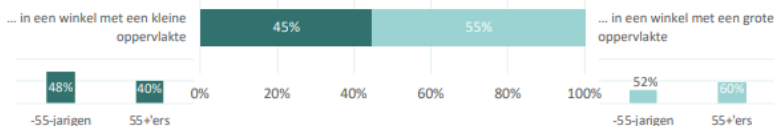


- Altijd bij de lokale handelaar (bakker, slager, landbouwer,...)
- Zowel bij de lokale handelaar (bakker, slager, landbouwer,...) als in de supermarkt
- Altijd in de supermarkt

"Ik verkies mijn aankopen te doen..."



"Ik vind het aangenamer winkelen..."



de adviseurs

Basis: totaal

PUBLIC MINDS



KORTE KETEN EN BOERENMARKTEN

21

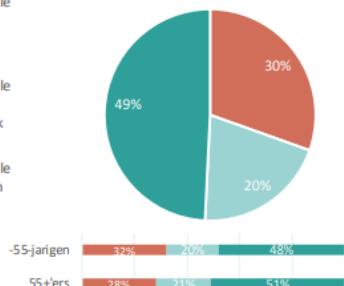


De helft neemt deel aan de korte keten, boerenmarkten worden door 1 op 3 bezocht.
Meer 55+ers zijn vertrouwd met en/of doen beroep op de korte keten en de boerenmarkten.

Korte keten

"Wanneer je je aankopen doet via de **korte keten**, dan koop je verse en kwaliteitsvolle producten aan rechtstreeks bij de lokale boer. Je voeding passeert dus weinig of geen tussenschakels en je weet perfect waar je voedsel vandaan komt. Bovendien ontvangt de boer een eerlijke prijs voor zijn goederen."

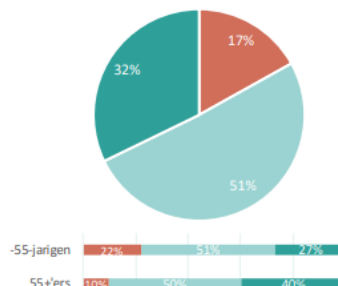
- Ik ken het aanbod aan lokale producten in Londerzeel niet
- Ik ken het aanbod aan lokale producten in Londerzeel, maar maak er geen gebruik van
- Ik ken het aanbod aan lokale producten in Londerzeel en maak er ook gebruik van



Boerenmarkten

"Gemeente Londerzeel organiseert elk jaar vier kleine **boerenmarkten**. Lokale boeren en producenten bieden er hun verse producten aan (zoals groenten, bloemen, honing, melkproducten, verse kip...). De boerenmarkten vinden afwisselend in één van de vier deelgemeenten plaats, twee voor de zomer en twee na de zomer."

- Ik ken de boerenmarkten in Londerzeel niet
- Ik ken de boerenmarkten in Londerzeel, maar breng er geen bezoek aan
- Ik ken de boerenmarkten in Londerzeel en bezoek ze



de adviseurs

Basis: totaal

PUBLIC MINDS

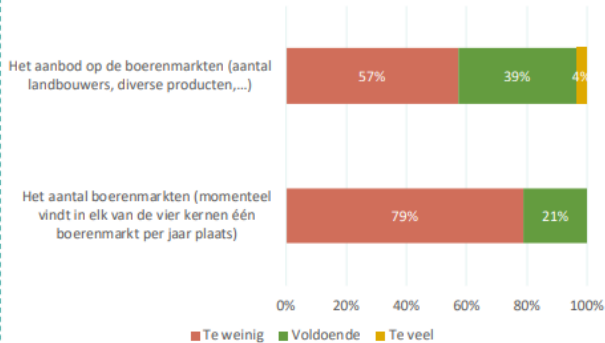
KORTE KETEN EN BOERENMARKTEN

22



Boerenmarkten worden door 1 op 3 bezocht.
Bezoekers zien de boerenmarkten graag frequenter plaatsvinden, dit met een uitgebreider aanbod.

"Hoe beoordeel je de boerenmarkten in Londerzeel (het ganse grondgebied)?"

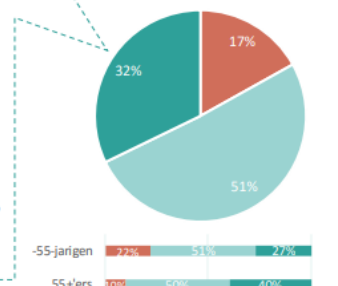


Basis: iedereen die de boerenmarkten in Londerzeel kent en bezoekt (93 respondenten)

Boerenmarkten

"Gemeente Londerzeel organiseert elk jaar vier kleine **boerenmarkten**. Lokale boeren en producenten bieden er hun verse producten aan (zoals groenten, bloemen, honing, melkproducten, verse kip...). De boerenmarkten vinden afwisselend in één van de vier deelgemeenten plaats, twee voor de zomer en twee na de zomer."

- Ik ken de boerenmarkten in Londerzeel niet
- Ik ken de boerenmarkten in Londerzeel, maar breng er geen bezoek aan
- Ik ken de boerenmarkten in Londerzeel en bezoek ze



de adviseurs

Basis: iedereen die de boerenmarkten in Londerzeel kent en bezoekt (93 respondenten)

PUBLIC MINDS



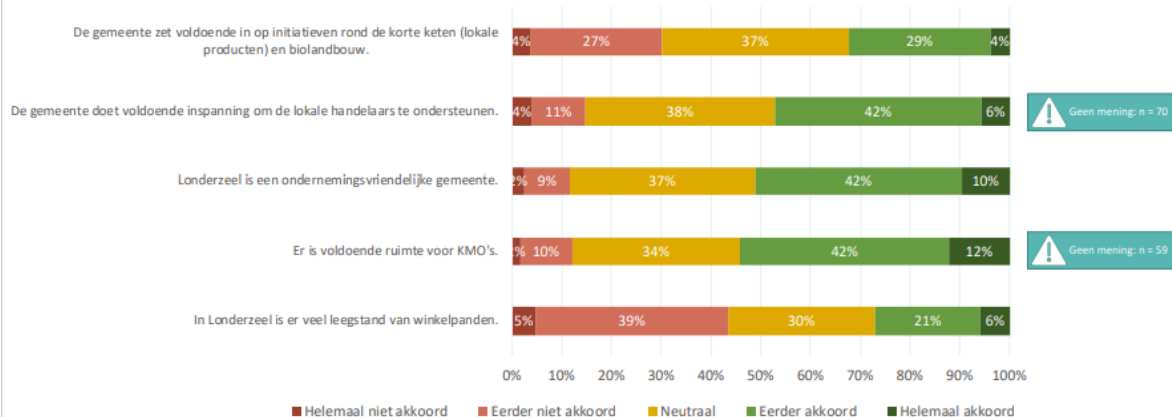
FACILITEREN VAN ECONOMISCHE ACTIVITEIT

23



De helft is van mening dat economische activiteit in Londerzeel voldoende gefaciliteerd en ondersteund wordt. Op vlak van initiatieven rond de korte keten en biolandbouw mag dat wat meer zijn.

"Hoe beoordeel je volgende uitspraken over de economische activiteit in Londerzeel?"



de adviseurs

Basis: totaal

PUBLIC MINDS

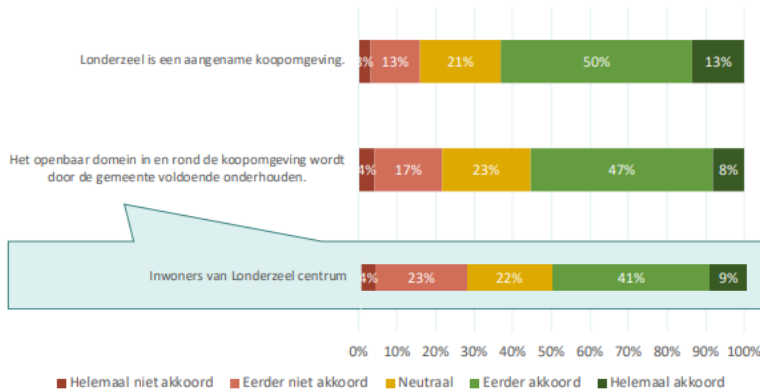
KOOPOMGEVING

24



Merendeel aanstuurt Londerzeel als aangename koopomgeving, die voldoende onderhouden wordt. Inwoners van het centrum zijn iets vaker ontevreden over het onderhoud en de netheid van de koopomgeving.

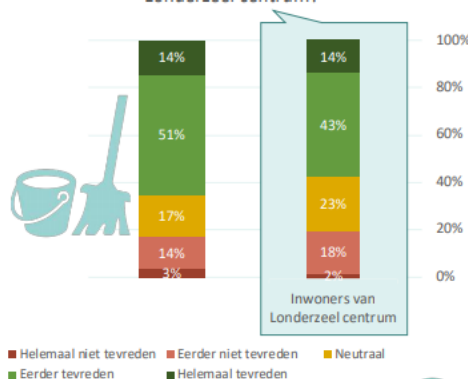
"Hoe beoordeel je volgende uitspraken over de economische activiteit in Londerzeel?"



de adviseurs

Basis: totaal

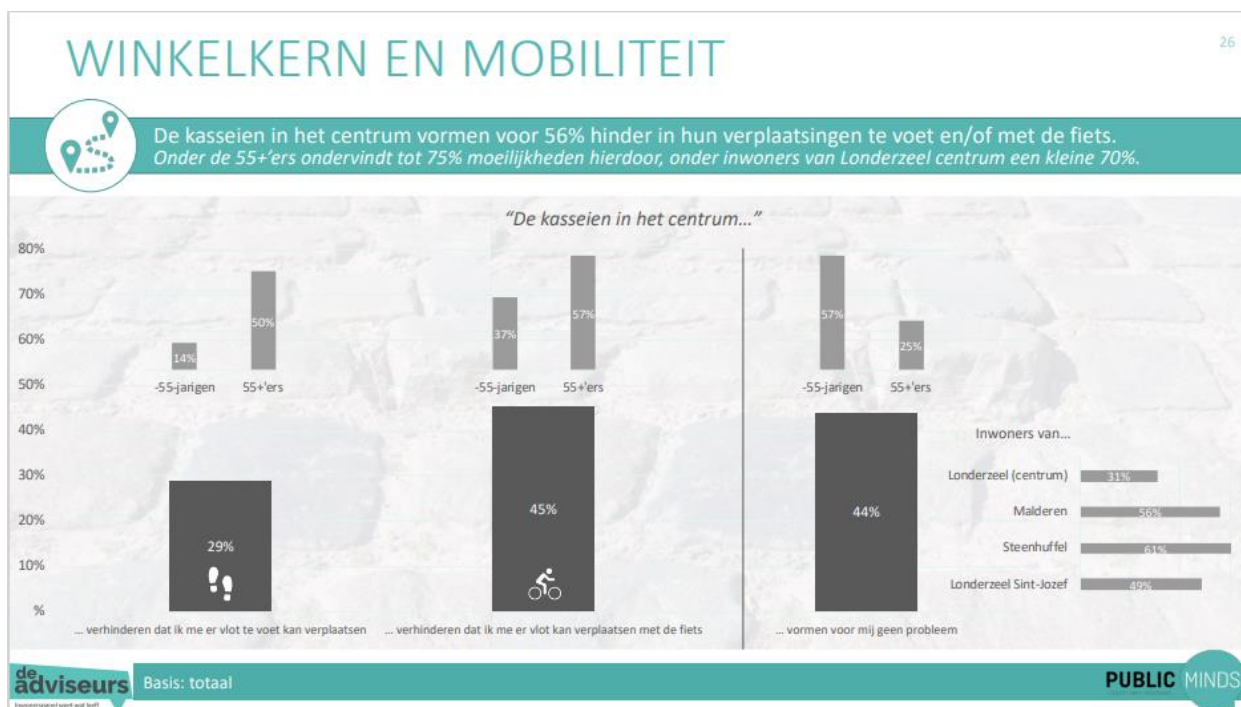
"Hoe tevreden ben je over de algemene netheid van de winkelomgeving in Londerzeel centrum?"



de adviseurs

Basis: totaal

PUBLIC MINDS





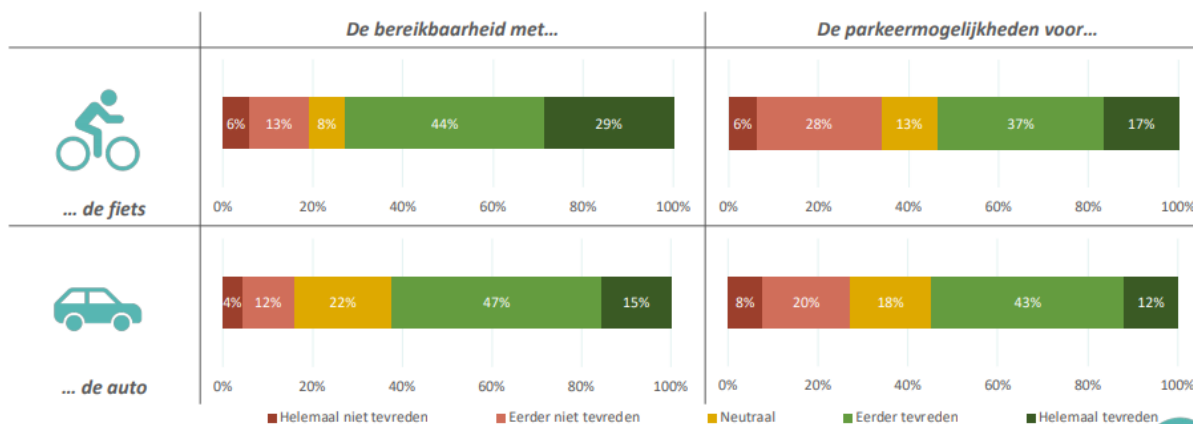
WINKELKERN EN MOBILITEIT

27



De bereikbaarheid van de winkelkern scoort goed, zowel met de fiets als met de auto. Eveneens tevredenheid omtrent parkeermogelijkheden en fietsenstallingen, al is er daar ook een grotere marge voor verbetering.

"Hoe tevreden ben je over de volgende aspecten van de winkelkern in Londerzeel centrum?"



de adviseurs

Basis: totaal

PUBLIC MINDS

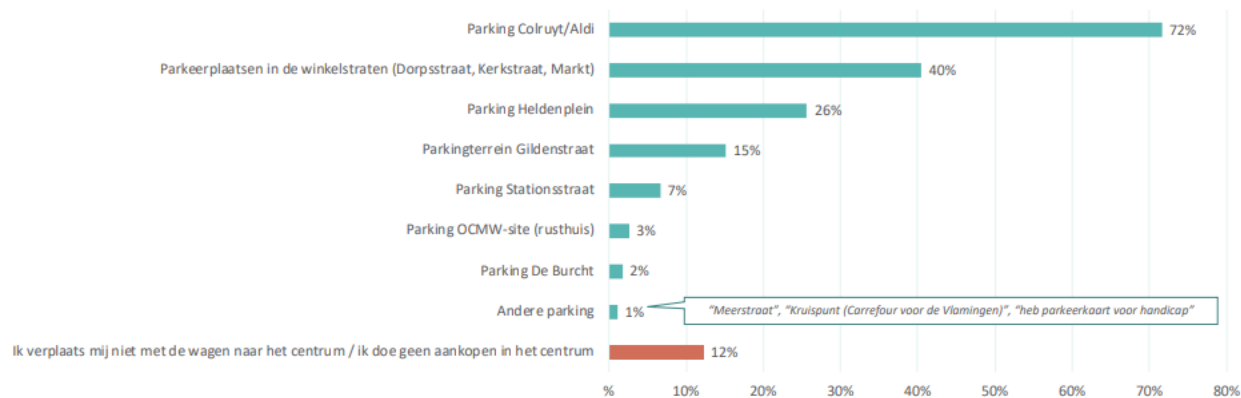
WINKELKERN EN MOBILITEIT

28



Merendeel parkeert bij een winkelbezoek aan het centrum op de parkeerplaatsen van supermarkten en in winkelstraten. Parking Heldenplein vervolledigt de top 3.

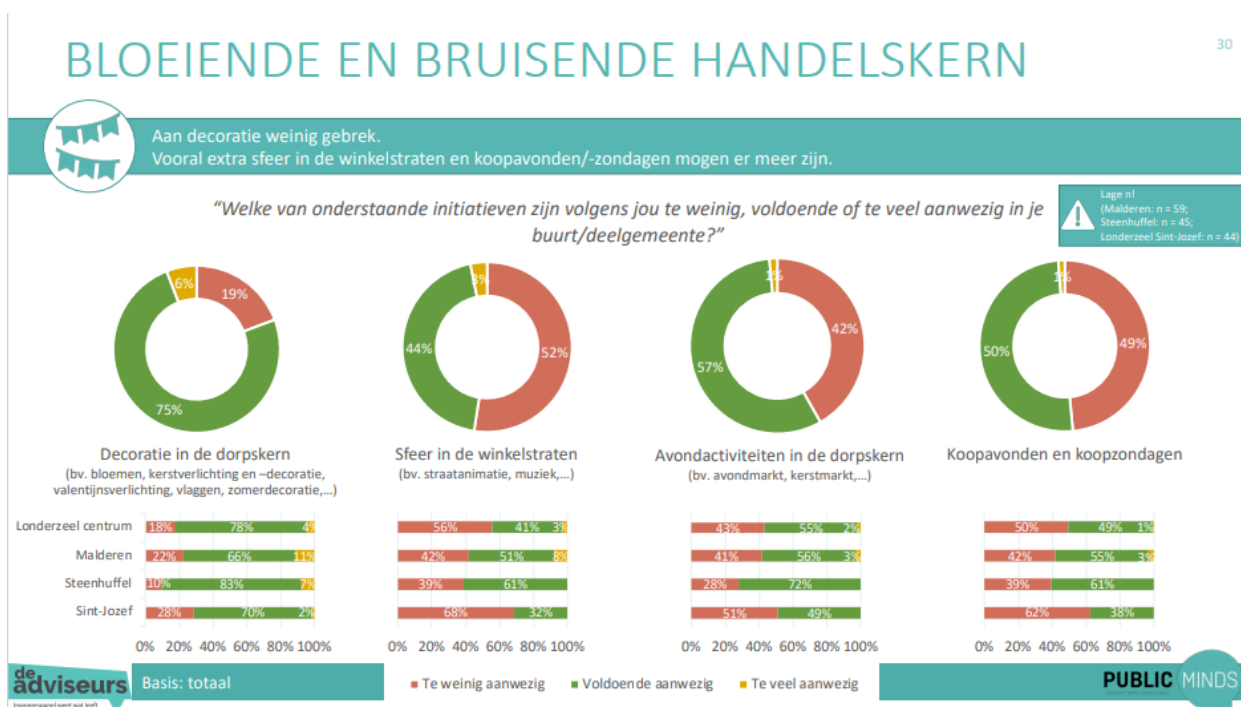
"Waar parkeer je je auto bij je winkelbezoek aan Londerzeel centrum?"



de adviseurs

Basis: totaal

PUBLIC MINDS





BLOEIENDE EN BRUISENDE HANDELSKERN

31



Het verenigen van mensen, een focus op lokale handel en ambacht en sfeer komen vaak aan bod als suggestie om de handelskern te ondersteunen.

"Welke festiviteiten kunnen volgens jou georganiseerd worden ter ondersteuning van de handelskern?"

"Evenementen om wat meer leven in Londerzeel te brengen. Ook om ervoor te zorgen dat de inwoners gemotiveerd zijn om tot bij de lokale handelaars te gaan."

"Koopzondagen, speciale acties met moeder en vaderdag, broderij, zomeravondmarkt, kerstmarkt"

"Braderie, avondmarkt, kerstmarkt, gratis concerten met lokale muziekbands rond de kerk, gezellige avonden rond een vuurkorf op de burch (mensen hebben nood aan buiten komen, aan gezelligheid en warmte)"

"Betere sturing van het uitzicht van de terrassen van de cafés. Deze zomer gaf dit echt geen mooie indruk. Het concept in Steenhuffel slaagt hier wel in met heel beperkte middelen."

"een soort ambachtenmarkt, waar de lokale ambten in het licht gezet worden, zodat mensen meer kunnen leren over hun lokale helden"

"Thema-avonden of dagen met activiteiten met muziek. (Denk aan 'zaterdag voor kinderen' Weekend van de korte keten en Londerzeelse specialiteiten Ladies night (kledij, schoenen en terrasje) ..."

"Liever niets nieuws, maar combineer met bestaande festiviteiten: betrokkenheid van winkels (etalages, animatie, ...) bij sfeer rond officiële feestdagen (vrije werkdagen) bij mooi weer: Pasen, Sint-Kristoffelwijd, kermis, 11/21 juli, 15/8, Start - vb. Schooljaar, ... Sint-Hubertus viering met boerenmarkt (vlees/wildproducten) Themadagen waarop specifieke handelsproducten worden voorgesteld/bijhorende koopjes: vb warme truiendag..."

de adviseurs

Basis: totaal

53 respondenten vulden deze open vraag in. Public Minds bezorgt een Excel-document met een overzicht van alle antwoorden op open vragen.

PUBLIC MINDS

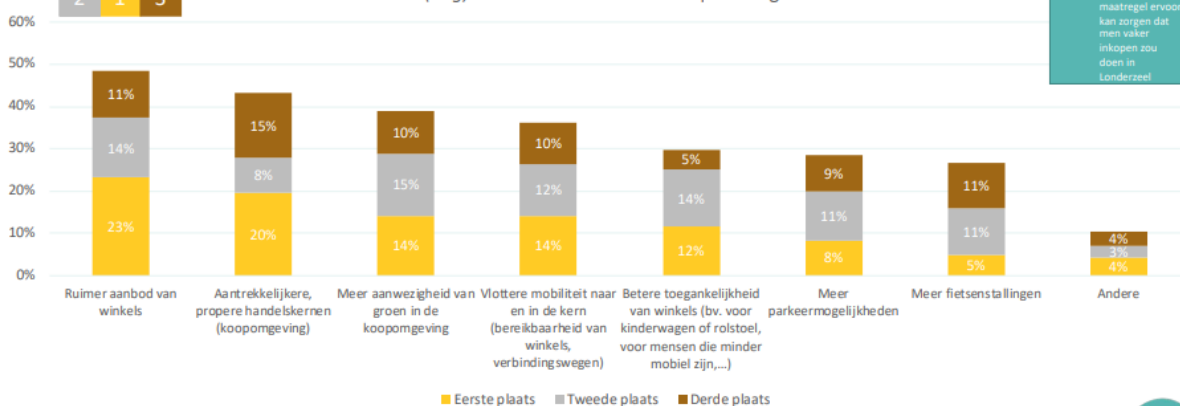
BLOEIENDE EN BRUISENDE HANDELSKERN

32



De helft plaatst een ruimer winkelaanbod in hun top 3 van maatregelen. Ook een aantrekkelijkere en propere handelskern met meer groen zou voor een grote groep de handelskern bloeiend(er) maken.

"Welke maatregelen in het kader van een bloeiende handelskern zijn voor jou belangrijk om (nog) vaker lokaal te winkelen?" | Ranking 1-3



49 respondenten gaven aan dat geen enkele maatregel ervoor kan zorgen dat men vaker inkopen zou doen in Londerzeel

de adviseurs

Basis: totaal

27 respondenten plaatsten de optie 'Andere' in hun top 3. Public Minds bezorgt een Excel-document met een overzicht van alle antwoorden op open vragen.

PUBLIC MINDS



BLOEIENDE EN BRUISENDE HANDELSKERN

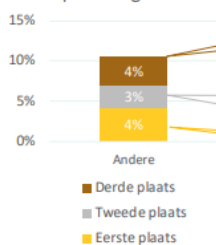
33



Veel suggesties betreffen een betere mobiliteits- en toegankelijkheidsaanpak voor de kernen en een gezelligere sfeer. Op vlak van winkels komen diversiteit, samenwerking en openingsuren ter sprake.

"Welke maatregelen in het kader van een bloeiende handelskern zijn voor jou belangrijk om (nog) vaker lokaal te winkelen?"

| Ranking 1-3



"Een echte sfeer zelf ontbreekt in Londerzeel-centrum. En dat ligt naar mijn mening volledig aan het verkeer en de inrichting hiervoor. De winkelstraat is en blijft een straat die veel verkeer te slikken heeft. De wandelpaden zijn smal.", "Winkelcentra combineren aanbod, fun, sanitair en toegankelijkheid. Het is moeilijk om daar iets tegenover te stellen.", "Voor Malderen: uitbreiding zone 30 voor gans centrum: bij Magda, Kerkplein, Kloosterstraat, Steenhuffelstraat, Handelsstraat", "voedingswinkels op zondag open", "Toegankelijkheid behouden voor fiets en wagen", "Meer controles mbt vrijlaten voetpaden: geen vuilbakken zeker niet op plaatsen voor gehandicapten (stationsstr thv KBC) als er werken gebeuren aan straat of voetpad, doorgaan voorzien", "gezelligere sfeer", "Gedifferentieerder aanbod van winkels/diensten", "Erop wijzen aan anderstaligen dat ze hier, bij de handelaar dus, hun Nederlands kunnen oefenen", "Elektrisch laden van de wagen aan parkeergelegenheden.", "autovrij centrum"

"weg met die gevaarlijke kasseien in 't dorp aub. Ik fiets meestal maar tegen mijn goesting op die kasseien. Is niet normaal. Gevaarlijk!", "veiligere fietsen", "Meer terrassen", "meer sfeer", "Meer kleding winkels die niet zo duur zijn", "Meer bakkers open op zondag", "Een netwerk tussen handelaars die mekaar steunen.", "de cafés ondersteunen in de materiaalkeuze van hun terrassen."

"Zitplaatsen aan haltes van De Lijn", "mogelijkheid om online te bestellen en betalen en dan ter plaatse afhalen", "Meer evenementen zoals avondmarkten.", "ik doe bijna al mijn gewone aankopen in Londerzeel toch vind ik dat er eer fietsenstallingen mogen zijn én een betere bestrating want die is verschrikkelijk!", "Groeperen van lokale winkeliers", "Geen mondmasker meer", "Fietsvoorrangstroken, 30km/h van station tot berkenlaan, kasseien weg uit dorp", "autoloos centrum"

de adviseurs

Basis: totaal

27 respondenten plaatsten de optie 'Andere' in hun top 3.

Public Minds bezorgt een Excel-document met een overzicht van alle antwoorden op open vragen.

PUBLIC MINDS

1

PANEL-SAMENSTELLING

2

RESULTATEN

3

CONCLUSIES

34



Wonen en werken



Aankoop-gedrag en -voorkeuren



Mobiliteit in en naar de handelskern



Bloeiende en bruisende handelskern

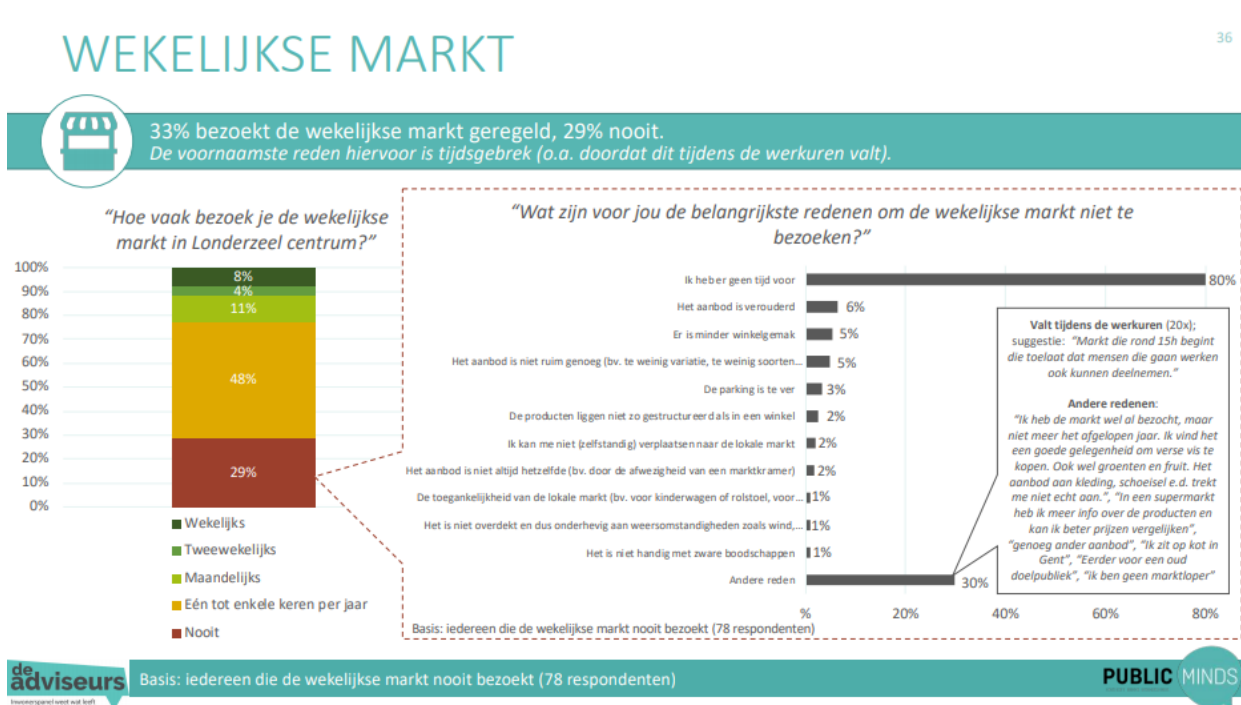
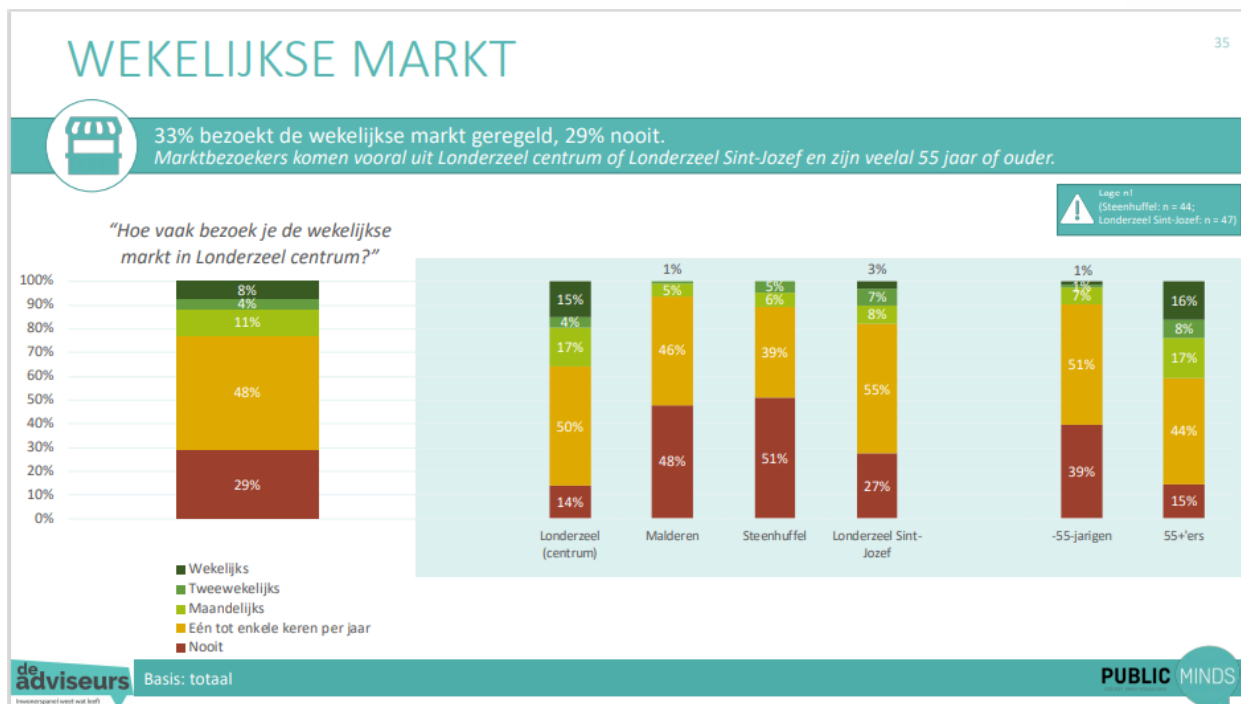


Wekelijkse markt



Horeca

PUBLIC MINDS



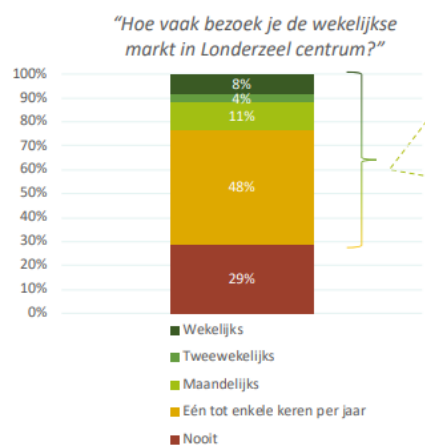


WEKELIJKSE MARKT

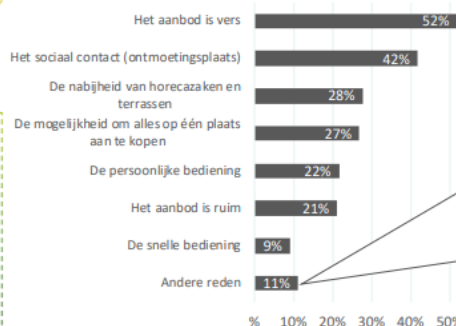
37



33% bezoekt de wekelijkse markt geregeld, nog eens 48% minstens één keer per jaar.
Mensen bezoeken de markt vooral omwille van het verse aanbod en het sociaal contact.



"Wat zijn voor jou de belangrijkste redenen om de wekelijkse markt te bezoeken?"



Aanbod:
"De producten die ze er aanbieden", "zeft mijn echtgenote 'goesting voor eens iets anders'", uniek aanbod (4x; bv. wafelkraam, Aziatisch kraam, verse vis), "Specifieke noden bvb uurwerkherselling", specifieke kramen (bv. verse vis (4x), kippekraam, kieren,...), "ontbreekt aanbod biologische producten"

Prijzen:
"Schappelijke prijzen + dicht bij andere winkels", "ik ga niet zo vaak, vind de markt (groenten/fruit/vlees/vis) er duur.", "ik vind geen aantrekkelijke prijzen. Ze zijn hetzelfde en soms duurde dan in de handel"

Andere redenen en suggesties:
"Algemene sfeer", "zou gezelliger moeten", "Tijdens een vakantie(dag) effe weg uit het dagdagelijkse", "uitstap met kleine kinderen", Toevallig passeren bij het afzetten van de kinderen op school (2x)

Basis: marktbezoekers (minstens één keer per jaar) (197 respondenten)

de adviseurs

Basis: marktbezoekers (minstens één keer per jaar) (197 respondenten)

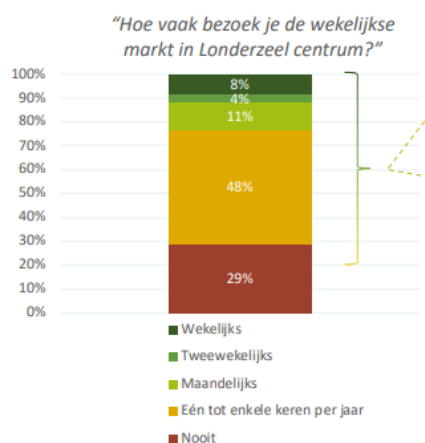
PUBLIC MINDS

WEKELIJKSE MARKT

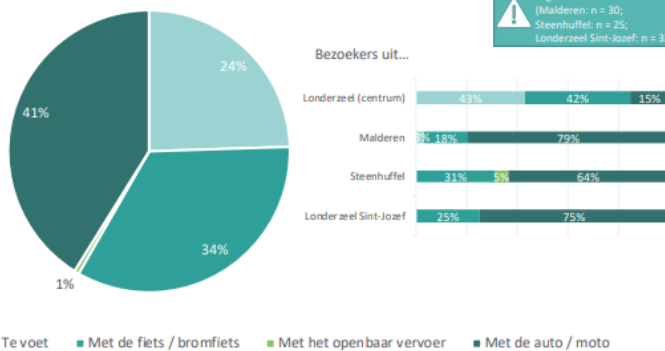
38



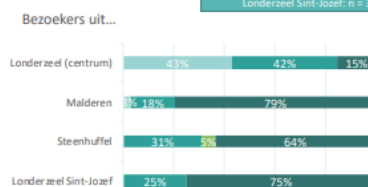
Wie de markt bezoekt doet dit veelal te voet of met de fiets, vooral onder wie in het centrum woont.
41% komt met de auto, dit zijn vooral inwoners uit de overige deelgemeenten.



"Op welke manier verplaats je je meestal naar de wekelijkse markt?"



Lage n!
(Maldere: n = 30;
Steenhuffel: n = 25;
Londerzeel Sint-Jozef: n = 33)

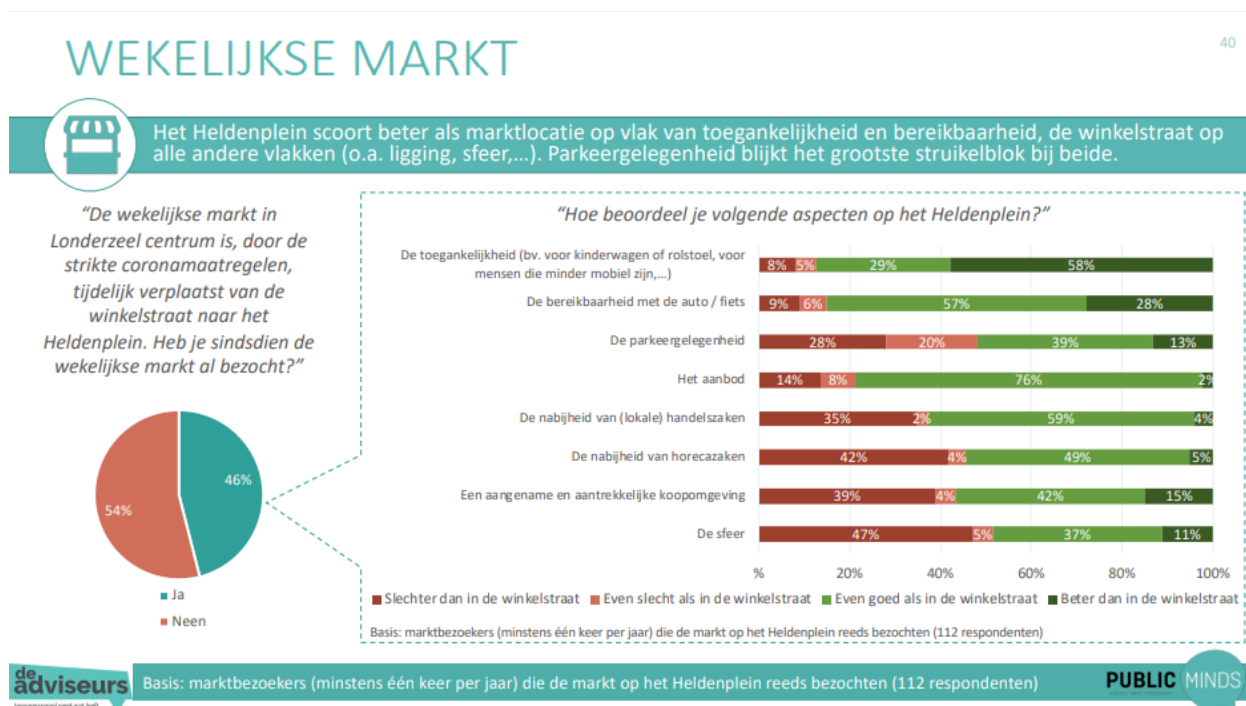
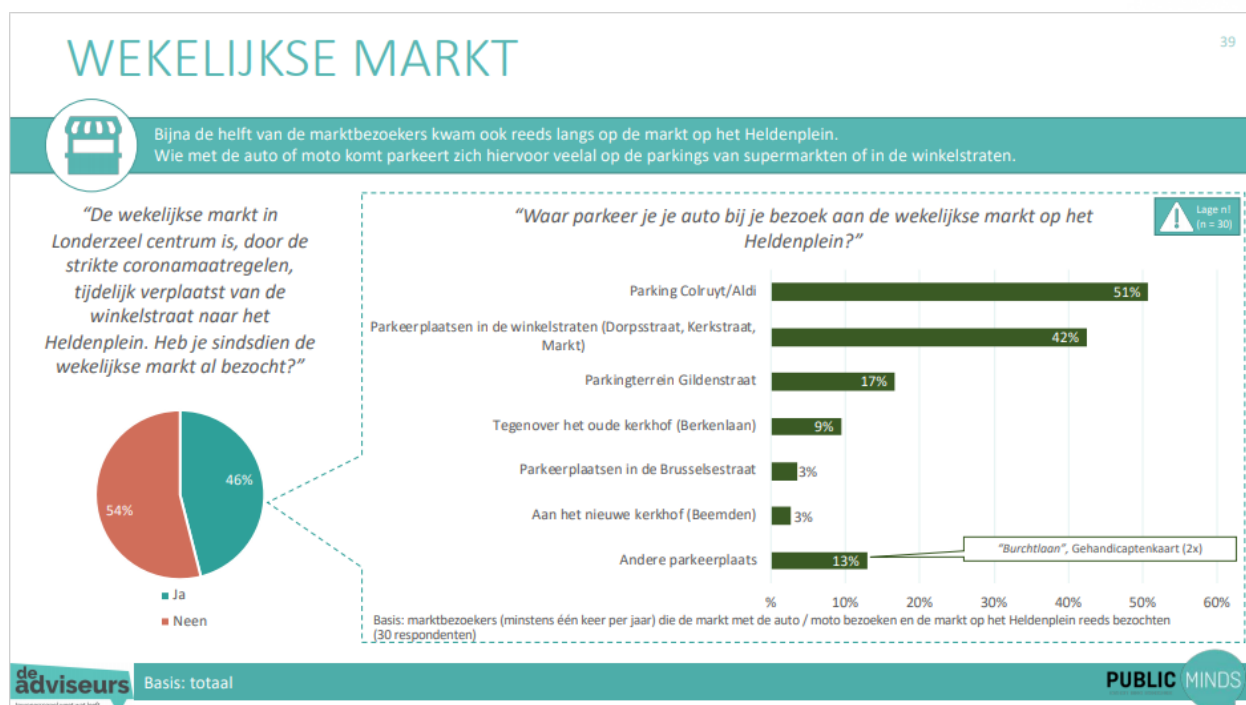


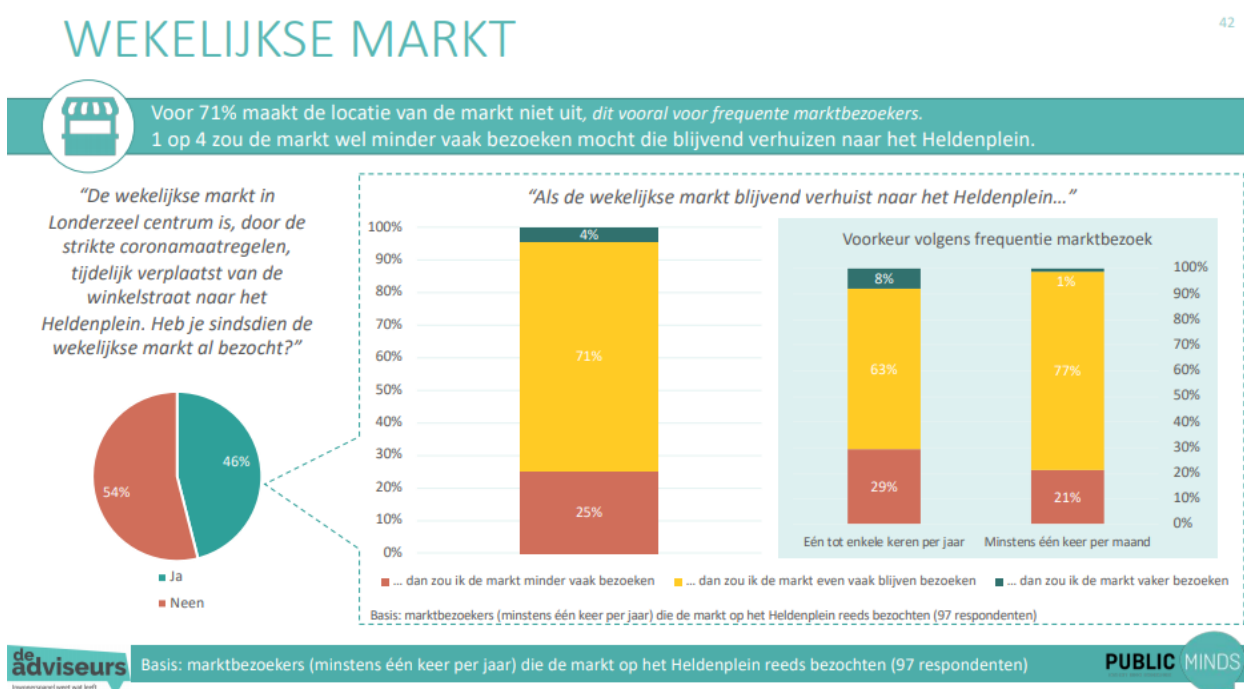
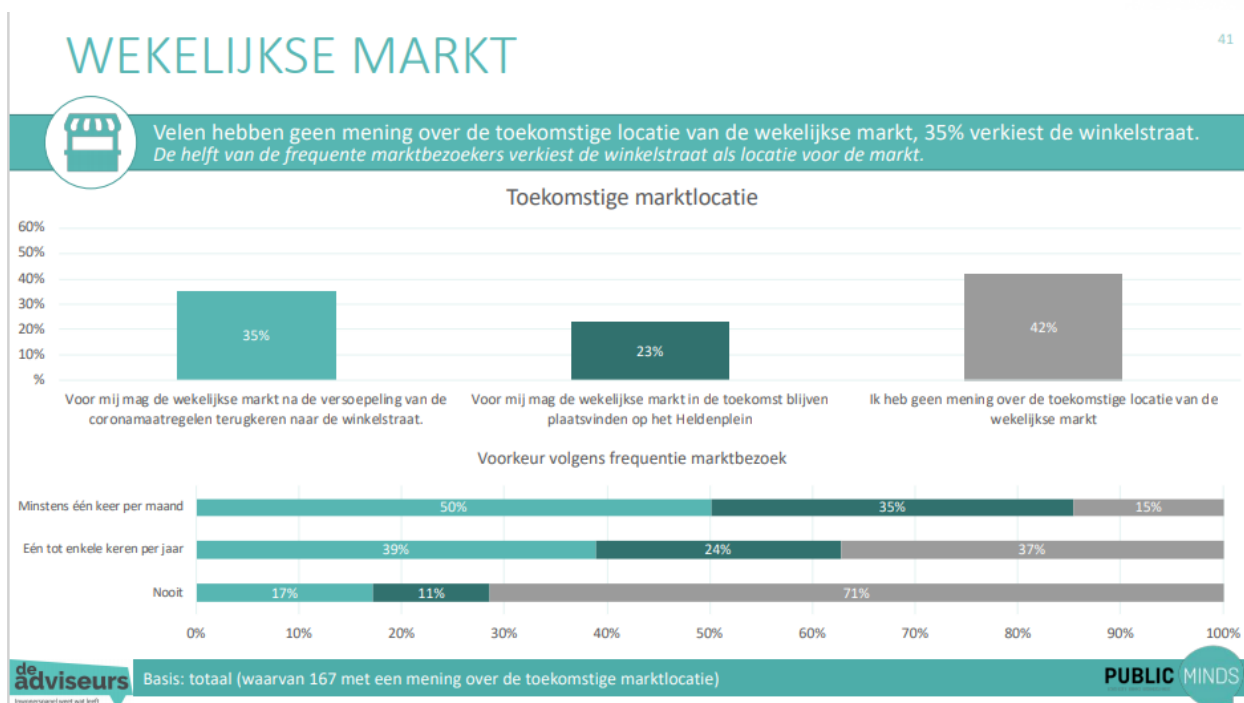
Basis: marktbezoekers (minstens één keer per jaar) (197 respondenten)

de adviseurs

Basis: marktbezoekers (minstens één keer per jaar) (197 respondenten)

PUBLIC MINDS





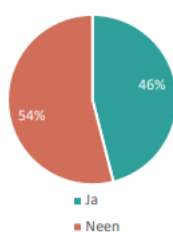


WEKELIJKSE MARKT



Voor 71% maakt de locatie van de markt niet uit, 1 op 4 zou de markt wel minder vaak bezoeken mocht die blijvend verhuizen naar het Heldenplein, vooral door de sfeer en de ligging.

"De wekelijkse markt in Londerzeel centrum is, door de strikte coronamaatregelen, tijdelijk verplaatst van de winkelstraat naar het Heldenplein. Heb je sindsdien de wekelijkse markt al bezocht?"



"Als de wekelijkse markt blijvend verhuist naar het Heldenplein..."



1

PANEL-SAMENSTELLING

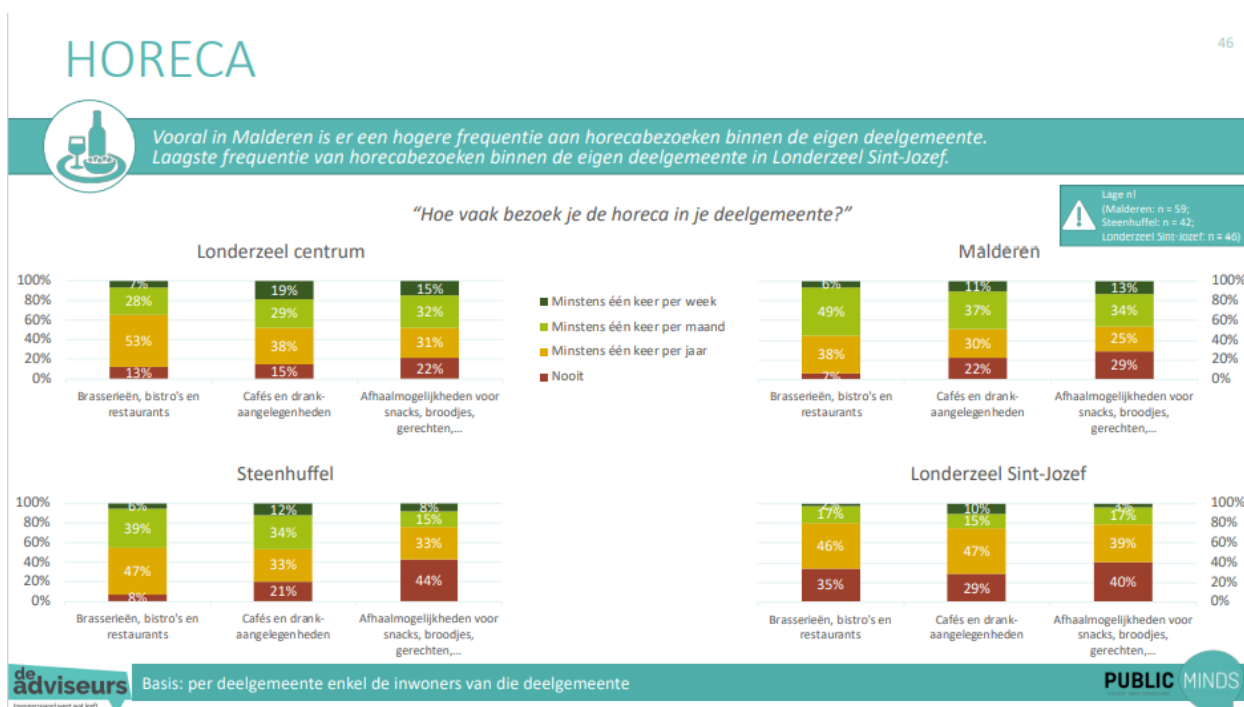
2

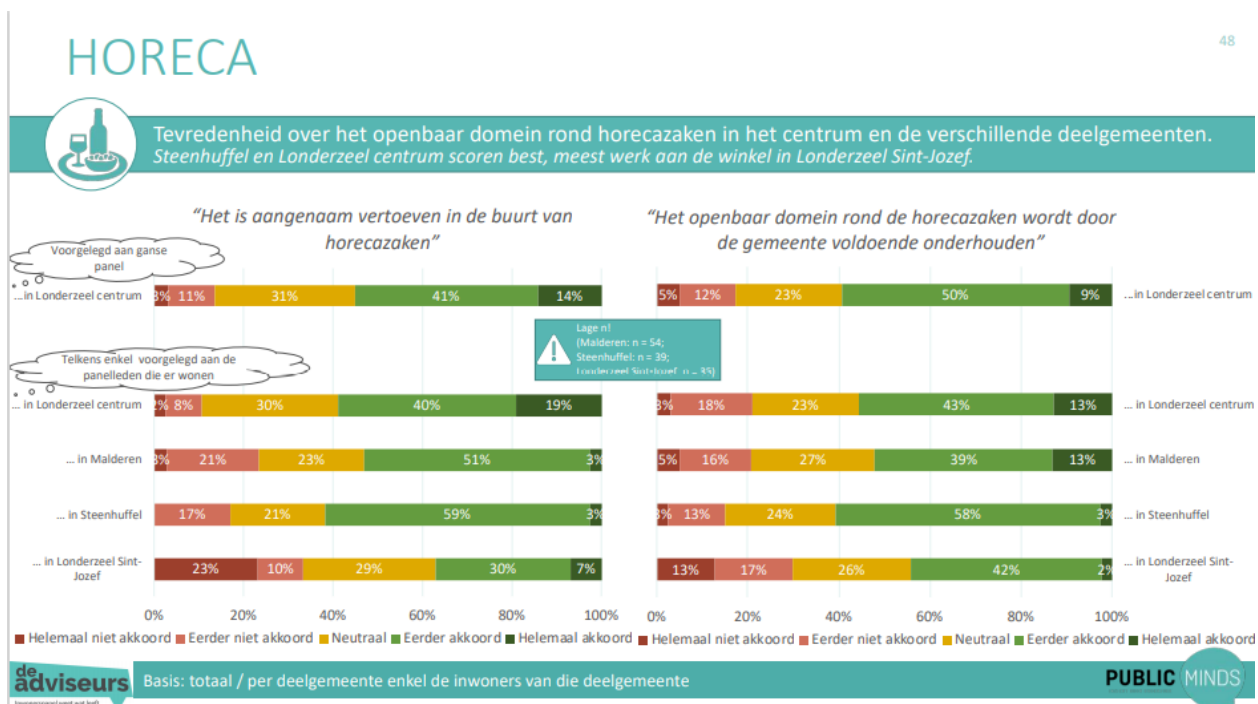
RESULTATEN

3

CONCLUSIES









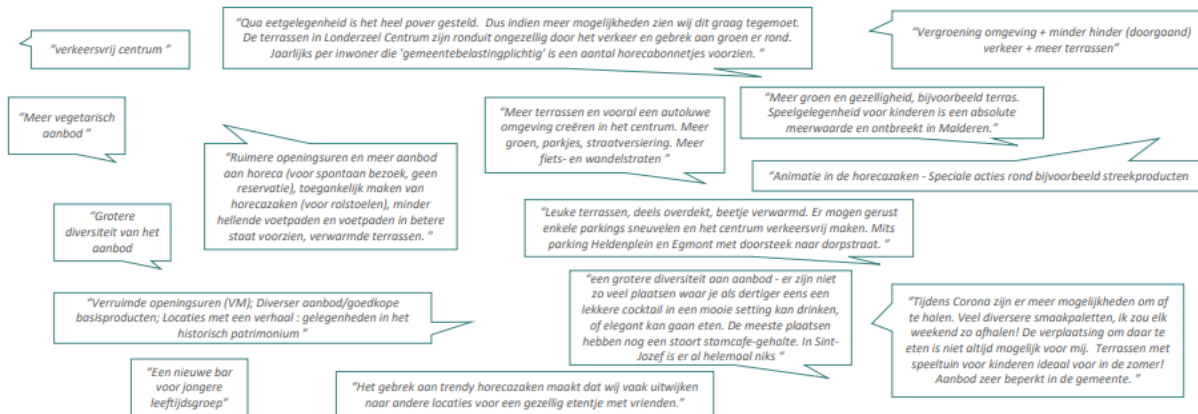
HORECA

49



Naast een voldoende divers aanbod is ook de omgeving rond de horeca belangrijk: groen, weinig verkeersdruk, kindvriendelijkheid (speeltuin),...

"Wat zou ertoe kunnen bijdragen dat je de horecazen in Londerzeel (nog) vaker bezoekt?"



de adviseurs

bevoegdheid niet met zelf

120 respondenten vulden deze open vraag in. Public Minds bezorgt een Excel-document met een overzicht van alle antwoorden op open vragen.

PUBLIC MINDS

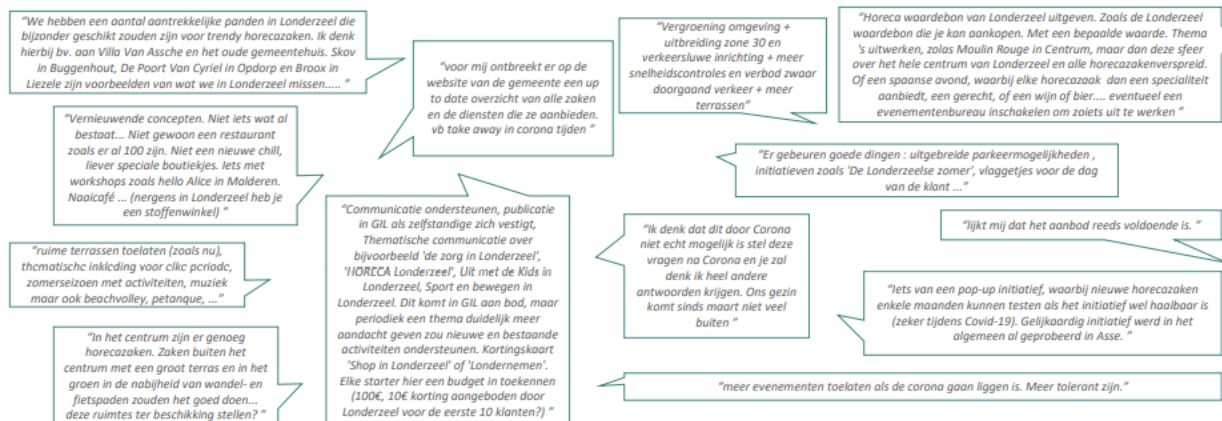
HORECA

50



Suggesties ter stimulans van (nieuwe) horecazen gaan wederom onder andere om de omgeving (verkeer, groen,...), maar ook over terrassen, ruimtes beschikbaar stellen, horeca mee helpen promoten,...

"Op welke manier kan de gemeente volgens jou extra stimulans voorzien voor (nieuwe) horecazen?"



de adviseurs

bevoegdheid niet met zelf

82 respondenten vulden deze open vraag in. Public Minds bezorgt een Excel-document met een overzicht van alle antwoorden op open vragen.

PUBLIC MINDS



IN EEN NOTENDOP





CONTACT

Matthias Vandenbussche



0485 63 09 13



matthias@publicminds.be



53



Nederweg 12 | 8870 Izegem



www.publicminds.be

PUBLIC MINDS

De conclusies en analyses voortvloeiende uit deze enquête van Public Minds werden meegenomen bij het opstellen van de visie en de doelstellingen voor de detailhandel in de gemeente Londerzeel.

Hartelijk dank aan De Adviseurs en aan Public Minds voor het goede werk verricht in het kader van deze bevraging. De inzichten waren van enorm belang voor het verkrijgen van een goed en sluitend beeld omtrent de detailhandel in de gemeente.

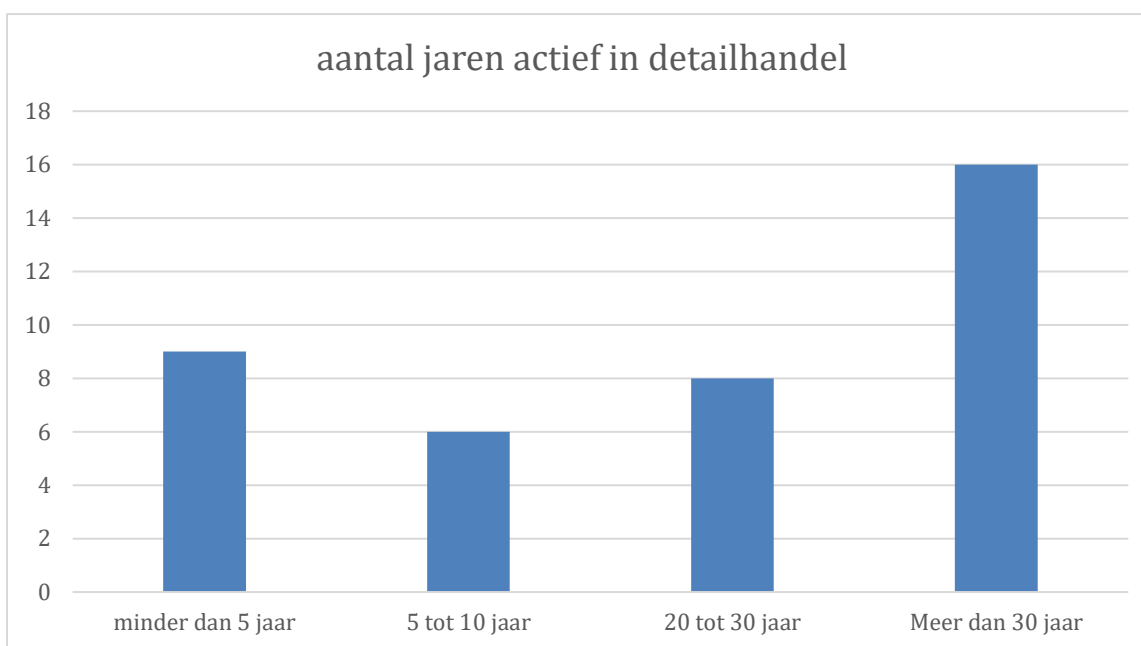


8. Enquête bij de handelaars

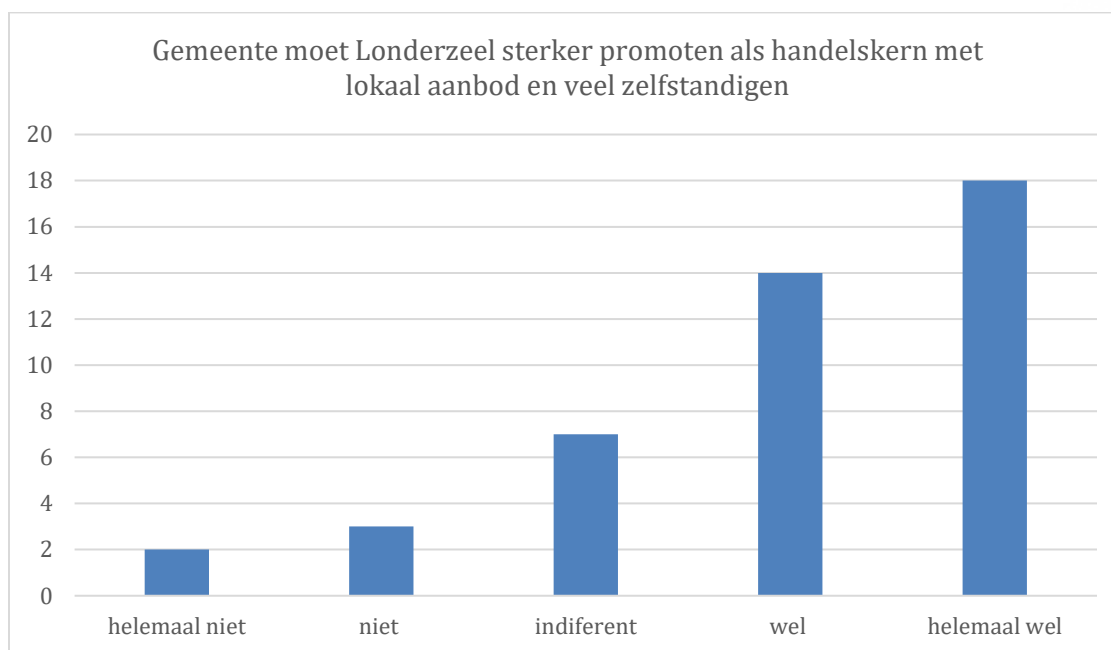
Om de bevindingen van de cijfermatige analyse en de bevraging bij de consumenten af te toetsen is er een enquête uitgevoerd bij de handelaars binnen Londerzeel. Deze enquête stond open voor alle Londerzeelse handelaars. De volledige dataset die hieruit resulteerde is terug te vinden als bijlage bij dit document. Hieronder wordt een thematisch overzicht gegeven van enkele opmerkelijke bevindingen bij deze enquête. Het totaal van de enquête werd meegenomen om de doelstellingen en visie voor de detailhandel in Londerzeel vorm te geven en richting te geven aan de actielijst voor de detailhandel binnen de gemeente.



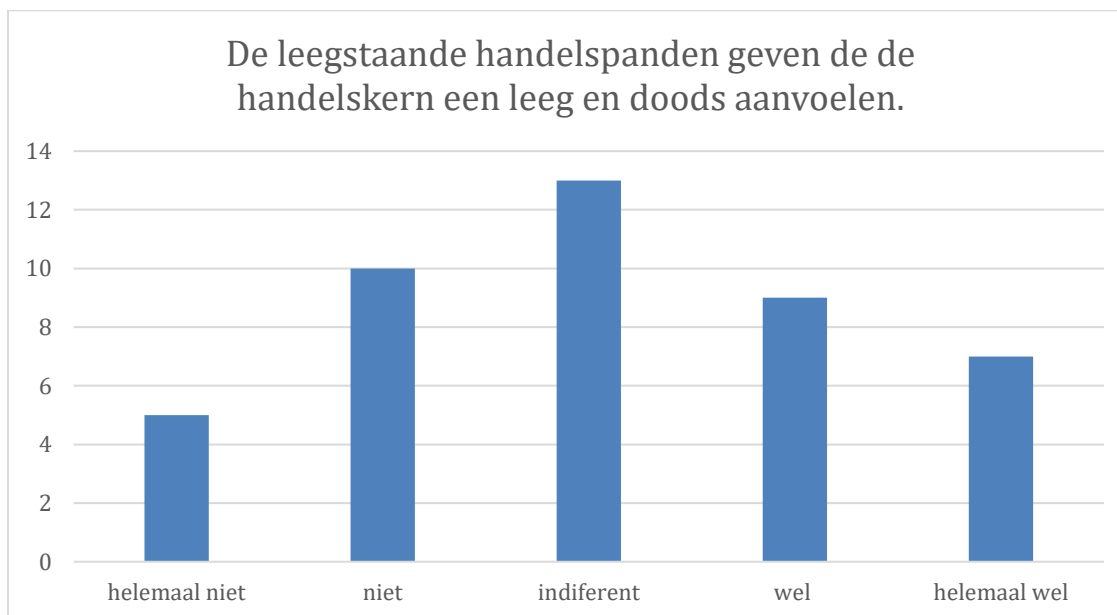
Figuur 8-1 Resultaten enquête handelaars



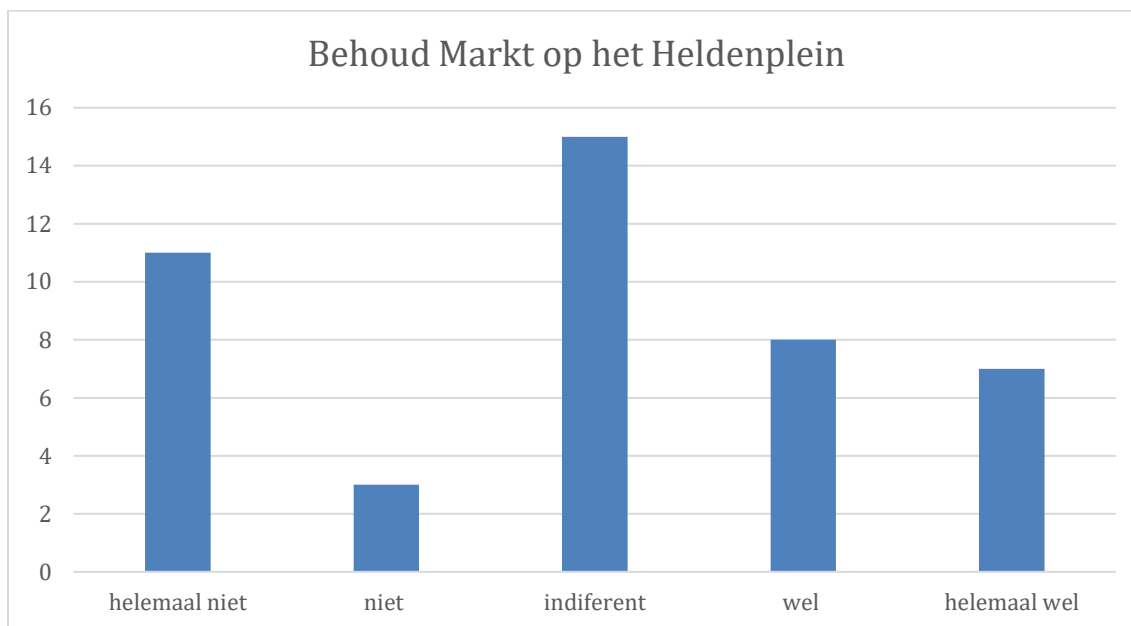
Figuur 8-2 Resultaten enquête handelaars



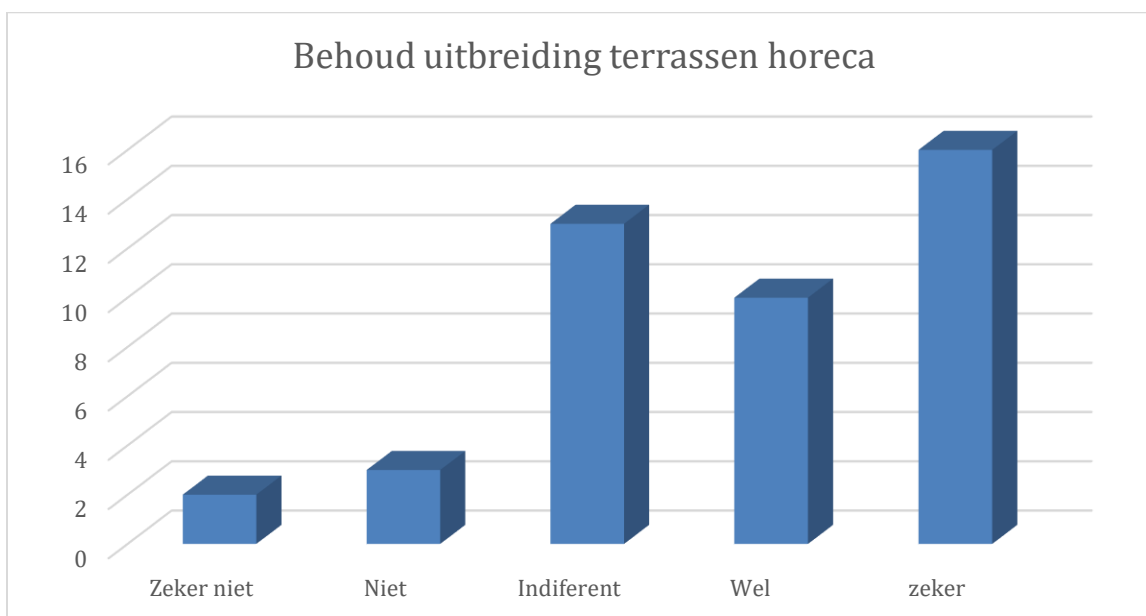
Figuur 8-3 Resultaten enquête handelaars



Figuur 8-4 Resultaten enquête handelaars



Figuur 8-5 Resultaten enquête handelaars



Figuur 8-6 Resultaten enquête handelaars



9. VISIE

1. WAAR WIL LONDERZEEL NAARTOE?

De gemeente wenst te voorzien in een toegankelijk, veelzijdig en kwalitatief winkelaanbod op maat van de inwoners en de omgeving, nu en in de toekomst. Om concurrentie te bieden aan het groeiend online aanbod, dient Londerzeel in te zetten op zowel het recreatieve winkelen als het efficiënte winkelen, op zowel sfeer en verblijfskwaliteit als bereikbaarheid en parkeren. Om deze globale doelstellingen te bewerkstelligen is het van essentieel belang een terdege uitgedacht detailhandelsplan op te stellen met een concrete visie en aftoetsbare doelstellingen.

2. KRACHTLIJNEN VAN DE VISIE

- De gemeente voert een kernversterkend beleid, waarbij ze de detailhandel in duidelijk afgebakende winkelkernen ondersteunt en versterkt. Het locatiebeleid voor detailhandelsvestigingen is gericht op het tegengaan van verdere versnippering van het detailhandelsaanbod en het vermijden van winkellinten langs de invalswegen.
- De gemeente streeft naar het behoud van een toegankelijk basisaanbod voor haar inwoners, op niveau van de desbetreffende kern. Een gepaste rol voor elke kern.
- Winkelgebieden zijn vlot en veilig bereikbaar voor voetgangers, fietsers en autogebruikers. Het parkeerbeleid ondersteunt de detailhandel in de winkelkernen van de gemeente.
- De gemeente werkt aan aantrekkelijke winkelgebieden door aandacht te besteden aan de uitstraling en verblijfskwaliteit van de omgeving en in te zetten op winkelbeleving.
- De gemeente wenst een ondernemersvriendelijk klimaat te scheppen



3. INLEIDING

Het bestuur van de gemeente Londerzeel wil het beleid rond haar handelsapparaat versterken en de aantrekkingskracht van haar centra vergroten. Het bestuur wenst via het traject detailhandelscoaching van de provincie Vlaams-Brabant het startschot te geven aan een verdere ontwikkeling van het gemeentelijk detailhandelsbeleid met een bijzondere focus voor de handelskernen van Londerzeel, Malderen, Steenhuffel en Sint-Jozef. Het doel is om een optimale verwevenheid te bewerkstelligen van wonen, handel, dienstverlening, horeca en samenleving. In dit rapport wordt een visie ontwikkeld omtrent de detailhandel in de gemeente. Op basis van een cijfermatige analyse is er een uitgebreide SWOT-analyse opgemaakt. Deze werd vervolgens afgetoetst aan de ervaringen van verschillende stakeholders. Op basis van deze analyse werd er een visie opgemaakt. Tot slot werd deze visie in een concreet actieplan gegoten met een aantal beleidsvoorstellen die de handel in Londerzeel dienen te versterken.

De analyse die voorafgaat aan deze visievorming werd gebundeld in 'Traject Detailhandel Londerzeel – Analyse van het handelsapparaat'. Deze documenten dienen als 1 integraal werk te worden beschouwd samen met de 'Actielijst ter versterking van de detailhandel in Londerzeel'.



4. AMBITIENIVEAU

Er worden verschillende niveaus onderscheiden op het vlak van koopbinding en koopattractie. Deze onderscheiden niveaus kunnen een benchmark opleveren voor de onderscheiden categorieën van het handelsaanbod binnen de gemeente. Het is essentieel een realistisch ambitieniveau aan te houden bij het uittekenen van de doelstellingen voor de detailhandel in de gemeente.

a. KOOPBINDING

Commercieel niveau	Convenience	Shopping	Speciality
Grootstedelijk niveau	>95%	85-95%	85%-95%
Regionaal stedelijk niveau	>95%	80%-90%	80%-90%
Kleinstedelijk niveau	90%-95%	60%-80%	60-80%
Bovenlokaal niveau	80%-85%	40%-60%	50%-60%
Lokaal niveau	70%-80%	15%-30%	30%-50%

Figuur 9-1 Tabel: Commercieel hiërarchische niveaus

Londerzeel behoort op dit moment tot de gemeenten in de categorie 'Lokaal niveau' op vlak van de koopbinding. Bovendien is het zo dat volgens de beschikbare data de koopbinding voor de Convenience shopping (o.a. dagelijkse goederen) redelijk laag ligt ten opzichte van de normaal gehanteerde benchmarks. Heel wat inwoners wijken dus uit naar andere steden en gemeenten voor hun aankopen. Hierbij zijn er tal van factoren die een rol spelen: de diversiteit en kwaliteit van het handelsaanbod, de ligging van Londerzeel en haar verkeersassen met de daarbij gepaard gaande concurrentie, winkelacties en promoties, gezelligheid en sfeer, bereikbaarheid en parkeermogelijkheid en ten slotte de verkeersveiligheid. De analyse van het aanbod leert ons dat de totale WVO ten opzichte van de vergelijkingsgebieden relatief hoog ligt. Op zich is dit een goed teken ware het niet dat de leegstand percentueel nog hoger ligt dan in de vergelijkbare gemeenten. Dit is deels toe te schrijven aan het feit dat er in Londerzeel sprake is van 1 grotere centrale handelskern (Londerzeel) en enkele verschillende minder grote handelskernen waar de focus ligt op de basisvoorziening van de omliggende woongebieden.

De relatief grotere leegstand binnen Londerzeel is toe te schrijven aan de baanwinkelproblematiek die zich langs de Londerzeel doorkruisende A12 sterk ontwikkeld heeft, maar voor het merendeel op het grondgebied van andere gemeenten buiten Londerzeel.



Het is echter zo dat het niet de ambitie kan of mag zijn van de gemeente om uit te groeien tot een gebied van bovenlokaal of stedelijk niveau. De gemeente Londerzeel en haar bestuur dienen in te zetten op enkele hefboomprojecten die de koopbinding binnen de gemeente kunnen verhogen en de koopattractie in de regio te vergroten om zo haar lokale potentieel te kunnen benutten. Het verhogen van de koopbinding en koopattractie hangt steeds samen met diverse voorwaarden. In dit plan overlopen we een globale visievorming voor het verhogen van deze cijfers binnen de verschillende kernen in de gemeente en stellen we een aantal pistes voor die het gemeentebestuur kan volgen op de gemeente op de kaart kan plaatsen als winkelgemeente.



In onderstaande tabel wordt de huidige koopbinding weergegeven en het doel die de gemeente voor ogen dient te houden om qua koopbinding te kunnen bereiken.

Categorie	Huidige koopbinding	Vooropgestelde koopbinding
DAGELIJKSE GOEDEREN	42,1%	70%
PERIODIEKE GOEDEREN	23,7%	25%
BRUIN- en WITGOED	12,2%	20%
DOE HET ZELF	Geen data	20%
IN EN OM DE WONING	24,5%	25%

Figuur 9-2 Ambitieniveau koopbinding Londerzeel

Deze cijfers zijn realistisch doch op een ambitieus niveau opgesteld. Indien de gemeente erin slaagt om haar koopbinding op dit pijl te brengen zit ze in de hogere middenmoot op het gebied van de laagste categorie van handelskernen, namelijk de lokale kernen. Deze cijfers zijn gemeentelijk opgesteld. Voor het centrum van Londerzeel zou de doelstelling moeten zijn om een handelskern te vormen die in zekere mate aansluit bij de bovenlokale cijfers. Hiervoor is echter een uitgekende visie vereist die maakt dat de kern van Londerzeel als Fun-shopping kern wordt erkend en herkend door een breder publiek dan louter de inwoners van de gemeente zelf.

b. KOOPATTRACTIE

Er zal echter niet enkel worden gewerkt aan de koopbinding voor de eigen lokale inwoners. De gemeente wenst ook te werken aan haar bovenlokale aantrekkingskracht. In een volgend hoofdstuk overlopen we welke doelgroepen de gemeente dient te bereiken om meer klanten naar haar handelscentra te trekken en welke acties ze hiervoor dient te ondernemen.



5. DOELGROEPEN

Het beleid van Londerzeel en haar gemeentebestuur dient zich in eerste instantie te richten op het versterken van de branding van haar handelsapparaat. Op deze wijze kan de identiteit en de profilering van de gemeente als geheel en van haar commerciële troeven versterkt worden. Het is belangrijk dat de gemeente de aantrekkingskracht van haar centrum verhoogt voor haar inwoners, maar ook voor de bovenlokale en zelfs bovenregionale bezoekers. Om dit te bewerkstelligen dient de gemeente enkele voorwaarden in acht te nemen. In wat volgt bespreken we op stapsgewijze manier de verschillende factoren die een rol kunnen spelen in het aantrekken van een groter cliënteel naar de gemeentelijke kernen.

a. LOKALE BEZOEKER

Een belangrijke doelgroep voor de Londerzeelse handelskernen zijn de lokale bezoekers. Deze lokale bezoekers zijn inwoners van de gemeente en beschouwen het centrum van Londerzeel of een van de kleinere handelskernen binnen de gemeente als de primaire aankoopplaats voor de dagelijkse artikelen. De bezoekmotieven voor aankopen binnen deze doelgroep liggen voornamelijk in de nabijheid en in het doelgericht en efficiënt bezoek van de winkels. Hierbij komt de aantrekking van andere lokale voorzieningen die een aanvulling kunnen vormen op de aantrekkelijkheid van de handelskern zoals de dienstverlening binnen het gemeentehuis, de horeca, bibliotheken, parken, sociale- en sportinfrastructuur. De lokale bezoeker is een zeer belangrijke doelgroep gezien de hoge frequentie waarmee ze de handelskernen bezoeken. De besteding per gemiddeld bezoek ligt bij deze categorie dan wel lager, door de hoge frequentie is de totale besteding van dit type consument de voornaamste bron van inkomen voor de handelskernen binnen Londerzeel.

Opdat de lokale bezoeker de centra van Londerzeel als primaire locatie voor de aankoop van zijn dagelijkse goederen zal beschouwen dient echter te worden voldaan en enkele basisvoorwaarden.

Deze voorwaarden zijn:

- Functionaliteit van haar kernen
- Compleet karakter van het winkelaanbod
- Proper & veilig centrum
- Aanwezigheid van horeca
- Voldoende parkeermogelijkheden aan aanvaardbare tarieven
- Algemene gezelligheid
- Ligging aan de voornaamste woon-werkverkeersassen



b. BOVENLOKALE BEZOEKER

Het aantrekken van bezoekers van een bovenlokaal karakter vereist een aantal extra zaken bovenop de basisvoorwaarden hierboven vernoemd voor lokale bezoekers. Het aantrekken van klanten binnen deze doelgroep vormt, voor Londerzeel een redelijk grote uitdaging omdat het succes minder afhankelijk is van randvoorwaarden zoals toegankelijkheid, bereikbaarheid of properheid van het centrum.

Het aantrekken van bezoekers van een bovenlokaal karakter hangt immers meer af van sterkere aantrekkingsfactoren zoals de aanwezigheid van een uitgebreid winkelaanbod en enkele specifieke trekkers. Bovendien dient de aard van de gemeente in dit geval sterk als branding naar buiten te komen om ook klanten in een bredere regio te bereiken en de incentive te geven de handelskern te bezoeken;

Enkele cruciale factoren voor het aantrekken van de bovenlokale bezoeker zijn:

- Voldoende uitgebreid winkelaanbod
- Aanwezigheid van specifieke trekkers/ labels
- Hoogwaardig luxe-aanbod
- Duidelijk bewegwijzering zowel IN als NAAR het centrum voor een vlotte doorstroming van klanten die niet bekend zijn met de centra
- Voldoende doorstroming en uitgebreide goed gelegen parkeermogelijkheden

Het aantrekken van de bovenlokale bezoeker is een taak die binnen de gemeente Londerzeel is weggelegd voor het centrum van Londerzeel. De overige winkelgebieden dienen in eerste instantie te focussen op het verhogen van de koopbinding van de lokale bezoekers. Bovendien leidt het verhogen van de koopattractie binnen het centrum van Londerzeel tot een doorsijpel effect in de kleinere kernen binnen de gemeente. De bovenlokale bezoekers die het centrum van Londerzeel bezoeken zullen immers in vele gevallen de kleinere handelskernen van de gemeente doorkruisen en in de toekomst ook meer geneigd zijn daar inkopen te doen.



c. BOVENREGIONALE BEZOEKER

Net zoals het aantrekken van de bovenlokale bezoeker ten opzichte van de lokale bezoeker enkele extra voorwaarden en factoren met zich meebrengt, brengt het aantrekken van de bovenregionale bezoeker enkele extra voorwaarden met zich mee waaraan in bepaalde mate dient te worden voldaan. De motieven van de bovenregionale consument zijn vaak van een meer toeristisch-recreatief georiënteerd karakter en hun gemiddelde verblijfsduur is ook langer. Het congres- en zakentoeisme behoort tot deze categorie. Maar ook een muziekfestival of bekende sportploeg kan leiden tot een verhoging van de consumenten binnen deze categorie. Winkelen is vaak slechts een nevenactiviteit die wordt uitgeoefend naast de hoofdbezigheid van deze categorie aan bezoekers. Dit betekent echter geenszins dat de detailhandel en horeca niet profiteren van dit type aan bezoekers. Om bovenregionale bezoekers aan te trekken, dient het centrum zich echt te onderscheiden van andere centra en aan een zeer specifieke en uitgekende branding te doen.

Om mee te kunnen profiteren van de bovenregionale bezoeker dienen noodzakelijke randvoorwaarden en activiteiten zoals cultuur, musea, toeristisch-recreatieve attracties, architectuur en een onderscheidend winkelaanbod samen aanwezig te zijn. Bovendien dienen er bijzondere evenementen te worden aangeboden om op bepaalde momenten een groter aandeel aan bovenregionale bezoekers samen te kunnen ontvangen.

De gemeente Londerzeel heeft een vrij klein en compact cultureel historisch patrimonium gaande van de brouwerij Palm, enkele hoeves, kerken en een kasteel. Er is echter wel een groot aantal fiets- en wandelroutes en enkele specifiek Londerzeels folkloristische tradities zoals de kiekenpootworp. Indien Londerzeel wil inspelen op het aantrekken van de bovenregionale bezoekers zullen deze toeristische trekpleisters en eigenheden verder moeten worden uitgewerkt en in een sterke gemeentelijke branding te worden ingebed. Dit vereist uiteraard een belangrijke inspanning op vlak van toeristische marketing. Het is hierbij van cruciaal belang dat de gemeentelijke branding in het algemeen, wordt gestoeld op één overkoepelende visie. Momenteel positioneert de gemeente zich op dat niveau vaak te verdeeld en eerder neutraal. De dienst economie en toerisme dienen samen te werken rond de branding van de gemeente en van het centrum van Londerzeel zelf om de Unique Selling Points van de gemeente beter in de verf te zetten en samen naar voor te schuiven. Bovendien dient deze branding uitgerold te worden op een breder niveau dan enkel binnen de eigen gemeente.

Het detailhandelsapparaat heeft zeker baat bij het verhogen van de toeristische aantrekkingskracht. Een voorbeeld van een betere inbedding van de toeristische activiteiten in een breder economisch kader binnen de gemeente is bijvoorbeeld dat de verschillende wandel- en fietsroutes zo veel mogelijk dienen te starten en te eindigen in de buurt van de handelscentra. Op deze wijze komt er een sterke synergie tot stand waarbij de handelskern de routes meer bekendheid geven en de



handelskern kan genieten van de verhoogde bezoekers dankzij het natuurtoerisme. Op de synergie tussen beide factoren van een krachtvolle gemeente komen we later terug.



6. KRIJTLIJNEN VAN DE VISIE

Het gemeentebestuur van Londerzeel is overtuigd van de noodzaak voor het bepalen van een duidelijke visie voor de ontwikkeling van een aantrekkelijk winkelcentrum met een duidelijk profiel. Op basis van de cijfermatige analyse en enkele enquêtes met de interne betrokkenen, de lokale handelaars en belangrijke stakeholders werd gekozen voor de volgende krijtlijnen als basis voor deze visie.

- Verschillende niveaus van commerciële ontwikkeling
- Afbakening van kernwinkelgebieden
- Gemeentelijke branding (Communicatie en marketing)
- Mobiliteit en parkeren
- Verhoogde samenwerking binnen de gemeente over verschillende niveaus
- Verhoogde toegankelijkheid binnen het centrum van Londerzeel

In wat volgt worden mogelijke projecten ter verwezenlijking van deze krijtlijnen voorgesteld.



7. VERSCHILLENDE NIVEAUS VAN COMMERCIËLE ONTWIKKELING

Londerzeel bestaat uit een hoofdgemeente Londerzeel, twee deelgemeenten Malderen en Steenhuffel en de kleinere handelskern Londerzeel Sint-Jozef. De andere kleinere gehuchten omvatten te weinig handel om van een kern te spreken en werden voor de analyse van deze visie buiten beschouwing gelaten.

Elk van deze kernen heeft een eigen profiel, bijgevolg wordt er dus voor elk van deze kernen een eigen visie op maat ontwikkeld. Dit impliceert voornamelijk dat er over de gehele gemeente lokale voorzieningen dienen te worden uitgebouwd. Bovenlokale voorzieningen kunnen beperkt worden uitgebouwd in het centrum van Londerzeel. Bovendien kan er hier ook aandacht besteed worden aan het culturele erfgoed. De centra van Malderen, Steenhuffel en Londerzeel Sint-Jozef worden als woonkernen met beperkte handel beschouwd. Hier dient de detailhandelsstructuur te voorzien in de lokale basisbehoeften die essentieel zijn voor de leefbaarheid van de kern.

Dit impliceert dat lokale voorzieningen worden uitgebouwd ter optimalisering van het hoofddorp. Bovenlokale voorzieningen kunnen beperkt worden uitgebouwd en meer specifiek dient aandacht geschonken te worden aan het culturele erfgoed. Borgt, Strombeek en Grootmolenveld worden als woonkernen geselecteerd. De detailhandelsstructuur dient te voorzien in de lokale basisbehoeften. Ook hier dient aandacht besteed te worden aan het culturele erfgoed. In Beigem en Humbeek zijn de basisvoorzieningen beperkt tot het primaire niveau, essentieel voor de leefbaarheid van de kern.

De visie binnen de gemeente dient dus te worden opgesplitst in

- Londerzeel centrum als commerciële hoofdkern
- Centrum van Malderen, Steenhuffel & Londerzeel Sint-Jozef als proximateitscentrum met beperkte handel



8. LONDERZEEL ALS HOOFDKERN MET COMMERCIËLE AARD

De ontwikkeling van het handelsapparaat binnen de gemeente dient een voornaamste gravitatiepool te vormen in het centrum van Londerzeel. Dit centrum heeft op dit moment reeds het grootste en meest gediversifieerde aanbod. De kern is bovendien meer dan de andere kernen georiënteerd op mode en luxe. Hiermee wordt resoluut gekozen voor een kernversterkend beleid. De kern van Londerzeel leent zich bovendien qua bereikbaarheid, compactheid en aard het meest tot het uitbouwen van een handelskern met een focus op Fun-shopping.

Londerzeel dient op proactieve wijze een strategie uit te werken en gesprekken aan te gaan met ontwikkelaars en retailers. Het aantrekken van labels in het middensegment is daarbij een belangrijke doelstelling. Andere handelaars en zelfstandigen kunnen profiteren van de aantrekkingskracht van deze bijkomende winkels.

De verhoging van het aantal passanten binnen het centrum van Londerzeel kan dan weer een stimulans zijn voor andere speciaalzaken om zich in dit centrum te vestigen. Deze kunnen dan weer gekoppeld worden aan de verhoging van het toerisme binnen de gemeente. Bij een dergelijke projectontwikkeling dient de mogelijkheid van het ontwikkelen van een centrumparking steeds bekeken te worden als een van de prioritaire acties. Uit de analyse en de enquêtes is duidelijk gebleken dat parkeren een probleem vormt binnen de huidige intekening van de handelskern. Dit is zeker van toepassing als de parkeerplaatsen in de centrale straten van de handelskern herbekeken worden in het kader van het ontwikkelingsproject. Het in kaart brengen van potentiële toekomstige strategische locaties voor de ontwikkeling van parkeerplaatsen dicht bij het centrum dient met prioriteit behandeld te worden.

Ook een continu onderzoek naar mogelijke gaten in het winkelaanbod dient door het gemeentebestuur opgenomen te worden. Hierdoor kan het gemeentebestuur Londerzeel beter op de kaart zetten voor potentiële investeerders. Het bijhouden van een inventarisatiehandboek en de prospectie aan de hand van dit instrument kan een belangrijke wijze zijn om proactief te werken aan de verwezenlijking van de doelstellingen. Vervolgens kunnen projectontwikkelaars via infodagen kennismaken met enkele sleutellocaties en hun mogelijke interesse laten blijken. De sleutellocaties kunnen dan in de kijker worden gezet met hun specifieke eigenschappen en de doelstellingen van het gemeentebestuur.

Een tweede speerpunt van de visie voor het centrum van Londerzeel betreft het in de kijker zetten van de kern van het dorp. Een belangrijke troef is de gezellige kern rond de kerk. Er zijn reeds verschillende horecazaken aanwezig en dit dient verder uitgebouwd en uitgebuit te worden als een van de grote troeven van het handelscentrum. Ook hier dient Londerzeel actief in te zetten op het aantrekken van horeca-etablisementen en de ondersteuning van de bestaande etablisementen. De oprichting van een specifieke handelaarsvereniging van horecaondernemers in het centrum kan hier



de slagkracht verhogen en gezamenlijke initiatieven doen ontstaan. Ook de uitbouw van evenementen dient hier te worden bekeken en ondersteund.

De winkelstraten staan mee garant voor het eigen karakter van Londerzeel. Waar ketens vaak zorgen voor de aantrek van meer passanten, zijn het vaak de unieke, originele, ambachtelijke of innovatieve winkels die ervoor zorgen dat de gemeente haar eigen karakter kan uitbouwen en behouden. Momenteel staat Londerzeel redelijk sterk op het gebied van zelfstandige zaken met een uniek karakter. Dit dient door de gemeente duidelijk naar voren te worden geschoven in een eigen branding. Bovendien moet de gemeente erop inspelen om meer van dergelijke zaken aan te trekken en ervoor te zorgen dat ze samen sterk staan als ondernemers binnen Londerzeel. De gemeente dient dus, naast het aantrekken van grotere Retail ketens en franchises, ook de zelfstandige ondernemers alle kansen te bieden. Een key factor in deze strategie is om beginnende handelaars aan te trekken en terdege te ondersteunen bij de opstart van een nieuwe zaak. De gemeente dient ook in te zetten op het creëren van gunstige omstandigheden voor beginnende handelaars. Hiertoe kan Londerzeel beginnende starters helpen door subsidies, het aanmoedigen van vernieuwende winkelformules, het ter beschikking stellen van ruimtes tegen gunstige huurprijzen. Belangrijk hierbij wel is dat elke subsidie beperkt dient te worden in tijd en omvang en op maat uitgetekend dient te worden. Een dergelijk beleid heeft een dubbele werking. Enerzijds verhoogt het de aantrekkingskracht van Londerzeel als uniek handelscentrum. Anderzijds bevordert het eveneens de groei van nieuwe, zelfstandige winkels.



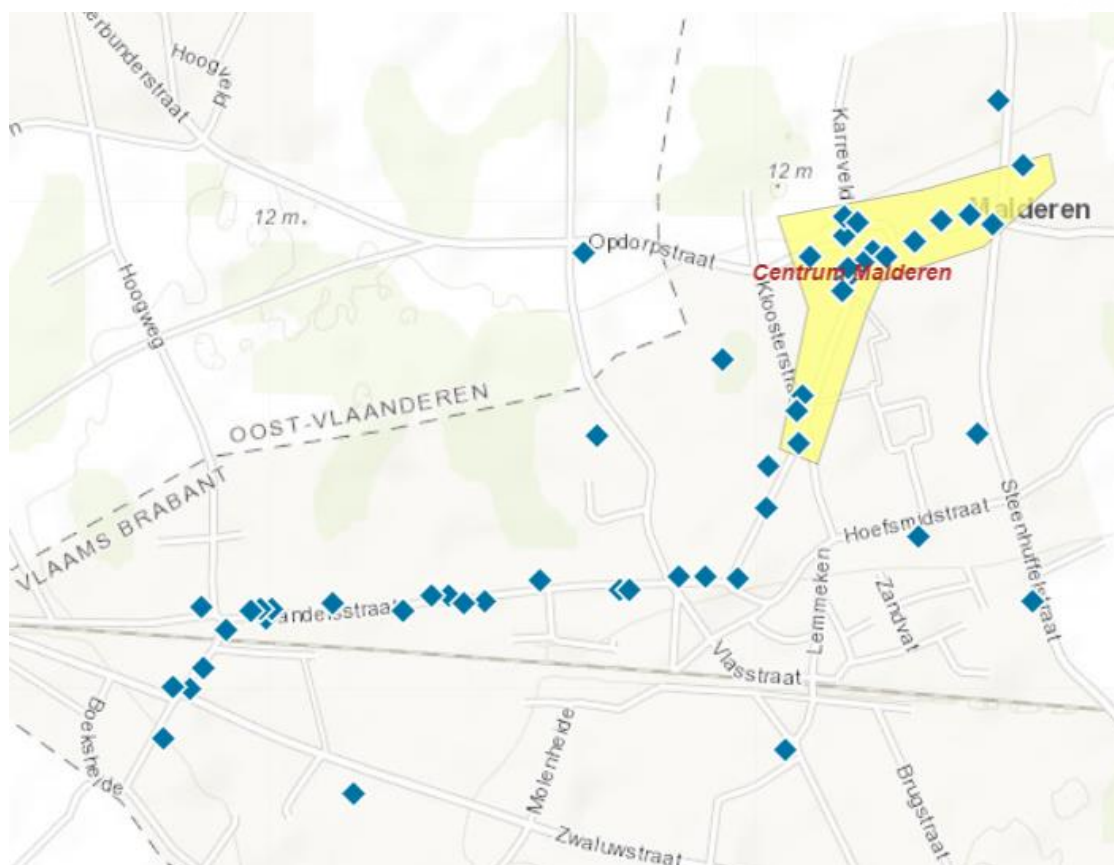
9. MALDEREN & STEENHUFFEL ALS PROXIMITEITSCENTRA MET EIGEN KARAKTER

a. MALDEREN

Het centrum van Malderen omvat idealiter een basisaanbod van conveniencezaken met enkele cruciale trekkers. Hierbij wordt gedacht aan de traditionele spelers zoals bakker, beenhouwer, supermarkt, enkele horecazaken, aangevuld met enkele modezaken.

De uitgestrekte handelskern van Malderen is een zeldzaam gegeven binnen de Vlaamse detailhandel. De handel in de kern strekt zich momenteel uit over een redelijk lange afstand startende bij het station van Malderen. De handel heeft zich ontwikkeld via de correct genaamde Handelsstraat en de Van Hoeymissenstraat tot in de dorpskern van Malderen. Waar de handel zich in Vlaanderen traditioneel ontwikkeld heeft rond enkele centrale straten rond de dorpskern, lijkt de handel zich in Malderen over een redelijk lang traject te hebben ontwikkeld van bij het station tot aan de dorpskerk. In normale omstandigheden voert de provincie en de Vlaamse overheid een kernversterkend beleid, dat de handelskern zo compact mogelijk geclusterd ziet om zo een echte handelskern te vormen. Dit beleid toepassen op de huidige handelsomgeving binnen Malderen zou een naïeve doelstelling vormen en een miskenning zijn van de realiteit.

Het is dan ook zo dat de traditionele tools voor de afbakening van de handelskern voor Malderen een vreemd effect zouden hebben, waarbij enkel de directe omgeving rond de kerk als handelskern zou aanzien worden. Een loutere afbakening van de handelskern van Malderen zou dan ook tot effect hebben dat een groot deel van het handelsaanbod binnen de deelgemeente genegeerd zou worden. De visie voor Malderen dient dan ook te worden geschreven startende vanuit de specificiteit van het huidige detailhandelsapparaat. Hierbij zou men kunnen vertrekken vanuit het vastleggen van de handelskern in het centrum van het dorp en het aanduiden van een bredere handelszone langsheen de handelsstraat.



Figuur 9-3 Handelszone Malderen - aanduiding handelskern Locatus

Ook voor Malderen dient de mogelijkheid bekeken te worden voor het ondersteunen van nieuwe en innovatieve startersconcepten. De ruimtelijk-visuele structuur en het uniek karakter van de ontwikkeling van de detailhandel binnen Malderen vormt een prioritair aandachtspunt. Een masterplan dient ontwikkeld te worden waarbij visualisatie van de handelszone centraal moet staan. Uit het onderzoek voor de analyse van dit document kwam sterk naar voor dat voornamelijk de handelaars in Malderen zich weinig gesteund voelen door het gemeentebestuur. De branding van de Malderse handelszone kan een draagvlak creëren voor een betere samenwerking binnen de gemeente.

Waar men bij de handelskern van Londerzeel dient in te zetten op een handelskern die bediend wordt door een centrale parking van waar men te voet naar de handels- en horekazaken trekt dient ment in de handelszone van Malderen te vertrekken vanuit een doorrij principe. Waarbij de consumenten



parkeren dichtbij of in de buurt van de handelszaak die ze bezoeken om vervolgens weer snel bij hun voertuig te zijn. De eigenheid van de handelszone leent zich immers niet tot de traditioneel te vormen handelskern waar men te voet doorheen gaat. Echter is het essentieel dat Malderen eveneens inzet op een sterk plan voor andere vervoersmiddelen dan de wagen. De huidige zone 30 is hier zeker een begin van. De mogelijkheid moet echter bekeken worden om voornamelijk langsheen de cruciale as van de handelszone een fietsvriendelijk klimaat te gaan vormen. Dit kan de handelszone aantrekkelijker maken voor consumenten die niet met de wagen naar de handelszone komen. Hieraan gekoppeld kan men eveneens inzetten op de integratie van rustpunten, bankjes en groene zones langsheen de belangrijkste as van de handelszone. Op deze wijze kan men eveneens meer passanten aantrekken vanuit het treinstation richting de kern van het dorp.

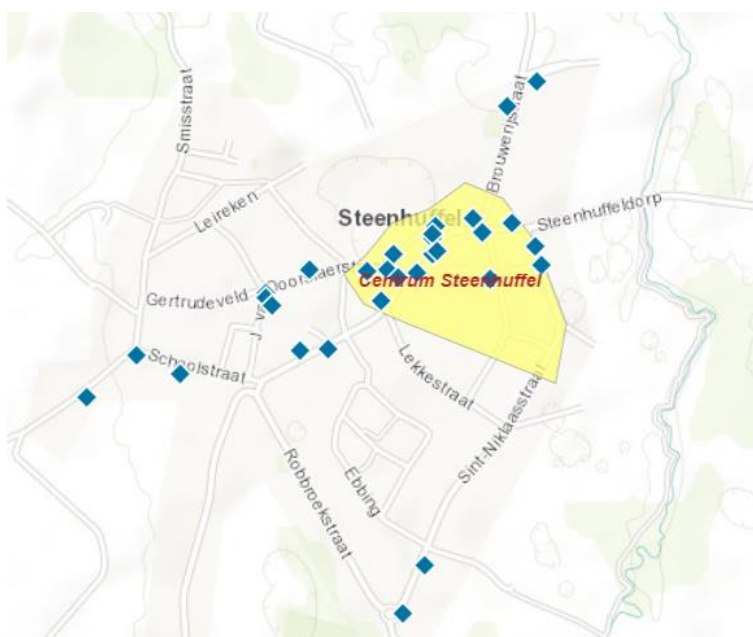


b. STEENHUFFEL

Ook het centrum van Steenhuffel dient idealiter te voorzien in een basisaanbod van conveniencezaken met enkele cruciale trekkers. Hier rekenen we op de intekening van onder andere een bakker, beenhouwer, supermarkt en enkele horecazaken, aangevuld met modezaken.

In tegenstelling tot haar zuster-deelgemeente is de detailhandel in Steenhuffel wel op een meer traditioneel Vlaamse wijze gegroeid rond enkele centrale straten. Dit heeft als voordeel dat we hier wel kunnen spreken van een handelskern in de meer traditionele betekenis van het woord. De afbakening van handelskern van Steenhuffel is dan ook iets dat ruimtelijk dient te worden vastgelegd en een eigen branding moet krijgen. Het opsplitsen van de handelaars binnen de gemeente in adviesraden per deelgemeente kan bijdragen aan de vorming van een unieke identiteit per deelgemeente. De uitdaging bij de deelgemeente Steenhuffel ligt erin de handelskern streng genoeg af te bakenen. Dit zal in de toekomst tot een efficiënter kernversterkend beleid leiden.

Verder beschikt Steenhuffel met de centraal gelegen brouwerij Palm een potentieel grote trekker. Hier kan door de handelaars in de handelskern verder op ingespeeld worden. De verfraaiing van een deel van het plein rond de kerk door de omvorming van enkele van de parkeerplaatsen kan leiden tot een kernversterkend geheel en het aantrekken van enkele nieuwe horeca- en detailhandelszaken in het centrum.



Figuur 9-4 Handelskern Steenhuffel



10. BASISVOORZIENINGEN IN LONDERZEEL SINT-JOZEF

In Londerzeel Sint-Jozef dient men in te spelen op een handelsaanbod dat voorziet in de basisvoorzieningen van haar lokale inwoners. Hiertoe dienen geen grootschalige projecten te worden opgestart. Momenteel is er in Londerzeel Sint-Jozef reeds een sterk basisaanbod aanwezig. Deze is bovendien voornamelijk gelegen aan de N259 die het centrum van Londerzeel met Londerzeel Sint-Jozef verbindt. Het in standhouden van het huidige aanbod dient de voornaamste doelstelling te zijn voor de handel in Londerzeel Sint-Jozef. Bovendien moet een restrictief beleid worden gevoerd ten aanzien van grote nieuwe Retail in deze omgeving, daar ze een rechtstreeks concurrentie voor de detailhandel in het centrum van Londerzeel zou betekenen. Het gemakzucht voor het snel-shoppen op deze N-weg weegt immers op lange termijn niet op tegen het verlies van synergiën die de handel genereert in een centrum zoals dat van Londerzeel. Het advies voor Londerzeel Sint-Jozef is dan ook om hier geen handelskern af te bakenen daar dit op lange termijn de problematiek van de baanwinkels zou kunnen binnen brengen in de eigen gemeentegrenzen.



11. PERIFERE GEBIEDEN

De verdere uitbouw van perifere handelslocaties en baanwinkellocaties binnen de gemeente vormt geen prioriteit en dient zelfs te worden afgeraden. Met het centrum van Londerzeel als centrale locatie voor uitgebreide detailhandel, aangevuld door de handelszone in Malderen en de het conveniencecentrum van Steenhuffel kent Londerzeel drie prioritaire zones voor de ontwikkeling van de detailhandel. Het basisaanbod van Sint-Jozef kent hierbij eveneens een zeker nut, maar dient op lange termijn in zijn groei te worden afgeremd om zo de detailhandel in het voornaamste centrum te beschermen en de synergie daar te bewaren. Het inzetten op deze locaties voor detailhandel vormt de voornaamste ruggengraat van deze visie.



12. AFBAKENING KERNWINKELGEBIEDEN

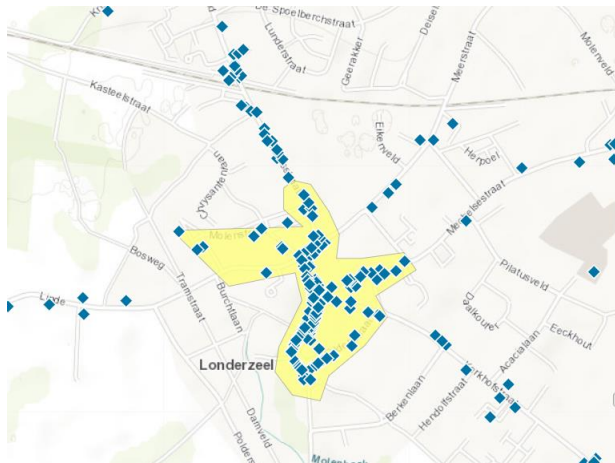
De afbakening van de kernwinkelgebieden draagt bij tot de creatie van compacte levendige en bruisende handelskernen met eenduidige routes. Bovendien verschaft de afbakening helderheid aan investeerders die interesse hebben om een project op te starten binnen de gemeente. De afbakening wordt best zo veel mogelijk visueel verduidelijkt met slimme ingrepen. Dit heeft het voordeel van de kern een eigen persoonlijkheid en karakter te geven, maar kan eveneens leiden tot de gevoelsmatige inclusie van bijvoorbeeld stations of parkeerplaatsen in de handelskern. Voorbeelden van dergelijke ingrepen zijn bijvoorbeeld voetpaden in een bepaalde stijl, bestrating, planten, verlichting, straatmeubilair en banieren. Deze verschillende ingrepen kunnen bovendien ook als routebegeleider fungeren. Een kunstenaar of creatief bureau kan worden aangesproken om iets atypisch te ontwerpen. Hierbij kan gedacht worden aan bepaalde tegels, verlichting of zelfs regengoten die doorgetrokken worden doorheen de handelskern. Hoe unieker de visuele ingreep, hoe meer de kern een eigen karakter wordt toegebracht.

Handelaars die niet gevestigd zijn binnen het kernwinkelgebied dienen eveneens gesteund te worden, echter de zone waar ze in gevestigd zijn dient niet als winkelgebied te worden aangemerkt. Enkel op deze wijze kan een kernversterkend beleid ter dege gevoerd worden. Bovendien moeten de handelaars buiten de kern aangespoord, doch niet gedwongen worden om zich binnen de handelskern te vestigen. De clustering van handelszaken binnen de handelskernen heeft immers synergetische voordelen waarbij de attractiviteit van de handelskern en de gemeente verhoogd wordt.



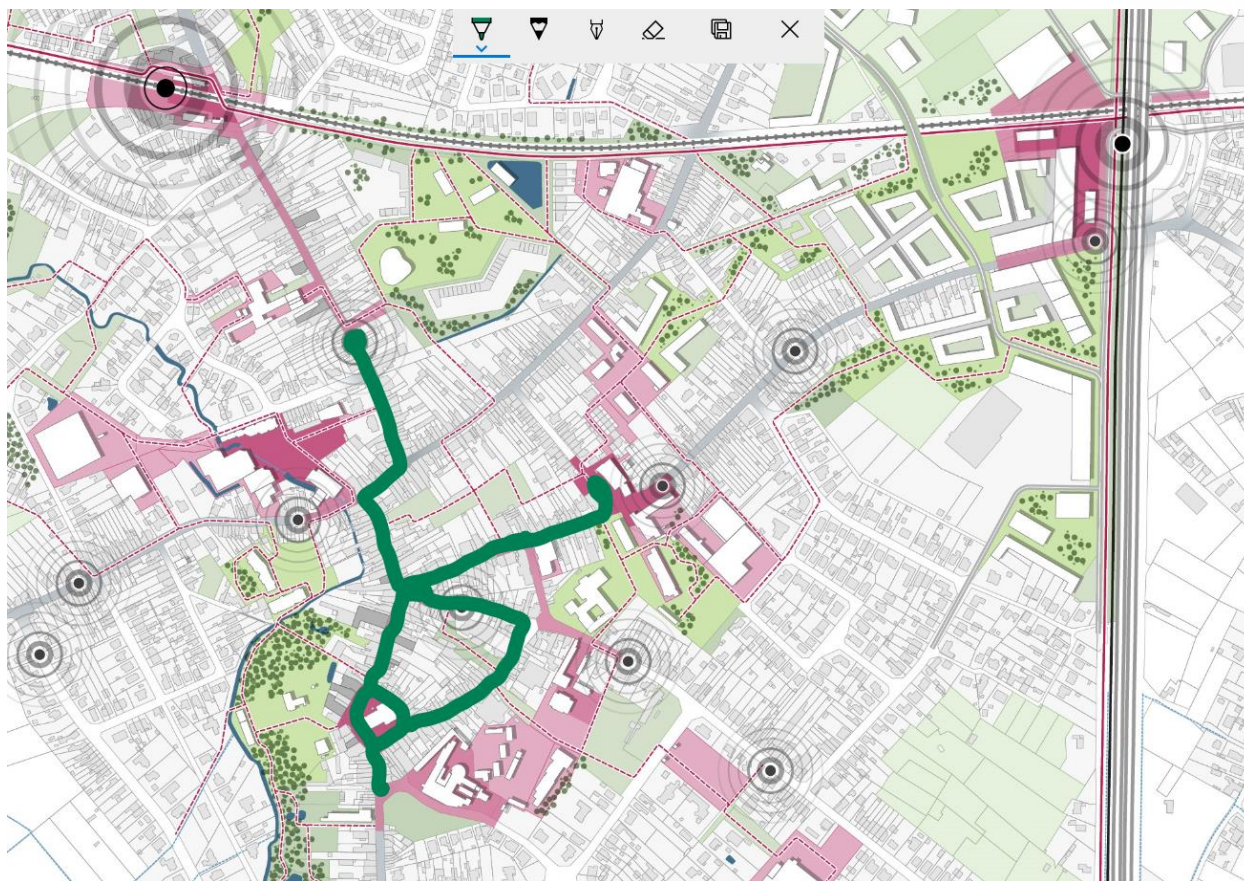
a. AFBAKENING HANDELSKERN LONDERZEEL

iv. *Afbakening Handelskern Locatus databank*



Figuur 9-5 Handelskern Londerzeel Locatus

Volgens de handelspandendatabank Locatus dient de handelskern vastgelegd worden zoals op de afbeelding hierboven. De handelspanden in de Chrysantenstraat en de Molenstraat nemen we niet op in de afbakening van de handelskern om zoveel mogelijk een traject te maken binnen de handelskern van straten waarvan de voornaamste invulling handelspanden zijn. De handelskern wordt aan de andere zijde begrensd door de parkeerplaatsen op het Heldenplein. Op deze wijze hebben we aan beide uiteinden van de handelskern parkeerplaatsen en worden de mensen van aan deze parkeerplaatsen door visuele markeringen de handelskern binnengezogen. Over de handelskern verspreid zijn er dan nog enkele andere parkeermogelijkheden, die op termijn dienen te worden gestructureerd en uitgebreid. Naar het Oosten toe wordt de handelskern uitgebreid tot de huidige brandweerkazerne. Met de komst van de nieuwe bibliotheek zal dit deel van Londerzeel immers meer en meer deel uitmaken van het centrum van het dorp. De mogelijke verplaatsing van het treinstation zal bijdragen tot een verdere groei van het belang van de Mechelsestraat als belangrijke vervoersas binnen de gemeente.



Figuur 9-6 Afbakening Kernwinkelgebied Londerzeel

Concreet bestaat de handelskern uit volgende straten:

- Stationsstraat
- Dorpstraat
- Kerkstraat
- Lode Meeusplein
- Kerkhofstraat
- Gildenstraat
- Mechelsestraat
- Brusselstraat (tot aan Heldenplein)



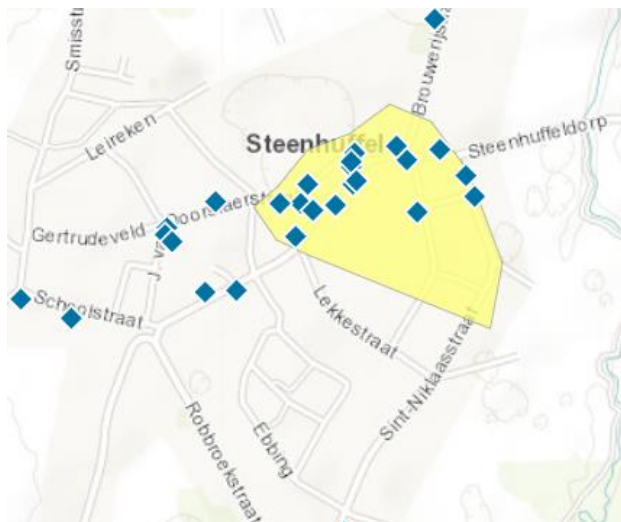


Om de doorstroming door het centrum zoveel mogelijk te bevorderen via ecologische alternatieven (trein, fiets, voetgangers) en om de mensen de parkings aan de rand van de handelskern te laten gebruiken, is het essentieel dat de handelskern wordt verduidelijkt door visuele ingrepen. Voornamelijk aan het begin van de Brusselsestraat die de handelskern verbindt met het Heldenplein en de stationsstraat die de kern verbindt met het station, kan dit een Quick-win zijn om de beleving in de handelskern te verbeteren.



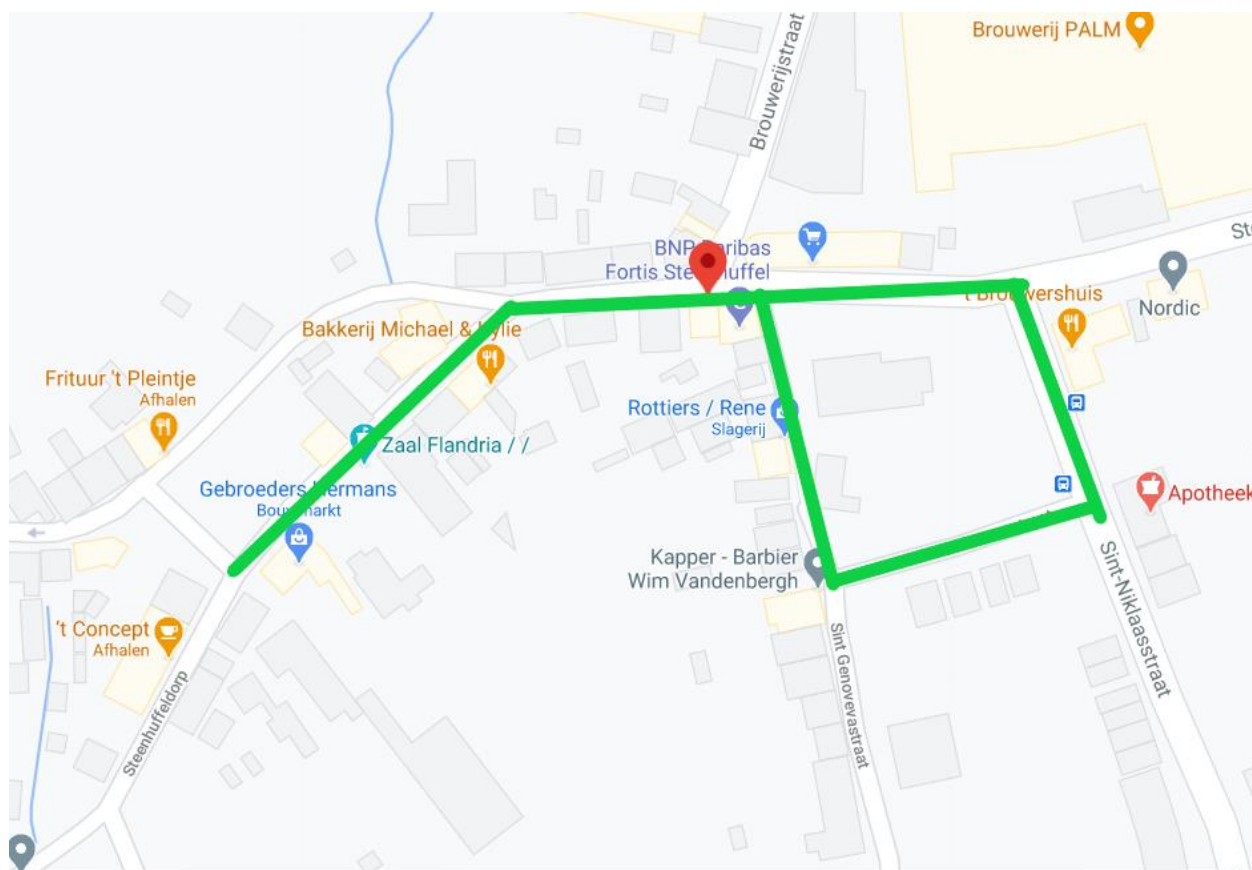
b. AFBAKENING HANDELSKERN STEENHUFFEL

v. *Afbakening Handelskern Locatus*



Figuur 9-7 Afbakening Kernwinkelgebied - Locatus

De afbakening van de handelskern in Steenhuffel gebeurt door Locatus op bovenstaande wijze. Naar onze ervaring is deze handelskern niet strikt genoeg afgebakend door het mee opnemen van delen van de Sint-Niklaasstraat en de Sint-Genovevastraat. Omwille van de vele voordelen van een compacte handelskern raden wij de volgende afbakening af.



Dit betreft in principe enkel de directe omgeving van de dorpskern en omvat volgende straten:

- Steenhuffeldorp
- J. Van Doorlaerstraat
- Het plein rond de Sint-Genovevakerk

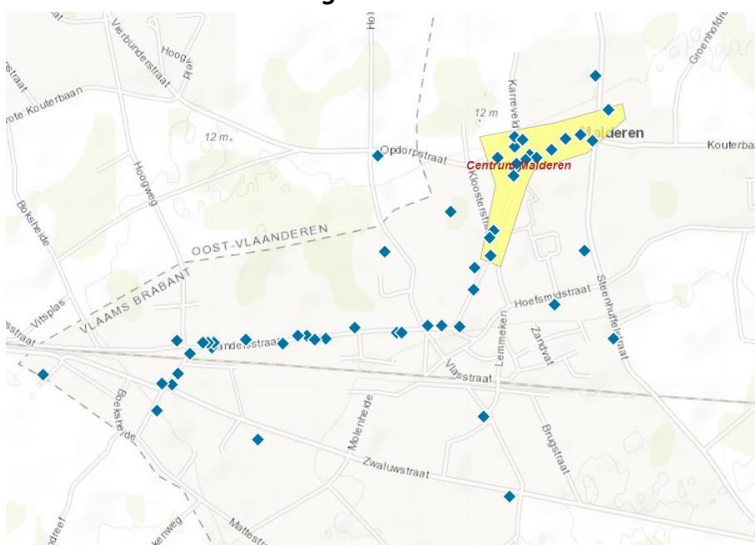
Ook in Steenhuffel is het van belang de handelskern te gaan aangeven met visuele kenmerken. Hierdoor geeft men de handel en horeca een incentive om zich rond deze straten te gaan clusteren. Bovendien is het van belang te werken aan de mogelijkheden en ondersteuning van de handel en de horeca binnen deze zone.



c. AFBAKENING HANDELSZONE MALDEREN

Zoals reeds hierboven vermeld is kent Malderen een speciale handelszone. Aangezien het afbakenen van deze handelszone als een handelskern compact zou moeten gebeuren en hierbij terecht en ontegensprekelijk op veel weerstand van de handelaars zou worden gebotst, raden wij aan hier geen handelskern af te bakenen, maar te spreken van een handelszone. Daarenboven is het in het geval van Malderen ook geenszins de bedoeling om te werken met centrale parkings van waaruit verschillende handelszaken bediend worden. Deze doelstelling lijkt in het geval van Malderen immers niet realistisch en zou leiden tot een hiaat tussen de realiteit en de bestuurlijke intenties. In plaats daarvan raden wij aan in Malderen te spreken van een handelszone, die het merendeel van de handelaars op de as station-kerk omvat. Op deze wijze maakt het gemeentebestuur duidelijk dat ze voor Malderen acties zal ondernemen voor alle handelaars die op deze as gelegen zijn. De handelszone in Malderen dient dan als volgt afgebakend te worden.

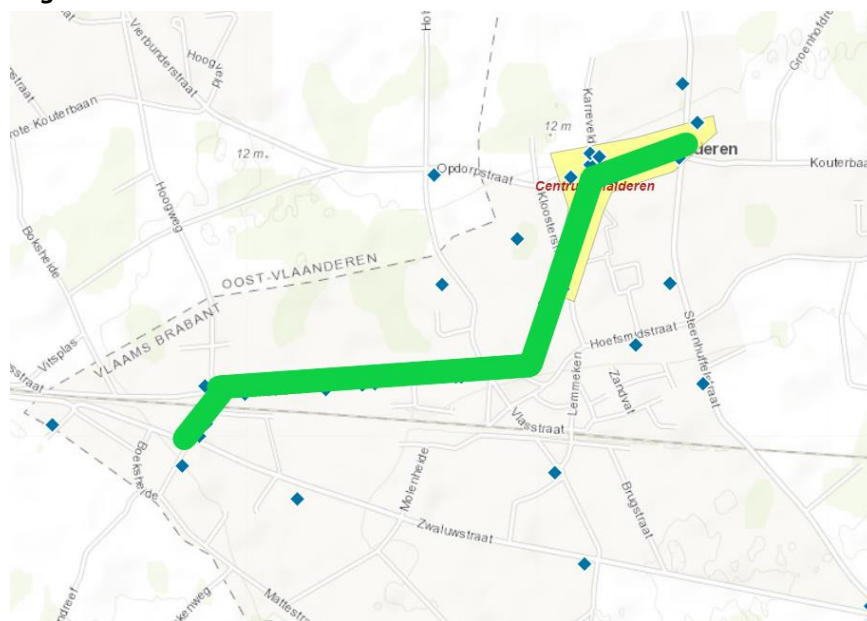
vi. Afbakening handelskern Malderen volgens Locatus



Figuur 9-8 Afbakening handelskern Malderen - Locatus



vii. Afbakening Handelszone Malderen



Figuur 9-9 Afbakening handelszone Malderen

Ook bij de handelszone van Malderen is het voordelig om deze handelszone aan te duiden met kenmerkende ingrepen. Zo kan een bord aan het station en een bord aan het begin van de Kouterbaan de consumenten verwelkomen in de handelszone van Malderen. Hierbij duidt het gemeentebestuur niet enkel dat handelaars welkom zijn om zich over heel deze zone te vestigen, maar geeft ze eveneens aan dat er handelaars gevestigd zijn van aan het station tot aan de dorpskern. Het opzet binnen de handelszone van Malderen is om te werken rond het concept Run-shopping, waarbij er voldoende parkeerplaats wordt voorzien langsheen de gehele as station-kerk en de consument op vlotte wijze tot aan de deur van de handelszaken kan geraken met de wagen, om vervolgens na zijn bezoek weer meteen de wagen in te stappen.



13. ADVIESRADEN PER HANDELSKERN

Voor de gemeente Londerzeel lijkt het essentieel te beginnen werken met verschillende adviesraden voor detailhandel. Uit de enquête met de handelaars is gebleken dat voornamelijk enkele handelaars gevestigd in Malderen zich onvoldoende gesteund voelen door het gemeentebestuur. Een adviesraad organiseren per handelskern kan hierbij verhinderen dat deze handelaars adviesraden moeten bijwonen waarbij er het merendeel van de tijd gepraat wordt over de kern van Londerzeel en ze daarna nog op hun honger blijven zitten. Bovendien draagt het organiseren van een adviesraad per handelskern bij aan de vorming van een uniek karakter per handelskern en zal het de participatie van de handelaars verhogen. Overkoepelend kan er dan een kernraad georganiseerd worden met enkele afgevaardigden van de handelskern-specifieke adviesraden voor zaken die van belang zijn voor de gehele gemeente.

Deze adviesraden kunnen bovendien bijdragen aan de keuze voor de ingrepen die hun specifieke handelskern dienen af te bakenen. Verder is de kans groot dat er hierbij sneller draagvlak zal gevonden worden voor de organisatie van commerciële of beleids-overkoepelende activiteiten zoals braderieën, opendeurdagen, jaarmarkten, etc. Ook het ontwikkelen van handels ondersteunende evenementen, zoals een modeshow of een wandelweekend kan op deze adviesraden naar voren geschoven worden. De enthousiaste medewerkers lokale economie van de gemeente Londerzeel zijn op dit vlak een echte troef en kunnen worden ingeschakeld voor de connectie van deze adviesraden met organisaties met een meer sociale-culturele aard binnen de gemeente.



14. SFEERSCHEPPING EN INFRASTRUCTURELE INBEDDING VAN DE HANDELSKERNEN

Zoals reeds vermeld zijn er verschillende ingrepen mogelijk om de handelskernen van Londerzeel, Steenhuffel en de handelszone van Malderen een eigen karakter te geven. Hierbij dient steeds het advies van de desbetreffende adviesraden ingewonnen te worden. Zowel voor de ingrepen van permanente aard (zoals bijvoorbeeld de kasseien in Londerzeel) als van tijdelijke aard, zoals de kerstversiering. Belangrijk is wel dat de ingrepen steeds de totaliteit van de afgebakend handelskern omvatten om deze als een blok naar voor te schuiven. Voornamelijk bij het centrum van Londerzeel is het daarenboven van cruciaal belang dat deze ingrepen op slimme wijze het parkeerbeleid binnen het centrum ondersteunen.

De mogelijkheid kan bovendien bekeken worden om van de adviesraden een promobijdrage te innen voor de financiering van meer acties ter promotie van de handelskern. Ook hier is participatie in de bestemming van de promotiebijdrage echter essentieel voor het welslagen. In heel wat steden en gemeenten in Vlaanderen wordt dit systeem reeds geïmplementeerd. Doch een conditio sine qua non voor het welslagen van een dergelijke promobijdrage is dat de handelaar enkel betaald voor de promotie van de handelszone of handelskern waarin hij gevestigd is. Deze promo-bijdrage wordt vaak geïnd op basis van een jaarlijkse belasting op publiek toegankelijke commerciële oppervlaktes en gebeurt op basis van het aantal vierkante meter commerciële oppervlakte binnen het afgebakend kernwinkelgebied. Het gemeentebestuur kan zich bovendien engageren om voor elk ontvangen bedrag een bepaald bedrag bij te passen. Ook uitzonderingen voor starters, zelfstandigen die niet beschikken over een toegankelijke commerciële oppervlakte of handelaars met langdurige hinder omwille van infrastructuurwerken zijn hierbij een courante praktijk en dienen bekeken te worden. Op vraag van de schepen en de dienst economie van Londerzeel stellen wij bij de Provincie een kort inspiratie-document op rond de oprichting van een systeem tot promo-bijdrage. Dit document wordt in een latere fase bij dit detailhandelsplan gevoegd.



15. GEMEENTELIJKE BRANDING

Belangrijk voor de gemeente Londerzeel is dat ze werkt aan haar gemeentelijke branding. Dit kan door gerichte promotiecampagnes bij de inwoners van de omliggende gemeenten. Essentieel hierbij is dat elke handelskern en/of zone een eigen karakter wordt gegeven. Deze unieke karakters kunnen dan worden ingebed in een overkoepelende gemeentelijke identiteit. Zo dient er bij het centrum van Londerzeel ingespeeld te worden op de aspecten Fun-shopping, beleving, de aanwezigheid van zelfstandige winkels met een uniek karakter en de vele wandel- en fietspaden die de gemeente rijk is.

De handelszone in Malderen zal in de toekomst meer ingericht worden op het concept van Run-shopping. De gemeente en handelaars dienen zich hier toe te spitsen op het gemak waarmee de consument kan parkeren aan de handelszaak die hij wilt bezoeken en de vloedigheid van dergelijke bezoeken. Verder wordt dit concept ondersteund door de aanwezigheid van enkele cruciale horeca-trekkers.

Steenhuffel dient zich te profileren als een kleine deelgemeente met enkele uitstekende horecazaken en de aanwezigheid van brouwerij Palm en de daarrond hangende brouwerstraditie. De handelskern van Steenhuffel wordt een lokale handelskern met artisaan karakter waar de inwoners van de gemeente kunnen komen voor genot & rust. Dit alles geclusterd rond het kleine gezellige centrum.

De interdisciplinaire samenwerking binnen de gemeente is van cruciaal belang voor het welslagen van de gemeenschappelijke branding. De branding van de detailhandel dient binnen de gemeente afgestemd te worden op de toeristische waarde van elke deelgemeente en op de locatie en ligging van haar handelsapparaat.



16. COMMUNICATIE

De communicatie van deze branding dient op verschillende wijze te gebeuren. Vooreerst is het essentieel een huisstijl te ontwikkelen die op termijn meteen zichtbaar is. Hierbij dient overwogen te worden om voor deze huisstijl een andere stijl te kiezen dan de gemeentelijke huisstijl. De handelskern an sich promoten vereist immers een zekere afstand met andere gemeentelijke initiatieven. Hoe meer de promotie rechtstreeks van de unieke zelfstandigen lijkt te komen hoe groter het te verwachten succes van de branding van de handelskern.

Verder is het van belang Londerzeel meer op de kaart te zetten voor de vele reizigers die Londerzeel op dit moment louter doorkruisen. Hierbij kijken we voornamelijk naar de twee grote verkeersaders die de gemeente doorkruisen. De spoorlijn Mechelen-Dendermonde en de A-12. Het valt sterk te overwegen om via de ontwikkeling van eye-catching landmarks de gemeente aan deze passanten voor te stellen. Verwelkomingsborden zijn zeker een optie, maar kunstwerken kunnen hiervoor eveneens de gemeentelijke identiteit op de kaart zetten en karakter geven. Londerzeel promoten als attractieve handelskern met een uniek en gevarieerd aanbod dient hier de doelstelling te zijn.

Het opnemen van een landmark binnen de gemeente kan een belangrijke factor zijn in het vormen van de identiteit van de gemeente en het uitspelen van de troeven hiervan. Hieronder enkele mooie voorbeelden van landmarks uit de regio die een bepaald facet van de identiteit van een gemeente in de verf zetten. Deze landmarks brengen niet enkel een bepaalde eigenschap van de gemeente naar voren, ze dragen mede bij aan de vorming van het beeld van de gemeente rond dat facet. Het integreren van een dergelijk landmark legt de intentie van een bestuur vast om op dat facet in te spelen en draagt dus bij aan de toekomst ervan. In zekere zin heeft een dergelijk landmark dus een selffulfilling karakter.



Vilvoorde



Figuur 9-10 De Vuist

Steenokkerzeel



Figuur 9-11 renaissance van de droom van Icarus



Leuven



Figuur 9-12 Fonske



17. MIDDENSTANDSACTIES MET LOKALE INBEDDING

Voor de organisatie van vernieuwende acties ter bevordering van de handelskern is een essentiële rol weggelegd voor de drie adviesraden die dienen te worden opgericht binnen Londerzeel. De organisatie van dergelijke acties dient steeds gestoeld te zijn op drie belangrijke pijlers. Vooreerst dienen de handelaars achter de acties te staan om op een terdege wijze en voor alle handelaars in de zone of kern bevorderende acties te kunnen verwezenlijken.

Vervolgens dient er ondersteuning te zijn vanuit de gemeente. Deze ondersteuning kan financieel, maar kan evenzeer via promotie of logistieke ondersteuning. Het is essentieel te beseffen dat dit een wisselwerking betreft, waarbij ondersteuning vanuit het gemeentebestuur een grotere wil tot participatie met zich mee zal brengen in volgende acties.

Tenslotte moeten de acties steeds ingebed zijn en in samenwerking verlopen met lokale sociaal-culturele organisaties om tot een breder draagvlak te komen bij de inwoners van de gemeente. Het inschakelen van lokale jeugdorganisaties kan hierbij een enorm grote en positieve impact hebben, aangezien zij niet enkel vrienden & klasgenoten, maar eveneens familie naar de georganiseerde evenementen zullen trekken. Het is dan ook van cruciaal belang om een bepaald facet van de organisatie van deze handelskern-bevorderende acties toe te vertrouwen aan de lokale sociaal-culturele organisaties en hen ook een deel van de opbrengst te laten genieten.

Elke adviesraad dient hierbij te werken rond middenstandsacties die betrekking hebben op de eigen handelszone of handelskern. Hierbij dienen steeds de troeven van de desbetreffende deelgemeente uitgespeeld te worden. Met TV Londerzeel beschikt de gemeente bovendien over een enorm positief en krachtig kanaal om deze acties ook de nodige ruchtbaarheid te geven.



18. LEEGSTAND

Op dit moment wordt de leegstand binnen de gemeente door geen van de actoren bestempeld als problematisch of storend. Het is echter wel zo dat deze leegstand jaar na jaar aan het stijgen is. Fundamenteel kan er dus gesteld worden dat we de ziekte in een vroeg stadium hebben herkend en dat er nog tijd lijkt om een passend geneesmiddel te zoeken voor de leegstand in de handelskernen en handelszone van de gemeente duidelijk voet aan grond krijgt. Bovendien lijkt de Corona-pandemie een enorm grote impact te gaan hebben op het detailhandelslandschap. Verwacht wordt dat de leegstand zal toenemen over heel Vlaanderen.

Vooreerst dient er een onderscheid gemaakt te worden tussen leegstaande handelspanden binnen de handelskern en de leegstand daarbuiten. Binnen de handelskernen van Londerzeel dienen de leegstaande panden zoveel mogelijk ingevuld te worden of een creatieve invulling te krijgen wanneer deze langdurig leegstaan. Deze leegstaande handelspanden ter beschikking stellen van startende handelaars is zeker een optie. Daarbuiten moet eveneens bekeken worden of de leegstaande panden kunnen worden ingevuld door pop-up stores of kunnen dienen als galerij of tentoonstellingsruimte voor kunstenaars. Hierdoor worden de leegstaande panden op een positieve wijze getoond en kan er sneller naar een meer permanente invulling gezocht worden. Bovendien geven leegstaande panden vaak een vervuld en doods aanvoelen aan de handelskern en leggen ze onbewust druk op het vrije genot van de consument. Dit moet ten allen tijd vermeden worden. De creatieve invulling van leegstaande handelspanden draagt significant bij aan de beleving binnen een handelskern en is dus steeds aan te raden.

Leegstand buiten de handelskern is dan weer een ander verhaal. Om een kernversterkend beleid te ondersteunen is het aangewezen om voor de leegstaande handelspanden buiten de handelskern te zoeken naar een andere invulling dan detailhandel. Er is momenteel een overaanbod aan handelspanden binnen de gemeente Londerzeel (en Vlaanderen). Dit legt een enorme druk op de huur- en aankooprijzen voor handelspanden. Handelspanden buiten de centra zijn vaak goedkoper per m² en daardoor aantrekkelijk voor startende ondernemers. Het is echter zo, dat binnen een handelskernversterkend beleid de startende ondernemers zoveel mogelijk naar de afgebakende handelskernen dienen te worden getrokken. Het drukken van het aanbod buiten de handelskernen is hier een middel om aan handelskernversterking te doen en dient bekeken te worden binnen het globaal beleid van de gemeente.



19. MOBILITEIT EN PARKEREN

Qua mobiliteit en parkeergelegenheid lijkt er in eerste instantie zeker werk aan de winkel binnen het centrum van Londerzeel. Hier lijkt het aangewezen een parkeer- en circulatieplan te laten opstellen door een gespecialiseerd bureau. Er dient op zoek gegaan te worden naar locaties voor meer parkeergelegenheid gelegen aan de straten binnen de afgebakende handelskern. Ook een gedeeld gebruik van bepaalde parkeerplaatsen die momenteel gedurende de week niet voldoende benut worden dient te worden bekeken. Er dient ook gewerkt te worden aan de sensibilisering van de handelaars dat parkeren binnen de handelskern zoveel mogelijk moet worden voorbehouden aan potentiële klanten. Daarnaast is een duidelijke parkeersignalisatie van essentieel belang binnen deze handelskern. Bovendien kan een dergelijke signalisatie bijdragen aan de identiteit van de handelskern.

De mogelijkheid tot kort-parkeren dient te worden bekeken in de verschillende handelskernen binnen de gemeente. In Malderen wordt de handelszone afgestemd op Run-shopping. Dit is het kort-parkeren aan de handelszaak om vervolgens weer het voertuig te nemen naar een volgende plek binnen de handelszone. Voor de handelskern van Londerzeel centrum, dient er te worden gezocht naar grote parkeerplaatsen aan de rand van de handelskern, zoals bij het station, het Heldenplein of de Gildenstraat. In de handelskern zelf dient de optie voor kort-parkeren te worden verkozen; Op deze wijze zullen ook de handelaars zelf net buiten de handelskern moeten parkeren om vervolgens de parkeerplaatsen in de kern zo veel mogelijk vrij te houden voor de consumenten. Een slim parkeergeleidingssysteem dat op geïntegreerde wijze de vrije parkeerplaatsen weergeeft op de verwelkomingsborden zorgen ervoor dat alle consumenten, zelfs de bovenregionale, op vlotte wijze hun weg naar de rand-parkings vinden. Dit draagt dan weer bij tot een vlottere doorstroming in het centrum.



20. HERAANLEG VAN VOETPADEN EN KASSEIEN

De verhoging van de toegankelijkheid binnen het centrum van Londerzeel dient als een prioriteit behandeld te worden. Momenteel liggen de voetpaden er gevaarlijk bij & zijn de kasseien een storend element binnen de beleving voor de handelskern.

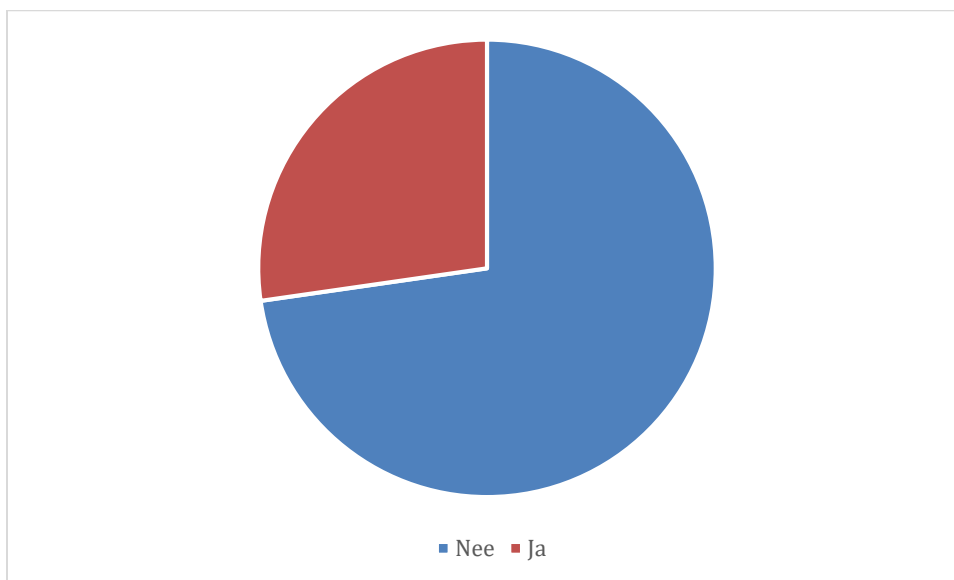
Bij een bevraging bij de handelaars werd er volgend resultaat opgeleverd bij navraag over de kasseien in het centrum:



Figuur 9-13 Resultaat enquête



De gemeente speelt strategisch voldoende in op de stijgende vergrijzing bij het handelskernbeleid.



Figuur 9-14 Resultaat enquête

Zowel bij de bevraging van de consument als bij de bevraging van de handelaars, kwam duidelijk naar boven dat de huidige handelskern niet afgestemd op de huidige noden naar toegankelijkheid. Met de groeiende vergrijzing is het van essentieel belang om de toegankelijkheid van de handelskern en de handelszaken binnen de gemeente de verhogen. Het verhogen van de toegankelijkheid binnen de handelskern draagt immers bij tot de algehele beleving en de omzet van de handelszaken binnen de handelskern.



21. ONDERHOUD PUBLIEK DOMEIN

Het onderhoud van de publieke ruimte is een belangrijke doelstelling voor de uitstraling van een gemeente. Goed onderhouden aanplantingen, voet- en fietspaden bieden een aangename omgeving om aan Fun-shopping te doen. De gemeente dient zorg te dragen voor de handelskernen en properheid hiervan. Het vermijden van leegstaande panden, overvolle vuilbakken of andere vormen van overlast is een grote prioriteit van het gemeentebestuur.

Bovendien is er een rol weggelegd voor de adviesraad van elke handelskern om hierover in overleg te treden met het gemeentebestuur. Op deze wijze komen de storende elementen naar boven en kan de gemeente een bemiddelende rol opnemen tussen de handelaars en de overlast veroorzakende partijen. Zo dient er na opstart van de adviesraad Londerzeel-centrum een dialoog opgestart te worden om de relatie tussen de school en de handelaars in het centrum van Londerzeel te verbeteren. Volgens de bevraging bij de handelaars is de impact van de leerlingen op deze handelskern onmiskenbaar. Hierbij kan het gemeentebestuur als bemiddelaar fungeren om de impact van de school en haar leerlingen te verminderen.

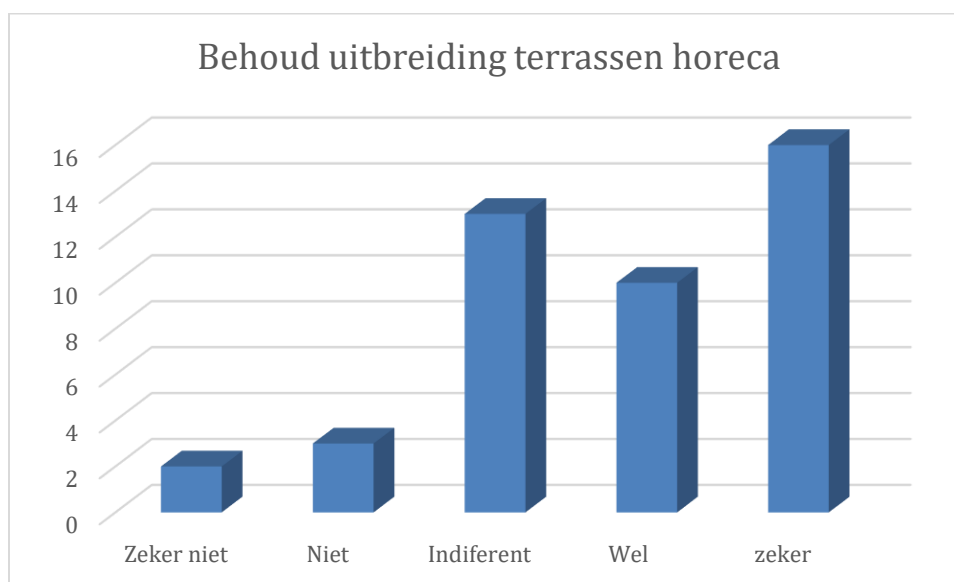


22. MAATREGELEN TEN GEVOLGE VAN DE CORONA-CRISIS

Het gemeentebestuur nam ten gevolge van de Corona-crisis enkele tijdelijke maatregelen om de detailhandel te ondersteunen. Wij legden deze maatregelen voor aan het panel van consumenten en handelaars om te impact hiervan te kunnen inschatten en te bekijken of deze eventueel naar de toekomst toe bewaard kunnen blijven.

viii. Uitbreiding van de horeca-terrassen

Bij een navraag bij de handelaars werd er gepolst naar het behouden van de uitbreiding van de terrassen ten gevolge van de corona-crisis.

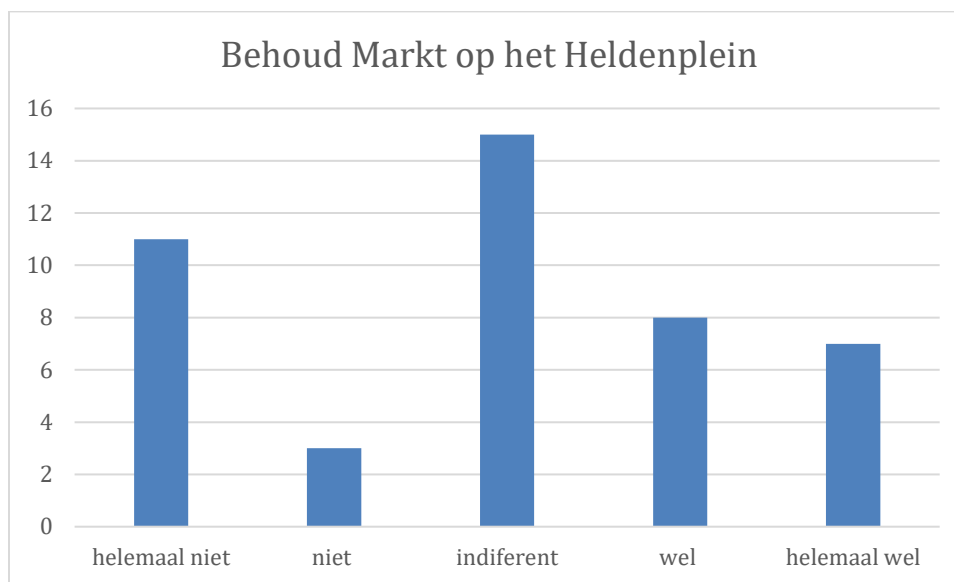


Figuur 9-15 Behoud uitbreiding terrassen



ix. De markt op het heldenplein

De nieuwe locatie van de markt op het heldenplein is goed en dient ook na de Corona-periode te worden behouden.



Figuur 9-16 Verplaatsing markt Heldenplein

De verplaatsing van de markt naar het Heldenplein blijkt ongeveer gelijk gesteund te worden als de oude locatie.



10. ACTIEPLAN

Bij het voorstellen van de visie werden reeds enkele acties vermeld die uitvoerbaar zijn om de opgestelde visie in realiteit om te zetten. Het is echter geenszins mogelijk voor het gemeentebestuur om gelijktijdig op alle voorgestelde acties in te zetten. In wat volgt zal per handelskern een overzicht worden voorgesteld van de acties die de visie voor die respectievelijke handelskern kunnen vormgeven. Er dienen hierbij steeds keuzes gemaakt te worden. Het is echter van essentieel belang dat bij het uitvoeren van het actieplan eerst ingezet wordt op de structurele wijzigingen binnen de communicatie tussen de handelaars & de gemeente en om steeds te benadrukken dat de acties uitgevoerd worden in het kader van het detailhandelsplan. Dit verhoogt de draagkracht van het detailhandelsplan en daarmee de draagkracht van de daaruit volgende acties.

Het is eveneens van essentieel belang in te zien dat geen van deze acties op zichzelf onmisbaar zijn om het detailhandelsplan vorm te geven. Noch is het zo dat het detailhandelsplan tot uitvoering kan worden gebracht door 1 of enkele van deze acties. Enkel een gerichte keuze van verschillende van deze acties binnen de middelen en het budget van de gemeente gepaard met een eenduidige vormgeving en duidelijke inbedding in de uitvoering van het detailhandelsplan kan vorm geven aan de doelstellingen en de visie die in dit document zijn weergegeven. In die zin is het actieplan gekoppeld aan dit detailhandelsplan een soort keuzemenu. Een menu waaruit de beleidsvoerders binnen de gemeente, in samenspraak en overleg met de handelaars de keuze kunnen maken voor verschillende acties over de komende jaren heen, die uitvoering moeten geven aan de globale visie.



1. ACTIES OP GEMEENTELIJK NIVEAU

ACTIE	UITLEG	Termijn	Budget	Ondersteuning
LAUNCH EVENT	Voorstelling van het totale traject en de lancering van de werking binnen het detailhandelsplan. Deze actie is essentieel voor een correcte presentatie van het plan naar de handelaars toe.	Korte Termijn	GRATIS	Presentatie gegeven door de Detailhandelscoach van de Provincie Vlaams-Brabant.
OPRICHTEN ADVIESRADEN	Oprichten van de adviesraden per handelskern en een overkoepelende kerngroep, zoals beschreven binnen dit detailhandelsplan. Zeker voor de afbakening van de handelskern en daaraan gekoppelde branding van de handelskern dient er beroep gedaan te worden op de mening, inspraak en samenwerking van de handelaars binnen deze handelskernen.	Korte Termijn	GRATIS	Steeds op basis en met verwijzing van het door de experts van de provincie opgestelde Detailhandelsplan.
ONLINE PLATFORM DETAILHANDEL	- voor klanten: aanbod handelszaken (promoties, webshop, ...) - voor handelaars & investeerders: beschikbare locaties, lacunes in aanbod, overzicht van acties van de gemeente ... - algemeen: plannen nieuwe handelszaken of stad praktische info (zie bereikbaarheid) + reclame voor events + (historische) verhalen over de kernen	Korte Termijn	10.000 tot 30.000 EURO	IT-dienst Koppeling met digitale systemen van de Provincie www.ikkooplokaalinvlaamsbrabant.be Ondersteuning door partners VLAIO & VVSG Subsidie Provincie Vlaams-Brabant
INVENTARISATIE VAN DE LEEGSTAND EN DIALOOG MET DE EIGENAARS	Eigenaars van handelspanden in de gemeente zijn vaak bereid om samen na te denken over de toekomst van hun eigendom. Leegstaande panden brengen immers niets op en verliezen stilaan hun waarde. Het is als gemeente daarom belangrijk om ook met de eigenaars van handelspanden aan tafel te gaan en het gemeentelijk beleid en visie toe te lichten. Investerings in hun eigendom draagt ook bij tot de waardering van het winkelgebied. Dit heeft op zijn beurt een weerslag op de waarde van het vastgoed in de omgeving.	Middellange Termijn	Gratis	Kennisnetwerk Detailhandel



INVOEREN LEEGSTANDSTAKS	Er dient een gemeentelijk brede leegstandstaks te worden ingevoerd. Een jaarlijks toenemende taks spoort eigenaars aan om hun pand sneller te activeren of tegen gunstiger voorwaarden in de markt te zetten.	Korte Termijn	Brengt geld op	Kennisnetwerk Detailhandel
LEEGSTANDSBELEID BUITEN DE HANDELSKERN	Buiten de afgebakende winkelgebieden kan de gemeente de eigenaars aanmoedigen om leegstaande handelspanden een nieuwe bestemming te geven. Een detailhandelsfunctie is daar niet langer wenselijk. Een invulling met diensten, vrije beroepen of wonen behoren nog wel tot de mogelijkheden. Deze beperkingen gelden enkel voor vergunningsplichtige functiewijzigingen. Nieuwe of bestaande handelszaken kunnen zich nog steeds vestigen in bestaande handelspanden. Bovendien kunnen, zoals eerder aangehaald, kandidaat-winkeliers nog steeds een zaak beginnen in hun eigen woning zolang de woonfunctie belangrijker blijft dan de handelszaak.	Korte Termijn	Gratis	Kennisnetwerk Detailhandel
COMMUNICATIEPLAN AFGESTEMD OP DE DRIE HANDELSKERNEN	Gezamenlijke promotie van Londerzeel als winkelgemeente met regionale uitstraling waarin toerisme, cultuur, handel, horeca, recreatie en groen elkaar versterken. Hierbinnen dient men te vertrekken van een uniforme communicatie door de gemeente en voor alle stakeholders & met duidelijke eigenheid van de handelskernen ingebed in de bredere gemeentelijke branding. Van belang voor alle gemeentelijke communicatie rond detailhandel gedurende de uitvoering van dit detailhandelsplan. Deze 'huisstijl' creëert samenhang tussen de winkels en kan gerealiseerd worden door een eigen signatuur in uithangborden, gebruik van kleuren en materialen en straatmeubilair.	Korte & Middellange Termijn	Doorlopend jaarlijks budget.	Inschakelen van marketing en communicatiebureau voor opmaak van de gemeentelijke handels- huisstijl. Communicatie gericht op de eigenheid van elke handelskern met oog voor het doelpubliek dat daarbinnen is vastgelegd.



GEMEENTELIJK COMMERCIEEL MAGAZINE	Ontwikkelen van een eigen commercieel magazine, of een commerciële component binnen de eigen magazines. Hierin dienen de volgende zaken weergegeven te worden; - Overzicht van de leegstaande panden binnen Londerzeel - Overzicht van het huidige aanbod en potentiële lacunes - Overzicht van kerncijfers uit de gemeentelijke feitenfiche - Acties van het gemeentebestuur voor de versterking van de handelskern - Handelaar in de picture - Bekendste lokale producenten en producten	Middellange termijn	Doorlopend jaarlijks budget	Vrijwilligers & TV Londerzeel
PROACTIEF BENADEREN VAN POTENTIËLE STARTERS EN INVESTEERDERS	Londerzeel moet potentiële ondernemers op een proactieve wijze benaderen. Daarvoor moeten de potentiële investeerders/ondernemers gekend zijn en zo vroeg mogelijk in contact komen met de gemeente. Premiestelsels kunnen hiertoe bijdragen, maar ook een nauwe samenwerking met bijvoorbeeld de brandweer of immokantoren kan interessante 'leads' opleveren. Ook de Locatus databank en de KBO kan belangrijke gegevens opleveren. Daarnaast moet erook een lijst aangemaakt worden van 'droomstarters': bestaande ondernemingen of type zaken die we heel graag in de gemeente zouden verwelkomen. Deze zaken moeten we dan pro-actief benaderen en hen overtuigen van de troeven die de gemeente te bieden heeft.	Middellange termijn	10.000 euro per jaar	VVSG
SUBSIDIEREGLEMENT STARTERSSUBSIDIE	Subsidiereglement opmaken voor het ondersteunen van ondernemers die een zaak opstarten binnen de afgebakende kernwinkelgebieden binnen de gemeente. Hierdoor de gemeente aantrekkelijker maken en de economie terug ademruimte geven na de Corona-pandemie.	Korte termijn	50.000/ jaar	- VVSG - Kennisnetwerk Vlaams-Brabant



KERNWINKELGEBIEDEN VASTLEGGEN IN EEN GEMEENTELIJK RUP	De stedenbouwkundige voorschriften van een RUP kunnen bepaald worden in de tijd. De stedenbouwkundige voorschriften van het RUP kunnen ook modaliteiten voorschrijven die bij de inrichting binnen een bepaald gebied in acht moeten worden genomen. Het RUP is een instrument waarmee men het best kan inspelen op de dynamiek en evolutie van de samenleving. Het beschrijft ook beter hoe bepaalde functies of activiteiten zich tot elkaar verhouden.	Middellange termijn	50.000	- Gemeente - extern studie bureau - Gecoro Londerzeel - VLAIO - VVSG - Kennisnetwerk Provincie Vlaams-Brabant - Subsidie Provincie Vlaams-Brabant
INVOEREN SELECTIEF LOCATIEBELEID VOOR GROOTSCHALIGE DETAILHANDEL	Het is essentieel om aan te geven waar binnen de gemeente er nog grote detailhandel zal worden goedgekeurd.	Middellange termijn	Gratis	Adviesraden en Provincie Vlaams-Brabant
INVOEREN PROMO-BIJDRAGE	Een promobijdrage heffen bij de leden van de adviesraden voor elke handelskern. Met de opbrengst van deze bijdragen kan de gemeente een betere en uitgebreidere branding voeren voor de detailhandel binnen de handelskern. Ook handelskernversterkende evenementen kunnen worden georganiseerd met de opbrengst van deze bijdrage. De Provincie Vlaams-Brabant maakt een overzicht van de mogelijkheden voor de gemeente Londerzeel voor het oprichten van een dergelijke promo-bijdrage.	Middellange termijn	1 euro per bijgedragen euro	- Provincie Vlaams-Brabant - VVSG
AFSTEMMING MET TOERISME EN RECREATIE	Binnen de gemeente dient er een betere afstemming te komen tussen de economische belangen en de toeristische & recreatieve activiteiten binnen de gemeente. Zo dienen de wandel & fietsroutes binnen de gemeente zo veel mogelijk te vertrekken binnen de handelskernen of bij horeca-clusters. Ook de recreatieve initiatieven dienen te worden afgestemd met de adviesraden zodat de handel zich kan afstemmen en synchroniseren met de andere activiteiten binnen de gemeente.	Korte termijn	Gratis	Sport, recreatie & toerisme binnen Londerzeel Subsidie Provincie Vlaams-Brabant voor afzonderlijke projecten



FINANCIËLE STIMULI	- Gevelrenovatiepremie in het kernwinkel- en de handelszone - Premie bij de invulling van een (langdurig) leegstaand pand in het kernwinkelgebied. - Premie voor een starter in het kernwinkelgebied of stimuleringsgebied.
CHARTER VOOR DE PROPERE CENTRA	De gemeente moet afspraken maken met de handelaars en de consumenten. Uiteraard hebben deze regels enkel en alleen zin als ze ook effectief gehandhaafd worden. Uit het overleg met de handelaars is gebleken dat er, ook vanuit de handelaars vraag is naar duidelijke regels, een proactieve communicatie daaromtrent en striktere handhaving. Communicatie kan gebeuren via de adviesraden en op termijn via het digitaal platform detailhandel. Voor orde en netheid van de straten zelf, raden we aan een 'charter propere centra' op te stellen, waarin er enerzijds duidelijk gecommuniceerd wordt welke inspanningen de gemeente doet en anderzijds welke inspanningen verwacht worden van de horecazaken en handelaars.
INSPIRATIONELE BEGELEIDINGSTRAJECTEN	De Londerzeelse ondernemers dienen blijvend getriggerd te worden om hun huidige manier van werken in vraag te stellen. Er dienen daarom commerciële inspiratie en begeleidingstrajecten opgericht te worden voor de ondernemer om stil te staan en eventueel zijn/haar zaak te heroriënteren, onder andere ook op het vlak van locatie.
RESTRICTIEF BEHEER VAN WVO OP BASIS VAN HET IHB	Er moet op worden toegezien dat de totale winkelvloeroppervlakte binnen de gemeente niet verder stijgt, ook voor baanwinkels en buiten de handelskeren. Het is niet realistisch elke vorm van nieuwe



	WVO te weigeren, maar indien er nieuwe winkeloppervlakte bijkomt, moet er ofwel: (1) een afname van winkeloppervlakte elders in de gemeente zijn én/of (2) een compensatiebijdrage tegenover staan. Deze compensatiebijdrage moet aangewend worden voor subsidies voor het herbestemmen van winkelruimte naar woonruimte. Het Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB) is instrument zijn om nieuwe aanvragen te screenen. Het IHB is echter enkel van toepassing op winkelruimte groter dan 400m², wat in de gemeente Londerzeel slechts zelden het geval is.			
LANDMARK LONDERZEEL	Zoals hierboven reeds besproken kan de ontwikkeling van een landmark bijdragen aan de reputatie en branding van de gemeente Londerzeel als handelscentrum met lokaal karakter en zelfstandige labels.	Lange Termijn	Minimum 30.000 euro	Subsidie Provincie Vlaams-Brabant



2. LONDERZEEL ALS COMMERCIEEL CENTRUM VAN DE GEMEENTE

ACTIE	UITLEG	Termijn	Budget	Ondersteuning
INVENTARISATIE LEEGSTAND	Het is van essentieel belang de leegstand binnen de gemeente te gaan opvolgen. Om dit doel te verwezenlijken is het aangewezen een leegstandsregister op te maken met contactgegevens van de eigenaars. Bovendien dient er vanuit de gemeente ook een gesprek te worden aangegaan met de eigenaars waarvan de panden reeds geruime tijd leegstaan. Dit is zeker zo, wanneer zij een visuele smet beginnen worden op de handelskernen.	Korte termijn	5000 euro	- Provincie Vlaams-Brabant door het aanbieden van de Locatus gegevens - BIZLOCATOR - Voor tijdelijke projecten: Subsidie Provincie Vlaams-Brabant
CREATIEVE INVULLING LEEGSTAANDE PANDEN	Binnen Londerzeel dienen <u>zoveel mogelijk</u> leegstaande handelspanden een creatieve invulling te krijgen. Hierdoor neemt de smet op de beleving binnen de handelskern af en worden de leegstaande handelspanden in de picture geplaatst en krijgen ze zo sneller terug een invulling.	Middellange termijn	Afhankelijk van initiatief	Subsidie Provincie Vlaams-Brabant
WERKGROEP EVENEMENTEN	Binnen de schoot van de adviesraad voor Londerzeel-centrum dient er een werkgroep rond handelskernversterkende-evenementen te worden opgericht. De kerntaken voor deze werkgroep zijn het oprichten & organiseren van handelskernversterkende-evenementen voor het centrum van Londerzeel. Bovendien dient deze werkgroep in overleg te gaan met de verschillende sociaal-culturele organisaties binnen de gemeente om gezamenlijke initiatieven te laten kruisbestuiven en synergiën te zoeken.	Korte termijn	Gratis	Unizo Londerzeel & OGL



MOBILITEITS & PARKEERSTUDIE LONDERZEEL CENTRUM	De verkeers- en parkeersituatie en omgeving binnen het centrum van Londerzeel dient te worden herbekeken en heringericht. Voornamelijk de parkeerbehoeften en het huidige parkeeraanbod dienen te worden geanalyseerd. Vervolgens dienen er mogelijke nieuwe locaties te worden onderzocht voor bijkomende parkeermogelijkheden.	Korte Termijn	30-50.000 euro	Gespecialiseerd bureau Subsidie Provincie Vlaams-Brabant
OPTIMALISATIE PARKEERBELEID	Vooreerst dient er te worden ingezet op een slim parkeergeleidingssysteem. Hierbij kunnen de vrije parkeerplaatsen binnen de gemeente worden weergegeven, waardoor bezoekers vlotter hun weg vinden en het parkeeraanbod zo goed mogelijk wordt afgestemd op de vraag. Verder dient de gemeente overleg te organiseren met zowel socio-culturele spelers zoals De Burcht & de school voor het efficiëntste gebruik van de parkeerplaatsen binnen het centrum van de gemeente.	Middellange termijn	15.000 euro	Subsidie Vlaams-Brabant
COMMUNICATIE PARKEERBELEID	De communicatie rond de beschikbare parkeerplaatsen dient te worden opgenomen op de reeds bestaande én nieuwe digitale schermen aan de invalsroutes van elke handelskern. Bovendien dienen de open parkeerplaatsen ook te worden weergegeven op het digitaal platform detailhandel.	Middellange termijn	15.000 euro	Subsidie Vlaams-Brabant
TOEGANKELIJKHEIDS-STUDIE	De toegankelijkheid van de handelskern van Londerzeel is op dit moment ondermaats voor de groeiende behoeften voor andersvaliden of de verouderende bevolking. Het aanstellen van een gespecialiseerd team van toegankelijkheidsspecialisten dient de toegankelijkheid van zowel de	Korte Termijn	GRATIS BEPERKT ADVIES UITGEBREID ADVIES 30.000	Gratis advies door de Provincie Vlaams-Brabant Gespecialiseerd team deskundigen



	handelskern als de handelszaken daarbinnen te analyseren.			
VISUELE VERDUIDELIJKING HANDELSKERN	De gemeente dient via slimme visuele ingrepen de handelskern en het ruimtegebruik daarbinnen te verbeteren. Om de looproutes te verbeteren (een winkellus creëren) en de verbinding met de omliggende straten en de handelskernparkings te verbeteren.	Korte Termijn	20.000	Subsidie Vlaams-Brabant
VERVANGEN VAN DE HUIDIGE KASSEI- WEGBEDEKKING IN HET CENTRUM	De huidige kasseien in het centrum voldoen niet aan de vereisten van toegankelijkheid en de wensen van de consumenten binnen de gemeente. Voor een betere beleving en een betere toegankelijkheid voor de vergrijzende bevolking is het van belang deze te wijzigen en zo de kern aangenamer en aantrekkelijker te maken.	Middellange termijn	Te Bepalen (afhankelijk van keuze wegdek)	Gratis toegankelijkheidsadvies Provincie Vlaams-Brabant Subsidie Provincie Vlaams-Brabant indien de kosten onder de 250.000 euro blijven voor het totale project



3. STEENHUFFEL ALS PROXIMITEITSCENTRUM MET LOKAAL KARAKTER

ACTIE	UITLEG	Termijn	Budget	Ondersteuning
HANDELSKERNVERSTERKENDE EVENEMENTEN	De gemeente dient binnen Steenhuffel in te zetten op 1 à 2 handelskernversterkende evenementen per jaar. Om deze evenementen te organiseren dient moet de gemeente in samenwerking treden met de adviesraad Steenhuffel centrum en de lokale socio-culturele partners. Er moet zeker ook gekeken worden naar de brouwerij als mogelijke partner voor een dergelijk evenement.	Middellange Termijn	Te Bepalen	Adviesraad Steenhuffel Subsidie Provincie Vlaams-Brabant voor eenmalige projecten
VERFRAAIING HANDELSKERN	De handel binnen de gemeente Steenhuffel dient gecentreerd te worden rond het Sint-Genovevplein. Momenteel is dit voornamelijk in gebruik als een centrale parkeerplaats. Het is echter aangewezen om een deel van het Sint-Genovevplein vrij te maken en te verfraaiën. Ook de mogelijkheid tot uitbreiding van terrassen voor horeca tot op het plein dient te worden bekeken. Koning auto dient niet volledig verbannen te worden, maar er dient toch ingespeeld te worden op een fraaiere en beleevingsvriendelijke handelskern. Bij de herinrichting van winkelkernen kunnen volgende generieke adviezen geformuleerd worden: - De publiek ruimte zien als een ontmoetingsplaats voor de inwoners. Een gebied waar ruimte is	Lange Termijn	Afhankelijk van de ingreep	Kennisnetwerk Provincie Vlaams-Brabant Subsidie handelskern versterking



om een praatje te maken met elkaar.

- Inzetten op de verblijfskwaliteit van de publieke ruimte
- Een toekomstgerichte inrichting die nieuwe behoeften mee in het straatbeeld opneemt zoals laadpalen voor elektrische auto's en fietsen.



4. MALDEREN ALS PROXIMITEITSCENTRUM MET LOKAAL KARAKTER

ACTIE	UITLEG	Termijn	Budget	Ondersteuning
MASTERPLAN PARKEREN EN MOBILITEIT	Binnen de handelszone van Malderen dient er te worden ingespeeld op het concept van Run-shopping. Om dit te ondersteunen dient het parkeerbeleid over de gehele handelszone te worden geanalyseerd. Hierbij dienen er op strategische locaties parkeerplaatsen voor kort parkeren te worden voorzien. Bovendien dient eveneens de zwakkere weggebruiker te worden bekeken bij de intekening van een strategisch mobiliteitsplan binnen de handelszone.	Korte termijn	Afhankelijk van scope	Mobiliteitsbureau Subsidie Provincie Vlaams-Brabant
HANDELSKERNVERSTERKENDE EVENEMENTEN	De gemeente dient binnen Steenhuffel in te zetten op 1 à 2 handelskernversterkende evenementen per jaar. Om deze evenementen te organiseren dient moet de gemeente in samenwerking treden met de adviesraad Malderen handelszone en de lokale socio-culturele partners. Er moet zeker ook gekeken worden naar de brouwerij als mogelijke partner voor een dergelijk evenement.	Middellange Termijn	Te Bepalen	Adviesraad Malderen Subsidie Provincie Vlaams-Brabant voor eenmalige evenementen



BIJLAGEN

169