



Provincie
Antwerpen

Beleidsvisie detailhandel



Antwerpen, 21/10/2021

1 INLEIDING

- 1.1 Doelstelling
- 1.2 Problematiek
- 1.3 Algemene socio-economische positionering
 - 1.3.1 Geografische situering en bereikbaarheid
 - 1.3.2 Analyse van de bevolking
 - 1.3.3 Welvaart
 - 1.3.4 Tewerkstelling
- 1.4 Infrastructuur en voorzieningen in de gemeente
- 1.5 Trends en ontwikkelingen

2 BELEIDSMATIGE CONTEXT

- 2.1 Vlaams niveau
 - 2.1.1 Decreet betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid (IHB)
 - 2.1.1.1 Doelstellingen
 - 2.1.1.2 Vier categorieën van kleinhandelsactiviteiten
 - 2.1.1.3 De opmaak van een gemeentelijke visie integraal handelsvestigingsbeleid
 - 2.1.1.4 De opmaak van gemeentelijke ruimtelijke plannen
 - 2.1.1.5 Analyse van de huidige situatie
 - 2.1.2 Beleidsnota Economie 2019-2024
- 2.2 Provinciaal niveau
 - 2.2.1 Ruimtelijk Structuurplan Provincie Antwerpen (RSPA)
 - 2.2.1.1 Ruimtelijke structuur van de kleinhandel
 - 2.2.1.2 Ontwikkelingsperspectieven voor kleinhandel buiten stedelijke gebieden en kernen van het buitengebied
 - 2.2.2 Provinciaal Beleidsplan Ruimte of PBRA
 - 2.2.3 Interprovinciale Visie Detailhandel
 - 2.2.4 Baanbrekend winkelen
- 2.3 Lokaal niveau
 - 2.3.1 Strategisch commercieel plan gemeente Brecht
 - 2.3.2 GRS Brecht
 - 2.3.3 Gemeentelijk Mobiliteitsplan

3 ONTWIKKELINGSPERSPECTIEVEN VOOR DETAILHANDEL

- 3.1 Winkelvrij perspectief
- 3.2 Winkelarm perspectief
- 3.3 Clustering
- 3.4 Winkelrijk
perspectief

4 ANALYSE VAN DE VRAAG

- 4.1 Kwalitatieve analyse
- 4.2 Kwantitatieve analyse
 - 4.2.1 Dagelijkse goederen
 - 4.2.2 Periodieke goederen

5 ANALYSE VAN HET AANBOD

- 5.1 Deelgemeente Brecht
 - 5.1.1 Analyse van de bestaande kleinhandelsstructuur Brecht-Centrum
 - 5.1.2 RUP Brecht centrum (2011)
 - 5.1.2.1 Plan
 - 5.1.2.2 Stedenbouwkundige voorschriften
 - 5.1.2.3 Geactualiseerde beleidsvisie
 - 5.1.3 RUP Nollekens (2016)
 - 5.1.3.1 Plan
 - 5.1.3.2 Stedenbouwkundige voorschriften
 - 5.1.3.3 Geactualiseerde beleidsvisie
 - 5.1.4 RUP De Ring (2011)
 - 5.1.4.1 Plan
 - 5.1.4.2 Stedenbouwkundige voorschriften
 - 5.1.4.3 Geactualiseerde beleidsvisie
 - 5.1.5 RUP Lange Pad (voorontwerp)
 - 5.1.5.1 Plan
 - 5.1.5.2 Stedenbouwkundige voorschriften
 - 5.1.5.3 Geactualiseerde beleidsvisie
- 5.2 Deelgemeente Sint-Job-in-'t Goor
 - 5.2.1 Analyse van de bestaande kleinhandelsstructuur Sint-Job-in-'t Goor
 - 5.2.2 RUP Dorpsassen Sint-Job – herziening

- 5.2.2.1 Voorschriften
- 5.2.2.2 Grootschalige detailhandel
- 5.3 Deelgemeente Sint-Lenaarts
- 5.4 Wekelijkse markten
- 5.5 Cultuur en ontspanning, horeca en diensten
- 5.6 Leegstand
- 6 MAATSTAVEN TER ONDERSTEUNING VAN HET INTEGRAAL HANDELSVESTIGINGSBELEID
 - 6.1 Het creëren van duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel, met inbegrip van het vermijden van ongewenste kleinhandelslinten
 - 6.2 Het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten
 - 6.3 Het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijk milieu, met inbegrip van het versterken van kernwinkelgebieden
 - 6.4 Het bewerkstelligen van een duurzame mobiliteit
- 7 AFBAKENING KERNWINKELGEBIED
 - 7.1 Deelgemeente Brecht
 - 7.1.1 Inleiding
 - 7.1.2 Huidige afbakening kernwinkelgebied
 - 7.1.3 Bestedingspatroon inwoners Brecht
 - 7.1.3.1 Dagelijkse goederen
 - 7.1.3.2 Periodieke goederen
 - 7.1.4 Voorstel afbakening kernwinkelgebied
 - 7.1.5 Ontwikkelingsperspectief
 - 7.2 Deelgemeente Sint-Job-in-'t Goor
 - 7.2.1 Inleiding
 - 7.2.2 Overdrukzone verplichte handel
 - 7.2.3 Bestedingspatroon dagelijkse goederen
 - 7.2.4 Bestedingspatroon periodieke goederen
 - 7.2.5 Verfijning RUP Dorpsassen
 - 7.2.5.1 Kernwinkelgebied
 - 7.2.5.2 Overdrukzone plan deel zuid
 - 7.2.6 Ontwikkelingsperspectief

- 7.3 Deelgemeente Sint-Lenaarts
 - 7.3.1 Inleiding
 - 7.3.2 Ontwikkelingsperspectief
- 8. BEVRAGING HANDELAARS
- 9 KERNVERSTERKENDE MAATREGELEN
 - 9.1 Ondersteunende maatregelen
 - 9.2 Straat in het vizier
- 10 DE BEOORDELING VAN EEN VERGUNNINGSAANVRAAG
 - 10.1 De beoordeling van een vergunning op basis van een visie en/of planning.
 - 10.2 Het beoordelen van de vergunningsaanvraag op basis van de basisdoelstellingen
 - 10.3 Managementsamenvatting

1 INLEIDING

1.1 Doelstelling

De gemeente Brecht doet beroep op de POM Antwerpen / Provincie Antwerpen bij het uitwerken van een beleidsvisie detailhandel. Deze visie vormt een update van het huidige detailhandelsplan (BRO 2008).

Het provinciaal project COach-OPeratie DetailHandel ondersteunt de gemeente in de opmaak van een strategisch commercieel plan met inbegrip van een ruimtelijk-economische analyse van detailhandel, afbakening van de kernwinkelgebieden en onderzoek naar ruimtelijke ontwikkelingsperspectieven voor detailhandel.

De gemeente heeft nood aan een geactualiseerde visie die door middel van strategische en operationele doelstellingen wordt waargemaakt. De principes van kernversterking vormen de leidraad in deze visie. Het voorgestelde actieplan zorgt voor de vertaling van de visie en de doelstellingen. In de praktijk zorgen maatregelen en instrumenten voor de uitvoering van deze acties.

Gerichte planningsinitiatieven worden ondersteund door de gemeentelijke kleinhandelsvisie. Het strategisch commercieel plan is een verdere vertaling van het decreet integraal handelsvestigingsbeleid en de provinciale visie detailhandel.

De gemeente Brecht wenst in haar vergunningverlening rekening te houden met deze beleidsvisie.

1.2 Problematiek

De gemeenten Brecht heeft nood aan een proactief detailhandelsbeleid. Op gemeentelijk vlak zijn maatregelen noodzakelijk om gezonde en sterke centrale handelskernen te ondersteunen waardoor de leefbaarheid van de gemeente gevrijwaard blijft. Een evaluatie van de ruimtelijke ontwikkelingsperspectieven voor detailhandel is noodzakelijk. Hierbij kunnen aansluitend adviezen worden geformuleerd met de nadruk op de aanpak van de leegstand. De afbakening en versterking van de kernwinkelgebieden krijgen hierbij prioriteit.

De aanwezigheid van handelszaken in het centrum van de gemeente bepaalt mee het voorzieningenniveau voor de lokale bevolking en is een determinerende factor voor de vitaliteit en aantrekkelijkheid van de kernen.

Onze mobiliteit staat onder druk en maakt deel uit van het beoordelingskader voor nieuwe ontwikkelingen. Perifere locaties of baanwinkels richten zich voornamelijk op automobilititeit en kennen nog steeds een sterke groei binnen Vlaanderen. Het aanbod in de lokale kernen is gemakkelijk bereikbaar te voet of met de fiets en versterkt de sociale cohesie. De gemeente moet keuzes maken over waar saneren, waar ruimte vrijmaken en waar detailhandel concentreren. Een beleid op lange termijn over meer dan één legislatuur dringt zich op.

Het decreet integraal handelsvestigingsbeleid stelt zich een selectief locatiebeleid en versterking van het kernwinkelgebied tot doel. De verdere exploitatie van steenwegen en een verdere versnippering van de ruimte ten koste van de leefbaarheid van eigen inwoners, passanten en bezoekers moet worden afgewend.

Zowel de algemene socio-economische positionering als de beleidsmatige context dient te worden geanalyseerd en geïnterpreteerd op basis van recente cijfers en beleidskeuzes.

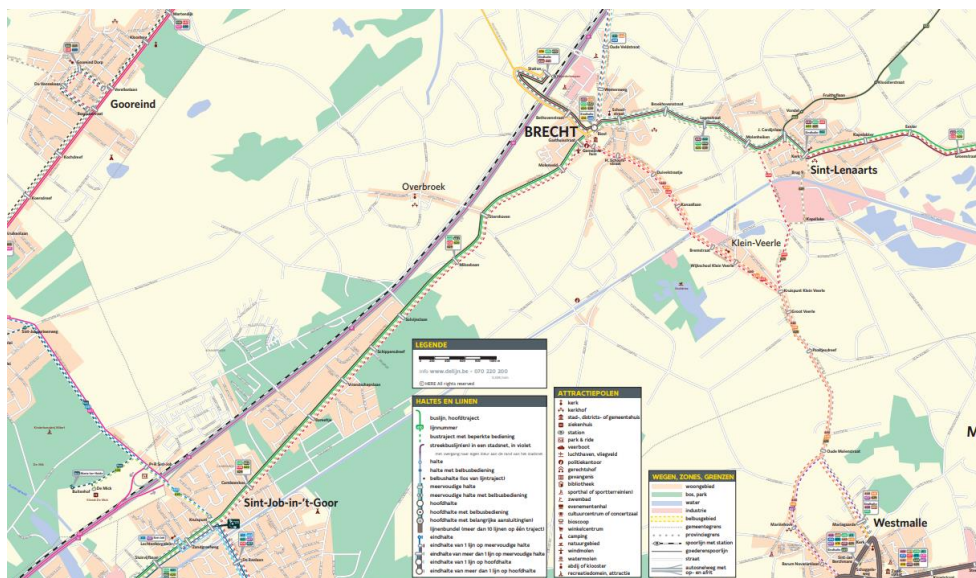
De gemeente heeft nood aan een geactualiseerde visie die door middel van strategische en operationele doelstellingen kan worden waargemaakt. De principes van kernversterking vormen de leidraad in deze visie. Het voorgestelde actieplan zorgt voor de vertaling van de visie en de doelstellingen. In de praktijk zorgen maatregelen en instrumenten voor de uitvoering van deze acties.

1.3 Algemene socio-economische positionering

1.3.1 Geografische situering en bereikbaarheid

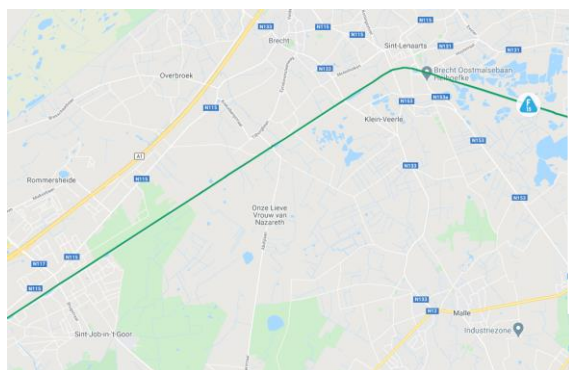
De gemeente Brecht is één van de meest uitgestrekte gemeenten van de provincie Antwerpen. Zij situeert zich op gelijke afstanden (ongeveer 25 km) van de steden Antwerpen, Turnhout en Breda. Brecht omvat de deelgemeenten Brecht-Centrum, Sint-Job-in-'t-Goor en Sint-Lenaarts.

De treinverbinding Intercity Brussel - Amsterdam via het treinstation Noorderkempem en de busverbindingen via het netwerk van de Lijn zorgen voor de openbare verbindingen.



FIGUUR 1: BRON: DE LIJN

De aanleg van een fietspad in de Ambachtslaan en Ringlaan is een belangrijke schakel voor woon-werkverkeer en woon-schoolverkeer tussen het station Noorderkempem en de dorpskern van Brecht-Centrum.



FIGUUR 2: BRON: NETWERK FIETSOSTRADES PROVINCIE ANTWERPEN

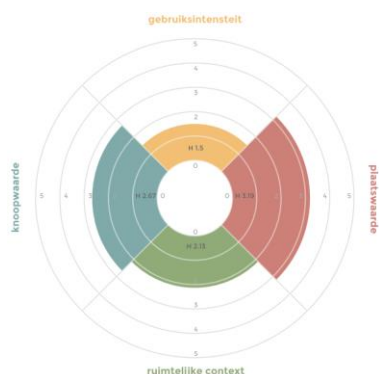
De F15 fietsostrade verbindt Antwerpen met Turnhout en doorkruist de gemeente Brecht via het kanaal Dessel-Schoten.

Het kanaal Dessel-Schoten heeft vandaag nog voornamelijk een recreatieve functie.

Brecht is gesitueerd naast de belangrijke E19 noord-zuid verbinding (Nederland). De gewestweg N116 vormt de belangrijkste schakel tussen de verschillende deelgemeenten.

In Brecht-Centrum werd de nieuwe ringweg in 2017 afgewerkt. Deze zal het zwaar en doorgaand verkeer uit het dorpscentrum weren.

Het ruimtekompas van de provincie Antwerpen geeft een indicatie van de bestaande ruimtelijke toestand.



FIGUUR 3: BRECHT CENTRUM



FIGUUR 4: SINT-LENAARTS



FIGUUR 3: BRON: SINT-JOB-IN-'T-GOOR

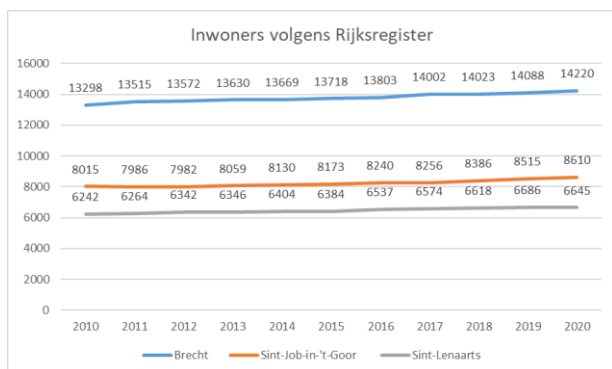
Brecht-Centrum scoort het hoogste op het vlak van lokale (plaatswaarde) voorzieningen (apotheek, voedingswinkel, postpunt,...).

De gebruiksintensiteit is overeenkomstig de indicatoren (inwoners, tewerkstellingsplaatsen en bezoekers) het grootste in Sint-Job-in-'t-Goor. Ook de ruimtelijke context scoort hier relatief hoger. Voor de drie deelgemeenten wegen hoofdzakelijk de randvoorwaarden vanuit de sectorale wetgeving. De score die wordt berekend is een uitdrukking van de mate waarin de kern of cluster gevrijwaard wordt van beperkende randvoorwaarden.

Brecht-Centrum kent de beste bediening met het collectief vervoer en is met de auto goed bereikbaar vanuit een ruimere regio (knoopwaarde). In het ruimtelijk beleid wordt de knoop- en plaatswaarde nooit los gezien van de ruimtelijke context.

Particulier gemotoriseerd vervoer is voor 73% van de inwoners het dominant vervoermiddel voor verplaatsingen tussen woonplaats en school/werk (bron: survey gemeentemonitor 2017). Van de gezinnen geeft 98% aan dat ze in het bezit zijn van een auto, 92% van een fiets en 29% van een elektrische fiets. 32% heeft een abonnement op het openbaar vervoer.

1.3.2 Analyse van de bevolking



FIGUUR 4: BRON: PROVINCIES.IN.CIJFERS.BE

De deelgemeente Brecht-Centrum telt het grootste aantal inwoners.

Het totale bevolkingsaantal is gegroeid met 6,9% t.o.v. 2010. Deze groei ligt in lijn met de groei van de provincie Antwerpen (7 %).

Een bevolkingstoename met 4,1% voor de komende 10 jaar licht binnen de verwachting (Statistiek Vlaanderen – Bevolkingsprojecties).

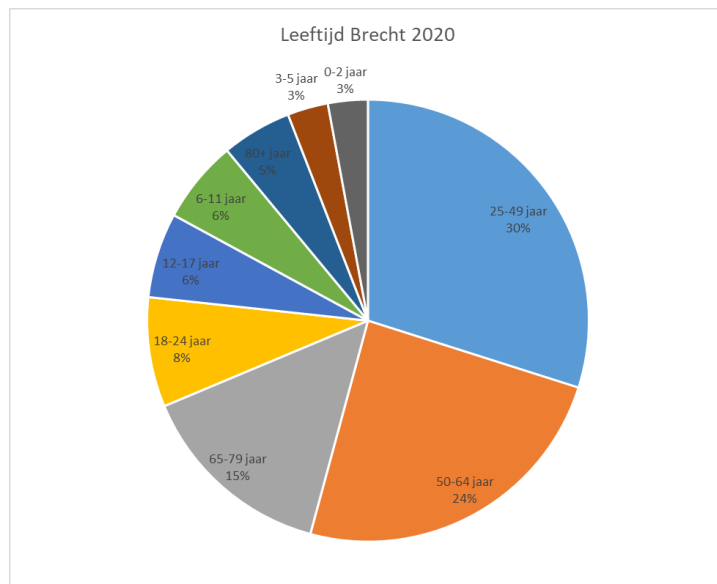
In dezelfde periode is het aantal private huishoudens gestegen met +12,1% (provincie Antwerpen +7,5%), de gemiddelde huishoudensgrootte is gedaald met -4,7% (provincie Antwerpen -0,3%). De gemiddelde huishoudensgrootte bedraagt 2,44 in 2020.

	0-2 jaar	3-5 jaar	6-11 jaar	12-17 jaar	18-24 jaar	25-49 jaar	50-64 jaar	65-79 jaar	80+ jaar
2010	%	%	%	%	%	%	%	%	%
2011	-4,5%	5,1%	-1,3%	,2%	3,4%	-1,3%	2,9%	1%	6,1%
2012	-6,3%	3,9%	-3,3%	-3,1%	4,1%	-2,8%	5,9%	5,8%	12,1%
2013	-7,4%	6%	-6%	-3,3%	3,3%	-4,1%	8,5%	9%	18,5%
2014	-4,6%	-,2%	-3%	-4%	1,3%	-5,7%	12,1%	11,4%	25,2%
2015	-6,6%	-1,9%	-4,6%	-4,2%	1,5%	-7,7%	15,6%	14%	28,7%
2016	-,7%	-1,9%	-4,8%	-5,7%	,3%	-7,8%	18,3%	16,9%	37,2%
2017	,4%	-,1%	-5%	-10,5%	,5%	-7,9%	21,5%	19%	47,5%
2018	3,1%	-1,5%	-4,4%	-11,7%	-2,1%	-8,3%	22,9%	24,6%	51,3%
2019	5,9%	-,5%	-4,2%	-13,8%	-2,4%	-7,8%	23,2%	29,3%	57,7%
2020	3,9%	3,4%	-4,9%	-13,2%	-3,6%	-8,4%	25,6%	32,8%	64%

FIGUUR 5: BRON: PROVINCIES.INCIJFERS.BE – GEMEENTE BRECHT

Vanaf de leeftijd van 50 jaar zien we een sterke procentuele toename van het aantal inwoners (in de provincie Antwerpen stellen we de laatste 10 jaar de grootste groei vast in de leeftijdscategorieën boven de 50 jaar). De vergrijzing zet zich verder, dit is deels een gevolg van de grote groep 50+'ers (babyboomers) gekoppeld aan de steeds hogere levensverwachting

Een opvallende groei stellen we vast in de deelgemeente Sint-Lenaarts in de categorieën 0-2, 3-5, en 6-11 jaar. In de categorieën tussen 12 en 49 jaar dalen de cijfers voor alle deelgemeenten.



FIGUUR 6: BRON: PROVINCIES.INCIJFERS.BE – GEMEENTE BRECHT

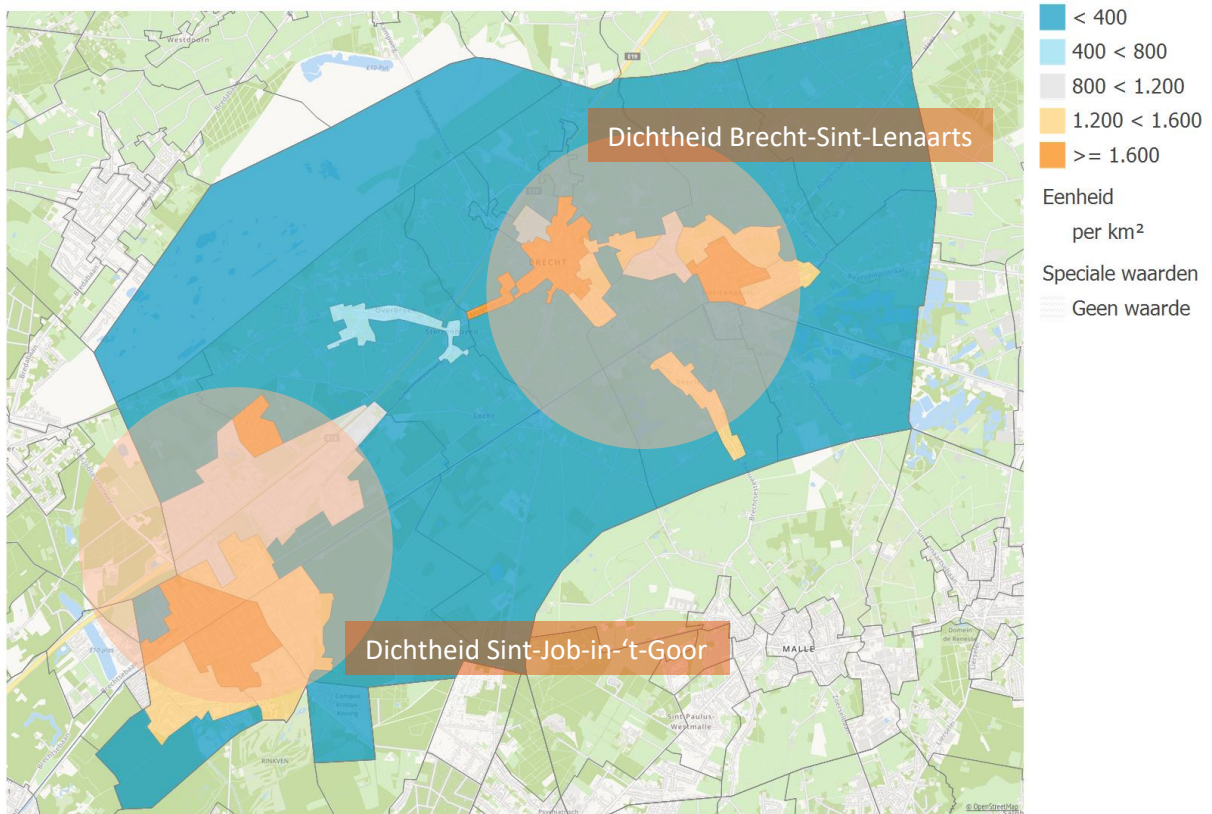
De leeftijdscategorie 25-49 jaar is het sterkst vertegenwoordigd maar kent wel een blijvende daling van het aantal inwoners.

De grootste daling stellen we vast in de categorie 12-17 jaar.

Demografische trends vertalen zich in wijzigingen in het bestedings- en verplaatsingsgedrag van inwoners/consumenten waar het detailhandelsaanbod moet op inspelen. De opvolging van deze cijfers ondersteunt de toekomstige concurrentiepositie.

De deelgemeente Sint-Job-in-'t-Goor kent met 1.202 inwoners per km² de hoogste bevolkingsdichtheid, Brecht en Sint-Lenaarts tellen elk 247 inwoners per km² (het gemiddelde voor de Provincie Antwerpen bedraagt 655 inwoners per km², voor het Vlaamse Gewest bedraagt dit 492 inwoners per km²).

bevolkingsdichtheid 2020 - statistische sectoren van Brecht



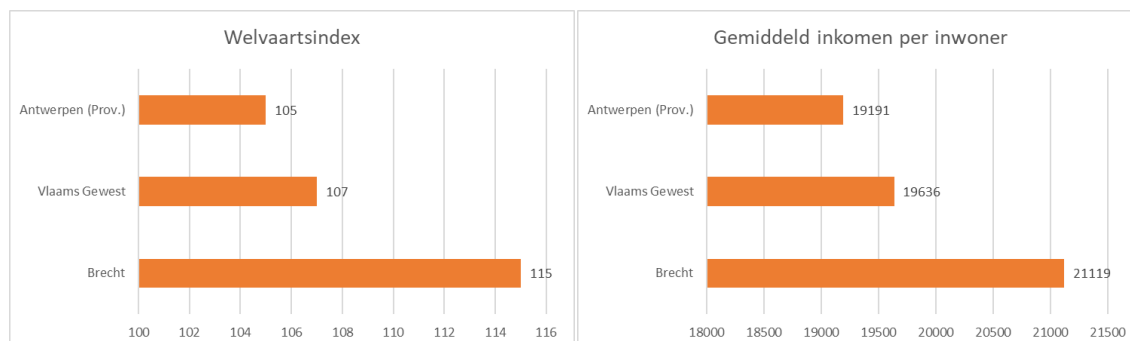
Bron: Rijksregister | provincies.incijfers.be

91,3% van de inwoners geeft aan tevreden te zijn over het wonen in de gemeente (bron: survey gemeentemonitor 2017). 77% van de bewoners zijn inwonende eigenaars (bron: Kadaster 2019). 81% (2020) van de woongelegenheden in de gemeente zijn individuele woningen (hoofdzakelijk open bebouwing), 18% appartementen (2020). De mediaanprijzen voor huizen en appartementen zijn hoger dan het gemiddelde voor de Provincie Antwerpen (bron: FOD Financiën).

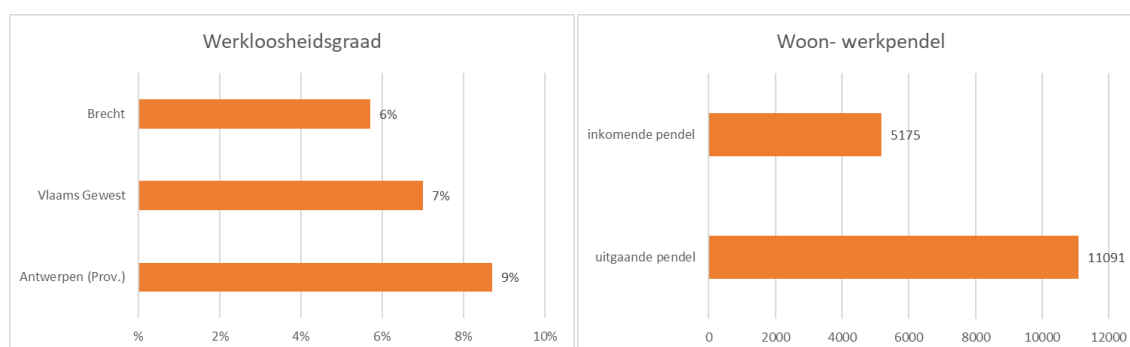
Bij de stijgende groep van 1- en 2-persoonshuishoudens wordt vaak voor een appartement gekozen, bij voorkeur met een centrale ligging dichtbij voorzieningen. Betaalbare woningen zorgen voor een bijkomende aantrekking voor jonge gezinnen.

1.3.3 Welvaart

De welvaartsindex en het gemiddeld inkomen per inwoner ligt hoger dan het gemiddelde voor het Vlaamse Gewest en de Provincie Antwerpen.



FIGUUR 7: BRON: STATBEL, PROVINCIES.INCIJFERS.BE



FIGUUR 8: BRON: STEUNPUNT WERK, PROVINCIES.INCIJFERS.BE

De werkloosheidsgraad is lager dan het gemiddelde voor de Provincie Antwerpen en het Vlaamse Gewest. In vergelijking met 2010 zien we in Vlaanderen een stijging in de werkzaamheidsgraad en een daling van het aandeel werklozen in de beroepsbevolking. De werkzaamheidsgraad voor Brecht in de categorie 20-64 jaar bedraagt 76,1% (bron: Steunpunt Werk – 2017). De uitgaande pendel (woon-werk) primeert in Brecht (2017).

1.3.4 Tewerkstelling

Detailhandel (groot- en detailhandel en reparatie voertuigen) staat in Vlaanderen op de derde plaats in de lijst van sectoren met het hoogste aandeel werkenden van 20 tot 64 jaar (Statistiek Vlaanderen 2019).

	loontrekkenden detailhandel	zelfstandigen detailhandel	loontrekkenden horeca	zelfstandigen horeca
2009	396	380	236	192
2010	411	394	292	192
2011	378	402	310	184
2012	373	387	297	184
2013	366	379	254	168
2014	404	363	245	165
2015	414	363	251	170
2016	399	356	245	168
2017	398	347	259	167
2018	388	342	224	167
2019	410	335	264	167

FIGUUR 9: BRON: RSZ, RSVZ

Zelfstandigen, zowel in detailhandel (-11,8%) als in horeca (-13%) kennen een terugval.

1.4 Infrastructuur en voorzieningen in de gemeente

Het basisonderwijs is sterk vertegenwoordigd, slechts 22,7% van alle leerlingen basisonderwijs stromen uit naar een school in een andere gemeente. Voor het secundair onderwijs is de uitstroom 98,5%.

De gemeente Brecht beschikt over verschillende sportlocaties, een actief verenigingsleven, een bibliotheek en een cultuuraanbod op maat van de gemeente. Beleef Brecht! versterkt het toeristisch aanbod. Verschillende natuurgebieden, bossen, vennen en heide laten je toe om te genieten van de lokale fauna en flora.

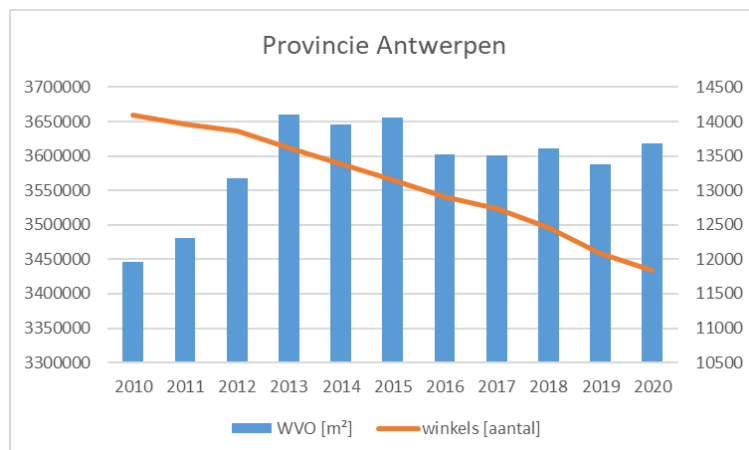
Brecht heeft een rijke geschiedenis die teruggaat tot de prehistorie. Deze geschiedenis is te ontdekken via de monumentenroute, kapelletjesroute en diverse wandel- en fietstrajecten.

1.5 Trends en ontwikkelingen

In de Provincie Antwerpen kende de retailmarkt voornamelijk een groei in winkelvloeroppervlakte op perifeer gelegen locaties. Het aantal extra m²'s vinden we bij formulewinkels dewelke investeren in grotere verkooppunten. Supermarktketens investeren fors in nieuwe locaties.

Het totaal aantal handelspanden bleef dalen met een stijging in de leegstand tot gevolg, zowel in winkelvloeroppervlakte als in aantal panden. De locaties verschillen evenwel: vooral de kleinere kernen boeten in ten voordele van baanlinten en andere handelsconcentraties.

De winkelvloeroppervlakte nam de laatste jaren toe maar zette ook een proces in gang van dalende gemiddelde vloerproductiviteit (omzet per m²).



FIGUUR 10: BRON: LOCATUS - PROVINCIES.INCIJFERS.BE

Lagere grond- en investeringskosten, een goede bereikbaarheid en een groot aantal gratis parkeerplaatsen voor de klanten vormen de voornaamste argumenten voor perifere handelslocaties.

De groei in de periferie en het toegenomen shoppingaanbod hebben de verplaatsingsbereidheid van de consument sterk beïnvloed. Dit vertaalt zich ook naar significante wijzigingen in het winkel- en koopgedrag. De consument is steeds minder merken- en winkeltrouw en vertoont een wisselend shoppinggedrag naargelang de productcategorie. Hij of zij koopt waar de beste prijs en/of kwaliteit wordt geboden, waar de meest onderscheiden producten verkrijgbaar zijn, of waar de grootste keuze en beleving aanwezig is. Het aankoopkanaal heeft minder belang.

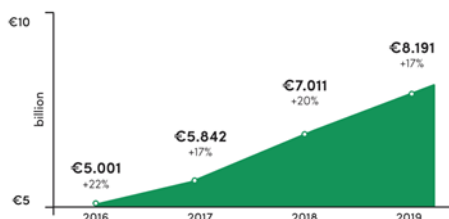
Dalende winstmarges en afnemende vloerproductiviteit hebben aanbieders niet alleen doen zoeken naar onderscheidende producten, maar dwingen hen eveneens tot kostenreductie.

Voorals winkelketens reageren hierop door schaalvergroting ten aanzien van zowel de winkelpanden als de inkoopvolumes en verhuizing naar goedkopere perifere locaties. Zelfstandige handelaars staan onder druk van deze georganiseerde detailhandel en nemen af in aantal.

Maatschappelijk zien we momenteel een groeiende sensitiviteit en bewustwording aangaande ecologische voetafdruk, duurzaam ruimtegebruik, circulaire economie, lokale betrokkenheid en gespecialiseerd lokaal aanbod. Jongeren kiezen bewuster voor alternatieve vervoersmodi en laten de auto vaker links liggen.

De quasi ongebreidelde groei van perifere winkellocaties heeft duidelijke consequenties gehad die ons vandaag dreigen te verstikken: de open ruimte werd aangetast en consumenten zijn sterker autoafhankelijk geworden voor winkelen en boodschappen doen. We rijden ons bijgevolg steeds vaker vast in het verkeer.

De consument reageert door vaker online te kopen wat hem bovendien de mogelijkheid biedt om aangekochte producten weer terug te zenden en terugbetaling van de koopwaar te krijgen. Online aankopen resulteren in een significante impact op logistiek en sturen extra vervoersmiddelen de baan op.



De e-commerce markt groeide in België tot bijna 8,2 miljard EUR in 2019. 25% van de bestedingen komt uit buitenlandse aankopen. Lokale en specifieke marktsegmenten kennen groeikansen wanneer ze voldoende onderscheidend zijn.

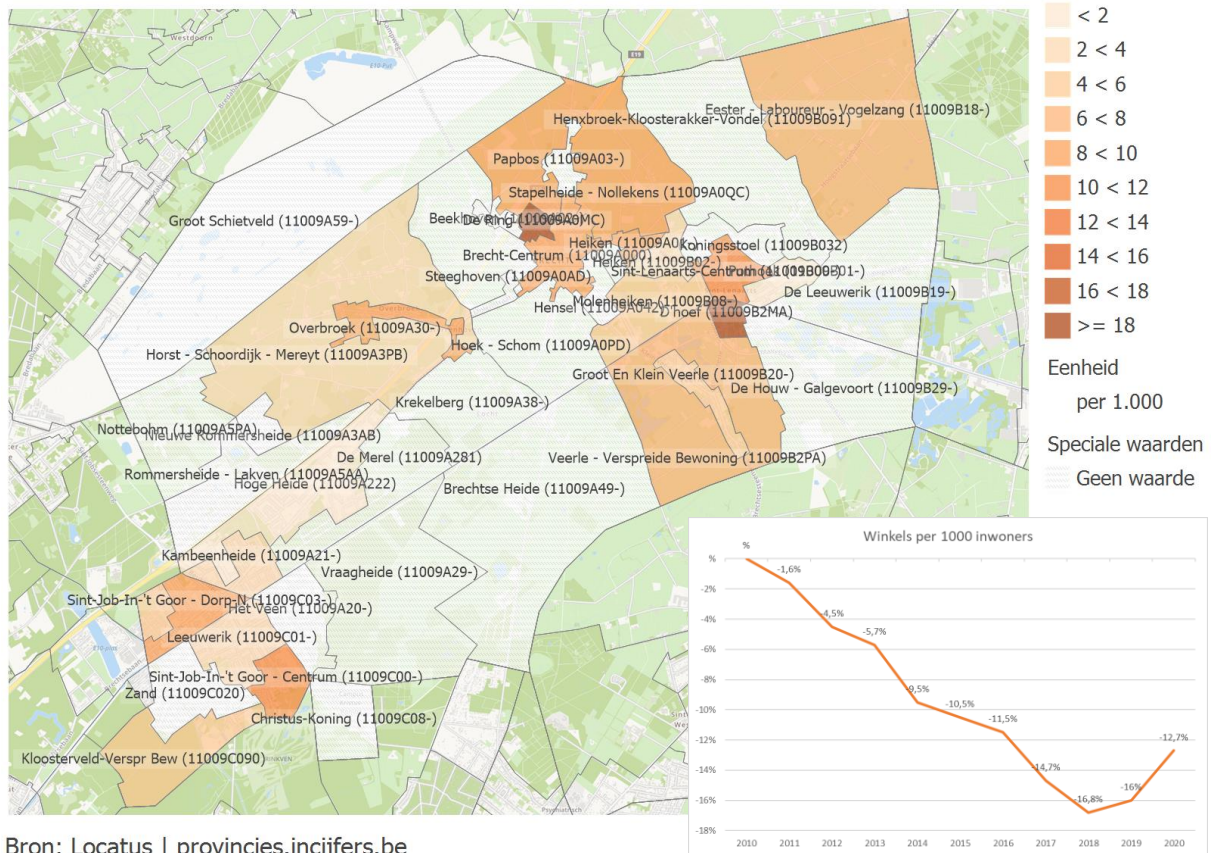
FIGUUR 11: BRON: THE HOUSE OF MARKETING

De ontwikkeling van detailhandelsvastgoed gebeurt nog steeds voornamelijk in de periferie. Grondprijzen en bereikbaarheid spelen een cruciale rol. Maar ook in de vastgoed- en retailsector neemt het belang van clustering en multifunctionele projecten toe. De vastgoedsector verwacht echter een duidelijk en consequent verhaal van een overheid, die als verantwoordelijke partner haar sturende rol opneemt.

En daar ligt een deel van de uitdaging van deze beleidsvisie: een sturend locatiebeleid formuleren ten aanzien van de inplanting van commerciële panden, gebaseerd op een duurzame, maatschappelijk geïntegreerde visie, die daarenboven ook werkbaar en realisatiegericht is.

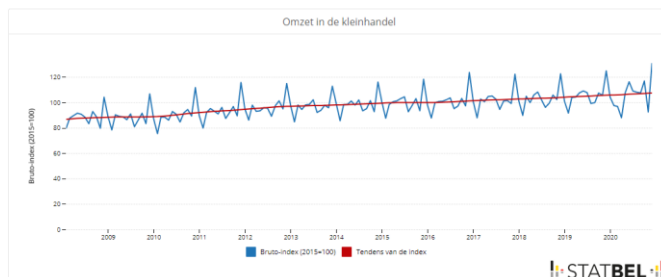
Demografische trends bepalen mee het bestedings- en verplaatsingsgedrag van inwoners/consumenten. De lange termijn opvolging van deze cijfers ondersteunt de toekomstige concurrentiepositie.

winkels per 1.000 inwoners 2020 - statistische sectoren van Brecht



Bron: Locatus | provincies.incijfers.be

Het aantal winkels t.o.v. inwoners zit in dalende lijn. Het winkelaanbod concentreert zich rond de zones met de grootste bevolkingsconcentraties. Het aantal winkels t.o.v. inwoners is sinds 2009 afgenomen met 12,7%.



In België vertoont de omzet in de kleinhandel nog steeds een licht stijgende tendens maar deze is hoofdzakelijke te wijten aan de stijging

Het koopgedrag van de huidige en toekomstige generatie consumenten zal het winkellandschap verder mee bepalen. Het detailhandelsaanbod moet inzetten op beleving en visibiliteit creëren, zowel on-als offline. Vooral zelfstandige ondernemers hebben online nog sterke groeikansen. Consumenten hebben een sterk (groeïend) digitaal bewustzijn en handelaars moeten hierop inspelen. In 2018 was reeds 85% van de Vlaamse huishoudens met een breedbandconnectie uitgerust.

Het effect van de COVID-19 pandemie zal van invloed zijn op de lange termijn evolutie van detailhandel. Reeds vastgestelde trends zullen vermoedelijk versnellen maar nieuwe initiatieven zorgen ook voor tegengewicht. Gewijzigd koopgedrag in een aangepaste winkelomgeving zorgt alvast voor nieuwe uitdagingen, ook voor lokale besturen. De gemeente ondersteunt waar mogelijk de continuïteit en veiligheid van het aanbod en haar voorzieningen.

2 BELEIDSMATIGE CONTEXT

2.1 Vlaams niveau

2.1.1 Decreet betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid (IHB)

2.1.1.1 Doelstellingen

Het decreet integraal handelsvestigingsbeleid werd door de Vlaamse regering goedgekeurd op 22 april 2016. Sinds 1 augustus 2018 is de omgevingsvergunning voor kleinhandelsactiviteiten van kracht (deze vervangt de vroegere socio-economische vergunning).

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

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

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

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

- maximale concentratie van activiteiten: er wordt ingezet op de clustering van activiteiten op een ruimtelijk doordachte manier, rekening houdend met de principes van intensief, meervoudig en omkeerbaar ruimtegebruik. Nieuwe solitaire handelsvestigingen worden vermeden en bestaande solitaire kleinhandel wordt geoptimaliseerd of afgebouwd.
- maximaal hergebruik van ruimte: het integraal handelsvestigingsbeleid stuurt aan op een maximaal behoud van open ruimte. De ingebruikname van greenfields moet worden vermeden. Hergebruik van ruimte wordt aangemoedigd ten opzichte van nieuwbouw. Vernieuwbouw impliceert eveneens hergebruik van ruimte en wordt dus ook aangemoedigd, indien gelegen op een goede locatie.
- vermijden van ongewenste kleinhandelslinten: de verdere ‘verlinting’ in Vlaanderen wordt tegengegaan. De term ongewenst werd toegevoegd aangezien, met het oog op efficiënt ruimtegebruik, het aangewezen kan zijn een lege ruimte in een kleinhandelslint alsnog op te vullen, veeleer dan op een andere plaats het kleinhandelsbedrijf te vestigen (tenzij op deze plaats een gemengde ontwikkeling wenselijk zou zijn). Het opvullen van kleinhandelslinten is niet mogelijk wanneer een uitdoofbeleid van een kleinhandelslint wordt gevoerd, op dat moment wordt er beter gekeken naar een locatie waar het kleinhandelsbedrijf zich in de toekomst wel verder kan ontwikkelen.
- vermijden van kleinhandel in specifiek voor economische activiteiten bestemde ruimte: kleinhandel op bedrijventerreinen moet worden afgebouwd. Er wordt op toegekeken dat er geen groei is van autonome kleinhandelsbedrijven op bedrijventerreinen. Enkel winkelruimten, beperkt in oppervlakte, die behoren tot een bedrijf zijn toegestaan (bijvoorbeeld showroom van een garage).

- **doelstelling 2: het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten:**
 - de nabijheid en bereikbaarheid van kleinhandelsbedrijvigheid tot bevolkingsconcentraties vermindert de noodzaak tot verplaatsingen per auto zodat iedereen in zijn basisaanbod goederen, in bijzonder voeding, kan voorzien en beperkt de druk op open ruimte.
- **doelstelling 3: het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijk milieu, met inbegrip van het versterken van kernwinkelgebieden:**
 - complementariteit tussen het perifere kleinhandelsaanbod en het handelsaanbod in de kern: nieuwe 'perifere' kleinhandelsontwikkelingen, zowel in stedelijk gebied als in buitengebied, mogen het breed en gevarieerd winkelaanbod in de kernen niet structureel bedreigen.
 - breed en gevarieerd kleinhandelsaanbod in de kern: een breed en gevarieerd aanbod aan winkels verhoogt de aantrekkingskracht van de kern en heeft bijgevolg een positieve impact op de leefbaarheid van de kern. Een toename van het kleinhandelsaanbod in de kern is positief, een goede mix versterkt het aanbod en bijgevolg de aantrekkingskracht van de kern.
 - verweving van kleinhandel met andere functies in de kern: de aanwezigheid van andere functies in de kern zoals dienstverlening, recreatie, tewerkstelling en wonen heeft eveneens een positieve impact op het functioneren van de kleinhandel. De verweving van functies stimuleert combinatiebezoeken en een langere verblijfsduur. Bovendien daalt het aantal gemotoriseerde verplaatsingen.
 - daling van winkelleegstand in de kern: leegstand heeft een negatieve impact op de uitstraling, aantrekkingskracht en de leefbaarheid van de kern. Winkelleegstand wordt bestreden.
- **doelstelling 4: het bewerkstelligen van een duurzame mobiliteit.**

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

- bereikbaarheid met het openbaar vervoer en individuele transportmiddelen: er wordt maximaal gestreefd naar een multimodale personenbereikbaarheid van (concentraties van) kleinhandelsactiviteiten. De aanwezigheid van knooppunten van het openbaar vervoer, fietsroutenetwerk, ... zijn positieve elementen.
- bijkomende verkeersstromen zijn kleiner dan de beschikbare wegencapaciteit (restcapaciteit): de te verwachten bijkomende verkeersstromen kunnen gedragen worden door het huidige verkeersnet, ze veroorzaken geen verzadiging van verkeerspunten. Deze bijkomende verkeersstromen zijn meer dan enkel de bijkomende consumentenstromen maar hierbij dient ook rekening gehouden te worden met de verkeersstromen gekoppeld aan de beleving van de winkels, de verkeersstromen van personeel, etc.
- minimale toename van de parkeerdruk: de toename van de parkeerbehoefte (op openbaar domein) is kleiner dan de beschikbare parkeercapaciteit. Er wordt maximaal gestreefd naar combinatiebezoeken enerzijds en dubbel gebruik van parkings anderzijds. De perifeer geplande kleinhandelsactiviteiten voorzien in voldoende eigen parkeervoorzieningen op een ruimtelijk duurzame manier.

- maximale verkeersveiligheid: hierbij wordt rekening gehouden met het profiel van de weggebruikers en de categorisering van de wegen die bepaalt welke functie de weg heeft. De bijkomende verkeersbewegingen hebben geen negatieve impact op de verkeersveiligheid.

2.1.1.2 Vier categorieën van kleinhandelsactiviteiten

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

Kleinhandelsactiviteiten worden opgesplitst in:

- 1. categorie 1, verkoop van voeding, alle kleinhandelsbedrijven die levensmiddelen verkopen:**
Deze winkels voorzien in de dagelijkse behoeften van consumenten waardoor de bezoekersfrequentie veel hoger ligt dan voor andere winkels. Hierdoor heeft deze categorie andere noden naar ruimtelijke spreiding, toegankelijkheid en is hun verkeersimpact groter.
- 2. categorie 2, verkoop van goederen voor persoonsuitrusting:**
hieronder worden alle kleinhandelsbedrijven verstaan die textiel, kleding, modeaccessoires, schoenen, lederwaren, sieraden, reukwerk, cosmetica en andere persoonlijke verzorgingsproducten verkopen. Consumenten bezoeken vaak meerdere winkels van deze categorie tijdens één bezoek waardoor ze idealiter ruimtelijk als één geheel kunnen worden samengebracht.
- 3. categorie 3, verkoop van planten, bloemen en goederen voor land- en tuinbouw:**
vanwege de grondgebondenheid van handelsactiviteiten in planten en bloemen worden tuincentra regelmatig toegelaten op locaties waar andere handelsactiviteiten planologisch niet toegelaten worden, zoals agrarisch gebied. Vaak hebben tuincentra grote netto handelsoppervlakten waardoor ze geen plek vinden binnen het stedelijk milieu. Het is echter niet wenselijk dat tuincentra zich richten op, of omgevormd worden tot, andere categorieën.
- 4. categorie 4, verkoop van andere producten:**
hieronder worden alle andere kleinhandelsbedrijven verstaan, in het bijzonder maar niet limitatief winkels die huishoudartikelen, elektro (bruin & witgoed), wooninrichting, doe-het-zelf materialen, auto- & fiets artikelen en alle producten met betrekking tot vrije tijd (sport, spel, hobby, ...) verkopen. Deze categorie heeft vaak nood aan grotere handelsoppervlakten en hebben ruimtelijk dus een andere impact.

2.1.1.3 De opmaak van een gemeentelijke visie integraal handelsvestigingsbeleid

De gemeente Brecht wenst in uitvoering van het integraal handelsvestigingsbeleid een gemeentelijke kleinhandelsvisie op te maken en af te stemmen op de provinciale kleinhandelsvisie.

2.1.1.4 De opmaak van gemeentelijke ruimtelijke plannen

Gemeenten kunnen met het oog op de verwezenlijking van de doelstellingen van het integraal handelsvestigingsbeleid gemeentelijke ruimtelijke uitvoeringsplannen opmaken. De gemeente stemt de inhoud van de ruimtelijke plannen af op de doelstellingen van het integraal handelsvestigingsbeleid.

2.1.1.5 Analyse van de huidige situatie

De basis van een efficiënt kleinhandelsbeleid wordt gevormd door een analyse van de huidige kleinhandelsstructuur en ruimtelijke context toegespitst op de doelstellingen van het integraal handelsvestigingsbeleid:

- analyse van het aanbod aan ruimte voor kleinhandel;
- analyse van de bestaande kleinhandelsstructuur;
- maatstaven ter ondersteuning van het integraal handelsvestigingsbeleid.

2.1.2 Beleidsnota Economie 2019-2024

Een sterke lokale economie met levendige kernen in dorpen en steden wordt voor de Vlaamse Regering een belangrijke prioriteit voor de volgende jaren. Ondernemende en levendige kernen zorgen immers voor meer leefbaarheid en sociale cohesie.

Het laten bloeien van lokaal ondernemerschap in bedrijvige kernen is één van de zes brede projecten in het missiegericht beleid van de Vlaamse Regering.

Steden en gemeenten worden aangemoedigd om met de instrumenten uit het integraal handelsvestigingsbeleid effectief aan de slag te gaan.

2.2 Provinciaal niveau

De basis voor de huidige en toekomstige detailhandelsvisie wordt mede gevormd door de vier decretale doelstellingen van het Integraal Handelsvestigingsbeleid, de Provinciale Visie Detailhandel, het Provinciaal Beleidsplan Ruimte of PBRA en de gemeentelijke visie.

2.2.1 Ruimtelijk Structuurplan Provincie Antwerpen (RSPA)

2.2.1.1 Ruimtelijke structuur van de kleinhandel

Kleinhandel is de commerciële activiteit van het verkopen (met verkoopsoppervlakte) van (niet ter plaatse vervaardigde) goederen aan de onmiddellijke gebruiker die ze niet ter plaatse verbruikt.

In het kader van het structuurplan van de provincie wordt enkel gefocust op de grote perifere kleinhandelszaken dewelke een grote weerslag hebben op de ruimte.

Buiten de steden zijn vooral drukke verkeerswegen de spil geworden voor kleinhandel. Zichtlocatie en autobereikbaarheid zijn hier doorslaggevende locatiefactoren. De spreiding van de bebouwing, de lintbebouwing langs verkeerswegen en de dikwijls slechte locatie van verkeersaantrekkende functies verhinderen een optimale verkeersafwikkeling en zijn nefast voor de veiligheid.

Het wegtrekken van commerciële activiteiten naar gebieden langs wegen met een verbindende functie zorgt voor een functiewijziging van verbindend naar bestemmend. Een ondersteuning van de kernen via een specifiek sociaal-economisch beleid is noodzakelijk.

Verdere verbouwing en functieverdichting in lintlandschappen worden niet gestimuleerd. Het profiel van steenweglinten moet in relatie tot hun functie worden onderzocht en bijvoorbeeld worden vernauwd of plaatselijk gewijzigd.

2.2.1.2 Ontwikkelingsperspectieven voor kleinhandel buiten stedelijke gebieden en kernen van het buitengebied

De gemeente Brecht is geselecteerd als een structuurondersteunend hoofddorp type I en een woonkern (samen met Sint-Lenaarts en Sint-Job-in-'t Goor).

Concentratie en verweving van kleinhandel in de kern van het buitengebied (hoofddorp, woonkern) worden gestimuleerd. Kleinhandel heeft baat bij de concentratie. Meerdere winkels samen hebben een grotere aantrekkingskracht. Ook de verwevenheid met andere functies cumuleert de aantrekkelijkheid. Omgekeerd versterkt kleinhandel de multifunctionaliteit van de centra.

De ondersteuning van kleinhandel in de centra gebeurt vooral door de gemeentebesturen. Uitgangspunt is dat de ontwikkeling van grootschalige kleinhandelsconcentraties buiten de stedelijke gebieden wordt tegengegaan. Grootschalige kleinhandel moet complementair zijn met de kleinhandel in het traditioneel centrum: de kleinhandelsconcentratie vult het aanbod van het traditionele winkelcentrum aan.

2.2.2 Provinciaal Beleidsplan Ruimte of PBRA

De provincie Antwerpen werkt aan het nieuwe Beleidsplan Ruimte.

Het Ontwerp-Beleidsplan vertrekt vanuit 4 ruimtelijke principes:

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

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

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

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

De provincie Antwerpen start met drie beleidskaders:

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

2.2.3 Interprovinciale Visie Detailhandel

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

Volgende 7 principes vormen de ruggengraat van de visie:

1. Kernversterking als basis voor vitale steden en gemeenten

De provincie trekt volop de kaart van kernversterking om steden en gemeenten vitaal te maken en te houden. Het doel is om duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel uit te stippelen, waarbij gestreefd wordt naar een goede balans tussen aantrekkelijke detailhandel in de kern en grootschalige detailhandel in de periferie. Bijkomende ontwikkelingen van baanwinkels langs invalswegen of verbindingswegen worden afgeremd.

2. Een selectief locatiebeleid voor nieuw winkelaanbod

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

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

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

4. Een toegankelijk basisaanbod in buurten en kernen

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

5. Detailhandelsbeleid vraagt om een geïntegreerde en integrale aanpak

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

6. Een structurele aanpak van het detailhandelsbeleid

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

7. Detailhandelsbeleid op maat van de gemeente

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

2.2.4 Baanbrekend winkelen

Met de steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO) bundelden de Provincies Antwerpen, Oost-Vlaanderen en Vlaams-Brabant hun krachten om te zoeken naar een langetermijnvisie voor de problematiek rond de baanwinkels.

Als startpositie worden vijf basisprincipes vooropgesteld die het kader vormen voor de toekomstoriëntatie van de steenweg. Deze basisprincipes steunen op actuele Vlaamse en provinciale beleidslijnen. Ze zijn de primaire sturende hefbomen om tot een adequaat, leefbaar en economisch interessant detailhandelsbeleid te komen:

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

2.3 Lokaal niveau

2.3.1 Strategisch commercieel plan gemeente Brecht

In 2008 leverde studiebureau BRO een detailhandelsplan en een daaraan gekoppeld actieplan.

2.3.2 GRS Brecht

Het GRS van Brecht is deels herzien. De herziening werd goedgekeurd op 19 november 2015.

Een multifunctionele ontwikkeling (wonen, werken...) en verweving in de kernen van het buitengebied staat hierbij centraal. Bijkomende ruimtebehoefte voor wonen, gemeenschapsvoorzieningen, diensten, kleinhandel en lokale economie moeten aansluiten in of bij de kernen.

In het buitengebied kan de behoefte aan bijkomende lokale bedrijventerreinen worden opgevangen in de bedrijfsondersteunende hoofddorpen. Het principe geldt dat deze terreinen niet bestemd zijn voor nieuwe kleinhandelszaken. De verschillende kernen hebben elk hun eigen winkelapparaat. Brecht-centrum heeft, in absolute termen, een minder goed uitgebouwd winkelapparaat dan St.-Job-in-'t-Goor. Verschillende grotere winkels zijn gelegen in de ambachtelijke zone.

De gemeente Brecht is in de eerste plaats vooral een woongemeente met een redelijk aanbod aan woonondersteunende voorzieningen (openbare voorzieningen, handel, horeca en diensten) van lokaal belang. Wonen en werken naast elkaar is reeds lang één van de meest uitgesproken eigenschappen van de ruimte. Zowel de woonwijken en de woonkernen, het geheel van handels- en bedrijfsgebeuren als het milieu hebben voordelen bij vermenging van bedrijven en wonen.

De woonwijken en –kernen krijgen of behouden in vele gevallen een grotere levendigheid. Vooral de aanwezigheid van handelszaken voor basisgoederen is noodzakelijk voor leefbare woonkernen.

Er dient zuinig en zorgvuldig te worden omgesprongen met de beschikbare bedrijvenruimte. Autonome kleinhandelsvestigingen zijn daarom uitgesloten op een bedrijventerrein.

2.3.3 Gemeentelijk Mobiliteitsplan

In 2012 werd een nieuw mobiliteitsplan definitief goedgekeurd.

3 ONTWIKKELINGSPERSPECTIEVEN VOOR DETAILHANDEL

Het integraal handelsvestigingsbeleid biedt instrumenten om de ontwikkeling van nieuwe handelsactiviteiten te sturen door in bepaalde gebieden beperkingen aan kleinhandel op te leggen.

De gemeente Brecht kiest voor een verdere versterking van haar kernwinkelgebieden. Kleinhandel krijgt de beste ontwikkelingskansen in de dorpskernen die een ruimtelijk samenhangend geheel vormt van woon-, werkfunctie en basisvoorzieningen. In de beleidsvisie detailhandel zal de gemeente haar kernwinkelgebieden verder afbakenen in de zone waar concentratie van kleinhandel beoogd wordt.

Als de mogelijkheden op het vlak van kleinhandel worden beperkt, wordt gesproken van winkelarme gebieden. De gemeente kan hierdoor het breed en gevarieerd aanbod in de kern ondersteunen.

Er wordt ingezet op de clustering van activiteiten op een ruimtelijk doordachte manier. Nieuwe solitaire handelsvestigingen worden vermeden en bestaande solitaire kleinhandel wordt geoptimaliseerd. Ongewenste kleinhandelslinten worden vermeden en de open ruimte wordt gevrijwaard.

Winkelarme gebieden evenals de kernaafbakeningen wordt opgenomen in een stedenbouwkundige verordening of een ruimtelijk uitvoeringsplan.

Basis voor de beleidsvisie detailhandel is de opdeling in 4 verschillende ontwikkelingsperspectieven voor detailhandel. Deze perspectieven zijn bepaald op basis van zowel economische, ruimtelijke als mobiliteitsindicatoren- en mogelijkheden.

De perspectieven worden onderbouwd door zowel doelstellingen uit het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB), de interprovinciale detailhandelsvisie, als de principes uit het witboek Beleidsplan Ruimte Vlaanderen (BRV).

De vooropgestelde ontwikkelingsperspectieven zijn:

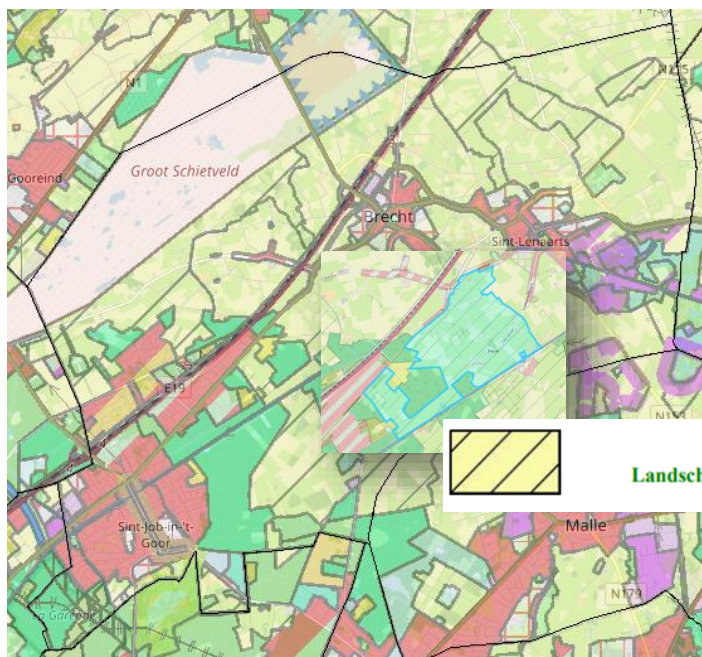
- Winkelvrij
- Winkelarm
- Clustering
- Winkelrijk

3.1 Winkelvrij perspectief

Voor de winkelvrije zones geldt het principe dat detailhandel niet toegestaan is. In de meeste gevallen is dit om de open ruimte te behouden en zo mogelijk te versterken. Bestaande juridische voorschriften worden evenwel behouden en de bescherming van de vergunningstoestand blijft gerespecteerd.

Vanwege de grondgebondenheid van handelsactiviteiten in planten en bloemen kunnen tuincentra in bepaalde gevallen toegelaten worden op locaties waar andere handelsactiviteiten planologisch niet toegelaten worden, zoals agrarisch gebied.

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



De winkelvrije gebieden zijn voornamelijk ingekleurd als agrarische- (landschappelijk waardevol), bos- en natuurgebieden en worden gevrijwaard van verdere detailhandelsontwikkeling.

FIGUUR 12: BRON: GEOLOKET PROVINCIE ANTWERPEN

De hoofdfunctie open ruimte blijft prioritair voor het gebied. Beleidsinitiatieven zijn gericht op een hersteloperatie in functie van deze gewenste ruimtelijke ontwikkelingen. Er wordt onder meer gezamenlijk met de eigenaar/uitbater van een detailhandelszaak op vrijwillige basis gezocht naar mogelijkheden voor herlocalisatie.

3.2 Winkelarm perspectief

Het evenwicht op de steenweg tussen open ruimte, wonen, winkelen en bedrijvigheid moet worden hersteld. Bepaalde activiteiten hebben een dominante impact en kunnen doorgaand verkeer en verkeersveiligheid onder druk zetten. De steenwegen moeten eerder verbinden dan ontsluiten met veilige oversteekbare kruispunten, met zo weinig mogelijk in- en uitritten, met veilige fietspaden en een vlotte doorstroming voor het openbaar vervoer.

Voor detailhandel wordt de versnippering van het aanbod tegengegaan. De aanwezigheid van detailhandel heeft een lokaal ondersteunend karakter. Het ontlinten van het landschap ondersteunt de verdere versterking van het kernwinkelgebied. Grootschalige en ruimtebehoevende detailhandel wordt geclusterd in een daarvoor specifiek ingerichte ruimte met een hoge knoopwaarde.

Een winkelarm perspectief betekent dat detailhandel strikt wordt beperkt en dat het totaal aanbod van detailhandel niet of nauwelijks verhoogt. Deze beperking geldt zowel voor het aantal vierkante meters winkelvloeroppervlakte als voor de productcategorieën. Er wordt geen nieuwe detailhandel in nieuwe of bestaande panden met een andere functie toegestaan.

De volgende parameters worden voorzien:

- geldende socio-economische vergunningen en geldende omgevingsvergunningen voor kleinhandelsactiviteiten blijven behouden;
- voor bestaande en vergunde detailhandelsvestigingen zijn aan de vergunningsplicht onderworpen uitbreidingen beperkt. De beperking geldt niet enkel voor de winkelvloeroppervlakte, maar voor alle voor alle constructies die nodig zijn voor een normale detailhandelsbedrijfsvoering;

- nieuwe ontwikkelingen zijn mogelijk tot maximum 100 m² op voorwaarde dat deze ondergeschikt en/of ondersteunend zijn aan de hoofdfunctie per pand en in relatie tot de gewestbestemming binnen stedelijk gebied;
- het decreet IHB stelt voorop dat alle burgers toegang moeten hebben tot een voldoende aanbod om te voorzien in hun behoeften. Om deze doelstelling te realiseren staat de afstand en bereikbaarheid van kleinhandelsbedrijvigheid ten opzichte van de bevolkingsconcentraties centraal.

Voedingswinkels met een netto vwo >100m² zijn toegelaten wanneer volgende voorwaarden zijn voldaan:

- wijkverzorgend karakter;
 - ontwikkeling op maat van het beoogde verzorgingsgebied;
 - dichtbij concentratie van inwoners;
 - maximale concentratie van activiteiten;
 - multimodaal bereikbaar;
 - geen negatieve impact op de bestaande mobiliteitssituatie.
- gewenste herlocalisatie op vrijwillige basis, ter ondersteuning van het strategisch commercieel plan of visie van de gemeente en in evenwicht met het aanbod in de kernen wordt aangemoedigd;
 - de nabestemming bij herlocalisatie is steeds in functie van het herstelbeleid binnen bestaande bestemmingen, met uitzondering van mogelijke detailhandelsontwikkelingen zoals hierboven beschreven. In dit herstelbeleid wordt extra aandacht besteed aan de sanering van leegstaande detailhandelspanden.

Winkelarm op bedrijventerreinen

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

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

De steenweg winkelarm inkleuren zal op lange termijn meer rustpunten inbouwen en zorgen voor een meer leefbare omgeving. Panden die leeg komen te staan, geven ruimte om de winkelarme zone te versterken en opnieuw de oorspronkelijke bestemming in te vullen voor het gebied, met voorkeur voor open ruimte.

De wijziging van de hoofdfunctie detailhandel naar een andere hoofdfunctie zoals bijvoorbeeld wonen kan deel uitmaken van de strategie binnen de ruimtelijke beleidsvisie van de gemeente.

Het in een woongebouw uitoefenen van functies die complementair zijn aan het wonen zijn echter vrijgesteld van vergunning (indien aan de verschillende vereisten is voldaan: bv. max. 100m² en indien de complementaire functie minder oppervlakte beslaat dan de woonfunctie).

3.3 Clustering

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

De zones voor clustering voorzien prioritair in ruimte voor herlocalisatie van detailhandel gelegen in winkelarme zones op de steenweg.

Complementariteit met de kernen en andere functies zijn essentiële voorwaarden. De clusters zijn bestemd voor grootschalige en ruimtebehoevende detailhandel binnen de categorieën 3 & 4 van het decreet IHB. In deze categorieën ontwikkelen zich kleinhandelsactiviteiten die omwille van de aard en presentatie van de verkochte goederen op het vlak van afmetingen of volume (niet-draagbaar karakter) nood hebben aan een specifieke ruimtelijk invulling. Deze categorieën zijn niet per definitie grootschalig en bieden ook kleinschalige concepten met verweefbaarheid in de kern.

De verschijningsvorm en organisatie van de clusters moeten het ruimtelijk en economisch functioneren ervan optimaliseren. Gedeeld ruimtegebruik, duurzaamheid en verweving zijn leidende principes voor de inrichting. Naast detailhandel kunnen dus ook andere functies toegelaten worden, in zoverre zij het functioneren of de realisatie van het perspectief bevorderen.

Daarnaast is de multimodale bereikbaarheid een expliciete doelstelling; zowel via een doordachte mobiliteitsplanning als door goede aantakking op aanwezige structuren van openbaar vervoer en fietsinfrastructuur.

3.4 Winkelrijk perspectief

Winkelrijke perspectieven worden gegeven aan kernen, maar niet alle kernsegmenten kunnen/zullen winkelrijk zijn. Een winkelrijk perspectief heeft als doel om de ruimtelijke en economische leefbaarheid van kernlocaties te waarborgen.

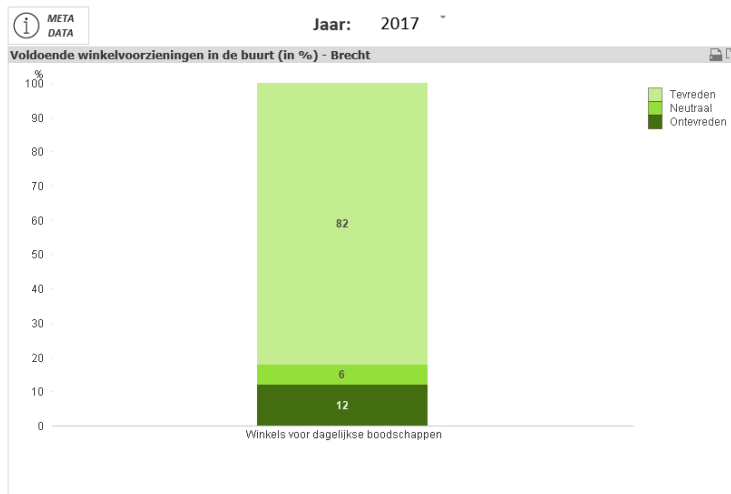
Door detailhandel te stimuleren in combinatie met andere functies, zoals wonen, worden beide functies versterkt. Beperkingen op detailhandel worden niet opgelegd, zolang de verwevenheid met andere functies gegarandeerd kan worden.

Monofunctionele detailhandelsgebieden zijn niet gewenst. De omvang van detailhandel (winkelvloeroppervlakte en totaal aanbod) is afhankelijk van het verzorgingsgebied. De uitbouw van het detailhandelsapparaat is op maat van de kern. Het winkelrijk perspectief wordt opgedeeld in 2 deelgebieden:

- afgebakend kernwinkelgebied;
- buurtwinkelgebied:
 - concentratie van gemengde functies;
 - wijkverzorgend;
 - sociale functie;
 - focus op detailhandel categorie 1 IHB (dagelijks aanbod).

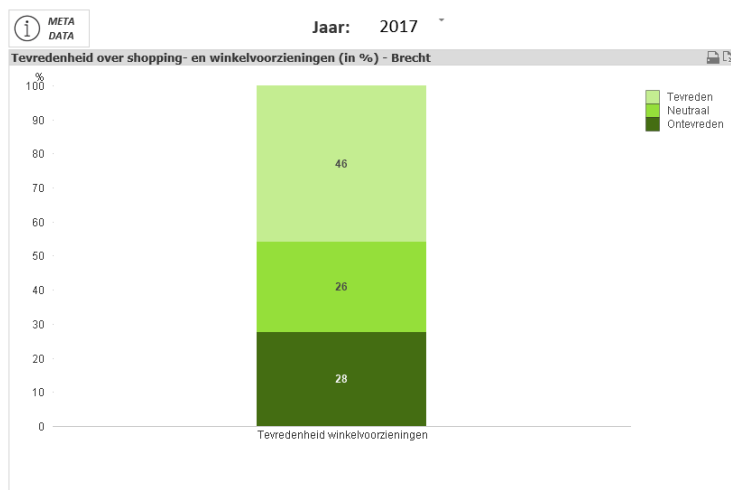
4 ANALYSE VAN DE VRAAG

4.1 Kwalitatieve analyse



De gemeentemonitor (2017) toont een hoge tevredenheid voor voldoende winkelvoorzieningen in de buurt voor dagelijkse boodschappen.

FIGUUR 13: BRON: GEMEENTEMONITOR VLAANDEREN



46% van de inwoners is tevreden over de shopping- en winkelvoorzieningen.

FIGUUR 14: BRON: GEMEENTEMONITOR VLAANDEREN

4.2 Kwantitatieve analyse

In de feitenfiche (provincies.incijfers.be) worden de kerncijfers voorgesteld die relevant zijn voor het voeren van een (boven-) lokaal detailhandelsbeleid in de gemeente.

Een belangrijk onderdeel zijn de koopstromen die ons ondersteunen om de dynamiek en de verplaatsingen van consumenten gerelateerd aan hun winkelgedrag in kaart te brengen:

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

Het lokaal koopgedrag van consumenten wordt mede bepaald door:

- verplaatsingsbereidheid;
- samenstelling van het winkelgebied (winkelvloeroppervlakte, aanwezigheid trekkers, voldoende aanwezigheid periodieke goederen en horeca);
- sfeer en gezelligheid;
- bereikbaarheid en parking;
- concentratie van winkels of winkeldichtheid.

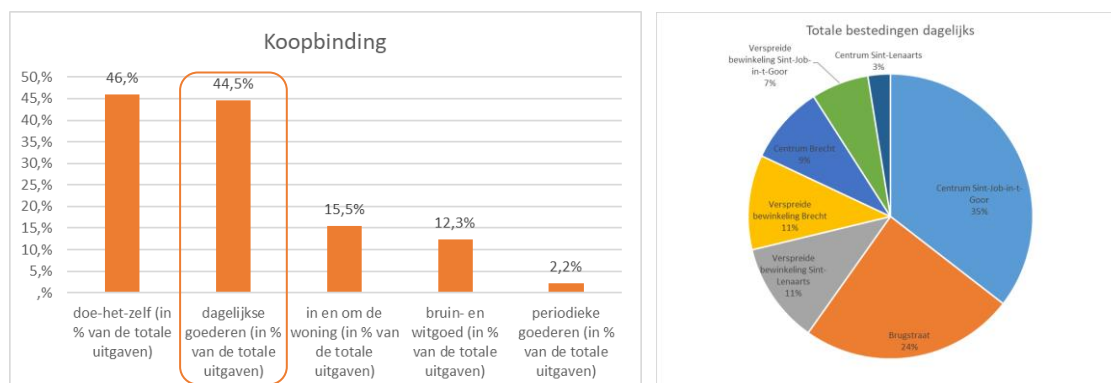
De koopvlucht en -binding zijn, wanneer we de bestedingen van de eigen inwoners bekijken, complementair en tellen samen op tot 100%. Met het mathematisch model RetailCompass berekenen we koopstromen voor vijf categorieën:

- dagelijkse goederen of convenience goods: goederen voor dagelijks gebruik die in hoge frequentie worden aangekocht. Voorbeelden zijn groenten, fruit, vlees, brood, geneesmiddelen, enz.
- periodieke goederen of shopping goods: goederen die met een zekere regelmaat worden aangekocht. Hierbij gaat de aankoper actief uitkijken naar gewenste kwaliteit, prijzen,... Voorbeelden hiervan zijn kledij, schoenen, boeken, kleinere huishoudartikelen, enz.
- bruin- en witgoed: dit zijn niet-alledaagse aankopen met een zekere invloed op het budget, voor deze aankopen wordt meer tijd uitgetrokken.;
- doe-het-zelf;
- in en om de woning.

4.2.1 Dagelijkse goederen

De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van Wuustwezel, Schilde, Brasschaat, Schoten en Malle (we tonen volgens belangrijkheid maximaal vijf gemeenten).

De inwoners van Brecht besteden 44,5% van het budget dagelijkse goederen in de eigen (koopbinding = 44,5%) en 55,5% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht = 55,5%). De inwoners van Brecht die (een deel van) hun budget dagelijkse goederen elders spenderen, gaan voornamelijk naar Schoten, Malle, Brasschaat, Antwerpen en Wuustwezel.



FIGUUR 15: BRON: RETAILSONAR

Centrum Sint-Job-in-'t-Goor is het winkelgebied waar de grootste omzet wordt gerealiseerd (35%). Centrum Brecht is goed voor 9% van de bestedingen, Centrum Sint-Lenaarts realiseert 3%.



De inwoners van Brecht zijn verantwoordelijk voor 44% van de totale bestedingen in dagelijkse goederen.

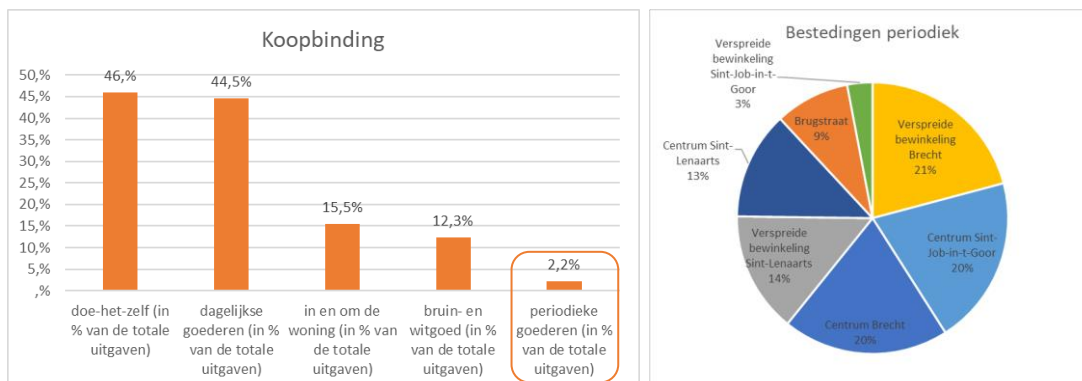
FIGUUR 16: BRON: RETAILSONAR

Voor dagelijkse goederen blijft het uitgangspunt dat het aanbod zich dicht bij de consument bevindt. Dit heeft een positief effect op duurzame mobiliteitsbewegingen en creëert opportuniteiten voor lokale detailhandelaars omwille van de frequentie van aankopen.

4.2.2 Periodieke goederen

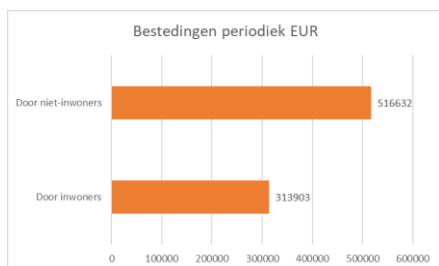
De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van Wuustwezel, Brasschaat, Antwerpen, Malle en Schoten (we tonen volgens belangrijkheid maximaal vijf gemeenten).

De inwoners van Brecht besteden 2,2% van het budget periodieke goederen in de eigen (koopbinding = 2,2%) en 97,8% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht = 97,8%). De inwoners van Brecht die (een deel van) hun budget periodieke goederen elders spenderen, gaan voornamelijk naar Antwerpen, Schoten, Hoogstraten, Wijnegem en Brasschaat.



FIGUUR 17: BRON: RETAILSONAR

Verspreide bewinkeling in Brecht is het winkelgebied waar de grootste omzet wordt gerealiseerd (21%). Centrum Sint-Job-in-'t-Goor en Centrum Brecht zijn elk goed voor 20% van de bestedingen.



De inwoners van Brecht zijn verantwoordelijk voor 38% van de totale bestedingen in periodieke goederen. We stellen vast dat het huidige aanbod periodieke goederen een minimale koopattractie genereert. De ambitie van de gemeente bij de versterking van haar kernwinkelgebieden zal rekening houden met deze consumentenbeweging.

FIGUUR 18: BRON: RETAILSONAR

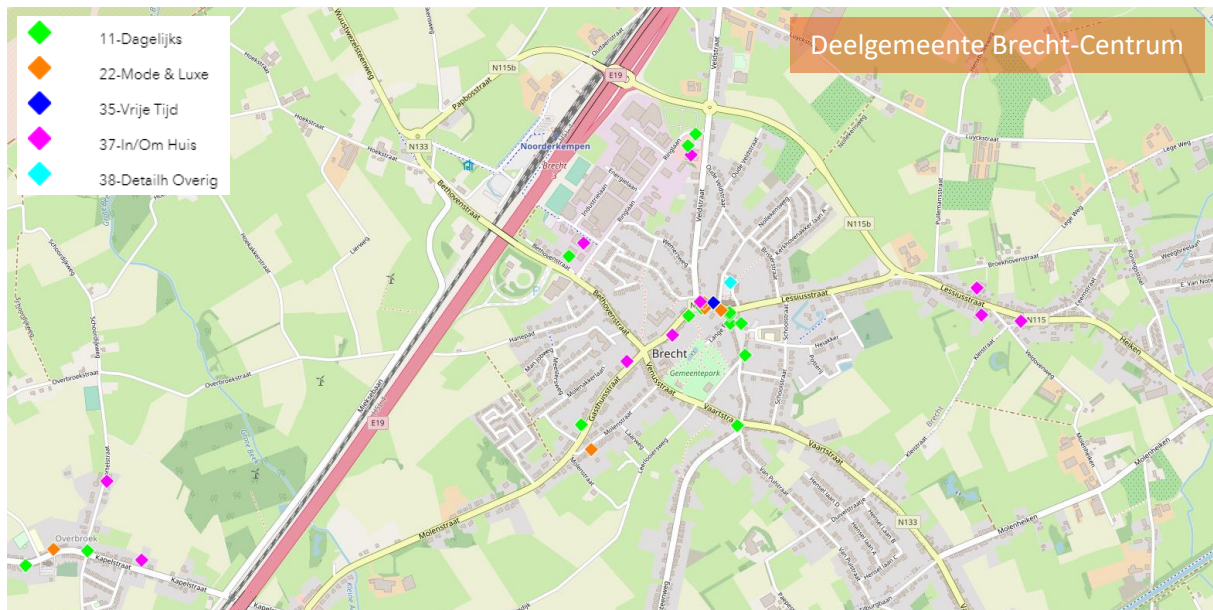
De lokale handelaars kunnen hun meerwaarde door specialisatie gepersonaliseerd aanbod en bereikbaarheid verbinden met de inwoners van de gemeente. Een bijkomend aanbod periodieke goederen in de kernwinkelgebieden kan de koopattractie versterken.

5 ANALYSE VAN HET AANBOD

5.1 Deelgemeente Brecht

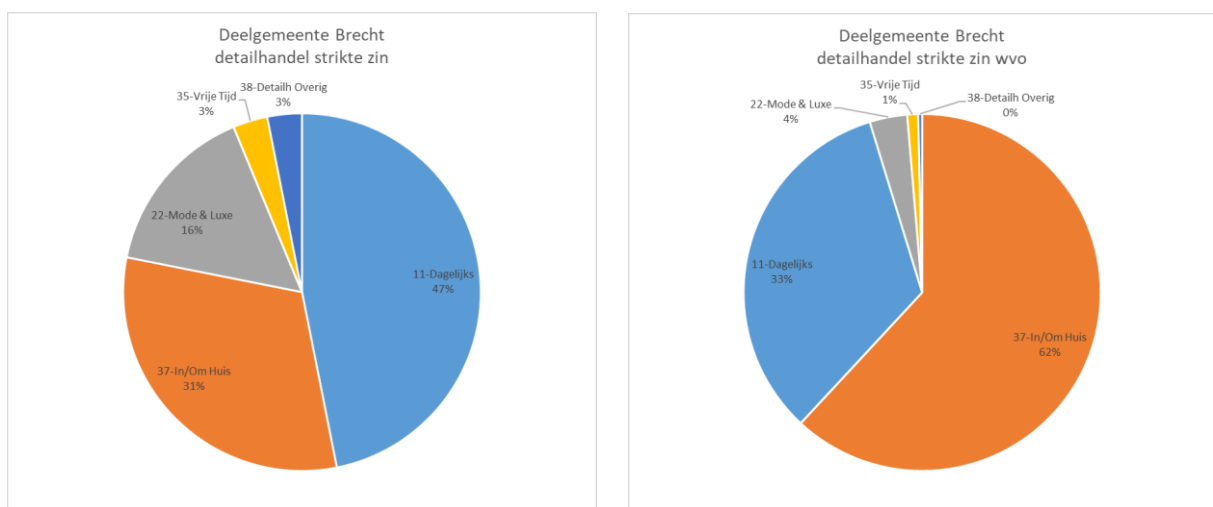
5.1.1 Analyse van de bestaande kleinhandelsstructuur Brecht-Centrum

Onderstaande kaart is een weergave van de winkelverkooppunten voor de deelgemeente Brecht-Centrum. Voor de berekening wordt enkel de kleinhandel s.s. (strikte zin) exclusief de leegstand in rekening genomen. Dit komt neer op de groepen '11-Dagelijks', '22-Mode & Luxe', '35-Vrije Tijd', '37-In/Om Huis' en '38-Detailhandel Overig' uit Locatus (controle op 11/2020).



FIGUUR 19: BRON: LOCATUS

De deelgemeente Brecht-Centrum telt 32 winkels goed voor een totale netto winkelvloeroppervlakte van 11.204m².

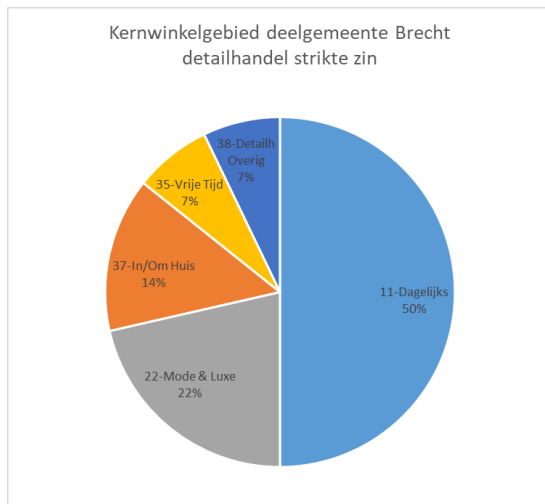


FIGUUR 20: BRON: LOCATUS

Het aanbod dagelijkse goederen vertegenwoordigt een groot aandeel van de winkels en winkelvloeroppervlakte in de deelgemeente. De categorie mode & luxe is slechts beperkt aanwezig, dit geldt eveneens voor de overige deelgemeenten.

Voor de deelgemeente Brecht-Centrum bevinden 44% van de winkels zich in het huidige kernwinkelgebied. Deze vertegenwoordigen 9% van de totale netto winkelvloeroppervlakte.

Het grootste aandeel zijn winkels in dagelijkse goederen met een aandeel van 50% in de kern. Voor de categorie mode & luxe vinden we 3 winkels goed voor 22% van het aanbod.

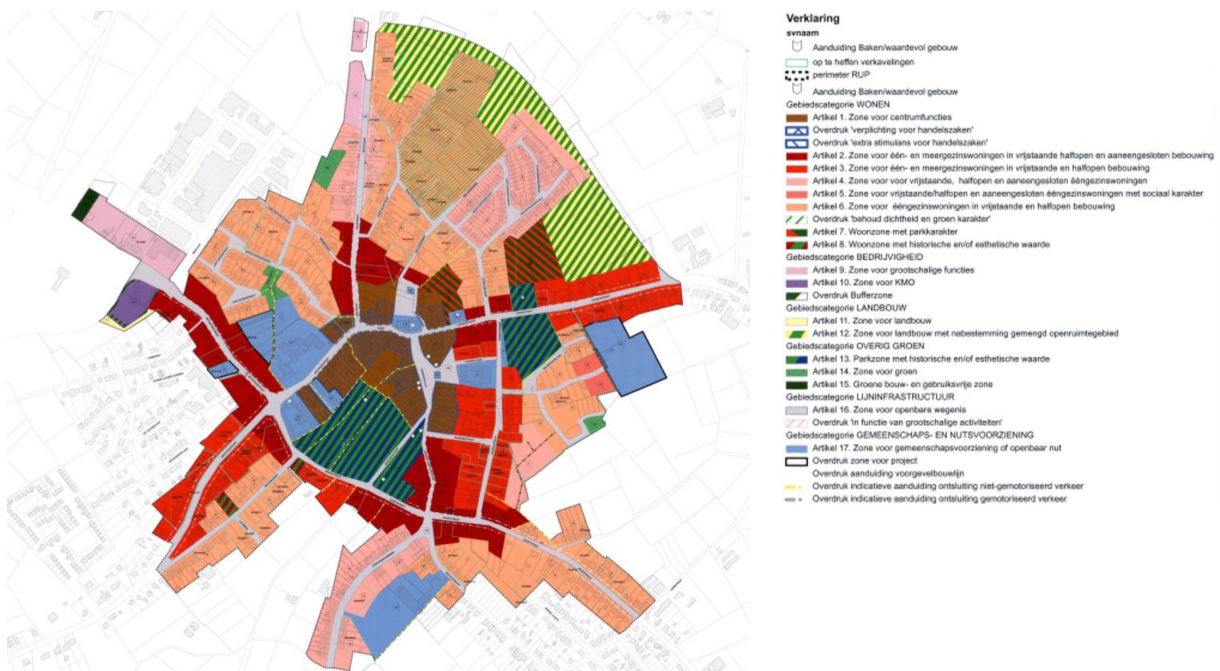


FIGUUR 21: BRON: LOCATUS

5.1.2 RUP Brecht centrum (2011)

De bestemming van een perceel is in eerste instantie bepaald in het gewestplan maar voor de deelgemeente Brecht later verfijnd door middel van gemeentelijke ruimtelijke uitvoeringsplannen.

5.1.2.1 Plan



FIGUUR 22: BRON: GRONTMIJ

5.1.2.2 Stedenbouwkundige voorschriften

Artikel 1: zone voor centrumfuncties



Deze zone is bestemd voor centrumfuncties waaronder kleinhandel, horeca, kantoren en diensten.

Om de samenhang te versterken dienen in het kernwinkelgebied rond de Gemeenteplaats - Biest op de gelijkvloerse verdieping verplicht handelsactiviteiten plaats te vinden (eventueel gekoppeld met de bovenliggende verdieping).

In het gebied er rond kunnen (maar moeten geen) handelsactiviteiten plaatsvinden op de gelijkvloerse verdieping eventueel gekoppeld met de bovenliggende verdieping.



In de gebieden die zijn aangeduid als verplichting handelszaken is de gelijkvloerse verdieping van het hoofdgebouw enkel bestemd voor kleinhandel en horeca.



In de gebieden die zijn aangeduid als extra stimulans handelszaken kunnen (maar moeten geen) handelsactiviteiten op de gelijkvloerse verdieping voorzien worden.

Artikel 9: zone voor grootschalige functies



De zone is bestemd voor grootschalige functies waaronder kleinhandel en horeca.

Onder grootschalige kleinhandel wordt detailhandel bedoeld die een handelsruimte nodig hebben waarvan de bruto vloeroppervlakte minimum 800 m² bedraagt. Het gaat om voorzieningen die behoefte hebben aan een grote (verkoop) oppervlakte, die sterk wagengebonden zijn en die moeilijk inpasbaar zijn in het centrum om eerder genoemde redenen.

De minimale verkoopsoppervlakte wordt opgelegd om te vermijden dat kleinere winkels met hoofdaandeel in textiel en/of schoenen zich hier vestigen: deze horen thuis in zone 1 (zone voor centrumfuncties). Onder kleinhandel met productie wordt bijvoorbeeld bedoeld een autogarage met werkplaats en toonzaal of schrijnwerkerij met toonzaal.

De vestiging van Aldi (Locatus groep 11-Dagelijks, netto wvo 1.205 m²) valt binnen de zone met alternatieve bestemming grootschalige functies.

5.1.2.3 Geactualiseerde beleidsvisie

Het aanbod kleinhandel binnen de zones voor grootschalige functies zal worden beperkt en de categorieën 1 en 2 worden uitgesloten. Voor de categorieën 3 & 4 gelden volgende ruimtelijke ontwikkelingsperspectieven:

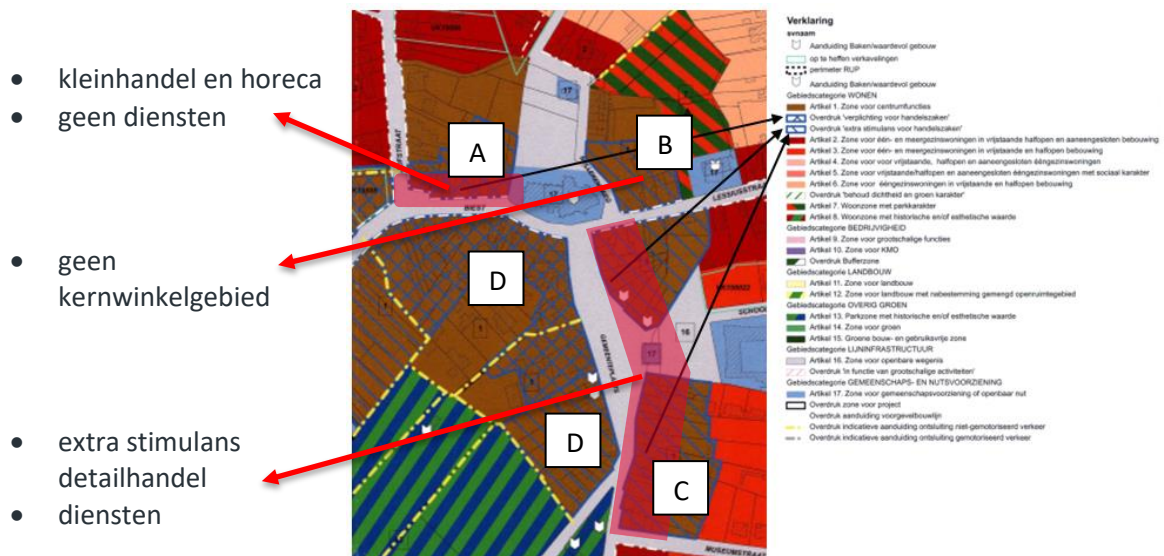
- in het afgebakende kernwinkelgebied ter ondersteuning van de branchemix;
- in de gedefinieerde zones voor grootschalige detailhandel.

Op perceelsniveau, en zeker in de ontwikkeling van een concentratie van detailhandel in de cluster komen dezelfde ontwerpprincipes terug naar voor:

- groen-blaauwe dooradering, doorzichten naar het landschap en eventuele groenbuffers, groenaanplantingen op het terrein zelf;
- aandacht voor de architecturale kwaliteit van de gebouwen (met eenheid qua inrichting van buitenruimte, meubilair, reclame, enz.);
- geconcentreerde in- en uitritten, gecombineerde parkeergelegenheid (liefst nog ondergronds of op het dak, wat het ruimtelijk rendement sterk verhoogt);
- scheiding van bezoekersstromen met laden en lossen;
- veilige oplossingen voor voetgangers, fietsers en gebruikers van het openbaar vervoer.

De gemeente treedt hier op als regisseur en wordt in dit beleid gesteund door de Vlaamse en provinciale visie rond kernversterking.

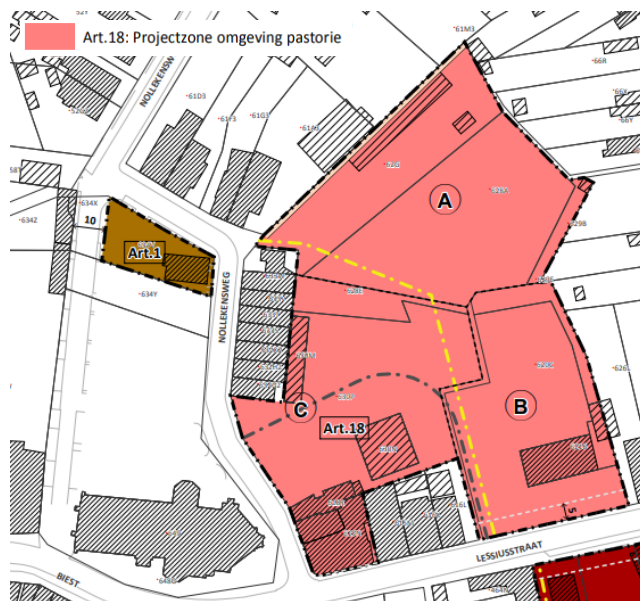
Voor de afbakening van het kernwinkelgebied wordt verwezen naar hoofdstuk 7:



- | | |
|---|---|
| A | verfijning zone kernwinkelgebied (beleidsvisie) |
| B | geen kernwinkelgebied (beleidsvisie) |
| C | verfijning zone kernwinkelgebied (beleidsvisie) |
| D | verfijning zone kernwinkelgebied (beleidsvisie + voorontwerp RUP Lange Pad) |

5.1.3 RUP Nollekens (2016)

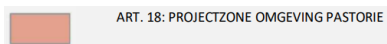
5.1.3.1 Plan



FIGUUR 23: BRON: SWECO

5.1.3.2 Stedenbouwkundige voorschriften

Artikel 18: projectzone omgeving pastorie



In deelzone B zijn aanvullend onder meer handel, horeca, kantoren en diensten toegelaten. In deelzone C is aanvullend ook grootschalige detailhandel toegelaten.

Grootschalige kleinhandel binnen het RUP wordt als volgt gedefinieerd: detailhandel die een handelsruimte genoodzaakt waarvan de netto handelsoppervlakte minimum 800 m² bedraagt. Het gaat om voorzieningen die behoefte hebben aan een grote (verkoops)oppervlakte en die als trekker kunnen fungeren voor de andere detailhandel.

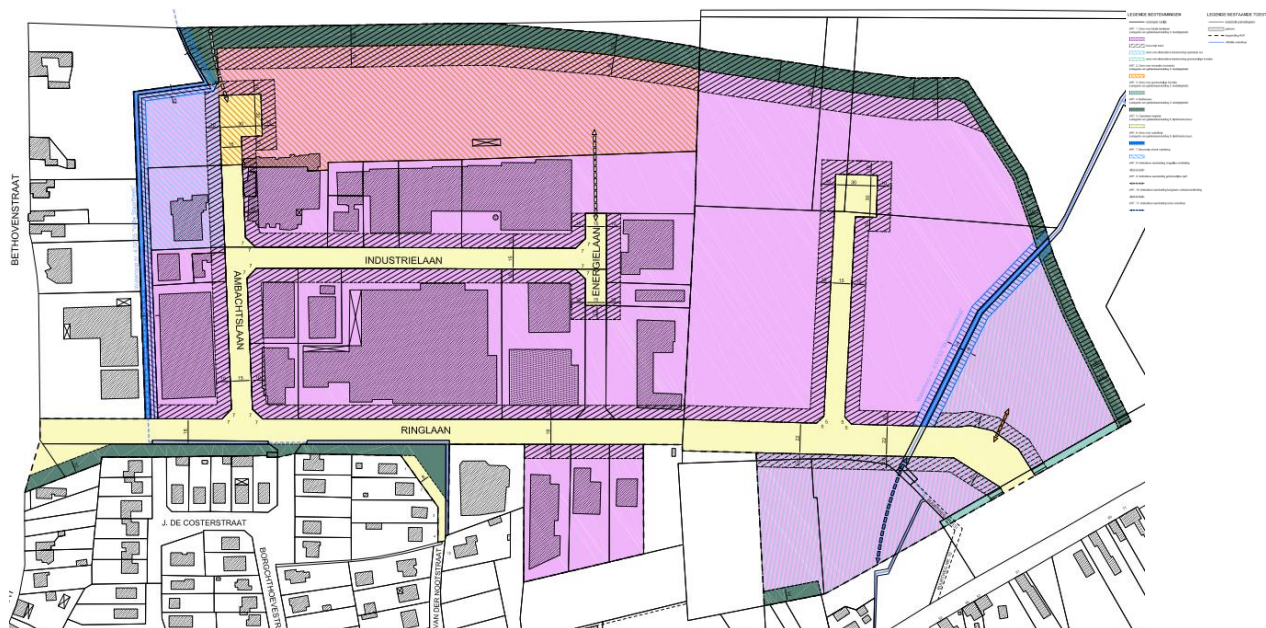
5.1.3.3 Geactualiseerde beleidsvisie

Deelzone C zal geen deel uitmaken van de toekomstige kernaafbakening. Grootschalige detailhandel binnen de categorieën 3 en 4 ontwikkelt zich in de door de gemeente vooropgestelde zones voor grootschalige detailhandel.

Voor de afbakening van het kernwinkelgebied wordt verwezen naar hoofdstuk 7.

5.1.4 RUP De Ring (2011)

5.1.4.1 Plan



FIGUUR 24: BRON: IGEAN DIENSTVERLENING

5.1.4.2 Stedenbouwkundige voorschriften

Grootschalige kleinhandel wordt binnen het RUP als volgt gedefinieerd: detailhandel die een handelsruimte nodig heeft waarvan de vloeroppervlakte minimaal 800m² bedraagt, het gaat hier m.a.w. om voorzieningen die behoefte hebben aan een grote (verkoop) oppervlakte, die sterk wagengebonden zijn en die moeilijk inpasbaar zijn in het centrum om eerder genoemde redenen.

Artikel 1: zone voor lokale bedrijven

ART. 1: Zone voor lokale bedrijven
(categorie van gebiedsaanduiding 2: bedrijvigheid)



Louter kleinhandel is als hoofdactiviteit niet toegelaten in de zone voor bedrijvigheid.

Gemeenschappelijke en complementaire voorzieningen zijn toegelaten in zoverre deze noodzakelijk zijn voor de bedrijfsvoering en/of inherent aan het functioneren van een lokaal bedrijventerrein. Deze voorzieningen kunnen o.a. beperkte toonzalen omvatten die gekoppeld zijn aan de hoofdactiviteit van de bedrijven (deze activiteiten mogen geen intensieve loketfunctie hebben en mogen slechts een vloeroppervlakte beslaan die 20% bedraagt van de totale vloeroppervlakte op het perceel).

Volgende kleinhandelszaak valt binnen de zone voor bedrijvigheid:

- Meubleta (Locatus groep 37-In/Om Huis), netto wvo 2.552 m²;

Meubleta valt onder categorie 4 van het decreet IHB.

De activiteit van detailhandel is hier zonevremd.

 zone met alternatieve bestemming grootschalige functies

In de zone die op het grafisch plan aangeduid is als zone met alternatieve bestemming grootschalige functies kan naast de hoofdbestemmingen vermeld onder paragraaf 1.1.1 onder meer ook de functie grootschalige kleinhandel als hoofdbestemming worden toegestaan. De bruto vloeroppervlakte van deze functie moet minstens 800m² bedragen.

Volgende kleinhandelszaken vallen binnen de zone met alternatieve bestemming grootschalige functies:

- Okay (Locatus groep 11-Dagelijks), netto wvo 692 m²;
- Carrefour market (Locatus groep 11-Dagelijks), netto wvo 1.100 m²;
- Hubo (Locatus groep 37-In/Om Huis), netto wvo 1.846 m².

Okay en Carrefour market vallen onder categorie 1 van het decreet IHB. Hubo (doe-het-zelf) valt onder categorie 4.

5.1.4.3 Geactualiseerde beleidsvisie

Dagelijkse goederen en goederen binnen de categorie mode & luxe zijn niet per definitie wagengebonden. Deze winkels zijn naar winkelvloeroppervlakte en concept inpasbaar in het centrum en zorgen voor de versterking van het kernwinkelgebied.

Een grootschalig dagelijks aanbod moet worden afgestemd op het lokale verzorgingsgebied en multimodaal bereikbaar zijn. Het project mag geen significant negatieve impact hebben op de bestaande mobiliteitssituatie. Een impactanalyse zorgt voor bijkomende ondersteuning in de beoordeling van een vergunningsaanvraag. Ontwikkelingen met een bovengemeentelijke aantrekking worden in overleg met de betrokken gemeenten beoordeeld. De kern moet steeds prioritair onderzocht worden voor bijkomende ontwikkelingen.

Het aanbod kleinhandel binnen de zone met alternatieve bestemming grootschalige functies zal worden beperkt en de categorieën 1 & 2 zullen worden uitgesloten.

Op die manier wordt een ruimtelijk ad hoc beleid vermeden. De beperking van het aanbod heeft een sturend effect op zowel de ontwikkeling van het kernwinkelgebied als de mobiliteitsgeneratie.

5.1.5 RUP Lange Pad (voorontwerp)

Het RUP focust in eerste instantie op een aantal strategische inbreidingsgebieden in het centrum van Brecht. Op basis van voortschrijdend inzicht wordt de ruimtelijke visie voor deze gebieden verfijnd en bijgestuurd waarbij wordt ingespeeld op een verdere kernversterking.

5.1.5.1 Plan



FIGUUR 25: BRON: SWECO

5.1.5.2 Stedenbouwkundige voorschriften

Artikel 1: zone voor centrumfuncties



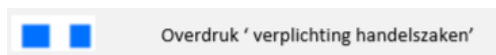
De zone is onder meer bestemd voor kleinhandel, horeca, kantoren en diensten.



In de gebouwen die gelegen zijn langs de Gasthuisstraat, Biest en de Gemeenteplaats en aangeduid zijn op het grafisch plan met een overdruk 'verplichting handelszaken' is het gelijkvloers enkel bestemd voor kleinhandel en/of horeca.

Artikel 2: projectzones

De zone is onder meer bestemd voor kleinhandel, horeca, kantoren en diensten.



In de gebouwen die gelegen zijn langs de Gasthuisstraat, Biest en de Gemeenteplaats en aangeduid zijn op het grafisch plan met een overdruk 'verplichting handelszaken' is het gelijkvloers enkel bestemd voor kleinhandel en/of horeca.

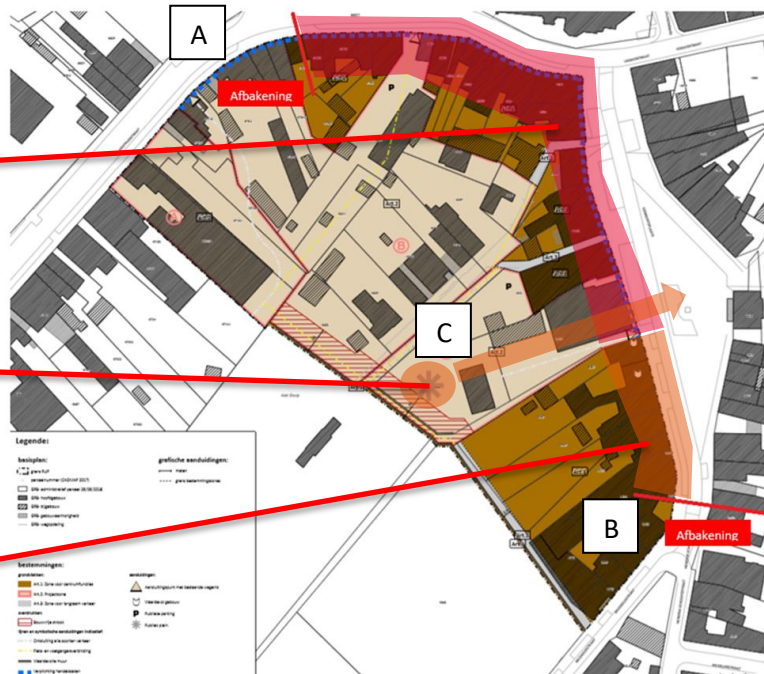
5.1.5.3 Geactualiseerde beleidsvisie

De overdrukzone voor verplichting handelszaken wordt herzien binnen de afbakening van het kernwinkelgebied (hoofdstuk 7).

- kleinhandel en horeca
- geen diensten

- horeca impuls richting gemeenteplaats

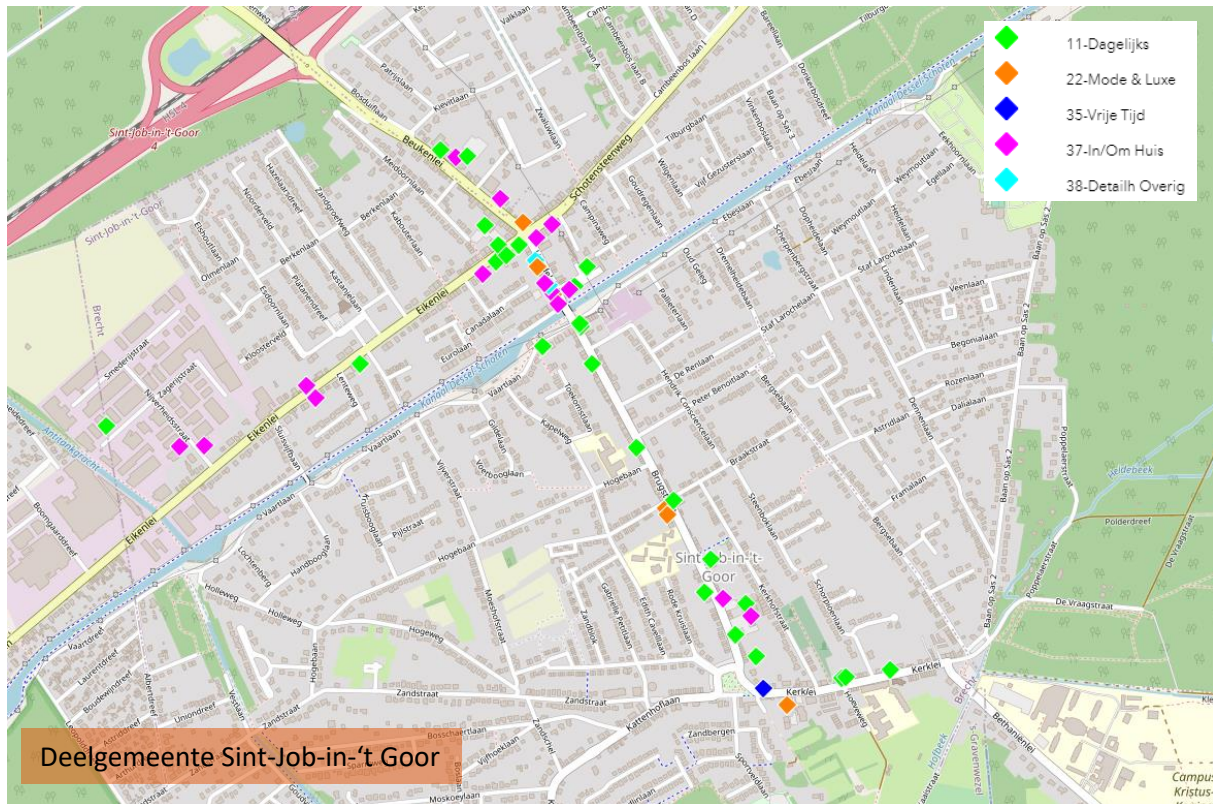
- kleinhandel en horeca
- diensten



- | | |
|---|--|
| A | aanpassing zone voor verplichting handelszaken |
| B | voorstel kernaafbakening |
| C | ontwikkeling van duurzame horeca wordt gestimuleerd op de gemeenteplaats |

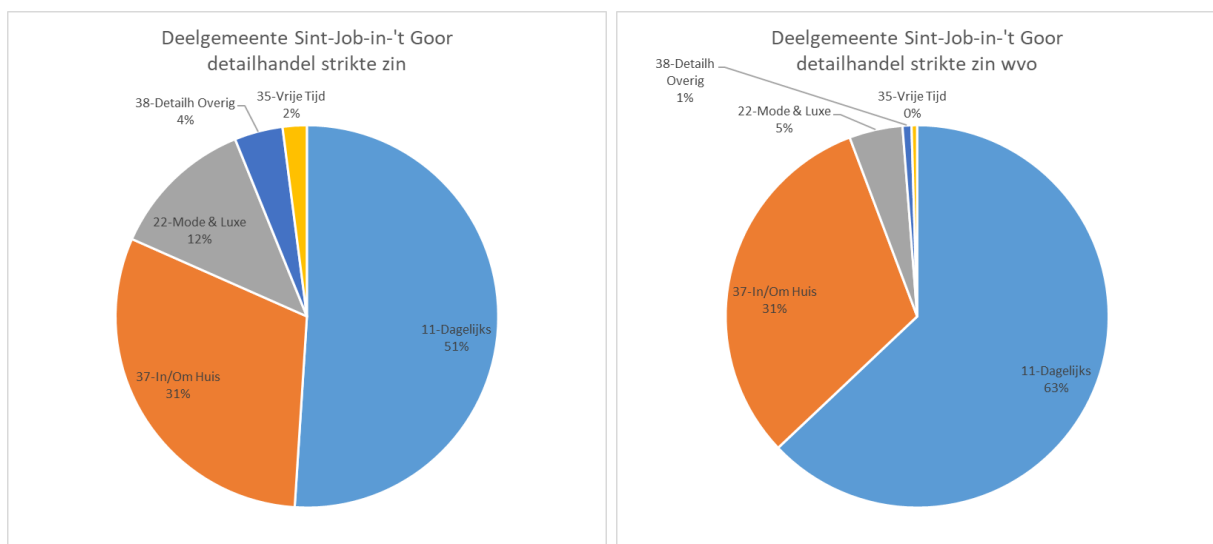
5.2 Deelgemeente Sint-Job-in-'t Goor

5.2.1 Analyse van de bestaande kleinhandelsstructuur Sint-Job-in-'t Goor



FIGUUR 26: BRON: LOCATUS CONTROLE 11/2020.

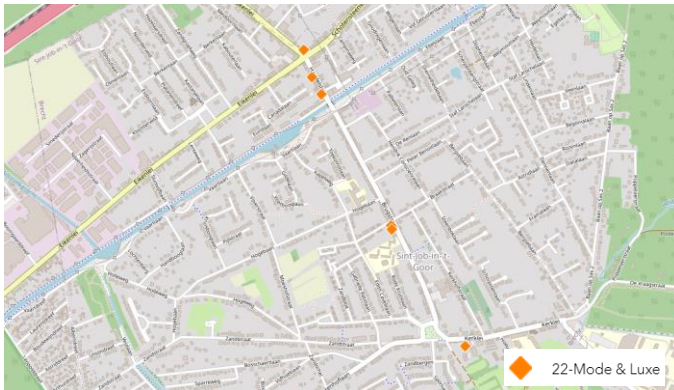
49 handelspanden vertegenwoordigen 12.626 m² netto winkelvloeroppervlakte.



FIGUUR 27: BRON: LOCATUS

Het dagelijks aanbod kent het grootste aantal winkelverkooppunten, gevolgd door het aanbod In/Om Huis.

De categorie Mode & Luxe bepaalt het shoppingkarakter van de deelgemeente en bedraagt 12% van het winkelaanbod. De totale netto wvo voor de categorie Mode & Luxe bedraagt 5%.



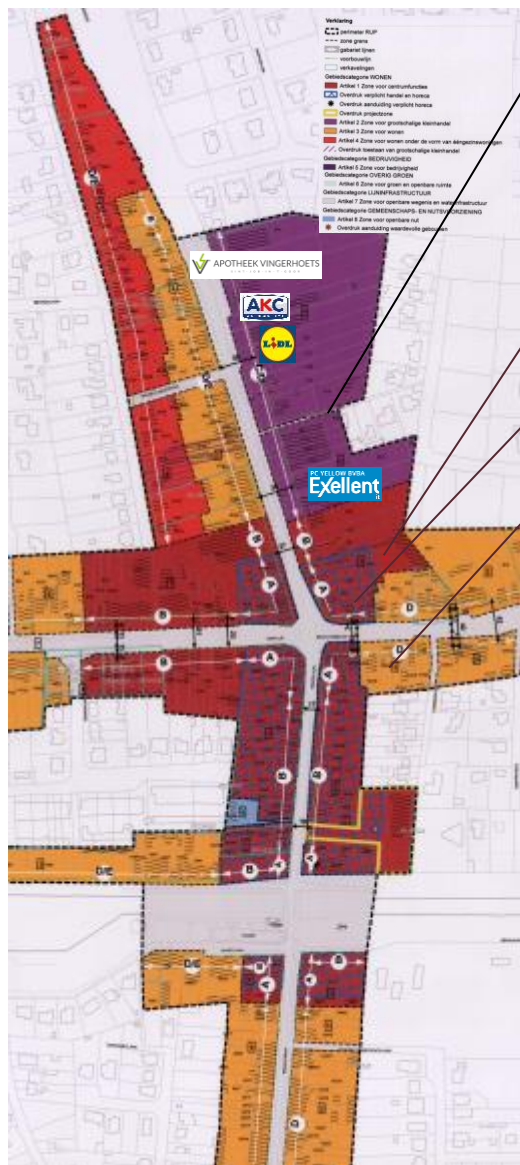
FIGUUR 28: BRON: LOCATUS

NAAM	STRAAT	HUISNR	WINKELGEBIED	GROEP	BRANCHE	WVO
Oxfam Fairtrade	Kerklei	18	Verspreide bewinkeling Sint-Job-in-t-Goor	22-Mode & Luxe	22.070.264-Cadeau-Art	45
CARAMEL	Brugstraat	93	Brugstraat	22-Mode & Luxe	22.050.453-Schoenen	168
IDEFIX	Handelslei	3	Centrum Sint-Job-in-t-Goor	22-Mode & Luxe	22.040.135-Damesmode	123
SUITS direct	Handelslei	27	Centrum Sint-Job-in-t-Goor	22-Mode & Luxe	22.040.216-Herenmode	108
STEEGMANS	Beukenlei	2	Centrum Sint-Job-in-t-Goor	22-Mode & Luxe	22.060.770-Optiek	50
BONUCCI BOUTIQUE	Brugstraat	91	Brugstraat	22-Mode & Luxe	22.040.135-Damesmode	75
6						569

FIGUUR 29: BRON: LOCATUS

5.2.2 RUP Dorpsassen Sint-Job – herziening

5.2.2.1 Voorschriften



Artikel 2 Zone voor grootschalige detailhandel:

NAAM	GROEP	BRANCHE	WVO
Lidl	11-Dagelijks	11.010.519-Supermarkt	1110
Exellent IT	37-In/Om Huis	37.150.130-Computers	262
Vingerhoets	11-Dagelijks	11.020.024-Apotheek	220
AKC AUTOMOTIVE	37-In/Om Huis	37.160.039-Automaterialen	172
Total	45-Transp&Brand	45.205.528-Tankstation	30
puur STRIJKATELIER	65-Diensten	65.290.960-Dienstencheque	30

Artikel 1 Zone voor centrumfuncties waaronder kleinhandel.

1.1.2 Overdruk 'verplicht handel en horeca'



Artikel 3 Zone voor wonen: de zone is bestemd voor wonen onder de vorm van één- en meergezinswoningen, en complementaire en ondergeschikte nevenfuncties waaronder kantoren en diensten.

FIGUUR 30: BRON: GEMEENTE BRECHT

De definitie van kleinhandel overeenkomstig het RUP:

- grootschalige kleinhandel: het gaat om voorzieningen die behoefte hebben aan een grote (verkoops)oppervlakte, die sterk wagengebonden zijn en die moeilijk inpasbaar zijn in het centrum om eerder genoemde redenen;
- kleinschalige kleinhandel: detailhandel die een kleine handelsruimte genoodzaakt en centrumgebonden is.

De aangeduide zone voor grootschalige detailhandel (Artikel 2) kent volgens de definitie geen grootschalige invulling.

Het RUP voorziet een overdrukzone waar handel en horeca verplicht zijn. Belangrijke indicatoren die de gezondheid en de beleving van de overdrukzone in kaart brengen zijn de commerciële- en winkeldichtheid. Deze worden geëvalueerd bij de afbakening van het kernwinkelgebied.

5.2.2.2 Grootschalige detailhandel



FIGUUR 31: BRON: GEMEENTE BRECHT

Het RUP (artikel 2) bepaalt dat de zone bestemd is voor wonen en grootschalige kleinhandel. Onder grootschalige kleinhandel wordt kleinhandel bedoeld die behoefte hebben aan een grote (verkoop) oppervlakte, die sterk wagengebonden zijn en die moeilijk inpasbaar zijn in het centrum om eerder genoemde redenen. Winkels met hoofdaandeel in textiel en/of schoenen horen thuis in zone 1. De netto handelsoppervlakte per handelszaak dient kleiner te zijn dan 1000m² en groter dan 400m².



FIGUUR 32: BRON: GEMEENTE BRECHT

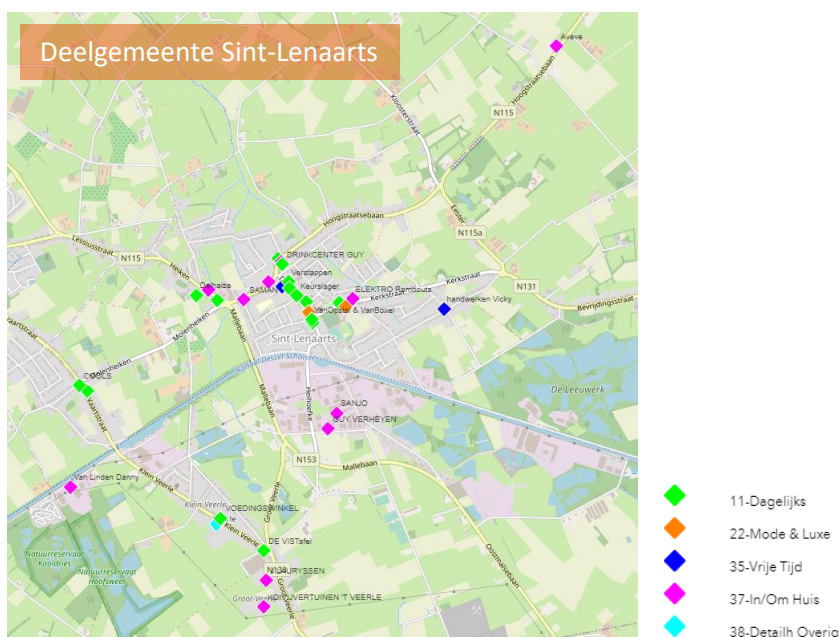
Het RUP (artikel 4.2.8) stelt dat op basis van de bestaande toestand en bestaande bouwaanvragen in deze zone grootschalige kleinhandelszaken worden toegestaan.

Toch zijn deze minder wenselijk in de woonzones en zouden deze in de toekomst beter georganiseerd worden in de zone voor grootschalige kleinhandel. Om aan de huidige uitbreidingsvraag te voldoen worden er beperkte mogelijkheden gecreëerd. Naar de toekomst toe is het de bedoeling om na de stopzetting van de handelsactiviteiten deze zones terug te gebruiken als tuinzones, als collectieve groenzone of als publieke parking.

Grootschalige kleinhandel moet complementair zijn met de kleinhandel in het traditioneel centrum. De kleinhandelsconcentratie vult het aanbod van het traditionele winkelcentrum aan. De clusterzone voor grootschalige detailhandel (Beukenlei) is bestemd voor ruimtebehoevende detailhandel binnen de categorieën 3 & 4 van het decreet IHB. In deze categorieën ontwikkelen zich kleinhandelsactiviteiten die omwille van de aard en presentatie van de verkochte goederen op het vlak van afmetingen of volume (niet-draagbaar karakter) nood hebben aan een specifieke ruimtelijk invulling. Deze categorieën zijn niet per definitie grootschalig en bieden ook kleinschalige concepten met verweefbaarheid in de kern.

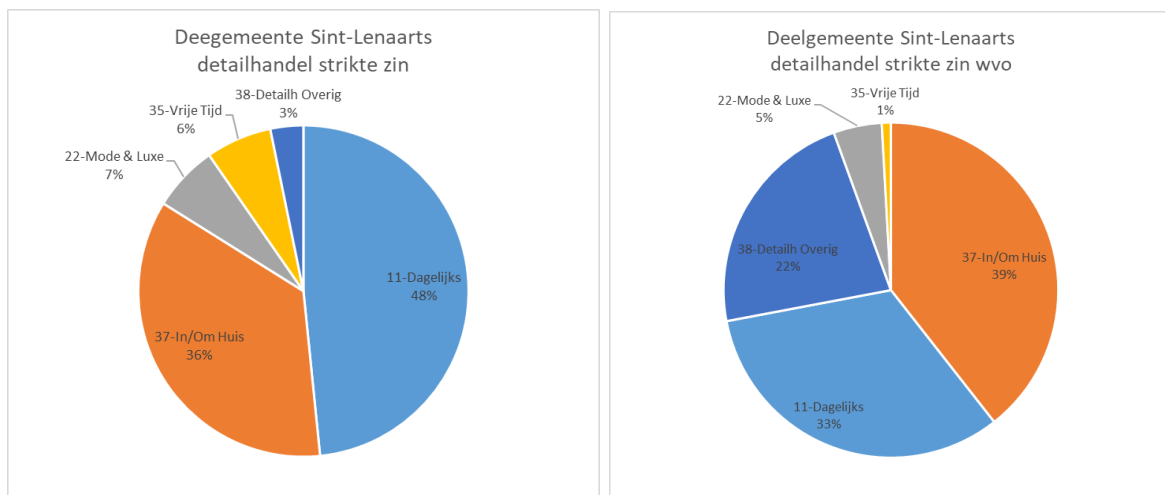
De verschijningsvorm en organisatie van de clusters moeten het ruimtelijk en economisch functioneren ervan optimaliseren. Gedeeld ruimtegebruik, duurzaamheid en verweving zijn leidende principes voor de inrichting.

5.3 Deelgemeente Sint-Lenaarts



FIGUUR 31: BRON: LOCATUS

31 handelspanden vertegenwoordigen 7.406 m² netto winkelvloeroppervlakte.


FIGUUR 32: BRON: LOCATUS

Het shopping-aanbod vertegenwoordigt 7% van het aanbod detailhandel strikte zin (5% wvo).

NAAM	STRAAT	HUISNR	WINKELGEBIED	GROEP	BRANCHE	WVO
MARREL	Kerkstraat	11	Verspreide bewinkeling Sint-Lenaarts	22-Mode & Luxe	22.050.453-Schoenen	256
Paspop Up	Dorpsstraat	36	Centrum Sint-Lenaarts	22-Mode & Luxe	22.040.135-Damesmode	90
2						346

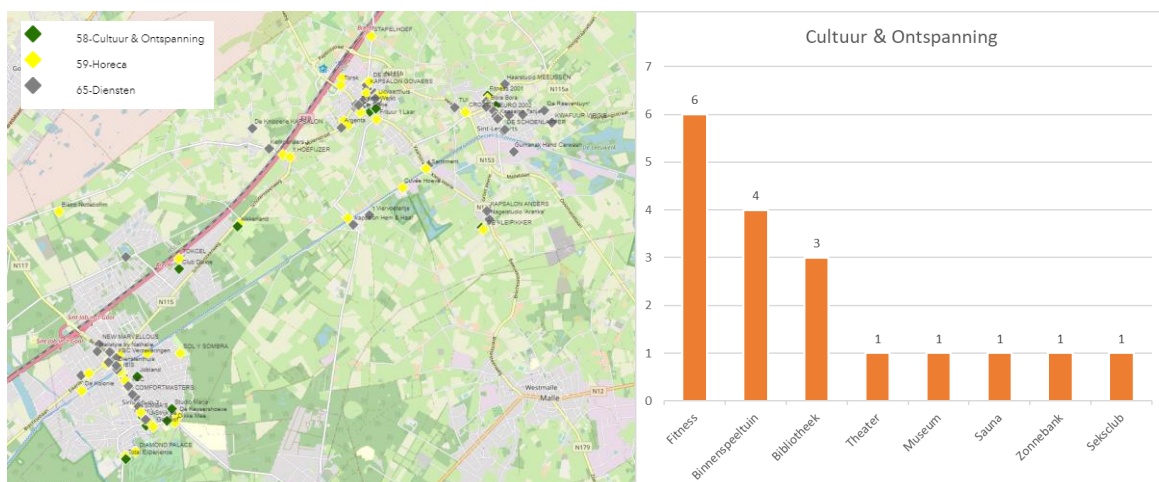
FIGUUR 33: BRON: LOCATUS – MODE & LUXE

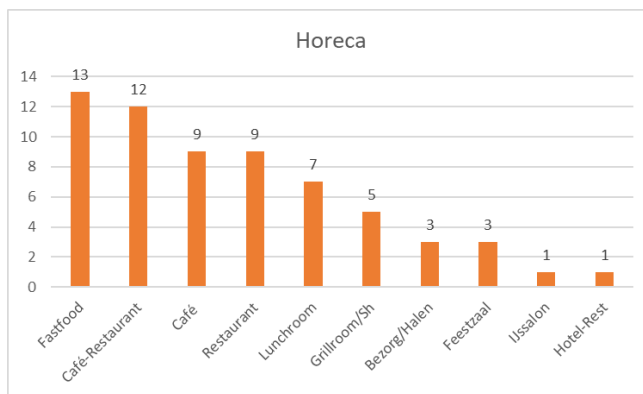
5.4 Wekelijkse markten

De gemeente kent 2 wekelijkse markten:

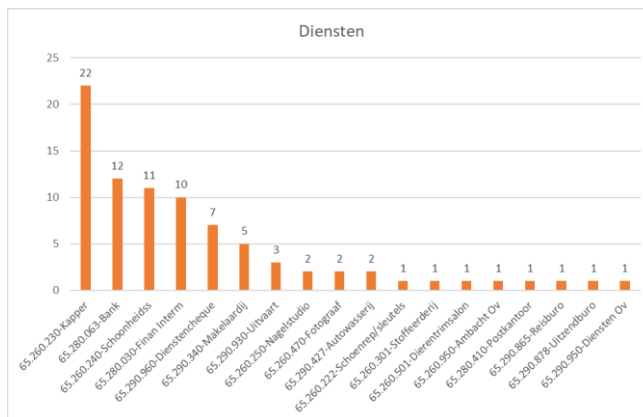
- Markt Sint-Job-in-'t-Goor: elke woensdagnamiddag op het Max Wildiersplein in Sint-Job-in-'t-Goor, dit is een lokale gemengde markt met een 20-tal kramen met een mooi assortiment in voedingskramen maar ook kleding, kousen, planten en lederwaren;
- Markt Sint-Lenaarts: elke donderdagvoormiddag in de Kerkstraat, op deze markt staan marktkramers die van generatie op generatie wekelijks hun waren aan de man brengen. Deze markt is één van de mooiste markten uit de Noorderkempen met een 70-tal vaste markthandelaars die een ruim assortiment aan producten vertegenwoordigen.

5.5 Cultuur en ontspanning, horeca en diensten


FIGUUR 34: BRON: LOCATUS



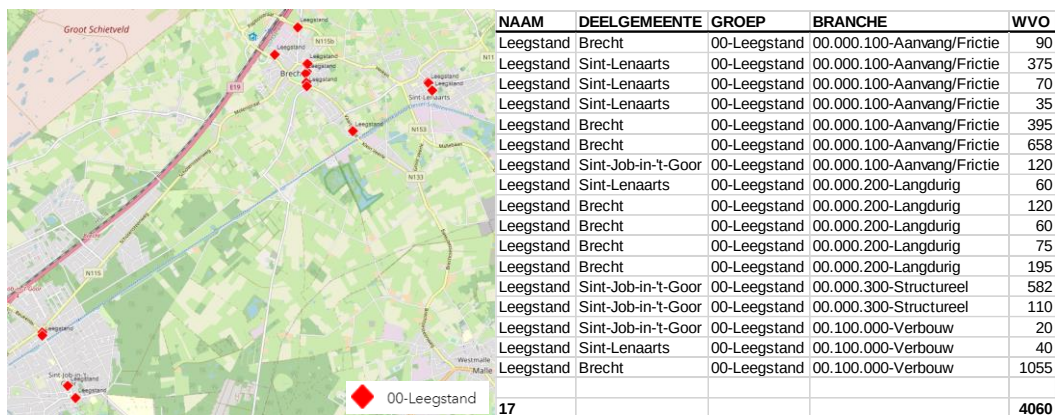
38% van het horeca aanbod bevindt zich in de deelgemeente Brecht, 37% in Sint-Job-in-'t-Goor en 25% in Sint-Lenaarts.



Kappers zijn sterk vertegenwoordigd in het aanbod diensten, gevolgd door banken en schoonheidssalons.

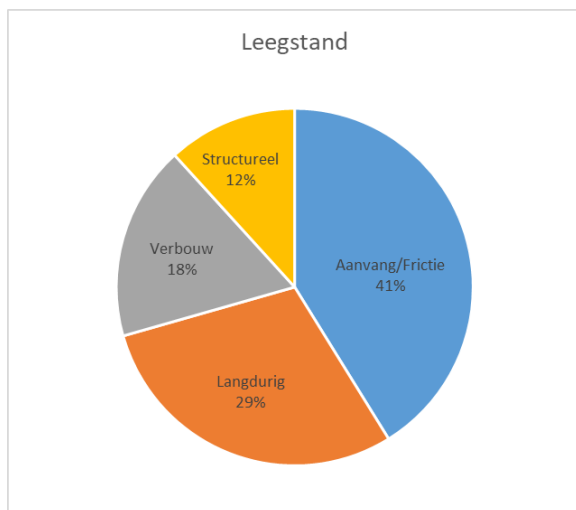
FIGUUR 35: BRON: LOCATUS

5.6 Leegstand



FIGUUR 36: BRON: LOCATUS

17 leegstaande handelspanden vertegenwoordigen 4060m² netto wvo.

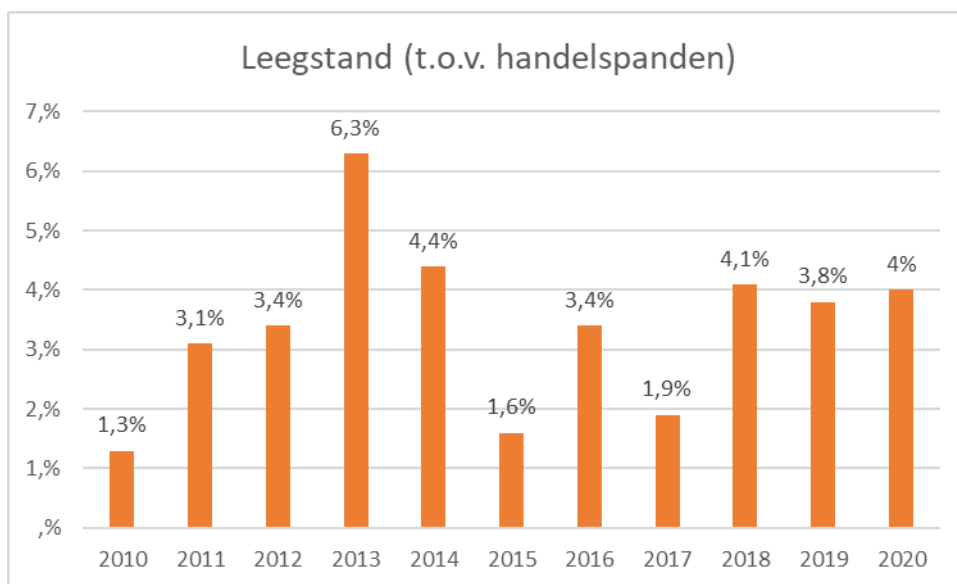


Leegstand wordt onderverdeeld in vier categorieën:

- aanvang/frictie: leegstand tot 1 jaar;
- langdurig: tussen de 1 en 3 jaar;
- structureel: langer dan 3 jaar;
- verbouw.

FIGUUR 37: BRON: LOCATUS

47% van de leegstaande handelspanden concentreert zich in de deelgemeente Brecht, 29% in Sint-Lenaarts en 24% in Sint-Job-in-'t-Goor.



FIGUUR 40: BRON: LOCATUS

De verhouding leegstand in percentage t.o.v. alle handelspanden bedraagt 4% (provincie Antwerpen = 10,8%).

6 MAATSTAVEN TER ONDERSTEUNING VAN HET INTEGRAAL HANDELSVESTIGINGSBELEID

6.1 Het creëren van duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel, met inbegrip van het vermijden van ongewenste kleinhandelslinten

Bij de interpretatie van deze doelstelling worden volgende basisprincipes in beschouwing genomen:

- maximale concentratie van activiteiten;
- maximaal hergebruik van ruimte;
- vermijden van ongewenste kleinhandelslinten;
- vermijden van kleinhandel in specifiek voor economische activiteiten bestemde ruimte.

De zone voor ambachtelijke bedrijven en kmo's Kloosterveld omvat 3 winkels met een totale netto winkelvloeroppervlakte van 346m²:

NAAM	FORMULE	GROEP	HOOFDBRANCHE	BRANCHE	WVO
Van Wouwe	(Zelfst/nvt)	37-In/Om Huis	37.180-Wonen	37.180.635-Tegels	136
Aldera	(Zelfst/nvt)	37-In/Om Huis	37.170-Doe-Het-Zelf	37.170.102-Deur/Kozijn	90
Despert	(Zelfst/nvt)	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.477-Slijter	120
3					346

FIGUUR 41: BRON: LOCATUS - KLOOSTERVELD SINT-JOB-IN-'T-GOOR

Op de bedrijventerreinen Boudewijnstraat, D'Hoef en Groot Veerle is er een beperkt aanbod:

NAAM	FORMULE	GROEP	HOOFDBRANCHE	BRANCHE	WVO
De Kringwinkel	Kringwinkel	38-Detailh Overig	38.200-Detailhandel Overig	38.200.003-2Eh Diversen	1660
Van Linden Danny	(Zelfst/nvt)	37-In/Om Huis	37.180-Wonen	37.180.440-Keukens/Badk	200
GUY VERHEYEN	(Zelfst/nvt)	37-In/Om Huis	37.180-Wonen	37.180.440-Keukens/Badk	168
SANJO	(Zelfst/nvt)	37-In/Om Huis	37.180-Wonen	37.180.635-Tegels	150
J.LAURYSEN	(Zelfst/nvt)	37-In/Om Huis	37.170-Doe-Het-Zelf	37.170.102-Deur/Kozijn	100
5					2278

FIGUUR 42 BRON: LOCATUS

De bedrijvenzones zijn niet bestemd voor detailhandel (winkelarm). Toonzalen moeten in pandig zijn en in combinatie met de hoofdfuncties atelier, productie en herstelling.

Voor deelgemeente Brecht vertegenwoordigen 5 handelspanden 6.690m² winkelvloeroppervlakte buiten het kernwinkelgebied in verschillende zones voor grootschalige functies:

NAAM	FORMULE	GROEP	HOOFDBRANCHE	BRANCHE	WVO
meublela	(Zelfst/nvt)	37-In/Om Huis	37.180-Wonen	37.180.348-Meubelen	2552
Hubo	Hubo BE	37-In/Om Huis	37.170-Doe-Het-Zelf	37.170.096-Bouwmarkt	1846
ALDI	ALDI	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.519-Supermarkt	1205
Carrefour market	Carr market	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.519-Supermarkt	1100
OKay	OKay	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.519-Supermarkt	692
5					7395

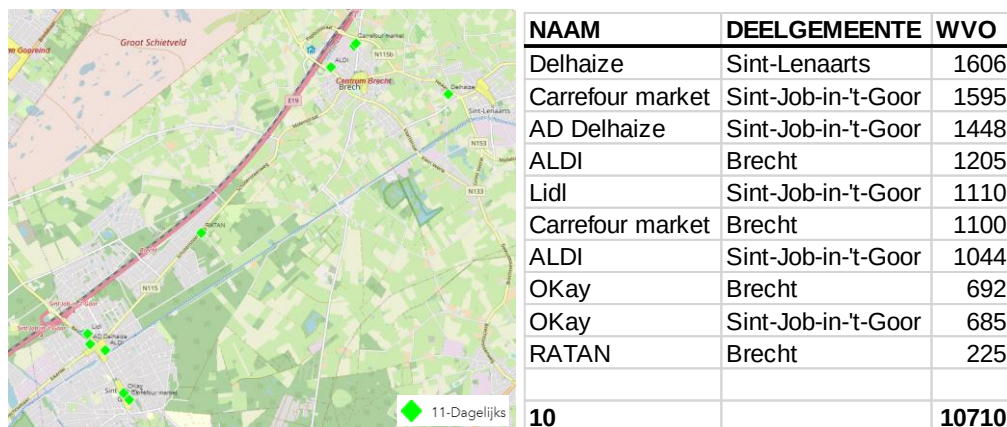
FIGUUR 43: BRON: LOCATUS – DE RING BRECHT

Het grote aantal m²'s verhoogt de aantrekkingskracht van het aanbod. Het huidige kernwinkelgebied omvat 736m² netto wvo. Complementariteit van het perifere aanbod met de kern is essentieel voor de verdere ontwikkeling van het kernwinkelgebied.

Industriegebieden behouden hun specifieke economische activiteit.

6.2 Het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten

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



FIGUUR 44: BRON: LOCATUS - SUPERMARKTEN

Het supermarktaanbod is verspreid over de verschillende deelgemeenten.

De vestiging van Carrefour is verhuisd van het kernwinkelgebied van Brecht Centrum naar De Ring. Een nieuwe invulling van een dagelijks aanbod op deze locatie (of het kernwinkelgebied in het bijzonder) zal de kern bijkomende kansen bieden. De vestigingen van Carrefour market, Okay en Aldi in Brecht Centrum en Delhaize in Sint-Lenaarts zijn eerder autogericht. Matheussen sluit meer aan bij de woonkern van Sint-Job-in-'t-Goor en focust op een lokaal aanbod.

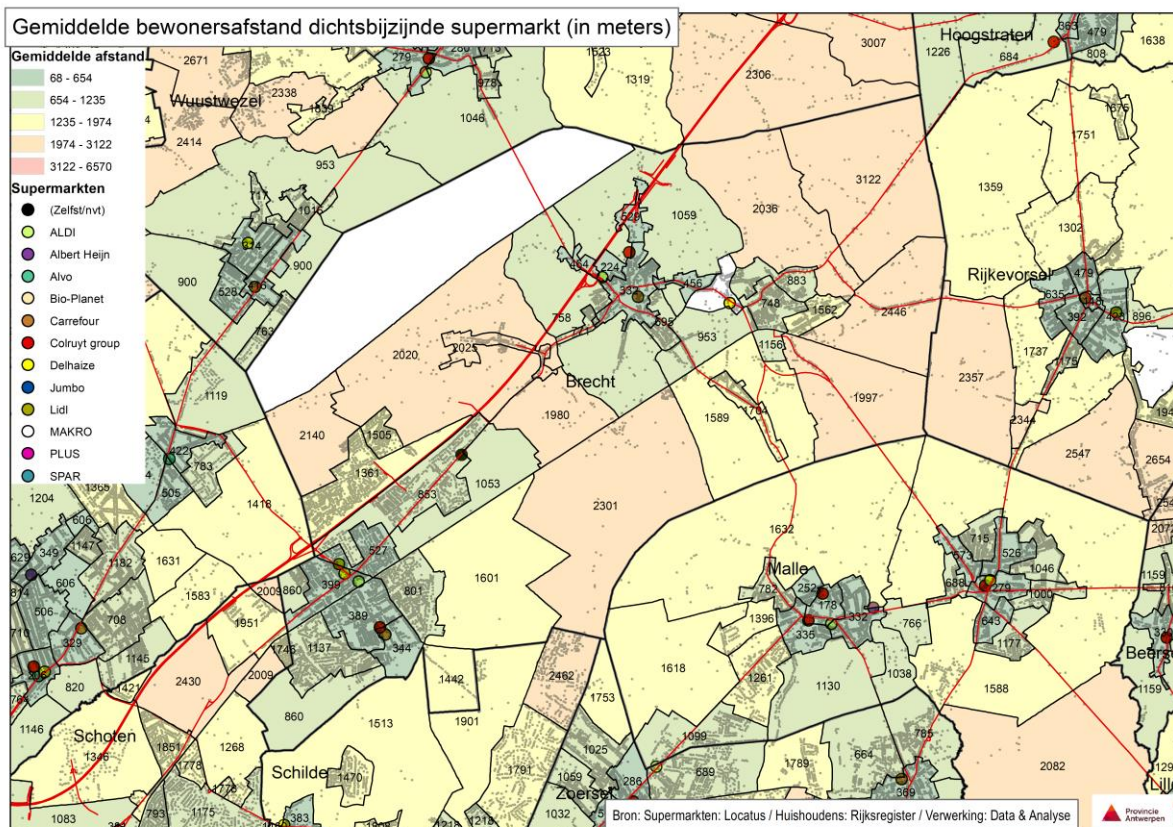
Het winkelaanbod aan dagelijkse goederen kent de beste ontwikkelingskansen dicht bij de bevolkingsconcentraties.

Overbroek is een kleine kern met een bevolkingsdichtheid van 767 inwoners per km². Het aanbod dagelijkse goederen is beperkt en gericht op de lokale bevolking.



FIGUUR 38: BRON: LOCATUS

Een lokale supermarkt verkort de afstand van het aanbod tot haar inwoners en stimuleert alternatieve vervoersmodi. Onderstaande kaart geeft een overzicht van de gemiddelde bewonersafstand t.o.v. de dichtstbijzijnde supermarkt.



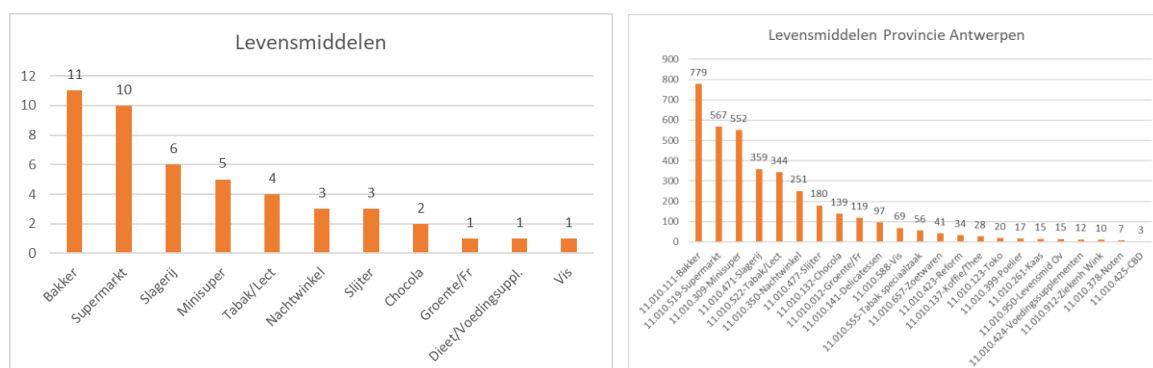
De gemeente Brecht heeft vandaag 2.953 inwoners per supermarkt wat lager ligt dan het gemiddelde voor de Provincie Antwerpen (3.288).

De bestedingen voor dagelijkse boodschappen blijven stabiel maar worden verdeeld over een groter aantal supermarkten. Hiermee komt de rentabiliteit in de sector verder onder druk te staan. Deze noodzakelijke rentabiliteit zal deels worden gegenereerd door inwoners van buiten de gemeente. Dit dagelijks mobiliteitseffect maakt deel uit van een toekomstgerichte ruimtelijke planning.

Dagelijkse goederen kennen een hogere aankoopfrequentie en zorgen voor passage en kruisbestuiving wanneer gelegen op de juiste locatie. Het vergunningenbeleid houdt rekening met deze principes en stelt de eigen gemeente als prioritair verzorgingsgebied voorop.

De wvo voor dagelijkse goederen per 1000 inwoners bedraagt 477m². Voor de Provincie Antwerpen is dit 445m² per 1000 inwoners. Het aantal handelspanden voor dagelijkse goederen per 1000 inwoners bedraagt 1,86. Voor de Provincie Antwerpen bedraagt dit cijfer 2,46.

De gemeente telt 55 winkels voor dagelijkse goederen. In de categorie levensmiddelen vormen bakkers en supermarkten een belangrijk aandeel in het aanbod, ook binnen de Provincie Antwerpen.



FIGUUR 39: BRON: LOCATUS

Bakkers kennen een natuurlijke spreiding en vestigen zich in de nabijheid van de bewoners dichtbij de kernen. Basisbehoeften primeren nog steeds in het aanbod. Opvallend is wel het beperkt aanbod Groenten/Fruit. Lokale producenten aantrekken (korte keten) naar de kernen kan de diversiteit van het aanbod versterken. Het lokaal en specifiek kleinschalig aanbod aan levensmiddelen in schakel- en aanloopstraten heeft een ondersteunend karakter.

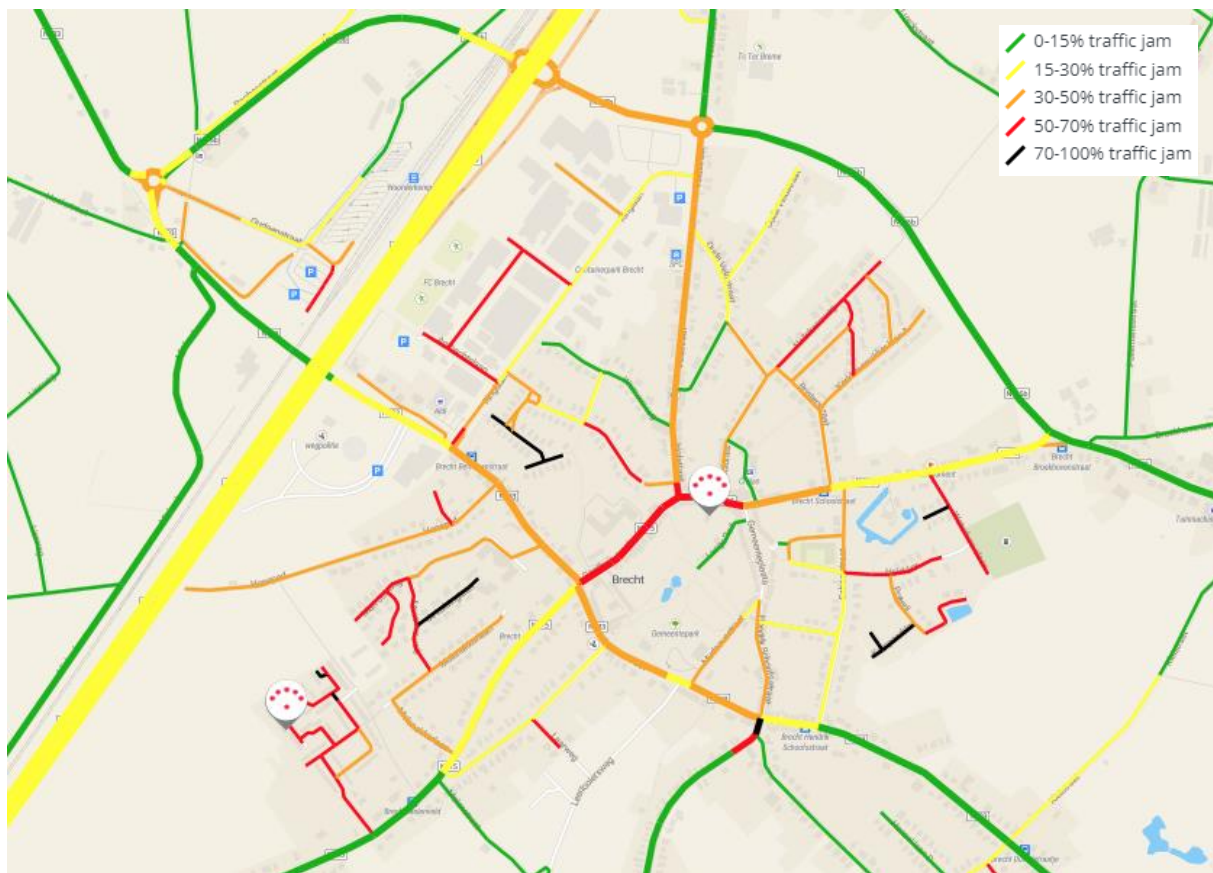
6.3 Het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijk milieu, met inbegrip van het versterken van kernwinkelgebieden

Het versterken van kernwinkelgebieden staat centraal, zowel in de provinciale visie als in de visie en de krachtlijnen van het decreet integraal handelsvestigingsbeleid. De gezonde branchemix in het kernwinkelgebied moet worden ondersteund door de juiste ontwikkelingskeuzes buiten het centrum.

De afbakening van de kernwinkelgebieden wordt hier dan ook als filter gebruikt. Leegstaande panden hebben een negatieve invloed op de leefbaarheid van een kern. Hiermee zal rekening worden gehouden in de afbakening.

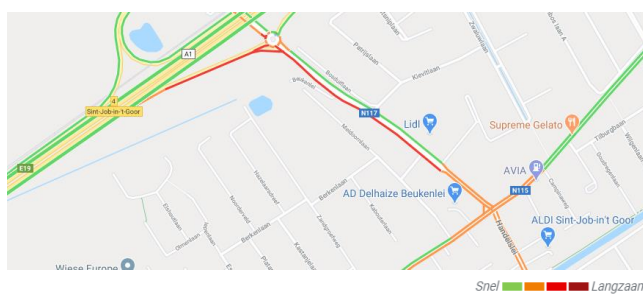
6.4 Het bewerkstelligen van een duurzame mobiliteit

Gemeenten maken idealiter een goede inventaris van de mogelijke knelpunten inzake duurzame mobiliteit. Dankzij deze inventaris kan in de definitieve beleidsvisie op een adequate manier ingespeeld worden op pijnpunten. In de beleidsvisie wordt er voldoende rekening gehouden met begrippen als knooppuntenwaarde en voorzieningenniveau. Aan de hand van het richtlijnenboek MOBER's kunnen de vooropgestelde criteria binnen deze doelstelling, namelijk het bewerkstelligen van een duurzame mobiliteit beoordeeld worden.



FIGUUR 40: BRON: RETAILSONAR

Bovenvermelde data (bron: RetailSonar) betreft de gemeten snelheden tijdens de openingsuren van de winkels (2018). Een vlotte doorstroming en aangename verblijfsomgeving binnen het kernwinkelgebied vergt verdere monitoring en maakt deel uit van een toekomstgericht mobiliteitsbeleid.



FIGUUR 41: BRON: GOOGLE MAPS

De N117 tussen de E19 autosnelweg en het centrum van Sint-Job-in-'t Goor staat onder druk tijdens de avondspits.

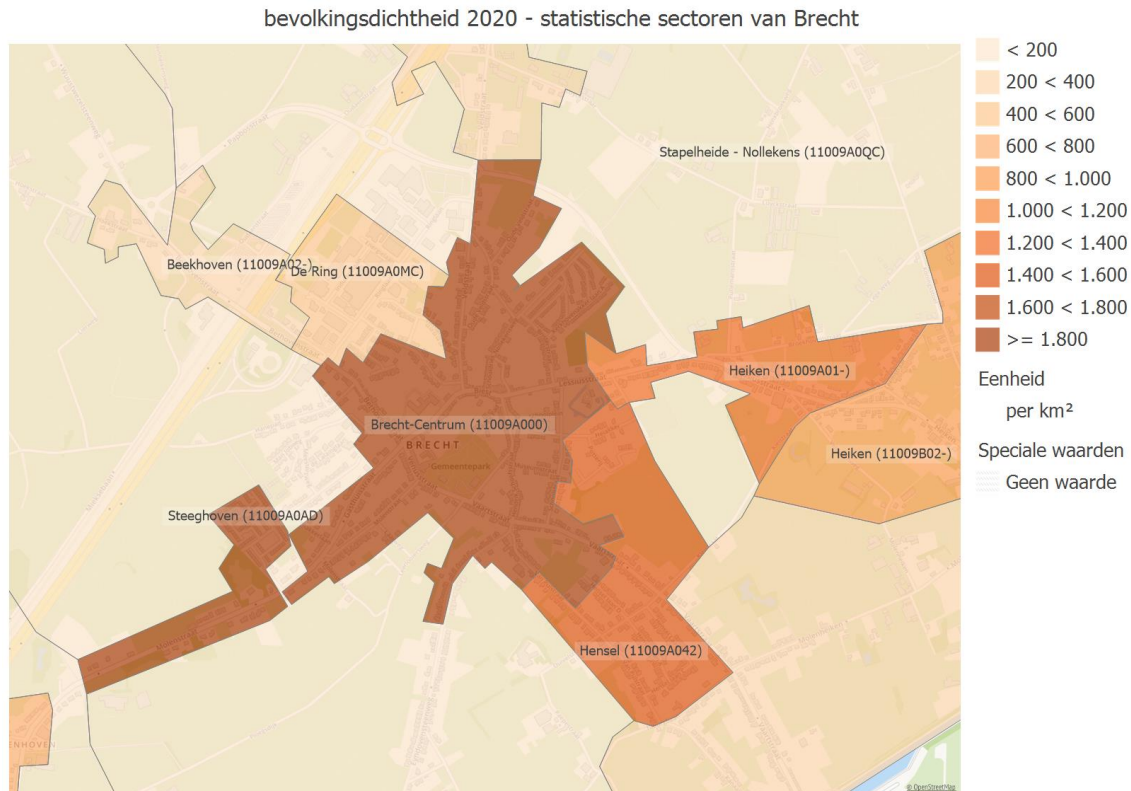
Het verkeer in de kernen vertraagt zowel tijdens de ochtend- als de avondspits.

7 AFBAKENING KERNWINKELGEBIED

7.1 Deelgemeente Brecht

7.1.1 Inleiding

De bevolkingsdichtheid concentreert zich in de statistische sectoren Brecht-Centrum en Steeghoven.



Bron: Rijksregister | provincies.incijfers.be

De afbakening van het kernwinkelgebied voor de deelgemeente Brecht-Centrum is een verfijning van de RUP's Nollekens, Brecht centrum en voorontwerp Lange Pad.

Bij de afbakening van het kernwinkelgebied wordt rekening gehouden met volgende doelstellingen:

- breed en gevarieerd handelaanbod: het beoogde kleinhandelaanbod in de kern moet in evenwicht zijn met het aanwezige voorzieningenniveau en het gekoppelde verzorgingsgebied;
- basisbereikbaarheid: de ontwikkelingsmogelijkheden van kernen op het vlak van kleinhandel en andere voorzieningen is lineair verbonden met de multimodale bereikbaarheid van de kern. De nabijheid van openbaar vervoersknooppunten en fietsinfrastructuur verhogen de ontwikkelingsmogelijkheden.
- verweving van functies: in de dorpskernen wordt gestreefd naar een evenwichtig aanbod van voorzieningen zoals zorg, onderwijs, sport, recreatie, tewerkstelling en winkels. Door basisvoorzieningen en maatschappelijke diensten te clusteren ontstaan er synergiën. De bezoekmotieven nemen toe en het centrale karakter van de kern wordt versterkt.

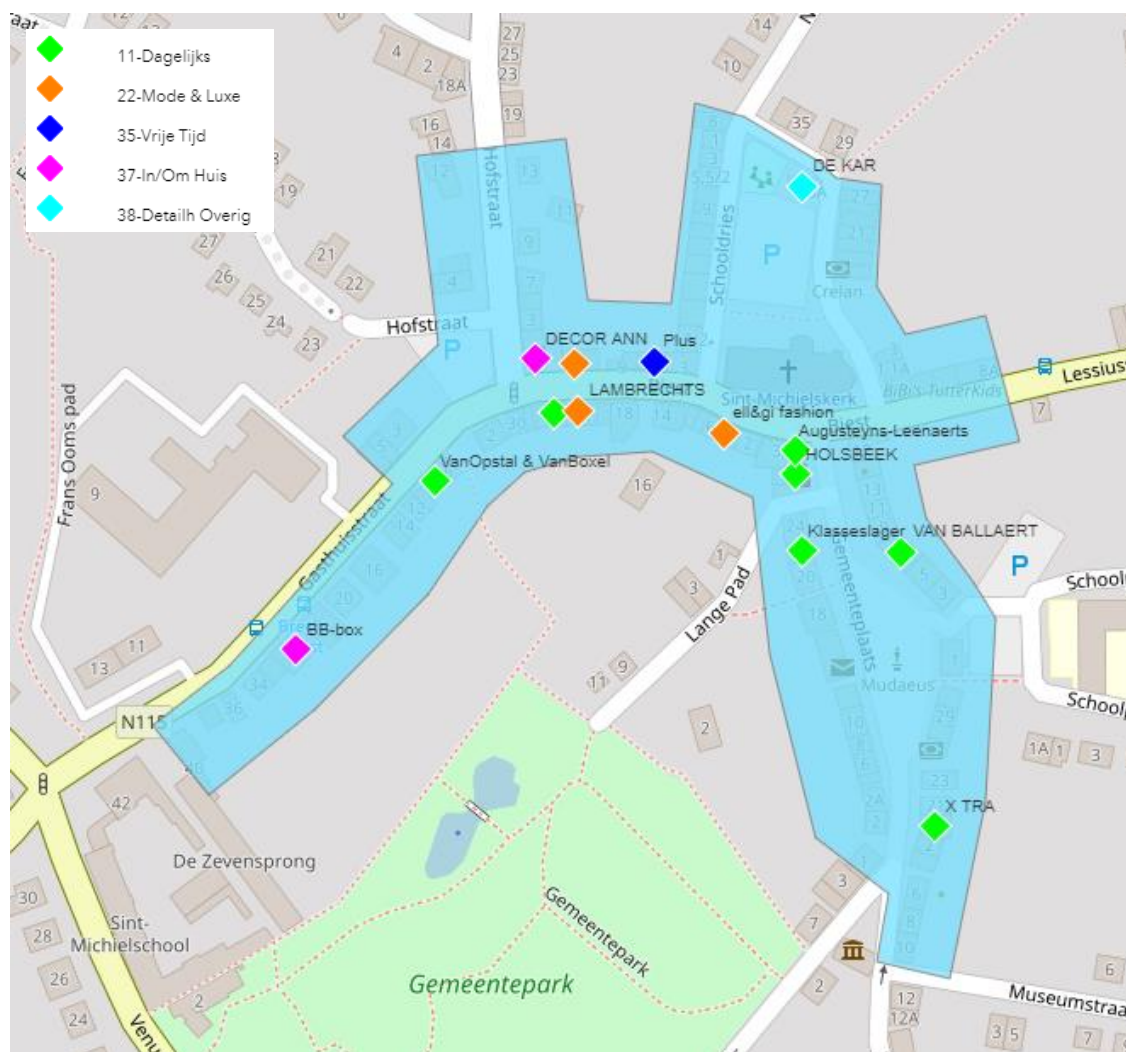
- daling van de winkelleegstand: de meeste gemeenten hebben een overcapaciteit aan winkelpanden, dankzij de afbakening van het kernwinkelgebied kan er actief ingezet worden op het stimuleren van de invulling van leegstaande handelspanden enerzijds en de omvorming van leegstaande handelspanden naar andere functies anderzijds.

De afbakening van een kernwinkelgebied biedt aan het gemeentebestuur ook de mogelijkheid om veel gericht een stimulerend en ondersteunend beleid te voeren. De effectiviteit van eventuele acties en de inzet van instrumenten kan hierdoor aanzienlijk verhoogd worden.

Kernwinkelgebieden kunnen ook via een ruimtelijke rendementsverhoging verder ontwikkelen, bijvoorbeeld door dieper of hoger te bouwen. De verweving in de kern kan versterkt worden door bijvoorbeeld wonen boven winkels te stimuleren. Het detailhandelsbeleid zal verder worden gestimuleerd via stedenbouwkundige voorschriften.

7.1.2 Huidige afbakening kernwinkelgebied

Het huidige kernwinkelgebied valt binnen het RUP Brecht centrum onder de zone voor centrumfuncties. Voor de berekening van de kleinhandelsstructuur wordt enkel de kleinhandel s.s. (strikte zin) exclusief de leegstand in rekening genomen. Dit komt neer op de groepen '11-Dagelijks', '22-Mode & Luxe', '35-Vrije Tijd', '37-In/Om Huis' en '38-Detailhandel Overig' uit Locatus (controle op 11/2020).

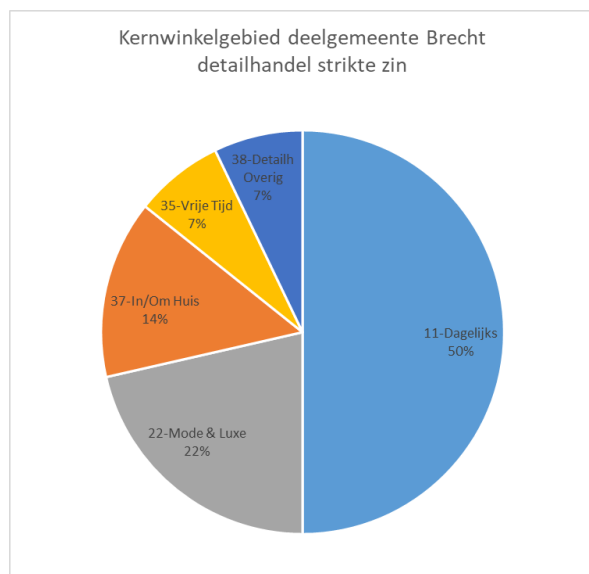


FIGUUR 42: BRON: LOCATUS

NAAM	GROEP	HOOFDBRANCHE	BRANCHE	WVO
BB-box	37-In/Om Huis	37.180-Wonen	37.180.054-Babywoonwinkel	182
ell&gi fashion	22-Mode & Luxe	22.040-Kleding & Mode	22.040.138-D&H Mode	172
Plus	35-Vrije Tijd	35.120-Media	35.120.750-Boek&Kantoor	110
DECOR ANN	37-In/Om Huis	37.180-Wonen	37.180.651-Woondecorat	90
STER	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.350-Nachtwinkel	70
X TRA	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.522-Tabak/Lect	60
LAMBRECHTS	22-Mode & Luxe	22.060-Juwelier & Optiek	22.060.770-Optiek	55
VanOpstal & VanBoxel	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.111-Bakker	45
Augusteyns-Leenaerts	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.111-Bakker	40
DE KAR	38-Detailh Overig	38.200-Detailhandel Overig	38.200.013-2Eh Kleding	40
VAN BALLAERT	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.471-Slagerij	40
Klasseslager	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.471-Slagerij	35
Verlinden dirk	22-Mode & Luxe	22.060-Juwelier & Optiek	22.060.252-Juwelier	34
HOLSBECK	11-Dagelijks	11.020-Persoonlijke Verzorging	11.020.024-Apotheek	30
14				1003

FIGUUR 5043: BRON: LOCATUS

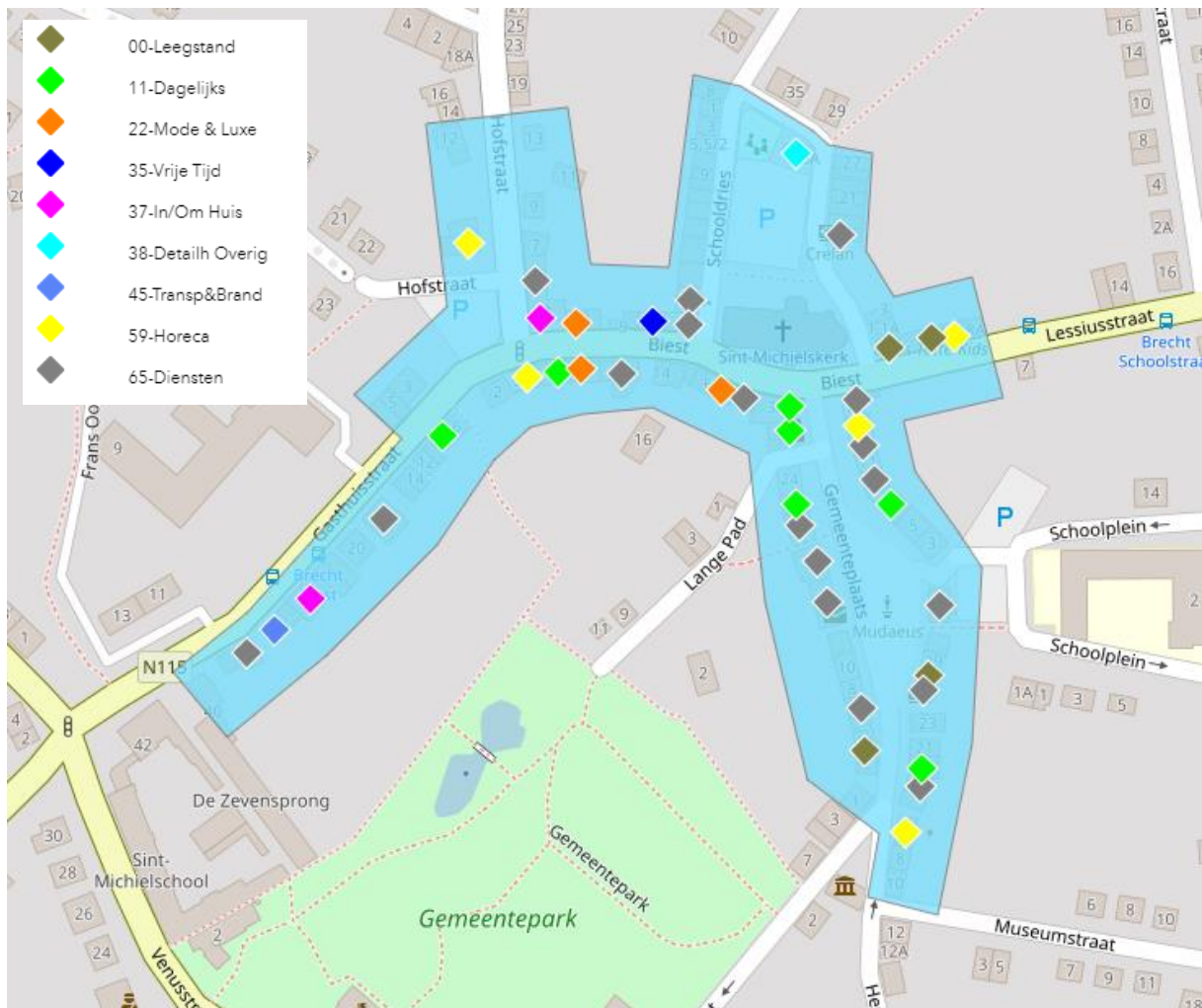
14 handelspanden vertegenwoordigen 1.003m² netto winkelvloeroppervlakte.



FIGUUR 51: BRON: LOCATUS

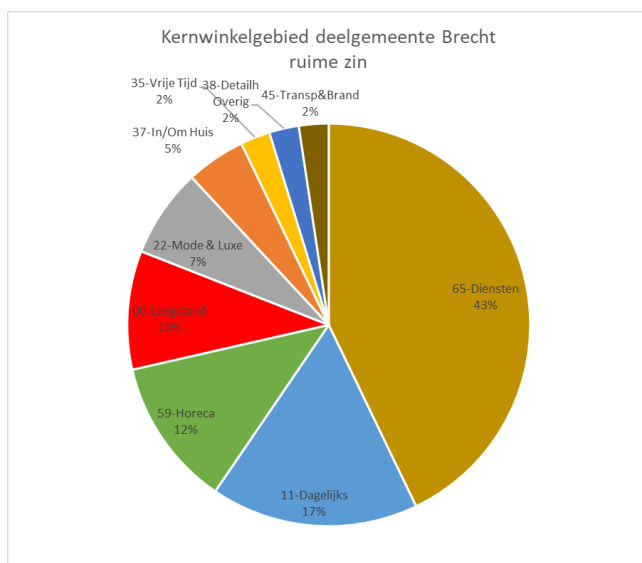
De categorie Mode & Luxe vertegenwoordigt een aandeel van 22% in de branchemix. Deze categorie versterkt het specifieke shoppingkarakter van het kernwinkelgebied. Het dagelijks aanbod is sterk vertegenwoordigt, deze categorie kent een hoge bezoekersfrequentie die niet-bestemmingsaankopen stimuleert.

Het kernwinkelgebied in ruime zin omvat eveneens de categorieën 00-Leegstand, 45-Transp&Brand, 59-Leisure en 65-Diensten:



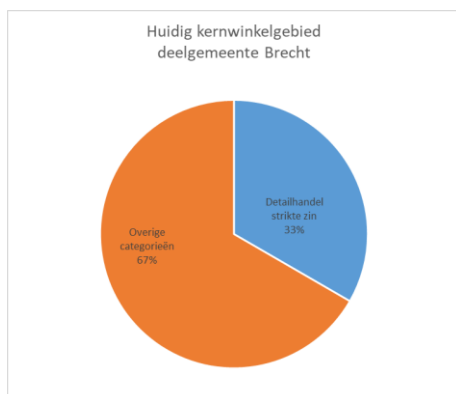
FIGUUR 52: BRON: LOCATUS

42 handelspanden vertegenwoordigen 3.231m² netto winkelvloeroppervlakte.



FIGUUR 44: BRON: LOCATUS

43% van het kernwinkelgebied (ruime zin) wordt ingevuld door diensten. 44% van deze diensten zijn financiële instellingen.



In het ruime aanbod wordt slechts 33% ingevuld door winkels (detailhandel strikte zin).

Belangrijk voor de consument is dat de winkelbeleving in het kernwinkelgebied centraal staat.

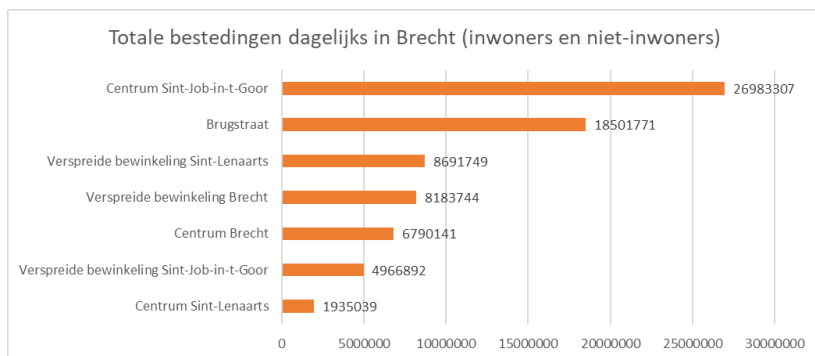
FIGUUR 53: BRON: LOCATUS

7.1.3 Bestedingspatroon inwoners Brecht

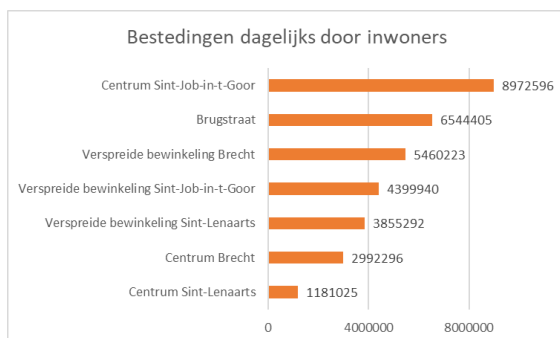
De analyse van de koopstromen leert ons meer over het bestedingsgedrag van de inwoners. Dagelijkse- en periodieke goederen vormen een belangrijke schakel in de versterking van de kern. Niet alle kernen zijn even winkelrijk maar vervullen wel een sociaal-economische functie.

7.1.3.1 Dagelijkse goederen

De koopbinding voor dagelijkse goederen bedraagt 44% (gemeente Brecht). Het centrum van Sint-Job-in-'t-Goor is het belangrijkste winkelgebied voor dagelijkse goederen.

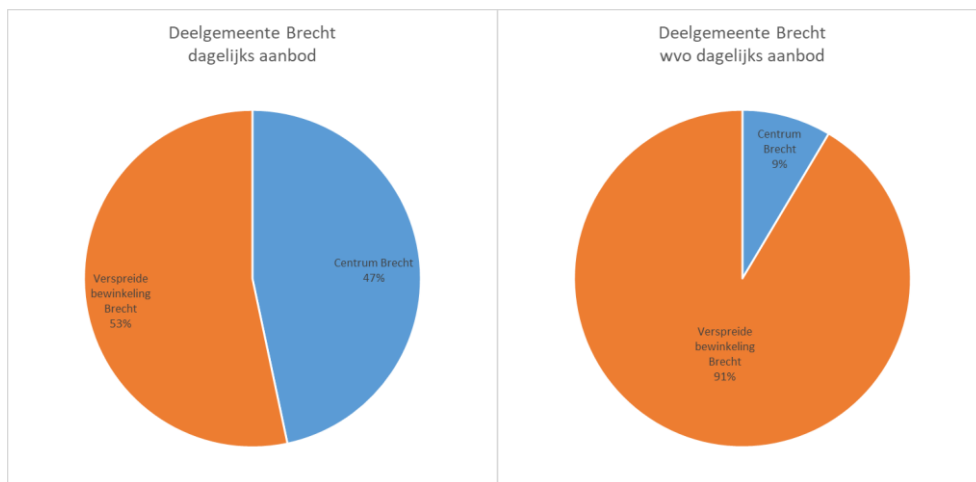


FIGUUR 45: BRON: RETAILSONAR



FIGUUR 46: BRON: RETAILSONAR

Brecht centrum heeft een beperkte aantrekkingskracht voor dagelijkse goederen, zowel voor inwoners als niet-inwoners.

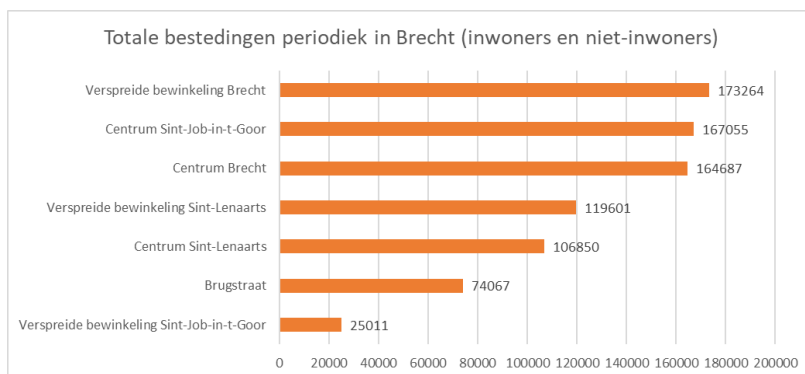


FIGUUR 47: BRON: LOCATUS

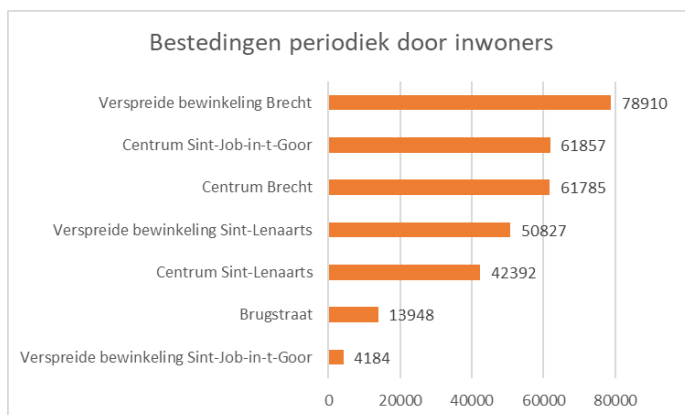
47% van het aanbod dagelijkse goederen bevindt zich in het centrum. 91% van de ingevulde m²'s bevindt zich buiten de kern in verspreide bewinkeling. Deze zone kent een grotere aantrekkingskracht wat zich vertaalt in een hoger bestedingsgedrag.

7.1.3.2 Periodieke goederen

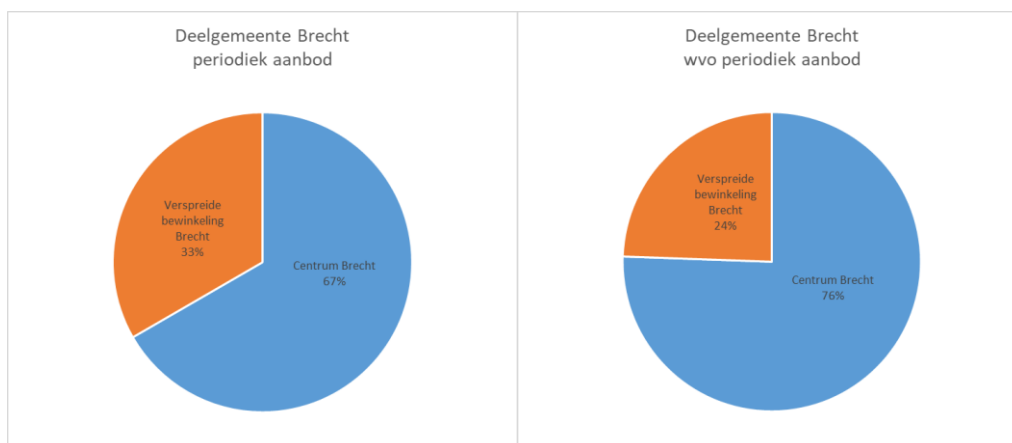
De koopbinding voor periodieke goederen bedraagt 2% (gemeente Brecht).



FIGUUR 48: BRON: RETAILSONAR



FIGUUR 49: BRON: RETAILSONAR



FIGUUR 50: BRON: LOCATUS

Periodieke goederen zijn voor 67% gevestigd in het centrum van Brecht (76% wvo). Het aanbod is echter wel beperkt met 6 winkels (totale wvo 491m²).

Het bestedingspatroon voor dagelijkse- en periodieke goederen leert ons dat het aanbod in verspreide bewinkeling het potentieel van de kern onder druk zet. Het merendeel van de bestedingen vindt dan ook plaats buiten het centrum. De aanwezige winkelvloeroppervlakte is ook groter buiten het centrum. De toekomstige ontwikkeling van het kernwinkelgebied houdt rekening met voldoende concentratie van winkelvloeroppervlakte voor beide categorieën, versnippering in verspreide bewinkeling wordt tegengegaan. De focus ligt eerder op het lokale karakter, dit neemt niet weg dat nieuwe ontwikkelingen beter in de kern plaatsvinden.

7.1.4 Voorstel afbakening kernwinkelgebied

Een compact winkelgebied verhoogt het economisch potentieel, het is aangenamer winkelen in een dicht winkellint. Het consumentengedrag bestaat voornamelijk uit bestemmings- en niet-bestemmingsaankopen. Niet bestemmingsaankopen hebben voldoende passanten nodig binnen de juiste weloverwogen locatie. Het kernwinkelgebied zorgt voor een clustereffect en verweving met andere functies waaronder dienstverlening en cultuur.

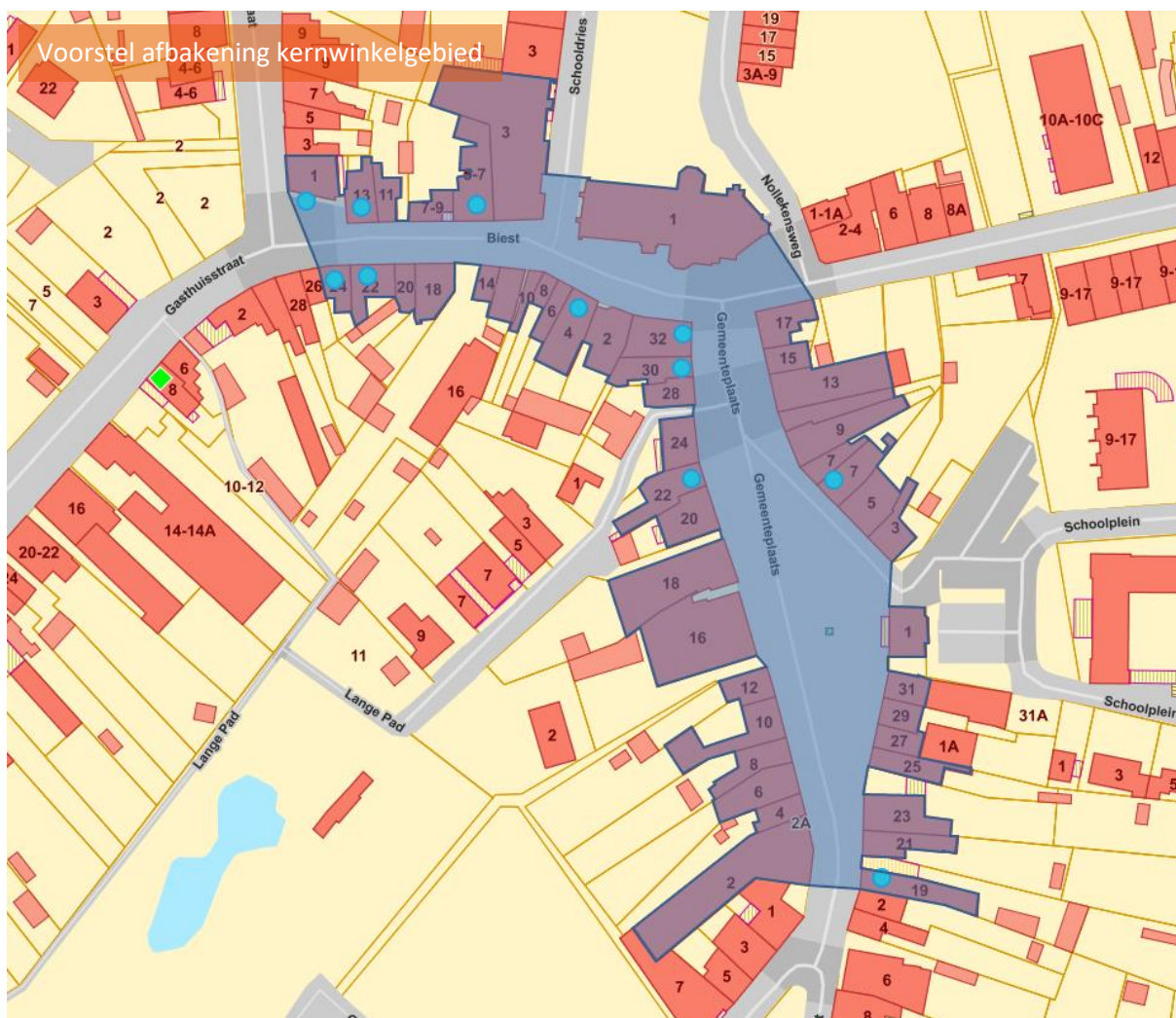
Belangrijke indicatoren die de gezondheid en de beleving van het kernwinkelgebied mee bepalen zijn:

- commerciële dichtheid: de verhouding tussen het aantal commerciële panden in gebruik (handel, horeca en diensten excl. leegstand) t.o.v. het totaal aantal panden.

De huidige commerciële dichtheid bedraagt 36%.

- winkeldichtheid: de verhouding tussen het aantal zuivere winkelpanden in gebruik (dagelijkse artikelen, periodieke en uitzonderlijke goederen) t.o.v. het totaal aantal panden (zowel commercieel als niet-commercieel).

De huidige winkeldichtheid bedraagt 13%.

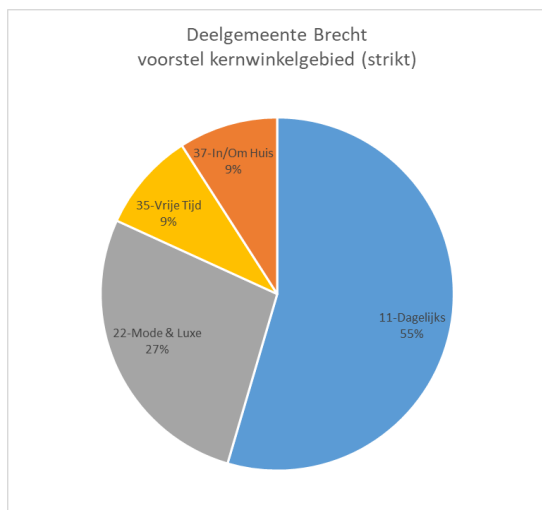


FIGUUR 60: BRON: LOCATUS: VOORSTEL AFBAKENING KERNWINKELGEBIED (STRIKTE ZIN)

NAAM	GROEP	HOOFDBRANCHE	BRANCHE	WVO
STER	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.350-Nachtwinkel	70
X TRA	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.522-Tabak/Lect	60
Klasseslager	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.471-Slagerij	35
HOLSBECK	11-Dagelijks	11.020-Persoonlijke Verzorging	11.020.024-Apotheek	30
Augusteyns-Leenaerts	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.111-Bakker	40
LAMBRECHTS	22-Mode & Luxe	22.060-Juwelier & Optiek	22.060.770-Optiek	55
Verlinden dirk	22-Mode & Luxe	22.060-Juwelier & Optiek	22.060.252-Juwelier	34
Plus	35-Vrije Tijd	35.120-Media	35.120.750-Boek&Kantoor	110
DECOR ANN	37-In/Om Huis	37.180-Wonen	37.180.651-Woondecorat	90
VAN BALLAERT	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.471-Slagerij	40
ell&gi fashion	22-Mode & Luxe	22.040-Kleding & Mode	22.040.138-D&H Mode	172
11				736

FIGUUR 61: BRON: LOCATUS

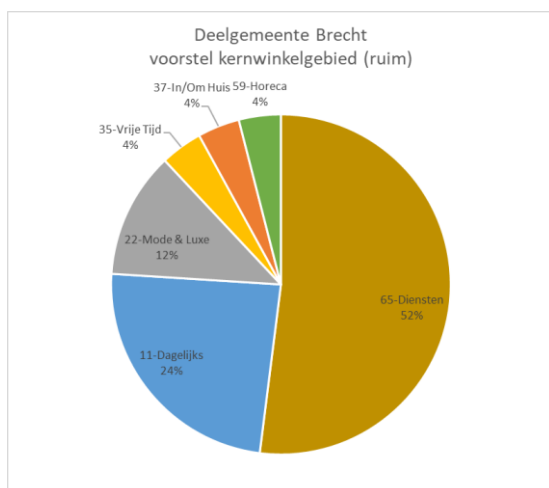
Binnen het afgebakende kernwinkelgebied vertegenwoordigen 11 handelspanden 736m² netto winkelvloeroppervlakte.



FIGUUR 51: BRON: LOCATUS

Het aandeel mode & luxe vergroot van 22% naar 27%.

Het aanbod in ruime zin omvat 25 handelspanden (1.456m² wvo):



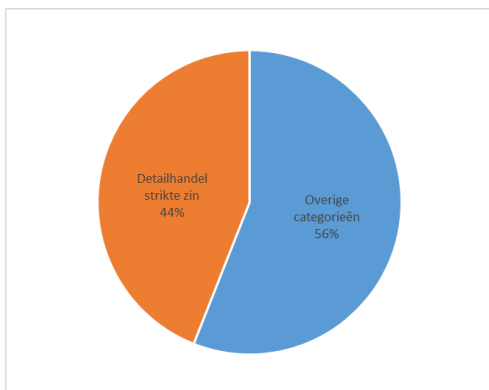
FIGUUR 63: BRON: LOCATUS

Positieve elementen:

- het aanbod mode & luxe stijgt van 7% naar 12% (detailhandel ruime zin);
- het aanbod mode & luxe stijgt van 22% naar 27% (detailhandel strikte zin);
- verhoging commerciële dichtheid van 36% naar 51%;
- verhoging winkeldichtheid van 13% naar 22%;
- moeilijk in te vullen leegstand kan een andere bestemming krijgen.

Het kernwinkelgebied staat echter voor bijkomende uitdagingen:

- diensten vertegenwoordigen bijna de helft van het aanbod;
- een gezonde branchemix verhoogt de aantrekkelijkheid;
- verweving van functies;
- kwalitatieve horeca in het kernwinkelgebied zorgt voor de verlenging van de verblijfsduur;
- het dagelijks aanbod moet in het kernwinkelgebied aanwezig blijven.



FIGUUR 52: BRON: LOCATUS

In het ruime aanbod wordt 44% ingevuld door winkels (detailhandel strikte zin). De overige categorieën waaronder vooral diensten bepalen het kernwinkelgebied.

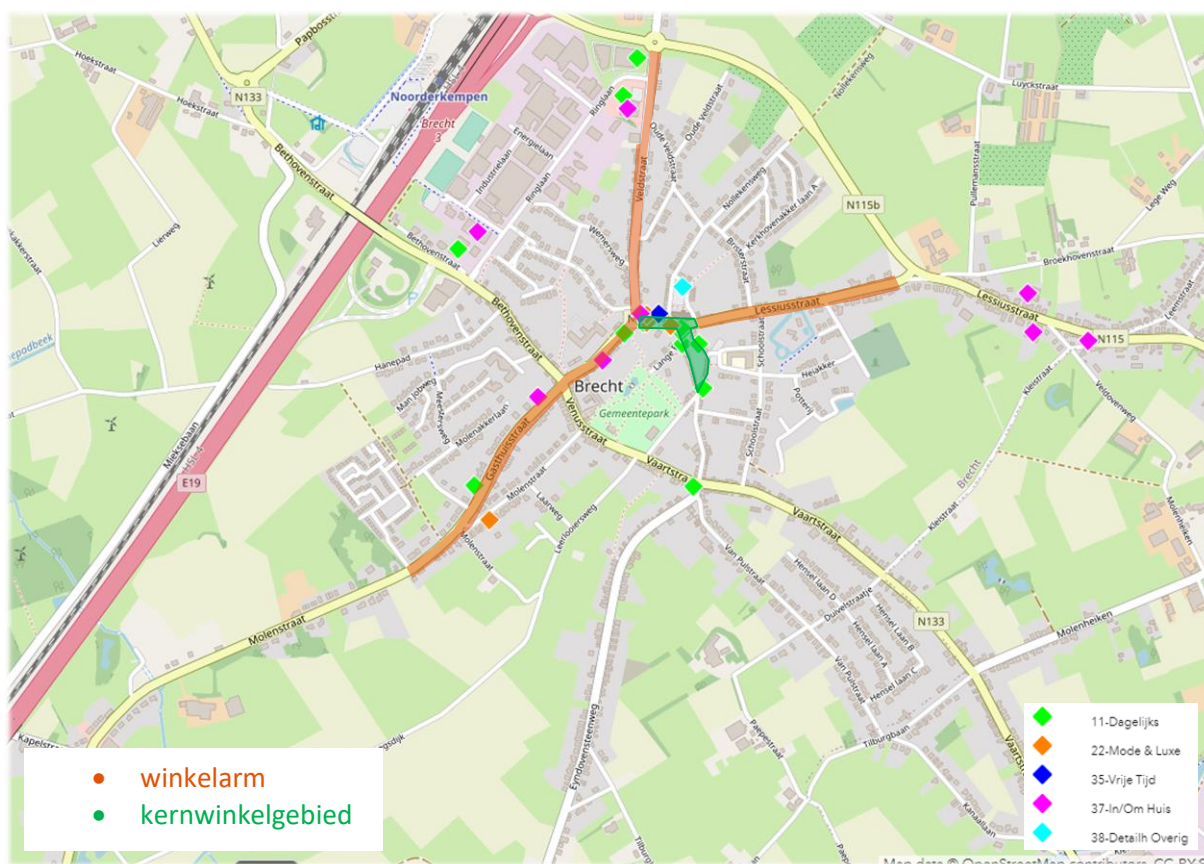
De ruimtelijke uitvoering van het (voorontwerp) RUP Lange Pad zorgt voor een nieuwe impuls in Brecht-Centrum. De attractie van nieuwe bewoners en de voorziene afgebakende ruimte voor detailhandel verhoogt de aantrekkingskracht van de kern. De gemeente dient in de ontwerp- en ontwikkelingsfase rekening te houden met de belangen van de verschillende stakeholders waaronder de inwoners, handelaars-uitbaters, dienstverleners, eigenaars en ontwikkelaars.

7.1.5 Ontwikkelingsperspectief

De handelskern van Brecht-Centrum is een winkelrijk perspectief. Een winkelrijk perspectief heeft als doel om zowel de ruimtelijke als de economische leefbaarheid van kernlocaties te waarborgen.

Een verkeersveilige mobiliteit wordt bevorderd door een aangepaste inrichting van de weginfrastructuur in het kernwinkelgebied en de aanloopstraten. De relatie tussen doorgaand- en bestemmingsverkeer is op maat van de gemeente en wordt ondersteund door de verschillende ontwikkelingsperspectieven.

Buiten het kernwinkelgebied krijgt de N115 en de Veldstraat een winkelarm karakter. De Veldstraat behoudt hierdoor de verbindingsfunctie naar de zone voor grootschalige functies.

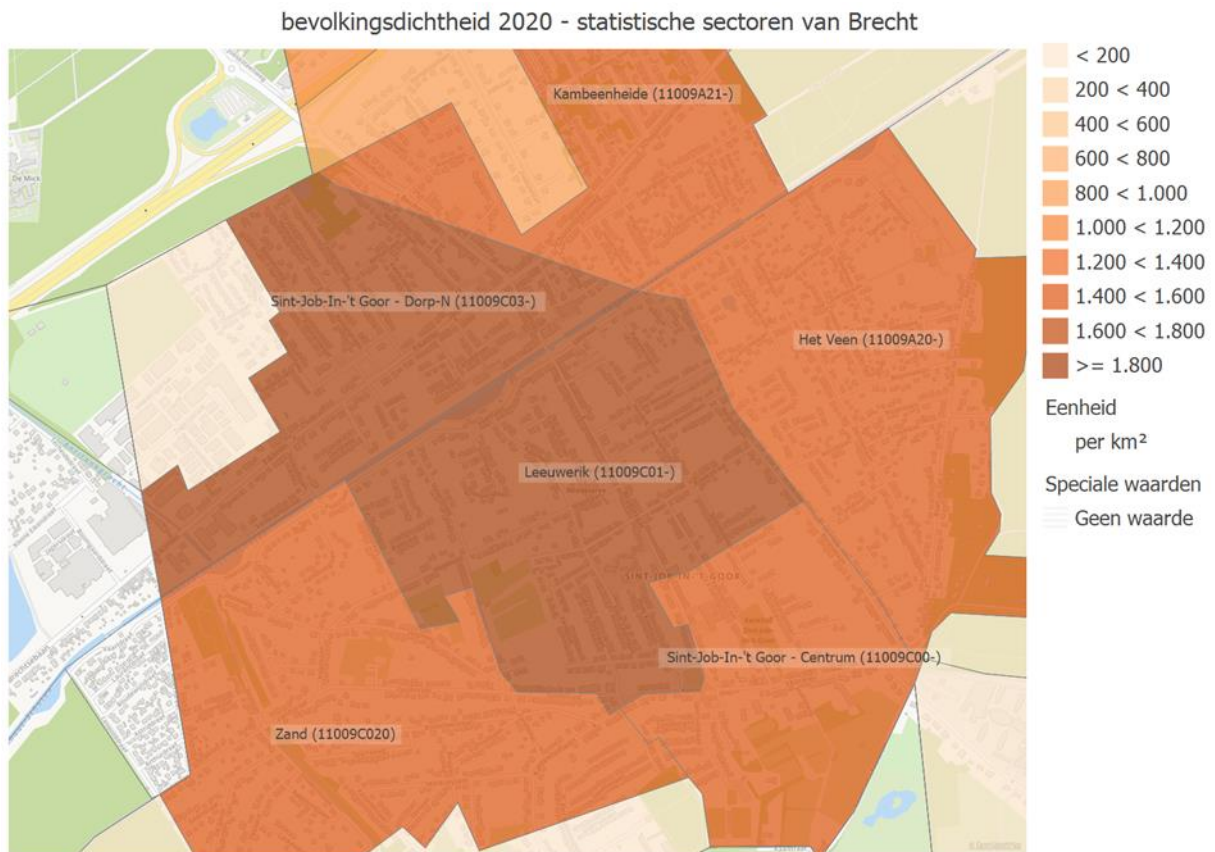


FIGUUR 65: BRON: LOCATUS

7.2 Deelgemeente Sint-Job-in-'t Goor

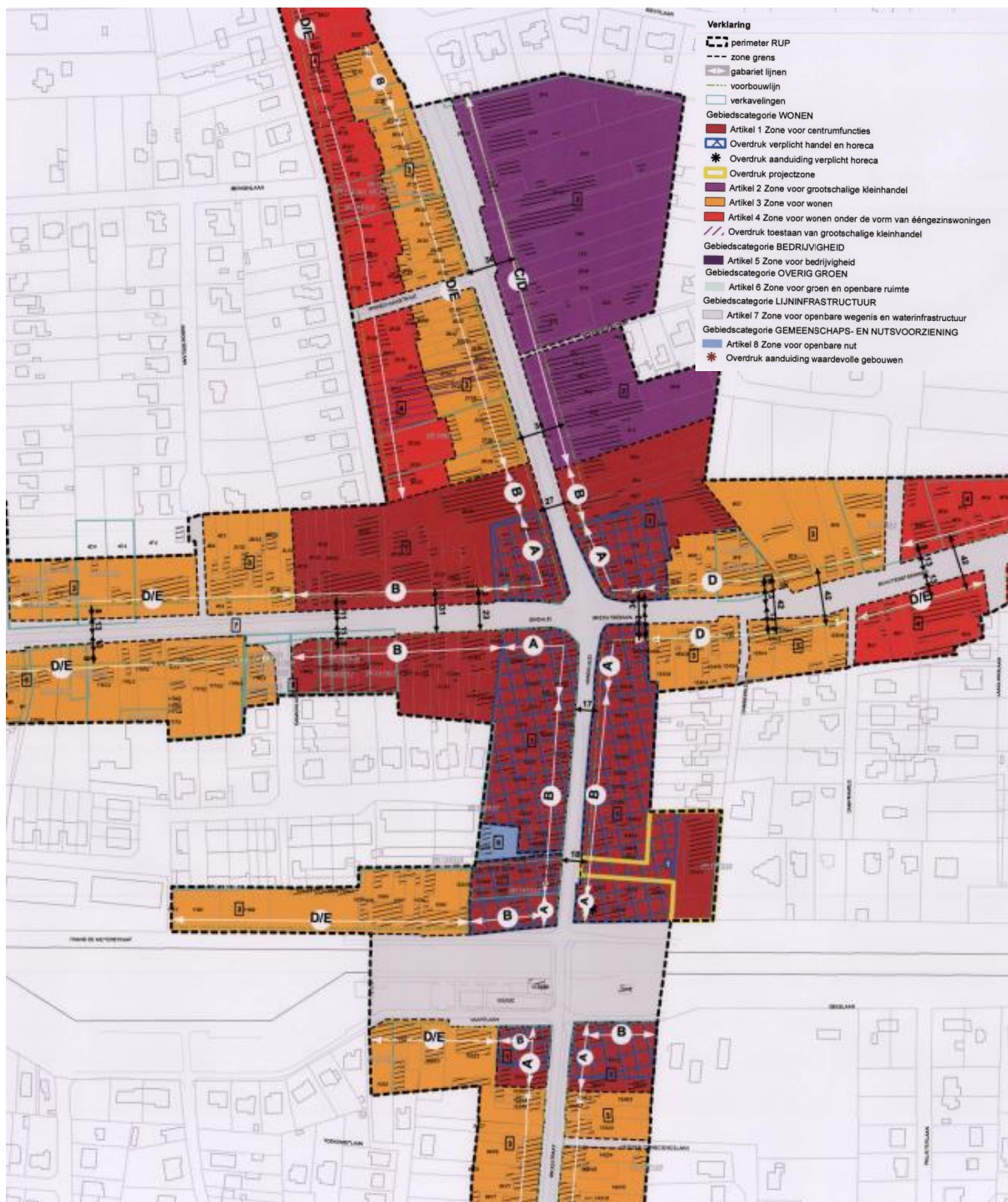
7.2.1 Inleiding

De bevolkingsdichtheid concentreert zich in de statistische sectoren Sint-Job-in-'t Goor – Dorp-N en Leeuwerik.



Bron: Rijksregister | provincies.incijfers.be

De afbakening van het kernwinkelgebied voor de deelgemeente Sint-Job-in-'t-Goor is een verfijning van het RUP Dorpsassen Sint-Job.



FIGUUR 53: BRON: GEMEENTE BRECHT – PLAN DEEL NOORD



FIGUUR 54: BRON: GEMEENTE BRECHT – PLAN DEEL ZUID

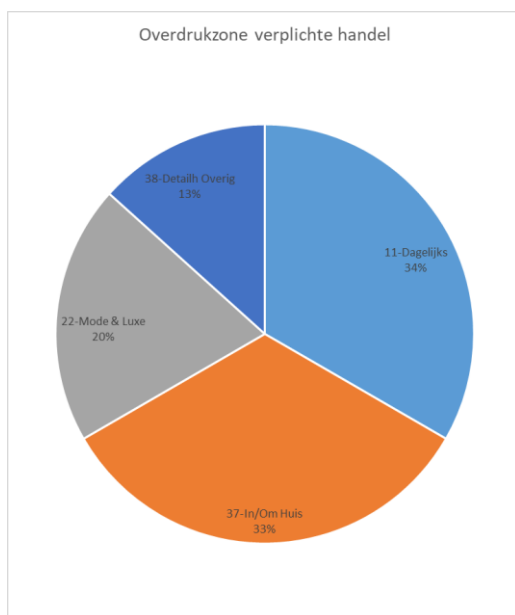
7.2.2 Overdrukzone verplichte handel

De overdrukzone voor verplichte handel en horeca werd voorzien in het RUP Dorpsassen Sint-Job (zone 1.1.2 Overdruk ‘verplicht handel en horeca’). Voor de berekening van de kleinhandelsstructuur wordt enkel de kleinhandel s.s. (strikte zin) exclusief de leegstand in rekening genomen. Dit komt neer op de groepen ‘11-Dagelijks’, ‘22-Mode & Luxe’, ‘35-Vrije Tijd’, ‘37-In/Om Huis’ en ‘38-Detailhandel Overig’ uit Locatus (controle op 11/2020).

NAAM	GROEP	HOOFDBRANCHE	BRANCHE	WVO
ALDI	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.519-Supermarkt	1044
Kruidvat	11-Dagelijks	11.020-Persoonlijke Verzorging	11.020.156-Drogist	288
CYCLIST	37-In/Om Huis	37.160-Auto & Fiets	37.160.177-Fietsen	280
CATS & DOGS	37-In/Om Huis	37.130-Plant & Dier	37.130.147-Dibevo	238
IDEFIX	22-Mode & Luxe	22.040-Kleding & Mode	22.040.135-Damesmode	123
MINTJENS	37-In/Om Huis	37.160-Auto & Fiets	37.160.177-Fietsen	117
SUITS direct	22-Mode & Luxe	22.040-Kleding & Mode	22.040.216-Herenmode	108
bloemen babette	37-In/Om Huis	37.130-Plant & Dier	37.130.087-Bloem/Plant	85
Gloriosa BLOEMBINDERIJ	37-In/Om Huis	37.130-Plant & Dier	37.130.087-Bloem/Plant	85
SPIDER SECURITY	38-Detailh Overig	38.200-Detailhandel Overig	38.200.950-Non-Food Ov	60
Wouters	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.111-Bakker	60
STEEGMANS	22-Mode & Luxe	22.060-Juwelier & Optiek	22.060.770-Optiek	50
GOOLAERTS	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.111-Bakker	50
Amplifon	38-Detailh Overig	38.200-Detailhandel Overig	38.200.226-Hoortoestel	35
Leonidas	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.132-Chocola	15
15				2638

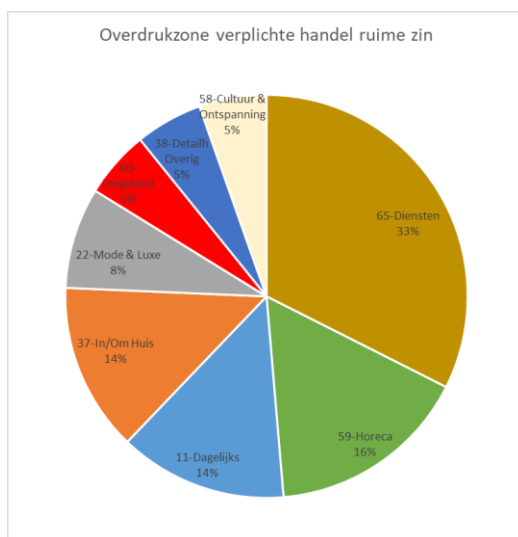
FIGUUR 55: BRON: LOCATUS

15 handelspanden vertegenwoordigen 2638m² netto wvo.



FIGUUR 56: BRON: LOCATUS

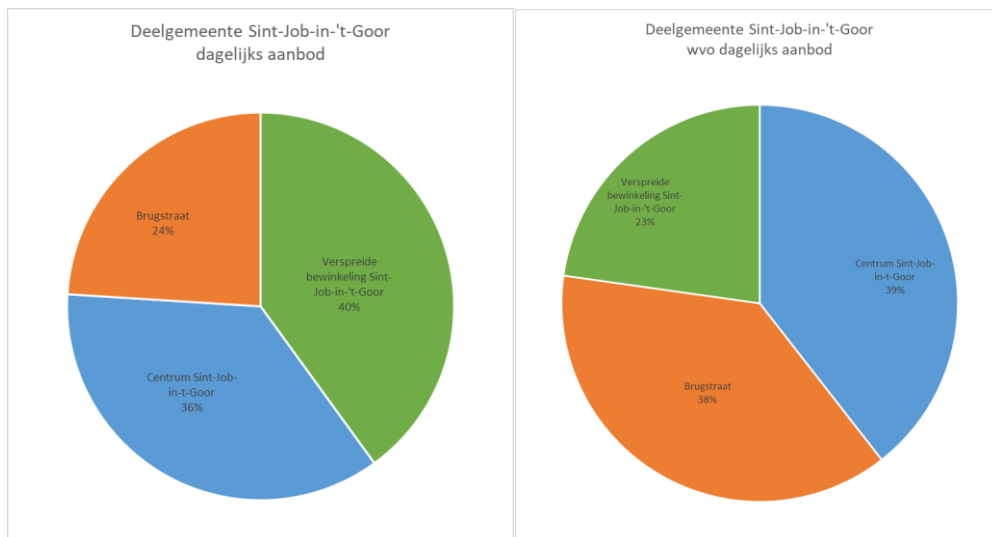
De overdrukzone in ruime zin omvat eveneens de categorieën 00-Leegstand, 45-Transp&Brand, 58-Cultuur & Ontspanning, 59-Horeca en 65-Diensten.



FIGUUR 57: BRON: LOCATUS

7.2.3 Bestedingspatroon dagelijkse goederen

Voor dagelijkse goederen is het centrum van Sint-Job-in-'t-Goor het belangrijkste winkelgebied, dit geldt zowel voor inwoners van Brecht als voor niet-inwoners.

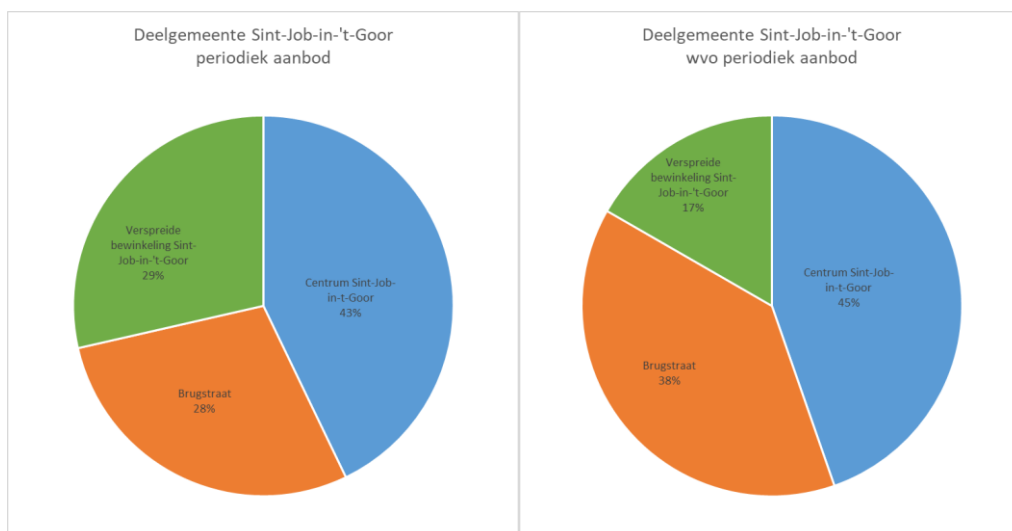


FIGUUR 71: BRON: LOCATUS

36% van het aanbod bevindt zich in het centrum. Dit komt overeen met 39% van de ingevulde m²'s winkelvloeroppervlakte. De aanwezige winkelvloeroppervlakte zorgt voor verhoogde aantrekkingskracht.

7.2.4 Bestedingspatroon periodieke goederen

Voor periodieke goederen wordt de grootste omzet in verspreide bewinkeling gerealiseerd, het centrum van Sint-Job-in-'t-Goor is het 2de belangrijkste winkelgebied. Dit geldt zowel voor inwoners van Brecht als voor niet-inwoners.



FIGUUR 72: BRON: LOCATUS

43% van het aanbod bevindt zich in het centrum. Het totale aanbod is beperkt tot 7 handelszaken. Dezelfde concentratie (45%) vinden we terug in de winkelvloeroppervlakte.

7.2.5 Verfining RUP Dorpsassen

7.2.5.1 Kernwinkelgebied

Een duidelijke en visuele afbakening van het kernwinkelgebied in een zone met een hoge winkeldichtheid verhoogt de attractiviteit en verdere ontwikkeling.



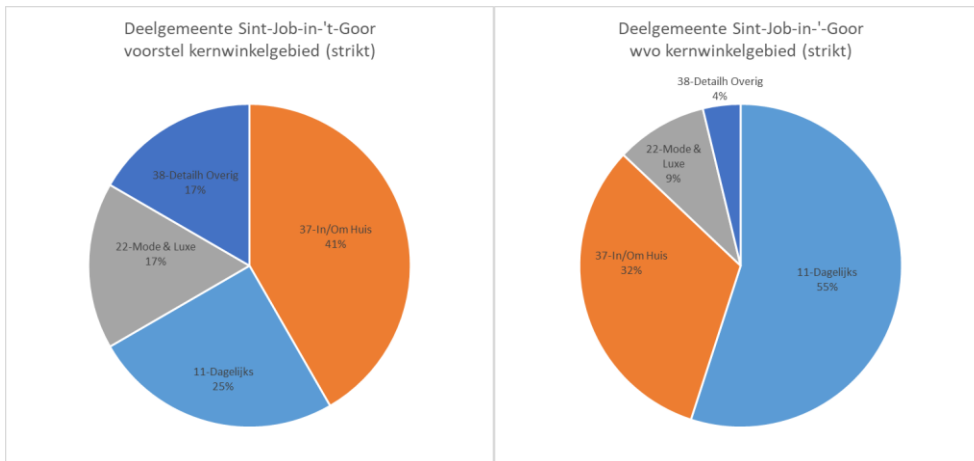
FIGUUR 73: BRON: LOCATUS

Het voorgestelde kernwinkelgebied telt 12 winkels (2.513m² netto wvo):

NAAM	GROEP	HOOFDBRANCHE	BRANCHE	WVO
ALDI	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.519-Supermarkt	1044
Kruidvat	11-Dagelijks	11.020-Persoonlijke Verzorging	11.020.156-Drogist	288
CYCLIST	37-In/Om Huis	37.160-Auto & Fiets	37.160.177-Fietsen	280
CATS & DOGS	37-In/Om Huis	37.130-Plant & Dier	37.130.147-Dibevo	238
IDEFIX	22-Mode & Luxe	22.040-Kleding & Mode	22.040.135-Damesmode	123
MINTJENS	37-In/Om Huis	37.160-Auto & Fiets	37.160.177-Fietsen	117
SUITS direct	22-Mode & Luxe	22.040-Kleding & Mode	22.040.216-Herenmode	108
bloemen babette	37-In/Om Huis	37.130-Plant & Dier	37.130.087-Bloem/Plant	85
Gloriosa BLOEMBINDERIJ	37-In/Om Huis	37.130-Plant & Dier	37.130.087-Bloem/Plant	85
SPIDER SECURITY	38-Detailh Overig	38.200-Detailhandel Overig	38.200.950-Non-Food Ov	60
GOOLAERTS	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.111-Bakker	50
Amplifon	38-Detailh Overig	38.200-Detailhandel Overig	38.200.226-Hoortoestel	35
12				2513

FIGUUR 74: BRON: LOCATUS

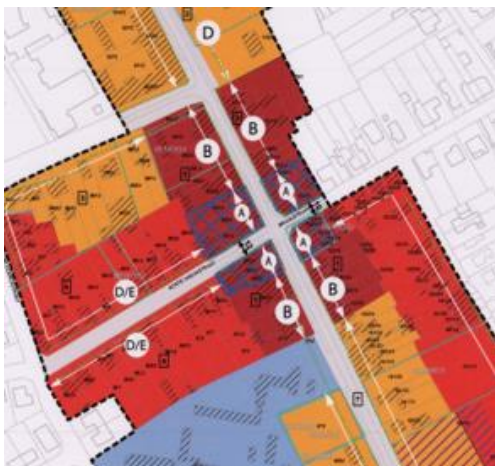
De commerciële dichtheid in de voorgestelde zone bedraagt 56%, de winkeldichtheid bedraagt 31%. Het aanbod is voornamelijk gericht op de categorie In/Om Huis. Mode & Luxe is beperkt tot 17%.



FIGUUR 58: BRON: LOCATUS

In winkelvloeroppervlakte weegt het dagelijks aanbod van Aldi (1.044 m² netto wvo) en Kruidvat (288 m²) door.

7.2.5.2 Overdrukzone plan deel zuid



FIGUUR 59: BRON: GEMEENTE BRECHT

De overdrukzone voor verplichte handel en horeca hoek Korte Nieuwstraat, Brugstraat en Braakstraat vervalt. De gemeente kiest voor de Handelslei als prioritair kernwinkelgebied.

7.2.6 Ontwikkelingsperspectief

Het afgebakende kernwinkelgebied van Sint-Job-in-'t-Goor is een winkelrijk perspectief.



FIGUUR 60: BRON: LOCATUS

Ter ondersteuning van het kernwinkelgebied krijgen de gewestwegen N115 en N117 in Sint-Job-in-'t-Goor samen met De Brugstraat en de Kerklei een winkelarm karakter.

Het aanbod in de winkelarme zones is versnipperd en hoofdzakelijk kleinschalig (<100m²).

De gemiddelde netto wvo in de zone N115/N117 bedraagt 65m² (AD Delhaize uitgezonderd). Voor de Brugstraat en Kerklei bedraagt de gemiddelde netto wvo 72m² (Okay, Carrefour Market, Brico en Claessens uitgezonderd).

Voor winkelarme zones met hoge bevolkingsconcentraties is het wel mogelijk om een wijkverzorgend dagelijks aanbod te voorzien. Dit aanbod moet worden afgestemd op het lokale verzorgingsgebied en multimodaal bereikbaar zijn.

Een project met een dagelijks aanbod mag geen significant negatieve impact hebben op de bestaande mobiliteitssituatie. Een impactanalyse zorgt voor bijkomende ondersteuning in de beoordeling van de vergunningsaanvraag. Ontwikkelingen met een bovengemeentelijke aantrekkingskracht worden in overleg met de betrokken buurgemeenten beoordeeld.

7.3 Deelgemeente Sint-Lenaarts

7.3.1 Inleiding

Het kernwinkelgebied van Brecht-Centrum biedt een belangrijk aanbod over de verschillende productcategorieën voor de inwoners van Sint-Lenaarts.



De Dorpsstraat is de belangrijkste winkelas in Sint-Lenaarts.

75% van het aanbod zijn dagelijkse goederen.

FIGUUR 61: BRON: LOCATUS

De verkooppunten worden gekenmerkt door een beperkte winkelvloeroppervlakte:

NAAM	GROEP	HOOFDBRANCHE	BRANCHE	WVO
Paspop Up	22-Mode & Luxe	22.040-Kleding & Mode	22.040.135-Damesmode	90
VanOpstal & VanBoxel	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.111-Bakker	70
Verstappen	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.471-Slagerij	60
Figoo Sport	35-Vrije Tijd	35.100-Sport & Spel	35.100.950-Sport Spec	40
MANDEEP	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.350-Nachtwinkel	35
M'N WINKEL	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.309-Minisuper	30
Keurslager	11-Dagelijks	11.010-Levensmiddelen	11.010.471-Slagerij	30
HOLSBEK	11-Dagelijks	11.020-Persoonlijke Verzorging	11.020.024-Apotheek	25
8				380

FIGUUR 79: BRON: LOCATUS



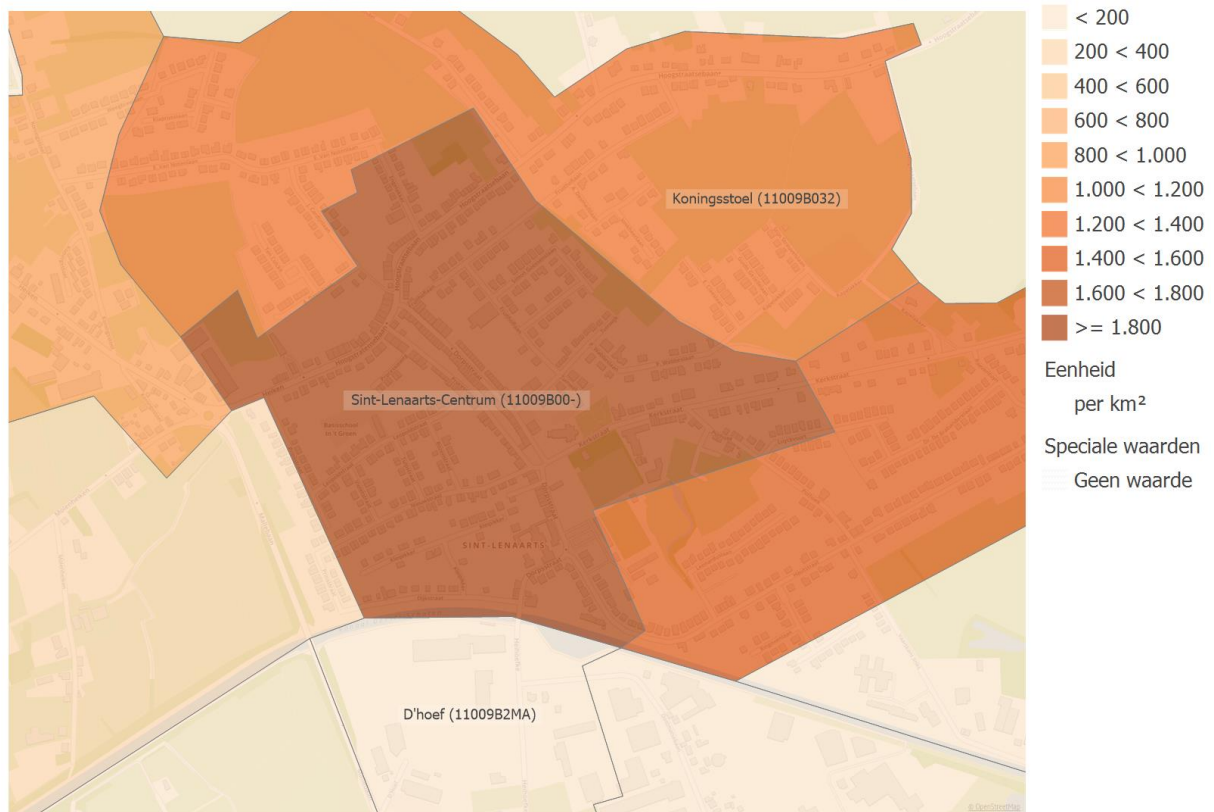
Zowel de winkel- als commerciële dichtheid zijn beperkt binnen de centrumzone van de Dorpsstraat:

- winkeldichtheid: 10%;
- commerciële dichtheid: 30%.

FIGUUR 80: BRON: LOCATUS

De Dorpsstraat bevindt zich in de statistische sector Sint-Lenaarts-Centrum met de hoogste bevolkingsdichtheid.

bevolkingsdichtheid 2020 - statistische sectoren van Brecht



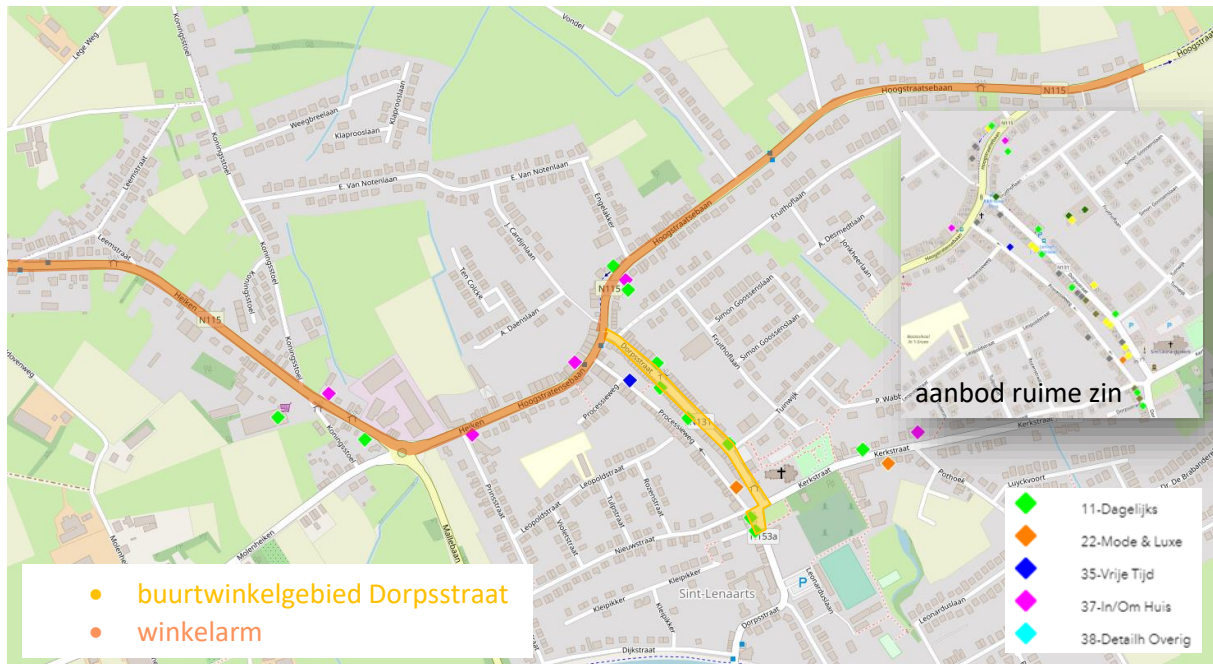
Bron: Rijksregister | provincies.incijfers.be

Het is belangrijk voor de inwoners van Sint-Lenaarts om binnen de eigen gemeente een basisaanbod dagelijkse goederen terug te vinden.

Detailhandel in categorie 1 (dagelijkse goederen) wordt dan ook gestimuleerd om zich in de Dorpsstraat verder te ontwikkelen. De dorpsstraat krijgt hierbij het karakter van een buurtwinkelgebied.

7.3.2 Ontwikkelingsperspectief

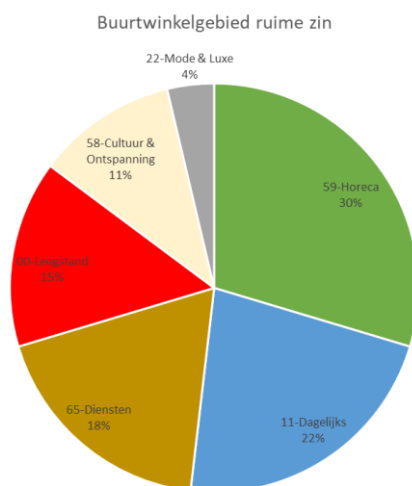
Een gedeelte van de Dorpsstraat krijgt het perspectief buurtwinkelgebied.



FIGUUR 81: BRON: LOCATUS

Een buurtwinkelgebied voldoet aan volgende kenmerken:

- geconcentreerd dagelijks aanbod;
- aanwezigheid van gemengde functies;
- wijkverzorgend;
- sociale functie.



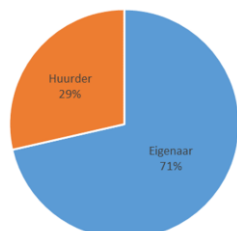
Het aanwezige dagelijkse aanbod wordt versterkt door voornamelijk horeca en diensten.

FIGUUR 62: BRON: LOCATUS

De N115 die het centrum van Sint-Lenaarts doorkruist krijgt een winkelarm karakter ter ondersteuning van de Dorpsstraat.

8. Bevraging handelaars

De gemeente Brecht ondersteunde de bevraging van haar handelaars waarbij in een aansluitend debat de beleidsvisie werd voorgesteld. Samen met Unizo Groot Brecht werd bij ondernemers geïnformeerd naar de uitdagingen op korte en lange termijn en werd de relatie met de gemeente onderzocht.



Vanuit de bevraging leren we dat bijna 71% van de handelaars eigenaar zijn van hun handelspand.

Huurders kaarten de noodzaak aan voor betaalbare handelspanden.

Beleidsverantwoordelijken zijn goed bereikbaar in Brecht, dit is belangrijk want de bevolking groeit in de verschillende deelgemeenten. Belangrijk hierbij is de nood aan lokale initiatieven op maat en rekening houdend met het karakter van de verschillende deelenkernen.

De gemeente Brecht en haar handelaars staan voor concrete uitdagingen waaronder beheersbare energiekosten, personeel, bereikbaarheid, enz. Parkeerbeleid en mobiliteit staan hoog op de agenda maar we stellen ook vast dat de kernwinkelgebieden vlot bereikbaar zijn te voet en met de fiets.

Goede infrastructuur zoals laadpalen (fiets & auto) en fietsenstallingen ondersteunen een duurzame mobiliteit.

Een transparant vergunningsbeleid vormt ook een belangrijk thema waarbij de dialoog met ondernemers wordt opgezocht om de juiste invulling op de juiste locatie te onderzoeken. Er is een duidelijke nood aan voldoende basisvoorzieningen in de centrale winkelgebieden.

De winkelomgeving moet uitnodigen om te verblijven waarbij horeca en diensten de sociale functie van de verschillende centra ondersteunen.

De concentratie van het winkelaanbod in de kernen kan bijkomend worden ondersteund door te investeren in onder meer:

- aantrekkelijke publieke omgeving;
- inzet doelgerichte communicatie om lokale ondernemers in de kijker te zetten;
- inrichting handelsruimten op maat van de ondernemer;
- ondersteunen van de lokale handelaarsvereniging;
- organisatie evenementen.

Handelaars in Brecht geven aan dat ze beschikken over een erg trouw cliënteel. Er moet dan ook bestendig worden geïnvesteerd in de actie "ik koop lokaal", speciaalzaken geven kleur aan het aanbod. Regelmatige dialoog met de handelaars houdt de vinger aan de pols en stemt het beleid verder af met actieve ondernemers.

Meer dan 40% van de deelnemende handelaars verkoopt reeds online. Uitdagingen in de online verkoop zijn de integratie van het productaanbod, tijdsgebrek en de adviesrol gekoppeld aan het sociaal contact met de consument. De combinatie van een fysiek en online verkooppunt (omnichannel) biedt hier opportuniteiten.

9 KERNVERSTERKENDE MAATREGELEN

9.1 Ondersteunende maatregelen

Ter ondersteuning van het afgebakende kernwinkelgebied kan de gemeente bijkomende kernversterkende maatregelen treffen. Deze maatregelen zijn onderverdeeld in verschillende categorieën:

- ruimtelijke aspecten van het aanbod:
 - het heraanleggen van het openbaar domein;
 - het autovrij of autoluw maken van (delen van) een winkelgebied;
 - het voorzien in aanvullend en goed gelegen parkeergelegenheid;
 - het verbeteren van de bereikbaarheid van een winkelgebied;
 - het verbeteren van de kwaliteit van de gevels van winkelpanden;
 - het stimuleren van het wonen boven winkels;
- verbeteren van het inhoudelijke (winkel)aanbod:
 - verruiming van het aanbod = aantrekken nog niet aanwezige winkels;
 - versterken aantrekkingskracht = aantrekken van ‘trekkers’ op maat van het verzorgingsgebied;
 - onderscheidend vermogen = aantrekken van innovatieve formules;
 - stimuleren van de beleving in het aanbod = presentaties, events;
 - duidelijke bewegwijzering tussen cultureel aanbod en het winkelgebied (gericht op toerisme enz.);
- stappenplan voor integratie van digitale technologieën:
 - stap 1: digitaal bewustzijn: campagnes en workshops zorgen voor kennisverwerving;
 - stap 2: doorlichting van de digitale volwassenheid: behoeften en mogelijkheden;
 - stap 3: het testen van digitale innovaties: verstrekken van digitale oplossingen die gratis in de winkel kunnen worden getest;
 - stap 4: digitale hulpmiddelen en toepassingen: ondersteuning bieden bij de digitalisering van de ondernemingen;
 - stap 5: platforms voor elektronische handel: uitbreiding van de activiteiten;
- acties gericht op communicatie en promotie:
 - hoofddoelgroep = consumenten;
 - overige doelgroepen = winkels, investeerders en beleggers;
 - website met aanbod, nieuwe winkels, acties;
 - periodieke nieuwsbrief (digitaal) met vermelding van acties, nieuw aanbod;
 - brochures (digitaal) gericht op consumenten;
 - brochures (digitaal) bij specifieke zakelijke en professionele events gericht op retailers en beleggers;
 - promotie en communicatie i.s.m. de handelsvereniging;

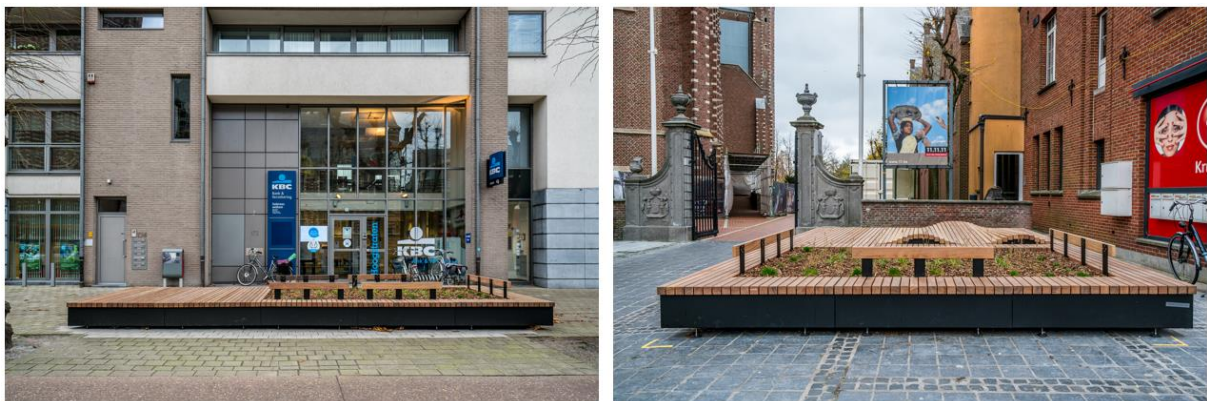
- implementeren van acties:
 - gevelrenovatiepremie;
 - verhuispremie;
 - herbestemmingspremie;
 - leegstandstaks;
 - vestigingspremie.

9.2 Straat in het vizier

Het Europees project Straat in het vizier biedt inspiratie om op zoek te gaan naar de unieke identiteit van de kernwinkelgebieden. 5 lokale besturen (Geel, Heist-op-den-Berg, Herentals, Mol en Hoogstraten) en de provincie Antwerpen bundelden de krachten in dit project met als doel de versterking van het kernwinkelgebied.

Samen stippelden ze een parcours met acties uit om die identiteit uit te dragen. De kracht van dit project lag in de samenwerking. Alle betrokkenen gingen samen op zoek naar antwoorden op vragen als: welke winkels en andere functies heeft de straat nodig? Wat maakt deze straat uniek? Hoe vermarkten we die nieuwe identiteit en welke acties kunnen voor extra beleving zorgen?

Enkele voorbeelden:



Figuur 83: Hoogstraten - opener zitmeubilair



Figuur 63: Heist-op-den-Berg: rebranding van het kernwinkelgebied



Figuur 64: Geel: muurschilderingen



Figuur 86: Mol: opfrissing straatbeeld met lampenkappen



Figuur 65: Herentals: poorteffect

10 DE BEOORDELING VAN EEN VERGUNNINGSAANVRAAG

De gemeentelijke omgevingsambtenaar is bevoegd voor de opmaak van het beoordelingsverslag ter motivatie van de beslissing over de vergunningsaanvraag. Met betrekking tot kleinhandelsvergunningen kan de ambtenaar economie aangeduid worden als gemachtigd ambtenaar of, onder bepaalde voorwaarden, als gemeentelijk omgevingsambtenaar.

10.1 De beoordeling van een vergunning op basis van een visie en/of planning.

De gemeente treedt liefst voorafgaandelijk de vergunningsaanvraag in dialoog met de aanvrager wanneer de vergunningsaanvraag niet in strijd is met de bindende bepalingen van de planningsinstrumenten maar niet voldoet aan de gemeentelijke visie op het integraal handelsvestigingsbeleid.

Er wordt gezocht naar een overeenstemming tussen aanvrager en gemeente opdat het gevraagde wel binnen de gemeentelijke visie past. Indien geen compromis gevonden wordt, beoordeelt de gemeente de vergunningsaanvraag aan de hand van de basisdoelstellingen van het decreet IHB.

De vergunning kan geweigerd worden indien voldoende gestaafd kan worden dat de basisdoelstellingen ondermijnd worden door het gevraagde.

10.2 Het beoordelen van de vergunningsaanvraag op basis van de basisdoelstellingen

De basisdoelstellingen fungeren als 'afwegingscriteria' bij de beoordeling van een vergunningsaanvraag. Elke beoordeling moet grondig gemotiveerd zijn.

10.3 Managementsamenvatting

Gekoppeld aan deze beleidsvisie werd een managementsamenvatting/leidraad ontwikkeld om de huidige en toekomstige detailhandelsontwikkelingen te beoordelen.