



Strategisch Commercieel Plan



Inhoud

1	Inleiding.....	4
1.1	Doelstelling.....	4
1.2	Waarom een detailhandelsbeleid?	4
2	Begrippen en Definities	5
3	Analyse	8
3.1	Socio-economische positionering	8
3.1.1	Geografische situering.....	8
3.1.2	Ontsluiting	9
3.1.3	Bevolking en huishoudens.....	9
3.1.4	Leeftijd van de bevolking.....	10
3.1.5	Inkomen.....	10
3.1.6	Tewerkstelling	11
3.2	Infrastructuur en voorzieningen in de gemeente	11
3.2.1	Scholen	11
3.2.2	Sport	11
3.2.3	Ontspanning & Toerisme.....	11
3.3	Algemene beleidsmatige context.....	12
3.3.1	Ruimtelijk structuurplan Vlaanderen (RSV).....	12
3.3.2	Winkelen in Vlaanderen	12
3.3.3	Interprovinciale detailhandelsstudie.....	12
3.3.4	Gemeentelijk ruimtelijk structuurplan (GRS)	13
3.4	Doorlichting detailhandel in de gemeente.....	14
3.4.1	Algemeen kader.....	14
3.4.2	Aanbodsanalyse.....	15
3.4.3	Koopstromenanalyse.....	22
3.4.4	Waardering winkelgebied	23
3.5	SWOT-Analyse	23
3.5.1	Sterkten	23
3.5.2	Zwakten	24
3.5.3	Bedreigingen.....	24
3.5.4	Kansen	25
3.6	Conclusies uit de SWOT-analyse	25
4	Trends en Ontwikkelingen.....	26

4.1	Langs de vraagzijde	26
4.2	Langs de aanbodzijde	26
5	Opmaak van het strategisch commercieel plan:	28
5.1	Beleidskeuzes:	28
6	Waar wil Kalmthout naar toe?	29
6.1	Krachtlijnen van de visie.....	29
6.2	Speerpunten voor het strategisch commercieel plan:	29
7	De winkelgebieden in Kalmthout	31
7.1	Kader voor afbakening kernwinkelgebieden.....	31
7.2	Waarom is ruimtelijk afbakenen van winkelgebieden belangrijk?	31
7.3	Uitvoering	33
7.3.1	Heidestatiestraat.....	35
7.3.2	Kalmthout Dorp/ De Beek.....	38
7.3.3	Overige kernen.....	41
7.4	Randvoorwaarden voor een succesvol kernwinkelgebied	45
7.4.1	Leegstandsbeleid	45
7.4.2	Beeldkwaliteit en netheid	45
7.4.3	Mobiliteit	45
7.4.4	Toegankelijkheid.....	46
7.5	Beleidsmatige benadering van afbakening en ‘buitengebied’	46
7.5.1	Ruimtelijk kader voor detailhandel	46
7.5.2	Kernversterkend locatiebeleid	46
7.5.3	Ruimte voor zakelijke initiatieven	47
7.5.4	Een gedifferentieerd detailhandelsbeleid	47
8	Actieplan voor het kernwinkelgebied	48
8.1	Parkeerbeleid	48
8.2	Verblijfskwaliteit en straatbeeld	48
8.3	Samenwerking tussen de handelszaken.....	49
8.4	Dialogo met vastgoedeigenaars	49
8.5	Leegstandsheffing	50
8.6	Financiële stimuli.....	50
8.7	Inrichting van de openbare ruimte	50
9	Bijlagen	52
9.1	Aanbod levensmiddelen	53



9.2	Opties voor bestrijding van leegstand.....	54
9.3	Verhogen van het aanbod (kwantitatief)	55
9.4	Verhogen van het aanbod (kwalitatief).....	56
9.5	Verbetering winkelbeleving	57
9.6	Aanvullende voorzieningen	58
9.7	Bereikbaarheid en parkeren.....	58
9.8	Scenario's afbakening.....	59
9.8.1	Afbakening 1 - Heidestatiestraat, Willy Vandersteenplein en panden Withoeflei	59
9.8.2	Afbakening 2 – Deel Heidestatiestraat, Willy Vandersteenplein en panden Withoeflei 61	
9.8.3	Conclusie	62

Rapport Kalmthout

1 Inleiding

1.1 Doelstelling

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

De gemeente krijgt in toenemende mate te kampen met het verdwijnen van kleine lokale handelszaken en een stijgende leegstand van winkelpanden.

Deze studie wordt uitgevoerd aan de hand van de resultaten van de interprovinciale detailhandelsstudie, veldonderzoek binnen de gemeente en overleg met diverse stakeholders in Kalmthout.

De analysefase houdt rekening met het uitgebreide studie- en cijfermateriaal dat afgeleverd werd door verschillende organisaties en overheden.

1.2 Waarom een detailhandelsbeleid?

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

Met een detailhandelsbeleid gericht op kernversterking geeft het gemeentebestuur een duidelijk signaal naar de ondernemers in de gemeente. Het biedt hen een houvast bij hun locatiebeslissingen en bedrijfsvoering. Het detailhandelsbeleid beschrijft het kader waaraan nieuwe ontwikkelingen worden afgetoetst. Het maakt eveneens een brug naar verwante beleidsdomeinen zoals ruimtelijke ordening, mobiliteit en toerisme.

2 Begrippen en Definities

Onderstaande begrippen en definities worden overgenomen uit de interprovinciale detailhandelsstudie.

Voor de realisatie van deze studie werd samengewerkt met externe partners, waaronder Locatus¹. Locatus is een bedrijf dat actief is in de Benelux en alle commerciële panden en hun branchering in kaart heeft gebracht. Alle Vlaamse gemeenten hebben in navolging van de studie gratis toegang tot deze Locatus databank.

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

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

aangeduid (bijv. Starbucks). Een andere benaming voor 'formule' is 'keten'.

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



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

3 Analyse

Deze analyse is gebaseerd op Locatus-cijfers voor detailhandel, die voor de gemeente Kalmthout werden opgemeten in mei 2016. Andere cijfers betreffen de meest recente gegevens uit databanken van de federale en Vlaamse regering, zoals ze beschikbaar waren in het najaar van 2016.

3.1 Socio-economische positionering

Kalmthout is een grensgemeente in het noorden van de provincie Antwerpen die onlosmakelijk geassocieerd wordt met de Heide.

De gemeente behoort volgens de VRIND-classificatie tot het 'overgangsgebied', waar in de provincie Antwerpen in totaal 34 gemeenten toe behoren. Volgens de Belfius-indeling wordt Kalmthout ingedeeld bij Cluster V2, de woongemeenten met een landelijk karakter.

3.1.1 Geografische situering



FIGUUR 1 KALMTHOUT - BRON GOOGLE MAPS

Een belangrijk deel van het oppervlak van gemeente Kalmthout wordt ingenomen door het natuurgebied 'Kalmthoutse Heide' dat over de grens met Nederland doorloopt in grenspark De Zoom.

De buurgemeenten van Kalmthout zijn Essen, Zundert (NL), Wuustwezel, Kapellen en Woensdrecht (NL).

Kalmthout heeft geen deelgemeenten maar omvat vijf dorpskernen: Kalmthout Centrum, Dorp, Heide, Achterbroek en Nieuwmoer. Elke kern heeft zijn eigen karakter en ook een gediversifieerd detailhandelsaanbod.

3.1.2 Ontsluiting

De gemeente beschikt over goede verbindingen met het openbaar vervoer. Er zijn twee treinstations, Heide en Kalmthout, op de lijn Roosendaal – Antwerpen (spoorlijn 12) en één treinstation, Kijkuit. De Lijn biedt in totaal zes verschillende busverbindingen aan die Kalmthout verbinden met de omliggende gemeenten en Antwerpen.

3.1.3 Bevolking en huishoudens

Op 1 januari 2017 telde de gemeente Kalmthout 18.484 inwoners. De bevolking van Kalmthout vertoonde in de periode 2008-2015 een lichte groei van 3,5%. De belangrijkste toename is waar te nemen tussen 2009 en 2012. Daarna vlakke de bevolkingstoename af met een lichte daling in 2014. Sinds 2015 neemt het bevolkingsaantal jaarlijks opnieuw lichtjes toe. Prognoses van de studiedienst van de Vlaamse regering geven aan dat de bevolking van Kalmthout in de komende jaren vrijwel stabiel zal blijven. Deze prognoses gaan tot 2030.

Met een oppervlakte van 5.945 hectare levert dit voor 2016 een gemiddelde bevolkingsdichtheid van 308 inwoners per vierkante kilometer.

Het aantal gezinnen gaat volgens de prognoses wel significant in stijgende lijn. De oorzaak hiervan is een toenemende **gezinsverdunding** waardoor vooral de 1- en 2-persoonsgezinnen in aantal toenemen. Het aantal gezinnen met kinderen gaat in dalende lijn.

In 2015 telde de gemeente **7.258 gezinnen**. Dit cijfer lag boven de verwachtingen voor dat jaar. Tegen 2020 zou het aantal gezinnen ongeveer 7.400 bedragen en tegen 2030 ruim 7.700.

Gemiddeld telt een gezin in Kalmthout 2,5 personen.

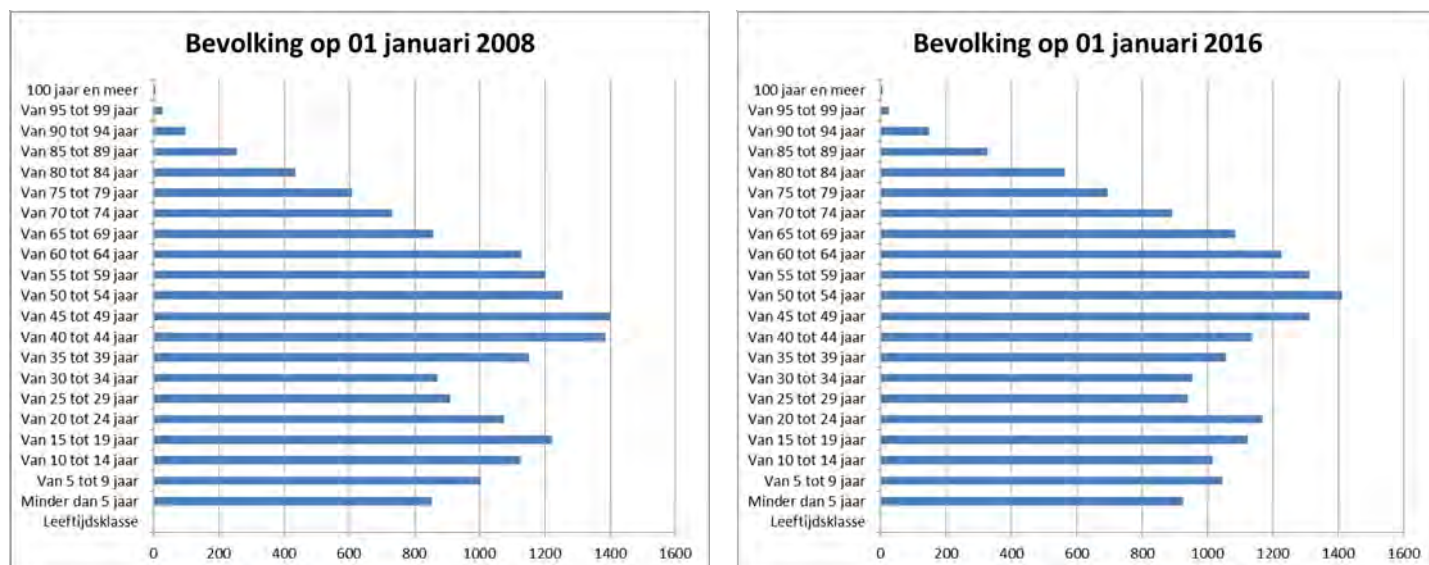
De toename van 1- en 2-persoonshuishoudens is in gans Vlaanderen zichtbaar en is een gevolg van een steeds ouder wordende bevolking en wijzigende gezinssamenstellingen. Naarmate mensen ouder worden zijn er meer koppels zonder kinderen. Valt een partner weg dan vertaalt zich dat naar een bijkomend eenpersoonshuishouden. Daarnaast wonen meer mensen voor een korte of langere tijd alleen, hetzij bij de start van hun professionele carrière of na het uiteenvallen van een relatie.

Deze cijfers vertalen zich naar **groeibehoeften** gericht op **kleine huishoudens**. Bij de groep van 1- en 2-persoonshuishoudens wordt vaak voor een appartement gekozen.

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

Door de ligging aan de grens, bestaat 9% van de inwoners uit Nederlanders. Dit is de grootste groep van alle mensen met een vreemde nationaliteit.

3.1.4 Leeftijd van de bevolking



TABEL 1 LEEFTIJDKlassen BEVOLKING KALMTHOUT – BRON STATBEL

Bovenstaande grafieken geven ons een beeld van de evolutie en huidige leeftijdsverdeling van de bevolking van Kalmthout. We merken dat er een opwaartse beweging is van de talrijkste leeftijdsklassen in de bevolking wat een beeld geeft van de vergrijzing. Onderaan de grafiek merken we echter dat er een versterking is aan de basis bij kleuters en lagere-schoolleeftijd. Dit is dan weer een indicatie voor de aanwezigheid van jonge gezinnen. Tot de leeftijd van 20 jaar is er in 2016 een toename in de bevolking waar te nemen ten opzichte van 2008 wat zeer positief is.

De gemeente beschikt nog over ruimte en biedt gezinnen de mogelijkheid om betaalbaar te wonen in een landelijke omgeving wat voor veel mensen het ideaal is. De goede school- en sportinfrastructuur creëren mee een aantrekkelijk kader.

De terugval in de leeftijdsgroep tussen 25 en 34 jaar lijkt iets gemilderd te zijn ten opzichte van 2008. De reden hiervoor is niet duidelijk maar het is mogelijk een teken dat jongeren langer thuis blijven wonen ofwel gemakkelijker een geschikte woning in de gemeente vinden. Toch blijft deze leeftijdsgroep minder vertegenwoordigd binnen de bevolking.

Op ongeveer tien jaar tijd² is het aantal inwoners ouder dan 65 jaar met ongeveer 30% toegenomen. Dit cijfer ligt in lijn met de algemene trend voor gelijkaardige gemeenten en Vlaanderen. Over dezelfde periode zien we een lichte daling in het aantal jongeren (0-19 jaar) en nagenoeg een status quo voor de actieve bevolking (20-64 jaar).

3.1.5 Inkomen

Het gemiddelde fiscale gezinsinkomen voor Kalmthout bedroeg in het inkomstenjaar 2014 € 36.656. Dit vertaalt zich voor 2016 naar een welvaartsindex van 109,36 wat betekent dat het gemiddelde inkomen van de gemeente 9,36% boven het Vlaams gemiddelde ligt. Kalmthout kan bijgevolg een welvarende gemeente genoemd worden.

² Studiedienst Vlaamse Regering – Gemeentelijke Profielschets najaar 2016

Het mediaan inkomen bedraagt € 27.164. Dit geeft aan dat er een behoorlijk verschil bestaat tussen de hoogste en laagste inkomens. Dit verschil is minder groot dan bij naburige gemeenten Brasschaat en Kapellen.

3.1.6 Tewerkstelling

Uit de tewerkstellingscijfers, gepubliceerd in oktober 2016³, stellen we vast dat 1.270 inwoners van Kalmthout in de eigen gemeente als loontrekkende werken. Daarnaast zijn er 2.594 personen die van buiten de gemeente naar Kalmthout pendelen voor hun job. Dit levert een totaal van 3.865 arbeidsplaatsen op. 4.928 inwoners van Kalmthout die in loondienst werken, hebben een job in een andere gemeente. In 2016 telt Kalmthout 747 zelfstandigen (Btw-plichtige natuurlijke personen). Daarnaast zijn er 1.028 handelsvennootschappen geregistreerd in de gemeente.

Specifiek voor **detailhandel en horeca** merken we dat de tewerkstelling in detailhandel ongeveer op het zelfde niveau gebleven is ten opzichte van 2008. Het aantal jobs in horeca is daarentegen wel behoorlijk gestegen.

Voor 2014 tellen we voor detailhandel in totaal (zelfstandigen en loontrekkenden) ongeveer 650 jobs in Kalmthout. Voor horeca zijn dit bijna 280 banen, wat een verdubbeling is tegenover 2008.

De activiteitsgraad van de beroepsactieve bevolking (20-64 jaar) van Kalmthout is 72.5%, wat een procentpuntje boven het Vlaams gemiddelde ligt.

3.2 Infrastructuur en voorzieningen in de gemeente

3.2.1 Scholen

Kalmthout heeft verschillende scholen op zijn grondgebied. Voor kleuter- en basisonderwijs zijn er in de ganse gemeente 8 scholen en voor middelbaar onderwijs telt de gemeente 3 scholen. Daarmee heeft de gemeente en meer dan behoorlijk onderwijsaanbod.

De scholen trekken op alle niveaus kinderen aan van buiten de gemeente. Het aantal leerlingen in de verschillende scholen ligt hoger dan de eigen bevolking in de betreffende leeftijdsgroepen.

Dit zorgt voor een bijkomende stroom aan bezoekers in de gemeente. In de mate dat scholen en winkels dicht bij elkaar liggen, profiteren handelaars van deze bezoekersstroom.

3.2.2 Sport

Kalmthout investeert in een uitstekende gemeentelijke sportinfrastructuur. Recent werden de nieuwe sportterreinen 'Sportpark Heikant' in gebruik genomen en daarnaast beschikt de gemeente over een vrij uitgebreid pakket aan zalen en terreinen waar een groot aantal sporten kunnen beoefend worden. De gemeente biedt zijn inwoners eveneens een zwembad.

3.2.3 Ontspanning & Toerisme

Op toeristisch vlak kan Kalmthout verschillende troeven uitspelen. De Kalmthoutse Heide is waarschijnlijk de bekendste bezienswaardigheid in de gemeente die jaarlijks veel bezoekers trekt. Daarnaast heeft Kalmthout nog het Arboretum en het Suske & Wiske museum, dat opgericht werd als eerbetoon aan Willy Vandersteen, zowat de beroemdste inwoner die de gemeente gehad heeft.

³ Steunpunt Werk (WSE)

Een aantal fietsroutes, die deel uitmaken van het fietsknooppuntennetwerk, lopen door de gemeente. De aanwezigheid van natuur en goede infrastructuur maakt Kalmthout een geliefde bestemming voor wandelaars en fietsers.

De gemeentelijke cadeaubon maakt een link tussen toerisme en detailhandel. Deze bon met een waarde van 10 of 25 euro is verkrijgbaar bij de toeristische dienst en bij het Arboretum en kan bij een 50-tal handelszaken gebruikt worden. Het is een succesvol product dat in 2016 een omzet van 25.600 euro opleverde.

3.3 Algemene beleidsmatige context

3.3.1 Ruimtelijk structuurplan Vlaanderen (RSV)

Het structuurplan stelt dat we de resterende open ruimte maximaal moeten beschermen en de steden herwaarderen zodat zij aangename plekken worden om te leven. Deze visie wordt volgens vier invalshoeken uitgewerkt: voor de stedelijke gebieden, het buitengebied, de economische gebieden en de lijninfrastructuur. In het RSV behoort Kalmthout tot het buitengebied, wat gedefinieerd wordt als een gebied waar de onbebouwde ruimte overweegt.

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

3.3.2 Winkelen in Vlaanderen

Een belangrijk gegeven bij het uitwerken van een lokaal detailhandelsbeleid zijn de nota's "Winkelen in Vlaanderen" en de Winkelnota 2.0". De Vlaamse Regering voert een kernversterkend beleid enerzijds en een actief aanbodbeleid voor grootschalige detailhandel met een nood aan ruimte anderzijds. Dit uit zich zowel in het ruimtelijk als in het economisch beleid. De nota heeft reeds een eerste vertaling gekend met de omzendbrief "Grootschalige detailhandel, een afwegingskader". De omzendbrief biedt ruimtelijke afwegingselementen aan de Vlaamse ambtenaren en aan de provinciale en gemeentelijke besturen met het oog op een gestructureerd afwegingstraject voor de inplanting en/of groei van grootschalige detailhandel. De basisdoelstellingen hierbij zijn het tegen gaan van verdere verlinting, het voeren van een aanbodbeleid op de daarvoor geschikte locaties en het voeren van een kernversterkend beleid.

In juni 2016 gaf de Vlaamse Regering haar goedkeuring aan het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB). Dit decreet wordt momenteel verder uitgewerkt om het eenvoudig toepasbaar te maken voor steden en gemeenten. De bepalingen van het IHB zullen op termijn ingekanteld worden in de omgevingsvergunning.

3.3.3 Interprovinciale detailhandelsstudie

Het Provinciaal Ruimtelijk Structuurplan (PRSA) verfijnt de uitspraken die in het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen worden geponeerd en bevat een aantal elementen die doorwerken op gemeentelijk niveau. Het PRSA focust zich enkel op de grote kleinhandelszaken. Grootschalige kleinhandel heeft immers een grote weerslag op de ruimte. Volgende uitgangspunten worden vermeld:

- Het beleid is gericht op het concentreren en verweven van kleinhandel in de stad of in de kern van het buitengebied;
- Voorts staan het organiseren en afremmen van grootschalige kleinhandelsconcentraties buiten de stedelijke gebieden voorop;
- Indien een complementaire verweving van grootschalige kleinhandel in het stedelijke weefsel niet altijd mogelijk en gewenst is, dan is een bundeling in kleinhandelszones aangewezen.

3.3.4 Gemeentelijk ruimtelijk structuurplan (GRS)

Het huidige gemeentelijk ruimtelijk structuurplan werd goedgekeurd in 2006. In de loop van 2016 startte de gemeente de herziening van dit structuurplan. De doelstellingen van het bestaande GRS zijn in grote mate gerealiseerd en hierdoor is er nood aan een nieuwe strategische planning die rekening houdt met ontwikkelingen van de afgelopen 10 jaar en ook vooruit kijkt naar de toekomstige uitdagingen en ontwikkeling van de gemeente Kalmthout.

Het huidige GRS omvat geen specifieke bepalingen aangaande de inplanting van detailhandel in de gemeente. Belangrijk in de tekst is het woonbeleid dat gebaseerd is op kernversterking en inbreiding.

In het GRS werden initiatieven genomen om de bouw van bescheiden en betaalbare woningen in verkavelingen te stimuleren. Er wordt ook aandacht besteed aan de bouw van sociale woningen. In het beleidsplan worden bijna 300 nieuwe wooneenheden voorzien.

De gemeentelijke visie op de ruimtelijke ontwikkeling van Kalmthout kan samengevat worden als: 'wonen, werken en genieten met respect voor openheid en natuur'.⁴

Het is voor de gemeente belangrijk om bij de herziening van het GRS er over na te denken hoe detailhandel binnen de ontwikkelingen op het vlak van wonen vorm krijgt. Volgens dezelfde principes van inbreiding en kernversterking dient nagedacht worden over toekomstige behoeften op het vlak van het winkelaanbod en waar men dit wenst uit te bouwen maar ook waar bijkomende detailhandel niet langer wenselijk is. Hiervoor voorziet het IHB de afbakening van winkelarme gebieden.

⁴ Woonbeleidsplan 2014-2019

3.4 Doorlichting detailhandel in de gemeente

Als basis voor deze nota wordt een analyse gemaakt van de detailhandelssituatie in Kalmthout. Deze analyse bestaat enerzijds uit een objectieve cijferanalyse op basis van de interprovinciale studie en de Locatus-gegevens van 2016 en anderzijds uit een subjectieve analyse op basis van overleg met de belangrijkste stakeholders.

Detailhandel werd bekeken in zijn ruime context: als onderdeel van de lokale **economie**, maar ook in relatie tot **ruimtelijke ordening en mobiliteit**.

De eigenheid van de gemeente werd vanuit verschillende invalshoeken in kaart gebracht en binnen de ruime context van Vlaanderen gepositioneerd om tot een genuanceerde inschatting van toekomstige ontwikkelingen te komen.

De objectieve analyse brengt zowel **de aanbodzijde** in de gemeente in kaart (handelszaken) als de **vraagzijde** (klanten). De subjectieve analyse heeft te maken met aspecten als ondernemers- en consumentenvertrouwen en -gedrag, met de bereidheid tot samenwerken, met creatief potentieel en met draagvlak, zowel politiek als vanuit de handelaars zelf. Deze factoren hebben immers een belangrijke impact op detailhandel. De objectieve analyse is gebaseerd op overleg met het bestuur, zowel beleidsmakers als administratie, met de handelaars en met specialisten inzake ruimtelijke ordening, op lokaal en bovenlokaal niveau. Deze analyse maakt gebruik van de Locatus-gegevens zoals die werden opgetekend in de loop van mei 2016.

3.4.1 Algemeen kader

Kalmthout is een vrij uitgestrekte grensgemeente in het noorden van de provincie Antwerpen. Het is een groene gemeente met een landelijk karakter. Binnen de gemeente bestaan er vijf woonkernen waar ook detailhandel zich ontwikkeld heeft. De best uitgebouwde kernen op het vlak van winkelaanbod is Heide (Heidestatiestraat). Het winkelaanbod van Centrum en Dorp ligt verspreid in een lint langs de Kapellensteenweg (N122). Winkelcentrum De Beek vormt in de Locatus-indeling het belangrijkste deel van Kalmthout Dorp. Achterbroek en Nieuwmoer zijn kleinere kernen die een beperkter aanbod hebben.

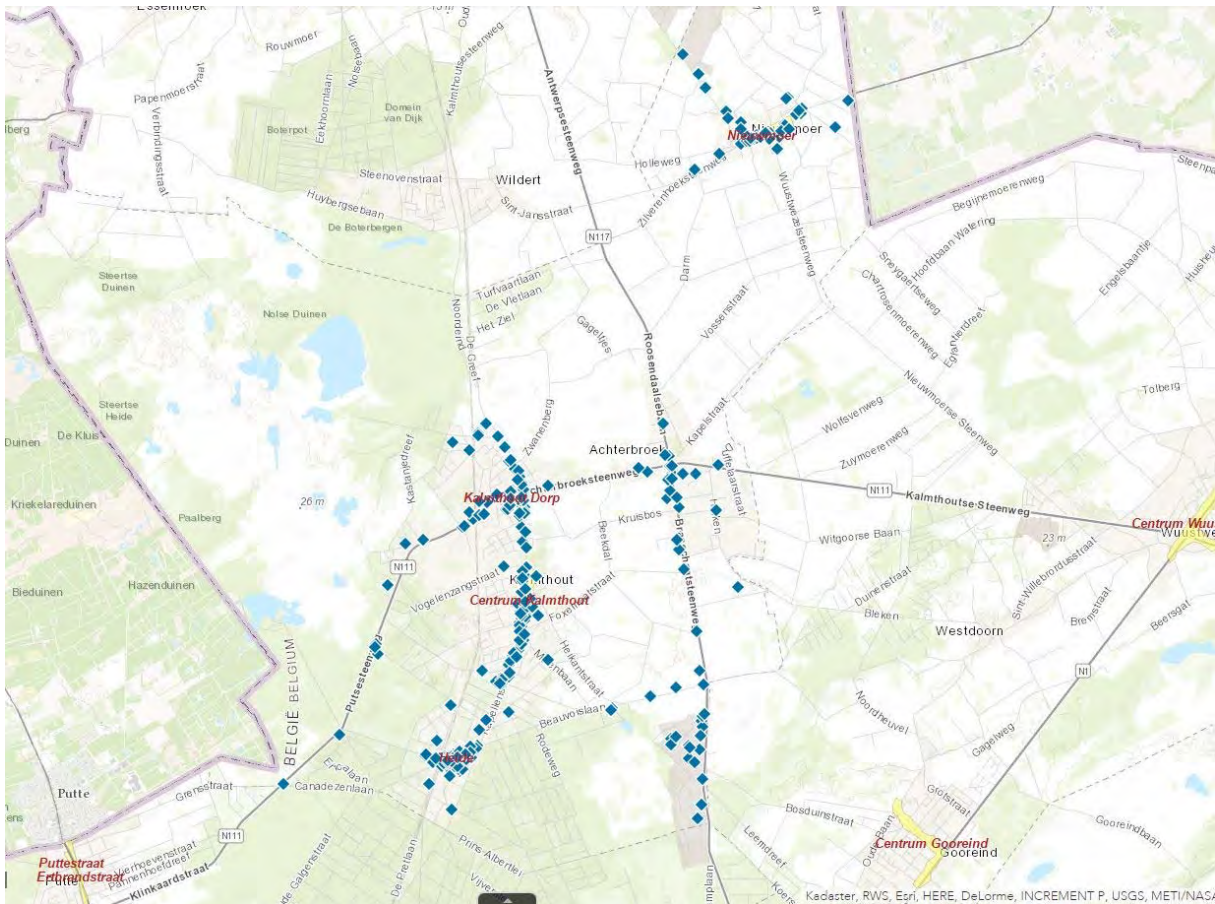
Grootschalige detailhandel komt voor op het bedrijventerrein langs de Brasschaatsesteenweg (N117).

Het gemeentebestuur onderhoudt een goede relatie met de ondernemers in de gemeente en wil een partner zijn voor de uitbouw van een ondernemersvriendelijke gemeente. Het beleid zoekt hiervoor naar een goede balans tussen Kalmthout als woongemeente en Kalmthout als ondernemende gemeente.

Het gemeentebestuur voert op regelmatige basis overleg met de lokale ondernemers via de gemeentelijke ondernemersraad (GOR) en ad hoc overlegmomenten met de vertegenwoordigers van winkelkernen.

Ondernemers beschikken in de gemeente over een aanspreekpunt bij de ambtenaar van lokale economie, die bereikbaar is in het gemeentehuis.

De accenten van het gemeentelijk beleid liggen op het vlak van woonvoorzieningen, duurzame mobiliteit en een evenwicht tussen ruimte voor ondernemen, landbouw en natuur.



FIGUUR 2 HANDELSPANDEN KALMTHOUT OP KAART - BRON LOCATUS

3.4.2 Aanbodsanalyse

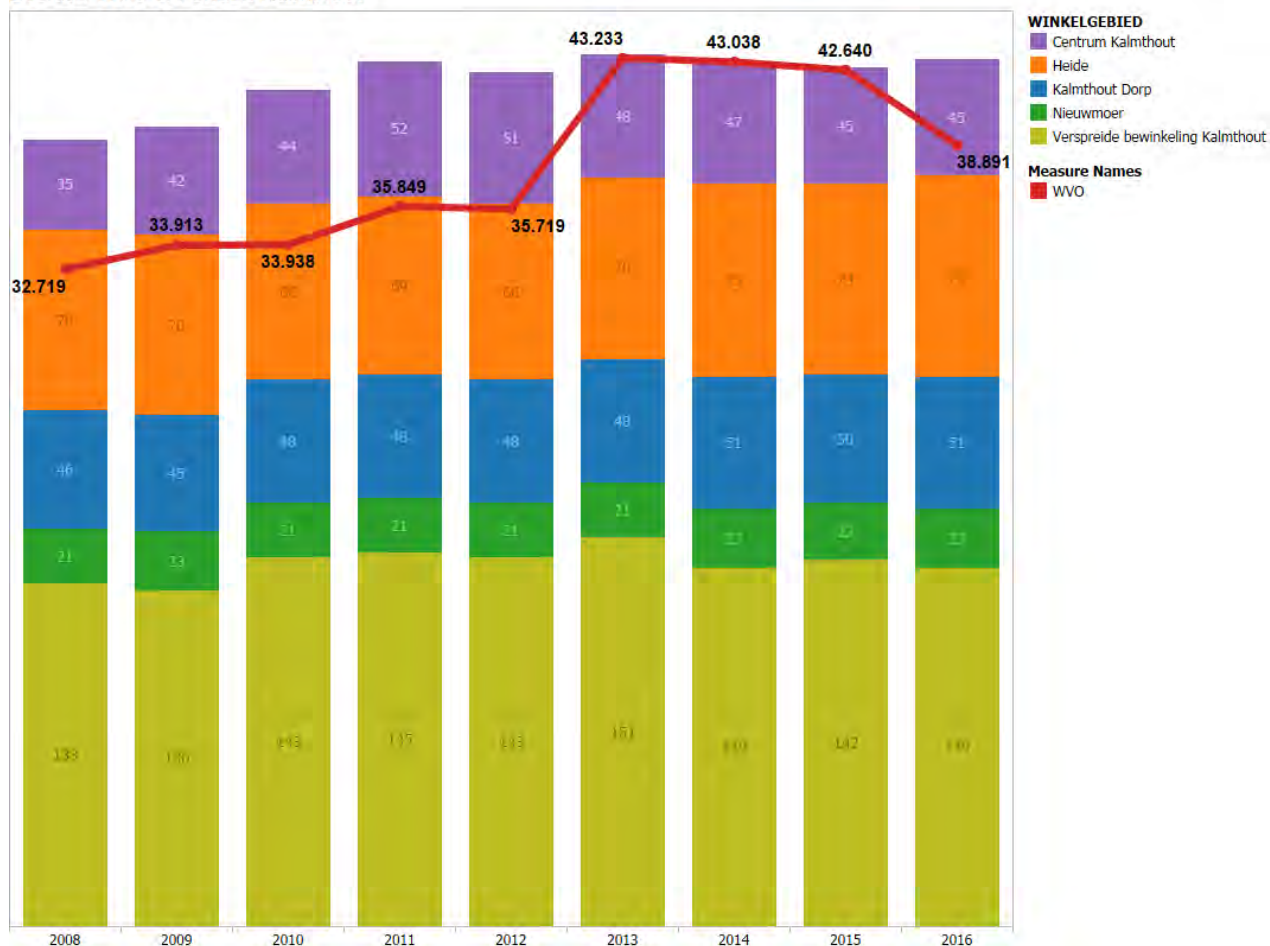
De aanbodsanalyse bekijkt het aanbod van winkelpanden in de gemeente en brengt ook de invulling in kaart. Deze wordt ingedeeld in verschillende productgroepen waar dagelijkse goederen, periodieke goederen en uitzonderlijke goederen de hoofdgroepen zijn.

De interprovinciale studie detailhandel leverde een gedetailleerd overzicht van de detailhandelssituatie in Vlaanderen. De studie, die initieel in 2013 werd uitgevoerd, omvat alle 308 Vlaamse gemeenten die werden ingedeeld volgens hun VRIND-classificatie. Dit leverde voor elke gemeente een feitenfiche op met basiscijfers en indicatoren. Deze feitenfiche wordt jaarlijks bijgewerkt en is te raadplegen op www.detailhandelvlaanderen.be. De basisinformatie voor het in kaart brengen van het aanbod wordt aangeleverd door Locatus, een onderneming die voor de ganse Benelux en belangrijke steden daarbuiten de detailhandel in kaart brengt en optekent in een databank. Alle Vlaamse steden en gemeenten hebben dankzij de samenwerking van de provincies gratis toegang tot deze gegevens.

De vaststellingen in dit rapport zijn gebaseerd op de metingen van Locatus zoals deze werden opgetekend in de loop van 2016.

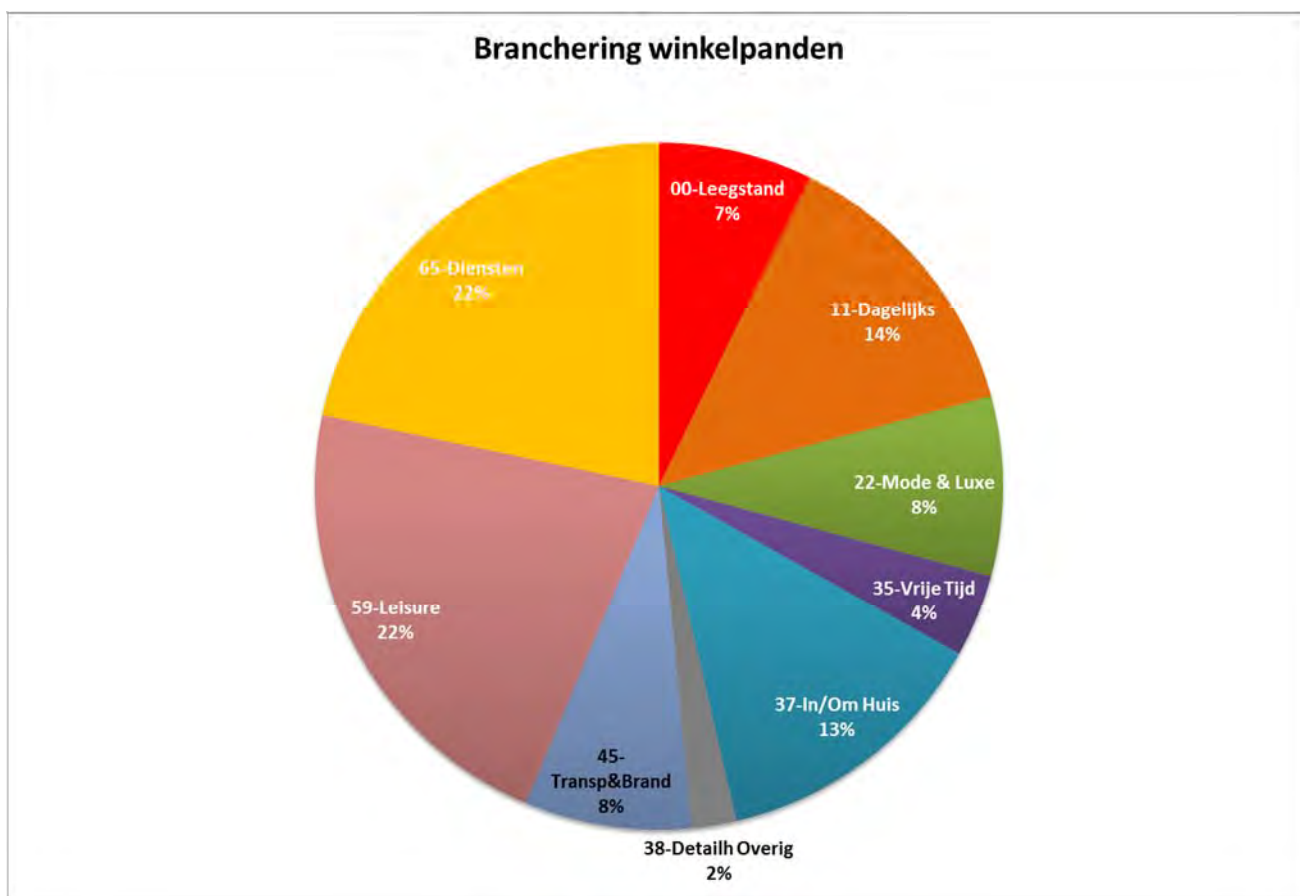
3.4.2.1 Aanbod handelspanden, WVO en branchering

Evolutie WVO & Panden Kalmthout



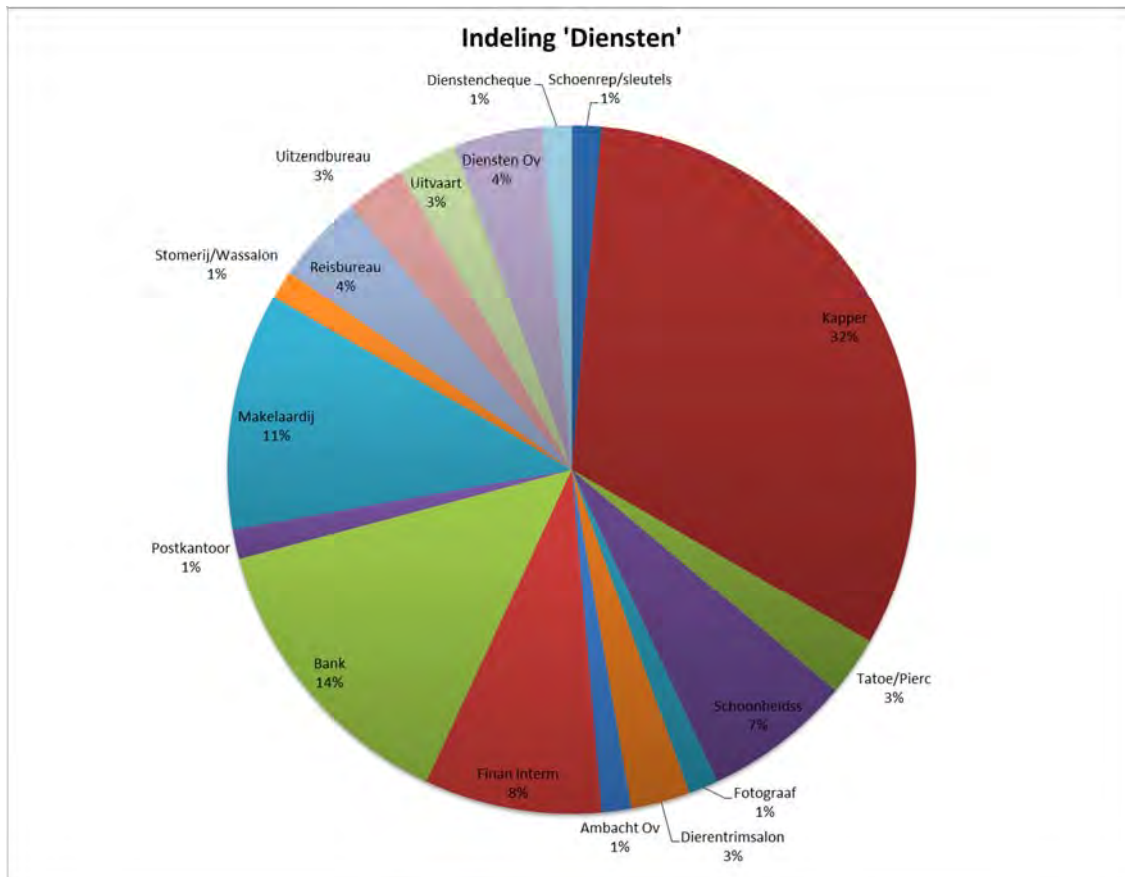
FIGUUR 3 EVOLUTIE AANBOD KALMTHOUT – GEGEVENS JANUARI VAN ELK JAAR

- Het aantal commerciële panden steeg tussen 2008 en 2012 van 305 naar 335. Sindsdien is het totaal aantal vrijwel stabiel gebleven en in mei 2016 telt de gemeente **332 handelspanden**.
- Van deze 332 handelspanden zijn 41% winkels (verkoop van goederen), 22% van de panden behoren tot horeca en ontspanning en nog eens 22% heeft een invulling die onder de categorie 'diensten' valt.
- Het **totale winkelvloeroppervlak** van de ingevulde handelspanden voor zuivere detailhandel (verkoop goederen) bedraagt ruim **35.500 m²**.
- 15% van alle winkels behoren tot een **keten** wat onder het Vlaams gemiddelde ligt. Het aandeel van ketens ligt gemiddeld tussen 20 en 25%
- Ongeveer 14% van het totale aanbod van de gemeente bestaat uit **dagelijkse goederen**. Hierbij inbegrepen zijn verkooppunten voor levensmiddelen, apotheken, krantenwinkels en drogisterijen.



FIGUUR 4 BRANCHERING PANDEN

- De branche **mode & luxeartikelen**, de echte shopping-goederen, neemt 8,5% van alle winkelpanden in.
- Diensten en Horeca & Ontspanning (Leisure) nemen samen bijna de helft van alle handelspanden in.
- 72 zaken vallen onder de groep 'Diensten'.
- 40% van het totale dienstenaanbod bestaat uit schoonheidssalons en kapperszaken. Financiële instellingen vertegenwoordigen 27% van alle diensten. De rest wordt gevormd door particuliere dienstverlening, dat onder andere bestaat uit makelaars, uitzendkantoren en reisbureaus.
- Voor alle diensten samen gaat het grootste aandeel naar kappers (32%), gevolgd door banken (14%) en makelaarskantoren (11%).
- **Medische praktijken** worden niet opgenomen in de Locatus-databank. Dit geeft een vertekening van het beeld voor Heidestatiestraat waar grote, nieuwe panden worden ingevuld door groepspraktijken. Deze praktijken kunnen gekaderd worden als een **multifunctionele verweving** in de kern, wat als een positieve ontwikkeling kan gezien worden. Deze praktijken trekken bezoekers aan in de winkelkern en zorgen voor de invulling van commerciële panden. Een te dominante aanwezigheid van diensten en medische praktijken benadeelt echter de commerciële attractiviteit van de winkelkern. Een **vergrijzende bevolking** gaat gepaard met een grotere behoefte aan medische ondersteuning. Dit is ook zichtbaar in de algemeen grotere aanwezigheid van optiekzaken en gehoorcentra.



FIGUUR 5 ONDERVERDELING BINNEN 'DIENSTEN'

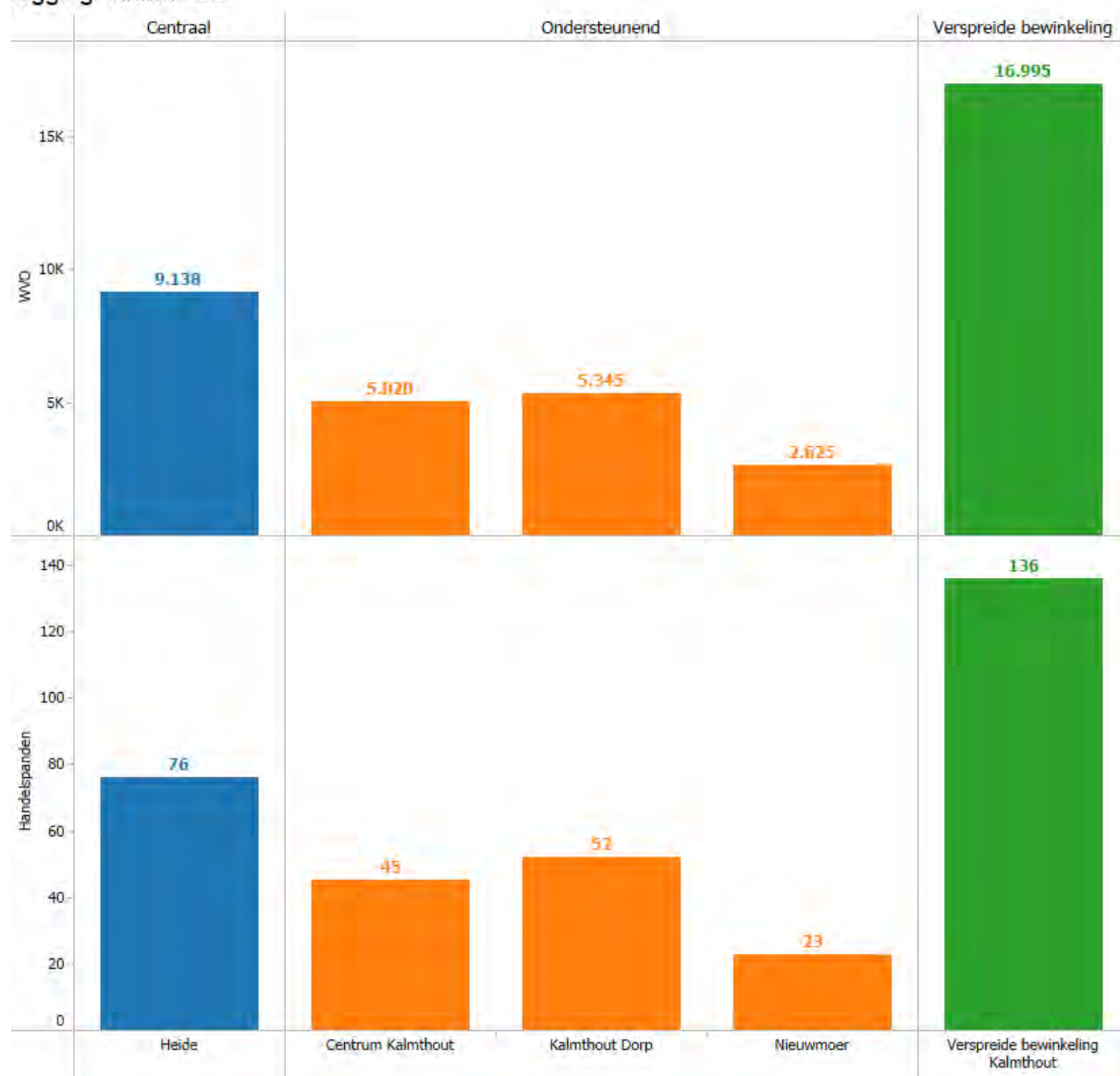
3.4.2.2 Ligging van de winkelpanden

Het aanbod van winkelpanden in Kalmthout ligt in grote mate versnipperd over de gemeente. In de onderstaande grafiek wordt dit weergegeven door de 'verspreide bewinkeling'. Het aanbod in de andere winkelgebieden ligt in zekere mate geconcentreerd. Heide wordt door Locatus als het centrale winkelgebied aangeduid. Het is dan ook het meest uitgebouwde winkelgebied met het grootste aanbod en winkelvloeroppervlakte. Het is de bestemming van de inwoners die een ruimer assortiment qua aanbod zoeken.

De ondersteunende winkelgebieden hebben een aanbod dat eerder inspeelt op de lokale noden van de omliggende bewoning.

De Locatus-databank, waaruit de informatie aangaande de handelspanden gehaald wordt, hanteert een eigen indeling voor onderscheiden winkelgebieden in Kalmthout. Dit zijn Heide, Kalmthout Centrum, Kalmthout Dorp (o.a. De Beek) en Nieuwmoer. Gezien de grote spreiding van de handelspanden in Achterbroek, worden deze panden opgenomen in de 'verspreide bewinkeling.'

Ligging Kalmthout



FIGUUR 6 TYPERING VAN DE LIGGING VAN HANDELSPANEN

Via de NIS9-indeling kunnen we informatie voor Achterbroek uit de cijfers van de verspreide bewinkeling halen:

Achterbroek in de verspreide bewinkeling Kalmthout

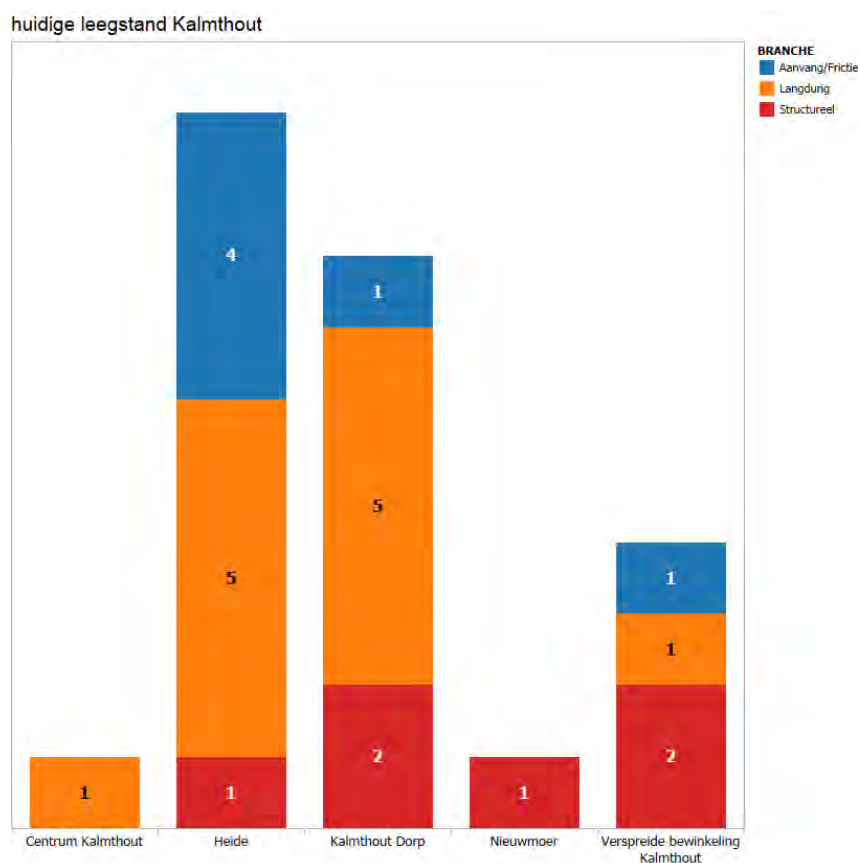


FIGUUR 7 ACHTERBROEK BINNEN DE VERSPREIDE BEWINKELING KALMTHOUT

3.4.2.3 Leegstand

- Leegstand heeft verschillende oorzaken. Overaanbod aan winkelvastgoed is algemeen genomen een belangrijke factor. Het aanbod aan commercieel vastgoed blijft groeien in Vlaanderen terwijl het aantal winkels in dalende lijn gaat.
- In augustus 2016 stonden in Kalmthout 24 (7,2 % van het totaal aantal handelspanden) handelspanden **leeg**, wat overeenkomt met iets meer dan 3.600 m². Dit leegstandpercentage ligt onder het Vlaams gemiddelde (8,9) en ook onder dat van de provincie Antwerpen (9,7). Heide heeft het grootst aantal leegstaande panden (10) maar beschikt ook over het grootste aanbod winkelpanden.
- Procentueel is de leegstand in Kalmthout Dorp met 15% het grootst. Heide heeft een leegstandspercentage van 13%. Deze cijfers zijn gebaseerd op de Locatus-afbakening van de winkelkernen.
- Leegstand wordt verder opgesplitst naargelang **de tijd** dat een pand al leeg staat. De minst zorgwekkende leegstand is de **aanvangs- of frictieleegstand**. Dit is een vrij algemeen verschijnsel in een bewegende vastgoedmarkt. Deze leegstand doet zich bijvoorbeeld voor in afwachting dat een handelspand verbouwd wordt voor een volgende invulling.
- Wanneer een pand tussen 1 en 3 jaar leeg staat spreken we van **langdurige leegstand**. Staat het pand langer dan 3 jaar leeg, dan is dit **structurele leegstand**. Beide leegstandsvormen werken een negatieve perceptie van de omgeving in de hand, niet in het minst door verwaarlozing en vervuiling van de gevel van het pand. Langdurige en structurele leegstand vragen om een beleidsmatige aanpak. De meest effectieve manier om deze leegstand te bestrijden is het opleggen van een leegstandsbelasting die progressief is in de tijd.

- **18 panden** in de gemeente behoren tot een **problematische** vorm van leegstand. Omdat het uitgangspunt voor een goed detailhandelsbeleid kernversterking is, wordt de leegstand in de verspreide bewinkeling op een andere manier geëvalueerd. Aangezien deze panden niet in een kern gelegen zijn, duidt deze leegstand mogelijk op een commercieel minder gunstige locatie. Het is dan interessanter om voor deze panden te zoeken naar een alternatieve functie die wonen, een publieke of dienstverlenende functie kan zijn.



FIGUUR 8 TYPERING VAN LEEGSTAND PER WINKELGEBIED

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

3.4.3 Koopstromenanalyse

- *De inwoners van Kalmthout vinden in hoge mate wat ze nodig hebben in de eigen gemeente*

De **koopbinding** voor **dagelijkse goederen** (88%) is in Kalmthout erg hoog in vergelijking met gelijkaardige gemeenten maar ook in vergelijking met het provinciale gemiddelde. De gemeente heeft een goed aanbod aan supermarkten en gespecialiseerde voedingszaken dat in de woonkernen gelegen is. Daarbuiten is er ook een aanvullend aanbod van lokale producten uit de landbouw en van de wekelijkse markt.

Voor **periodieke goederen** (mode en kleine huishoudelijke artikelen) wordt er toch relatief frequent in de eigen gemeente aangekocht (30,4%). Dit cijfer is hoger dan gemiddeld voor gelijkaardige gemeenten. Voor Wuustwezel is dit bijvoorbeeld 19% en voor Essen 27%.

Het betekent wel dat ongeveer 70% van de inwoners bij voorkeur elders winkelt voor deze producten.

De **lokale horeca** kan op het bezoek van ruim 60% van de inwoners rekenen. Op dit vlak lijkt Kalmthout vrij sterk te staan.

Ongeveer 35% van de inwoners van Kalmthout kopen uitzonderlijke goederen aan in de eigen gemeente wat vrijwel gemiddeld is.

- *Waar gaat de koopvlucht naar toe?*

Gezien de hoge koopbinding voor **dagelijkse goederen** is de koopvlucht vanuit de eigen gemeente naar andere gemeenten klein. De koopvlucht hangt voornamelijk af van de vlotte bereikbaarheid van de dichtst bij zijnde winkel of supermarkt. Soms ligt die net over de gemeentegrens of op de vaste route van de ondervraagde personen. **Nederland** is de meest populaire bestemming voor dagelijkse inkopen buiten Kalmthout.

De koopvlucht op het vlak van **periodieke aankopen** gaat in de eerste plaats naar Antwerpen (26%) en daarna naar Nederland (14%). Antwerpen heeft een uitermate ruim aanbod terwijl in Nederland Rosada outlet shoppingcenter vlakbij is. Op de derde en vierde plaats komen Kapellen en Wijnegem Shopping Center.

Voor **uitzonderlijke goederen** wordt er vaak in Kapellen aangekocht, maar ook Antwerpen en Nederland zijn in trek.

De grootse magneet op het vlak van **cultuur** is de stad Antwerpen, waar er steeds een gevarieerd aanbod beschikbaar is.

- **De aantrekkelijkheid van het aanbod in Kalmthout**

Het aanbod in Kalmthout trekt voornamelijk bezoekers aan uit de naburige gemeenten Essen en Wuustwezel.

Respectievelijk 15 en 10 % van de inwoners uit deze gemeenten doet voornamelijk zijn **dagelijkse aankopen** in Kalmthout. Bijna 11% van de inwoners van Kapellen doen hun dagelijkse boodschappen in Kalmthout.

Voor **periodieke goederen** trekt Kalmthout voornamelijk bezoekers uit Essen aan.

De **horeca** in de gemeente krijgt naast de eigen inwoners ook wel mensen uit Essen en in mindere mate uit Wuustwezel over de vloer.

3.4.4 Waardering winkelgebied

Uit de bevraging, die in het kader van het interprovinciale onderzoek werd uitgevoerd door het onderzoeksbureau Mas, kennen we de waardering die de bezoekers toekennen aan een winkelgebied in de gemeente.

Er werd een generieke beoordeling gegenereerd voor de gemeente als geheel en daarnaast ook een beoordeling op het niveau van de winkelkernen in de deelgemeenten.

Over het algemeen (resultaat voor de ganse gemeente) zijn de bezoekers **meer dan gemiddeld** tevreden over het winkelaanbod in de gemeente. De globale score is 3,6 op 5. De hoogste scores worden behaald voor de parkeerkosten (gratis parkeren), de wandelafstand tussen de winkels (looproutes), de kwaliteit van de winkels en de bereikbaarheid met de auto.

3.5 SWOT-Analyse

Een SWOT-analyse (of ook sterkten/zwakten-onderzoek) helpt ons om een beter beeld te krijgen van de detailhandelssituatie in Kalmthout. Vanuit deze analyse leggen we de krachtlijnen vast om de visie vorm te geven.

In onderstaande tekst worden elementen samengebracht die naar voor kwamen tijdens gesprekken met de stuurgroep, de interactieve workshop met de handelaars en gesprekken met het gemeentebestuur en ambtenaren.

Anderzijds worden hieronder de resultaten verwerkt van de interprovinciale studie detailhandel die te raadplegen zijn op de site van het kennisnetwerk detailhandel Vlaanderen (www.detailhandelvlaanderen.be)

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

3.5.1 Sterkten

Gemeente en omgeving:

- Een vrij koopkrachtige bevolking;
- De bevolking blijft langzaam aan stijgen;
- Een groene en rustige gemeente die veilig en aangenaam wonen biedt
- Toeristische aantrekkingskracht: de Heide, Arboretum en fietstoerisme
- Nabijheid van treinverbinding met 3 stopplaatsen
- Plaatselijke werkgelegenheid door de aanwezigheid van KMO's
- Investerings in gemeentelijke infrastructuur – scholen, sportvoorzieningen, trage wegen
- Nieuwe verkavelingen die aantrekkelijk zijn voor jonge gezinnen

Handel:

- Goed en gevarieerd aanbod in het middensegment
- Gevestigde waarden bij de winkels
- Aanwezigheid van ketens als trekkers
- Lokale handelaars zijn prijscompetitief t.o.v. e-commerce
- Gespecialiseerd aanbod, voornamelijk in Heidestatiestraat
- Persoonlijke service
- Goed horeca-aanbod
- Bereikbaarheid met de auto – gratis parkeren

3.5.2 Zwakten

Gemeente en omgeving:

- Uitgestrekte gemeente, meerdere kernen, grote afstanden
- Onduidelijke relatie tussen de kernen
- Ondernemersraad is te weinig gekend
- Onvoldoende overleg tussen gemeente en handelaars
- Omgeving kan netter
- Verkeerscongestie in winkelstraat
- Leegstaande panden en nachtwinkels geven slechte indruk
- Weinig sfeer en groen in de winkelkern
- Overheersende aanwezigheid van auto's in de winkelkernen

Handel:

- Handelaars houden te weinig rekening met veranderende omgevingsfactoren – onder andere e-commerce
- Verschraving van het aanbod; niet alle productgroepen nog vertegenwoordigd in Kalmthout
- Typering van de ketens lijkt niet overeen te komen met de typering van de lokale bevolking
- Verspreide winkelkernen, het aanbod vormt geen geheel
- Moeilijk om gezamenlijk acties te organiseren
- Gebrek aan samenwerking tussen de handelaars / Handelaars kennen elkaar te weinig
- Te weinig parkeergelegenheid / te veel parkeergelegenheid ingenomen door bewoners van appartementen/pendelaars/werknemers lokale bedrijven

3.5.3 Bedreigingen

Gemeente en omgeving:

- Handelspanden worden ingenomen door dienstverlening en medische praktijken
- Wijzigend consumentengedrag, e-commerce

Handel:

- Toenemend aantal ketens

- Dreigend overaanbod aan supermarkten
- Overlast door nachtwinkels
- Outlet-winkels in Roosendaal, koopzondagen (in NL)

3.5.4 Kansen

Gemeente en omgeving:

- Consequent parkeerbeleid en handhaving
- Actief beleid rond de aanpak van leegstand

Handel:

- Ondersteunen van startende ondernemers
- Lokale handel en lokaal winkelen promoten
- Betere samenwerking en communicatie tussen de handelaars en met het gemeentebestuur
- Lokale troeven duidelijk in kaart brengen: toerisme (fietsen, de Heide, Arboretum, Suske en Wiske, ...) en koppelen aan detailhandel
- Digitaal platform voor de promotie van de detailhandel (app, site, FB, ...)

3.6 Conclusies uit de SWOT-analyse

Welke troeven kan Kalmthout uitspelen op vlak van detailhandel ?

1. Een goed uitgebouwd detailhandelsaanbod dichtbij huis
2. Naambekendheid op vlak van toerisme, vrije tijd en ontspanning
3. Groene gemeente en landelijke ligging
4. Horeca-aanbod als ondersteuning van detailhandel
5. Kalmthout is een aantrekkelijke gemeente voor jonge gezinnen dankzij een betaalbaar woningaanbod en een goede gemeentelijke infrastructuur
6. Duurzaam, milieuvriendelijk, korte keten landbouw

Opportunities voor de handelaars(verenigingen)

1. Onderlinge samenwerking versterken
2. Commerciële acties opzetten voor de ganse gemeente
3. Beleving in de kernen brengen door samenwerking met horeca en lokale verenigingen
4. Promotie voor duurzame verplaatsingen en lokaal winkelen
5. Digitale aanwezigheid

4 Trends en Ontwikkelingen

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

4.1 Langs de vraagzijde

- a) **Demografische verschuivingen** zoals toenemende vergrijzing en meer een- en tweepersoonshuishoudens (gezinsverduunning), maar ook nieuwe gezinsvormen winnen aan belang. Deze trend beïnvloedt de consumptiepatronen, die variëren naargelang de levensfase waarin de consument zich bevindt en/of de gezinsopbouw.
- b) De consument wil kopen **waar en wanneer** hij wil. Online aanwezigheid en verkoop via meerdere kanalen (omnichannel) groeit nog steeds;
- c) De consument stelt steeds hogere eisen aan de **kwaliteit** van het winkelaanbod en de winkelomgeving.
Voor het doen van de **dagelijkse boodschappen** primeert een ruim aanbod dat **gemakkelijk bereikbaar is** en dat op het vlak van comfort (parkeergelegenheid en snelheid) aantrekkelijk is.
Voor de niet-dagelijkse artikelen legt de consument andere prioriteiten en wordt er meer waarde gehecht aan de **belevingswaarde** in de omgeving.
Soms wenst de consument **doelgericht** te kopen, de andere keer beschouwt hij winkelen als **vrijtijdsbesteding**. Het winkelaanbod en de ruimtelijke omgeving dienen hierop afgestemd te zijn. Voor de detailhandel betekent het dat er steeds meer aandacht moet besteed worden aan een kwaliteitsvolle invulling van de verwachting van de consument op het vlak van beleving en ruimtelijke en functionele aspecten, zowel wat de winkel zelf betreft als de gehele winkelomgeving. Voldoet deze niet aan de wensen van de consument dan zal hij snel zijn auto nemen om elders te winkelen of boodschappen te doen.
- d) De toegenomen **mobilititeit** laat de consument toe om steeds verder van huis te gaan winkelen in winkelgebieden waar hij een meerwaarde meent te ervaren (bijvb. outlet shopping centers,...)
- e) Veilig boodschappen doen of winkelen: **veiligheid en comfort** van winkelgebieden is een belangrijke factor. Als de consument het gevoel heeft dat niet meer voldaan wordt aan zijn of haar veiligheid is hij al snel geneigd het winkelgebied te verlaten ten voordele van andere winkelgebieden.

4.2 Langs de aanbodzijde

- a) *Toenemende branchevervaging*
Het aanbod in de winkels volgt niet steeds meer de afgeleide productcategorieën; supermarkten voeren een breed gamma naast dagelijkse producten, detailhandelsactiviteiten gemengd met horeca (fietsenwinkel en koffiebar,...) enz.
- b) *Toenemende filialisering / internationalisering*
Merken komen in handen van grote internationale spelers en er is een groeiend aanbod van (internationale) ketens, al dan niet onder de vorm van franchises.
- c) *Toenemende concurrentie van de online markt*; de prijzen staan onder druk.
Alhoewel er vaak weinig prijsverschillen zijn, is de kostenstructuur van een online winkel toch



anders. Bovendien kan de consument heel snel prijsvergelijkingen maken en om het even waar aankopen.

- d) *Dalende vloerproductiviteit* ten gevolge van stagnerende consumentenuitgaven en stijgend winkelvloeroppervlak.
De inkomens en besteedbaar budget van de consumenten is de laatste jaren nagenoeg ongewijzigd gebleven. De kosten van de winkels zijn wel gestegen (o.a. energie, personeel,..) en gelijktijdig is het aantal vierkante meters winkelvloer ook flink gestegen. Dit betekent dat de opbrengst per vierkante meter gedaald is, waardoor voor sommige zaken een kritische grens voor het voortbestaan overschreden werd.
- e) *Het tijdelijk karakter van sommige concepten*,
bijvoorbeeld seizoensgebonden producten, zomerbars, of gebonden aan tijdelijke fenomenen (pokemon,...)
- f) Merkfabrikanten stappen in detailhandel en richten zich *met flagship stores* in de grote steden rechtstreeks naar de klanten. De lokale verkoopskanalen worden hiermee buiten spel gezet en een bredere productgamma is op één plaats bereikbaar.

5 Opmaak van het strategisch commercieel plan:

De opmaak van het strategisch plan volgt uit de voorgaande analyse waaruit ontwikkelingskansen en noden naar voor kwamen.

Het bestuur wordt voor een aantal beleidskeuzes gesteld die de basis vormen voor het detailhandelsbeleid. Men dient rekening te houden met evoluties en trends in het detailhandelslandschap en ook met het profiel van de eigen bevolking.

Deze beleidskeuzes zijn in overeenstemming met de visie en wetgeving op hogere beleidsniveaus.

Met dit plan tekent het gemeentebestuur het kader uit voor de toekomst van de detailhandel in de gemeente; voor de uitvoering is de inbreng van en samenwerking met de handelaars noodzakelijk.

5.1 Beleidskeuzes:

- 1. Afbakening van winkelkernen en winkelarme zones, gericht op een grotere concentratie van het winkelaanbod dat hierdoor aan aantrekkingskracht wint*
- 2. Een selectief locatiebeleid voor grootschalige detailhandel*
- 3. Het parkeerbeleid ondersteunt de detailhandel in de winkelkernen van de gemeente*
- 4. Het verbinden van detailhandel met toerisme en recreatie in de gemeente*
- 5. Een leegstandsbeleid dat aanzet tot de activering van leegstaande panden en de samenwerking met eigenaars van winkelpanden bevordert*
- 6. Een coherent en consequent ruimtelijk beleid voor alle winkelgebieden.*
 - Synergie en complementariteit met grootschalige detailhandel
 - Afbakening en inrichting van de winkelgebieden
 - Aantrekkelijke inrichting van de publieke ruimte
 - Acties die detailhandel bevorderen worden samen met vastgoedeigenaars en handelsverenigingen uitgewerkt
 - Financiële stimuli (subsidies/taxen/gerichte maatregelen) worden opgenomen voor zover er budgettaire ruimte is.

6 Waar wil Kalmthout naar toe?

De gemeente wenst een goed basisaanbod van detailhandel in de gemeente te behouden op maat van de inwoners en de omgeving, nu en in de toekomst.

De eerder vermelde SWOT-analyse (of ook sterkten/zwakten-onderzoek) helpt ons een beter beeld te krijgen van de detailhandelssituatie in Kalmthout. Vandaaruit vertrekken we om de visie vorm te geven.

In functie daarvan formuleren we de krachtlijnen geformuleerd die de visie vormgeven.

6.1 Krachtlijnen van de visie

Het gemeentebestuur van Kalmthout wil een detailhandelsvisie voor een lange termijntraject uittekenen steunend op volgende principes:

De gemeente streeft naar het behoud van een bereikbaar basisaanbod voor de inwoners

De gemeente voert een ruimtelijk beleid dat de detailhandel in de winkelkernen ondersteunt en versterkt

Het locatiebeleid voor detailhandelsvestigingen is gericht op het tegengaan van verdere versnippering van het detailhandelsaanbod en het vermijden van winkellinten langs de invalswegen

De gemeente werkt aan aantrekkelijke winkelgebieden door aandacht te besteden aan de beeld- en verblijfskwaliteit van de omgeving

In samenwerking met ruimtelijke ordening en mobiliteit wordt gezocht naar optimale voorwaarden om in de winkelkernen de bereikbaarheid en veiligheid van voetgangers, fietsers en autogebruikers te garanderen

6.2 Speerpunten voor het strategisch commercieel plan:

1. **Locatiebeleid: een coherent en consequent ruimtelijk beleid voor alle types winkelgebieden.**
 - a. Afbakening en inrichting van twee kernwinkelgebieden
 - b. Evaluatie van locaties voor **grootschalige detailhandel** gebaseerd op complementariteit, inpasbaarheid in het gemeentelijk weefsel en op maat van Kalmthout
 - c. Afbakening in de dealkernen in functie van lokale voorzieningen. Er over waken dat een goed aanbod dagelijkse goederen aanwezig blijft (bakker, slager, apotheek, ...) in de stimuleringsgebieden.



2. Een gepaste rol voor elke kern

Door de ruimtelijke spreiding vervult elke kern een belangrijke functie in zijn omgeving.

- a. Heidestatiestraat vervult voor detailhandel een centrale rol in de gemeente
- b. De andere kernen hebben een meer lokale aantrekkingskracht en bieden voornamelijk dagelijkse voorzieningen en basisproducten
- c. De aantrekkingskracht van Kalmthout Dorp / De Beek bestaat uit een mix van winkels en horeca. Het is ook de locatie voor de zaterdagse markt, wat veel volk trekt. De omliggende winkels profiteren mee van dit 'evenement'.

3. Stimulerend detailhandelsbeleid

- a. De gemeente neemt een faciliterende rol op voor detailhandel en steunt initiatieven van de handelaarsvereniging(en)
- b. De gemeente ontwikkelt startersinitiatieven en biedt een uniek aanspreekpunt lokale economie in de communicatie met de gemeentelijke diensten
- c. Tijdelijke winkels vormen een aanvulling op het bestaande aanbod, vullen leegstaande panden in en zorgen voor beweging in de straat. Door hun tijdelijk karakter vormen zij geen lange termijnoplossing voor leegstand.
- d. Financiële stimuli (subsidies/taxen/gerichte maatregelen) worden ingezet
- e. De gemeente voert een gedifferentieerd leegstandsbeleid voor handelspanen

4. Mobiliteit, parkeerbeleid en openbaar vervoer in de gemeente

- a. Deze factoren spelen een belangrijke rol in de appreciatie van het winkelgebied en worden meegenomen in het kader van detailhandel.
- b. Veiligheid en comfort van de bezoekers staat voorop

5. Een duidelijke rolverdeling tussen gemeente en handelaars

- a. De gemeente biedt het kader, de handelaars zorgen voor de invulling

6. Positioneren en zoeken van synergiën in citymarketing, bijvoorbeeld met toerisme

- a. De toeristische sterkhouders van Kalmthout kunnen ingezet worden om meer bezoekers naar de kernen te leiden
- b. Omgekeerd kunnen referenties naar toeristische troeven mee sfeerbepalend zijn voor de winkelgebieden

7 De winkelgebieden in Kalmthout

7.1 Kader voor afbakening kernwinkelgebieden

Het Vlaams decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB)⁵ biedt de steden en gemeenten een kader om de vestiging van kleinhandelzaken te beoordelen en te sturen, gesteund op vier basisdoelstellingen:

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

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

Voor de afbakening van een kernwinkelgebied creëerde het team detailhandel van de provincie Antwerpen een stappenplan waarbij een aantal criteria en randvoorwaarden worden afgetoetst. Aan de hand van dit proces komt een voorstel voor kernafbakening tot stand. De basis wordt gevormd door **objectieve parameters** die berekend worden en waar kritische grenswaarden aan gekoppeld worden.

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

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

7.2 Waarom is ruimtelijk afbakenen van winkelgebieden belangrijk?

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

Vrij algemeen daalt het aantal winkels in steden en gemeenten. Voor Kalmthout is dit ook zo. Het is belangrijk om een degelijk aanbod te behouden en liefst geconcentreerd in een compact gebied.

⁵ Staatsblad - 29 juli 2016

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

In Kalmthout is het winkelaanbod in grote mate versnipperd over de gemeente zodat het gemeentelijk aanbod geen duidelijk karakter of structuur heeft. De samenwerking tussen de handelaars is hierdoor niet evident en initiatieven van de kant van de handelaars zijn schaars. De grote verspreiding van winkels maakt het moeilijk om een winkelgebied met een duidelijk profiel in de markt te zetten. De afstanden tussen de winkels zet de klanten ook aan om de auto te nemen om van de ene naar de andere winkel te rijden. Dit voert dan weer de **parkeerdruk** in de gemeente op.

Afbakening betekent **niet** dat buiten de kernwinkelgebieden er geen winkels meer mogen zijn. Het vergunningenbeleid blijft verankerd in de codex Ruimtelijke Ordening (VCRO). Kleinschalige initiatieven die ontstaan aan de keukentafel of in de garage kunnen nog steeds hun eerste stappen zetten vanuit de eigen woning binnen het woongebied en op voorwaarde dat de handelsruimte kleiner blijft dan 100m².

Bestaande handelszaken worden op geen enkele manier in hun voortbestaan bedreigd.

Met de afbakening van winkelgebieden in de gemeente geeft het bestuur een signaal aan de ondernemers dat duidelijk maakt waar bijkomende winkels wenselijk zijn en het grootste economische potentieel hebben. **Compacte winkelkernen met een geconcentreerd aanbod zijn aantrekkelijke winkelkernen waar de consument binnen wandelafstand vindt wat hij nodig heeft.**

De afbakening van kernwinkelgebieden biedt het gemeentebestuur een instrument om **focus te geven aan het detailhandelsbeleid** en opent de mogelijkheid voor een gedifferentieerde aanpak.

Samengevat:

De afbakening van winkelgebieden:

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

Sommige winkels hebben behoefte aan meer ruimte en passen daarom niet in de bestaande winkelkernen. De vestiging van deze grote zaken heeft een belangrijke impact op de omgeving. Het is daarom nodig om na te denken over een optimale inplanting van deze zaken waardoor de toegankelijk voor een grote groep inwoners gegarandeerd blijft, zonder het landelijke en groen karakter van de gemeente aan te tasten. Dit is immers één van de grootste troeven is van de gemeente Kalmthout.

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

7.3 Uitvoering

Heidestatiestraat en de omgeving van **De Beek (Kalmthout Dorp)** vormen de belangrijkste winkelconcentraties binnen de gemeente. Dit zijn ook de winkelgebieden met het grootste bereik en bijgevolg met het grootste economisch potentieel.

WINKELGEBIED	Bereik	Bereik
	INW_02_KM	INW_05_KM
Centrum Kalmthout	7.892	19.196
Heide	9.110	23.853
Kalmthout Dorp/De Beek	9.087	21.861
Nieuwmoer	2.050	14.201

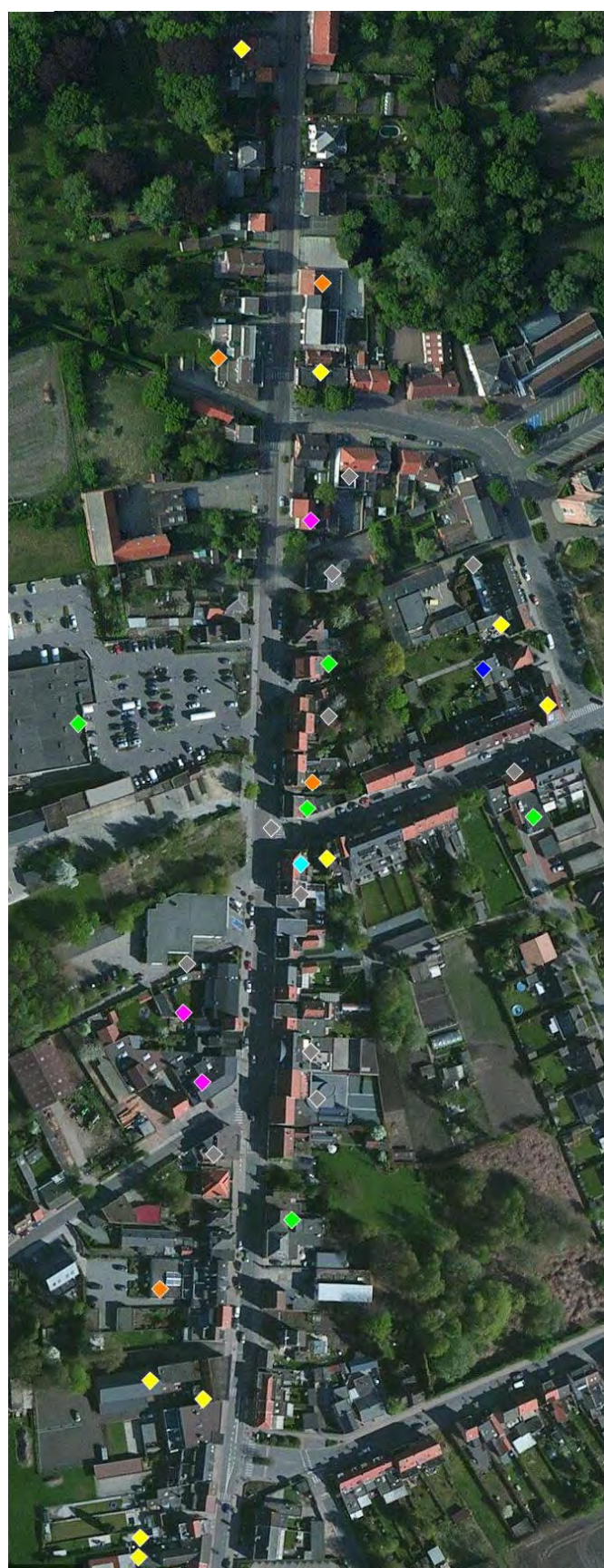
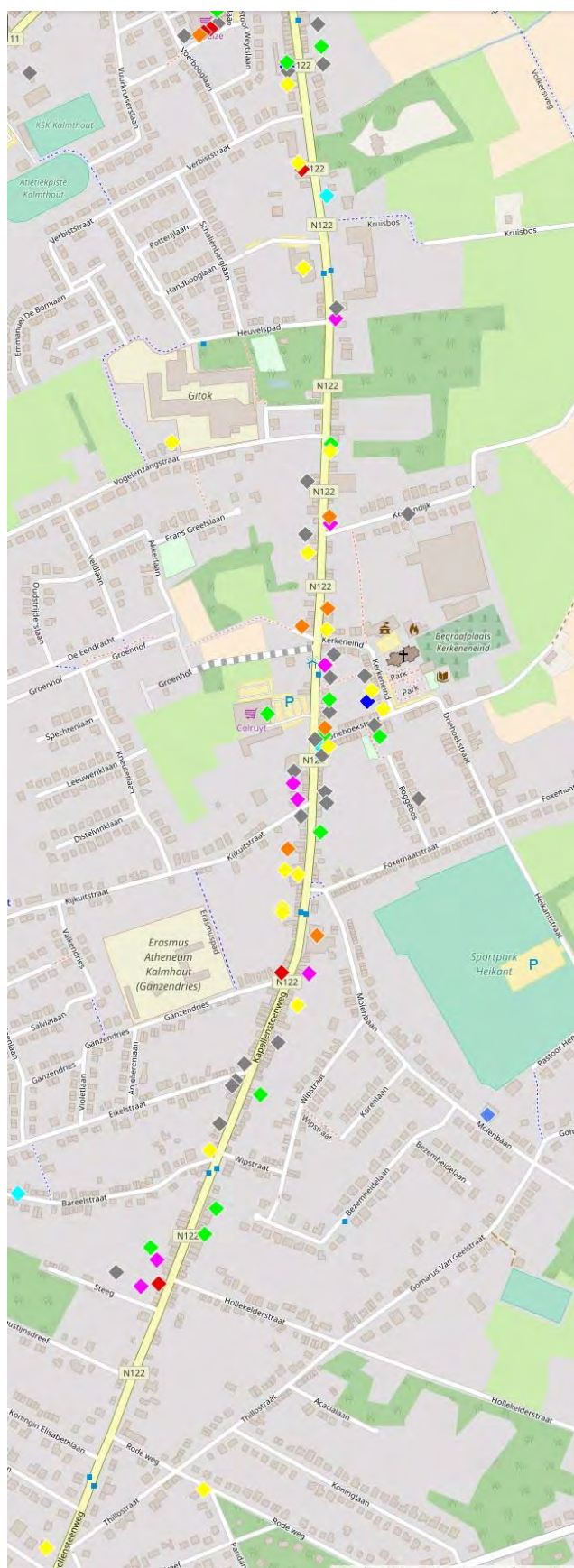
FIGUUR 9 BEREIK IN EEN STRAAL VAN 2 / 5 KM

De **Kapellensteenweg** vormt een lint tussen beide winkelkernen en langs deze baan zijn diverse handelszaken gevestigd. Onderling is er weinig of geen verband tussen deze zaken door de grote spreiding. Hun ligging langs de gewestweg is gericht op passage en doelgericht winkelen volgens het 'stop & shop'-principe.

Tussen Kerkeneind en de Driehoekstraat is er een grotere concentratie van winkelpanden en een vestiging van Colruyt. Aan Kerkeneind is de gemeentelijke administratie gelegen en vlakbij is er een middelbare school en rusthuis. In deze buurt worden nog bijkomende woningen voorzien zodat een gepast lokaal aanbod economisch haalbaar is. Ruimtelijk gezien is het niet interessant om langs de Kapellensteenweg meer handelspanden te ontwikkelen. De weg biedt de consument een weinig attractieve winkelomgeving en mobiliteit is een probleem. Oudere villa's langs deze weg bieden evenwel een charmante locatie met hoge visibiliteit voor horecazaken.

Het gebied is met meer dan 2 km ook veel te lang om als winkelstraat beschouwd te worden. Ook de zone van Kapellensteenweg tussen Ganzendries en Vogelenzangstraat waar de meeste handelspanden liggen is met een lengte van 950m veel te lang.

De spreiding langs de Kapellensteenweg is zichtbaar op onderstaande afbeeldingen.

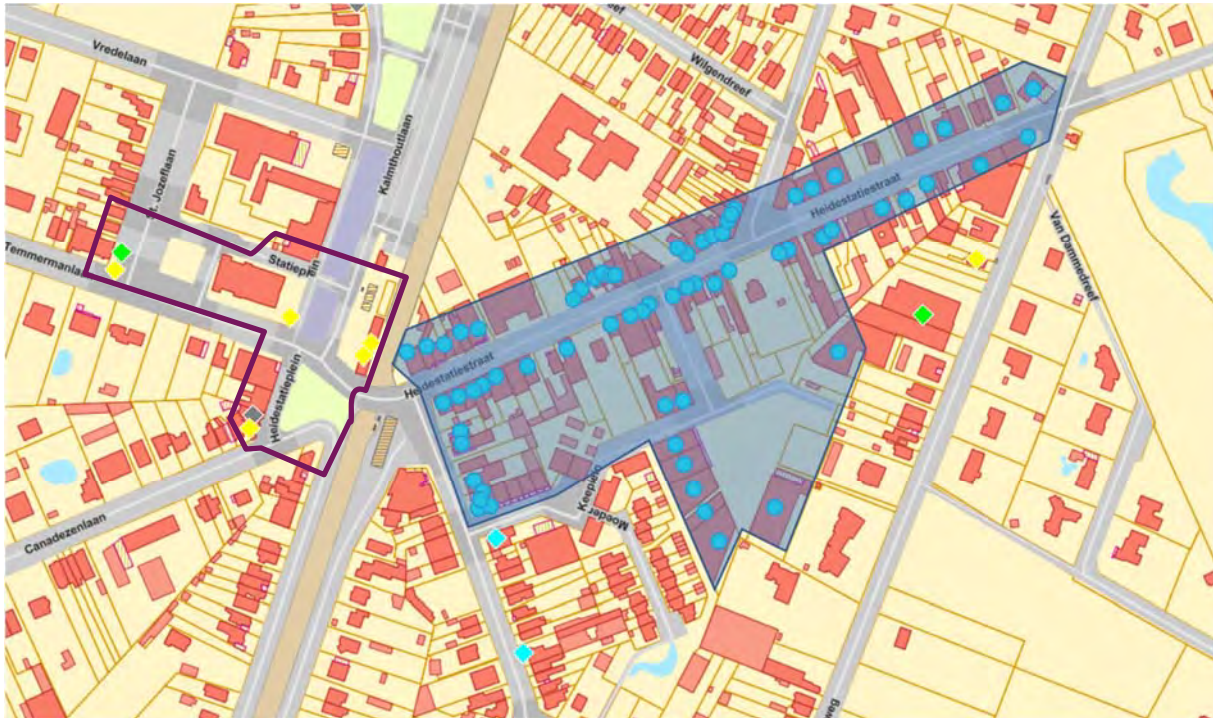


FIGUUR 10 HANDELSPANDEN KAPELLENSTEENWEG – DETAIL TUSSEN KERKEINEIND-DRIEHOEKSTRAAT

7.3.1 Heidestatiestraat

Het afbakeningsproces gebeurde in verschillende stappen waarbij drie verschillende scenario's voor de Heidestatiestraat werden voorgesteld. Na overleg met het gemeentebestuur werd onderstaand scenario weerhouden. Deze keuze behoudt de Heidestatiestraat als één geheel, ondanks een aparte dynamiek in onderscheiden delen.

7.3.1.1 Afbakening - Heidestatiestraat, Willy Vandersteenplein en panden Withoeflei



FIGUUR 11 AFBAKENING KERNWINKELGEBIED HEIDESTATIESTRAAT EN HORECACLUSTER STATION

7.3.1.2 Evaluatie

Aantal handelspanden	68
Totaal aantal panden	110
Commerciële dichtheid	62%
Winkeldichtheid	32%
Leegstand	15% (10 panden)
Uniek aanbod (geen keten) in panden	75%

FIGUUR 12 CIJFERS MEI 2016

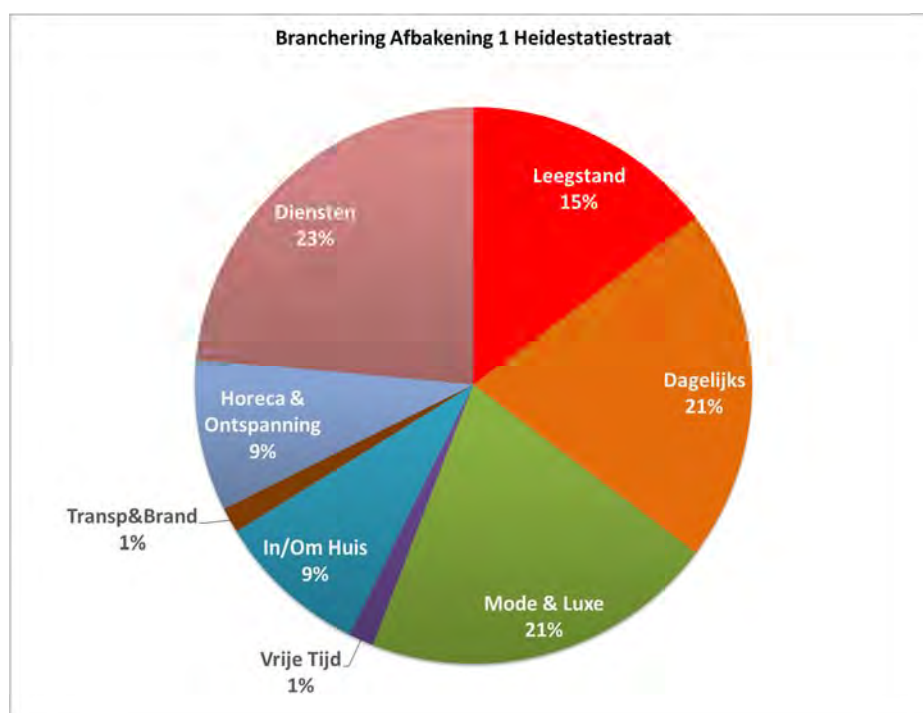
De basiscriteria commerciële dichtheid en winkeldichtheid liggen op een voldoende hoog niveau om de validiteit van deze afbakening te bevestigen. Ter vergelijking, de stad Antwerpen hanteert als onderste grens een waarde van 50% voor de commerciële dichtheid en 20% winkeldichtheid. Om van een kernwinkelgebied te spreken is de aanwezigheid van 30 handelspanden vereist. Het afgebakende gebied voldoet ruim aan deze criteria.

Toch zijn er een paar minpunten aan deze afbakening.

De afbakening telt 10 leegstaande panden waarvan er 6 meer dan een jaar leeg staan. Deze situatie vraagt zeker om aandacht en concrete maatregelen.

Het deel van de Heidestatiestraat tussen de Leopoldstraat en Kapellensteenweg heeft een minder attractieve bezoekwaarde door de grote spreiding tussen de handelszaken, de leegstand en de grote aanwezigheid van dienstverlenende zaken (banken). Financiële diensten nemen grote panden in en zorgen voor meer ingevulde panden in een winkelgebied. Zij dragen evenwel niet bij aan de commerciële attractiviteit van een winkelgebied. Verwevenheid van functies brengt meer mensen naar kern. Financiële instellingen of andere diensten zoals makelaars of dienstenchequebedrijven hebben vaak beperkte openingsuren die verschillen van echte detailhandelszaken. Zij vormen een aanvulling op het winkelaanbod maar zijn niet essentieel voor een winkelkern.

Op het vlak van branchering stellen we vast dat er een goede mix in het aanbod is maar dat de leegstand vrij hoog is.



FIGUUR 13 BRANCHERING VOLGENS AANTAL PANDEN

Concrete afbakening:

Heidestatiestraat, alle panden van aan de spoorweg tot aan de Kapellensteenweg (huisnummers 2-80 en 1-85);

de hoekpanden Kapellensteenweg nr 482 en 484;

Leopoldstraat 1-3;

Withoeflei 1-11;

Marguerite Corstiaenslaan en Willy Vandersteenplein: alle panden;

7.3.1.3 Horecacluster aan het station Heide

De afbakening van het kernwinkelgebied aan de Heidestatiestraat stopt langs de westkant aan de spoorweg. Aan de andere kant van het station ligt er echter nog een cluster van horecazaken die veel volk aantrekken. Daarnaast is er nog een bakker en een makelaar. Er zijn in totaal 7 handelszaken.

De geplande heraanleg moet de ligging van dit gebied nog extra in de verf zetten. De horecazaken liggen op de grens van een bebost gebied met oudere woningen. Het is een aantrekkelijke locatie die door zijn ligging aan het station en de bijhorende parking een ideaal punt is om met mensen af te spreken. Het is ook een plek waar veel fietsers langskomen. In de zomer is er plaats voor ruime terrassen die genieten van de zon. Dit is dé ontmoetingsplaats bij uitstek voor Heide.

Deze cluster heeft vooral baat bij initiatieven gericht op horeca, zoals bijvoorbeeld een gunstige terrasregeling en voldoende ruimte met hoge verblijfskwaliteit voor diverse doelgroepen (jongeren, ouderen, (groot)ouders met kinderen, ...). Een apart horecaoverleg legt de focus op de noden en wensen van deze groep ondernemers.

Het gebied rond de horecacluster biedt zeker ook ruimte aan diverse evenementen.

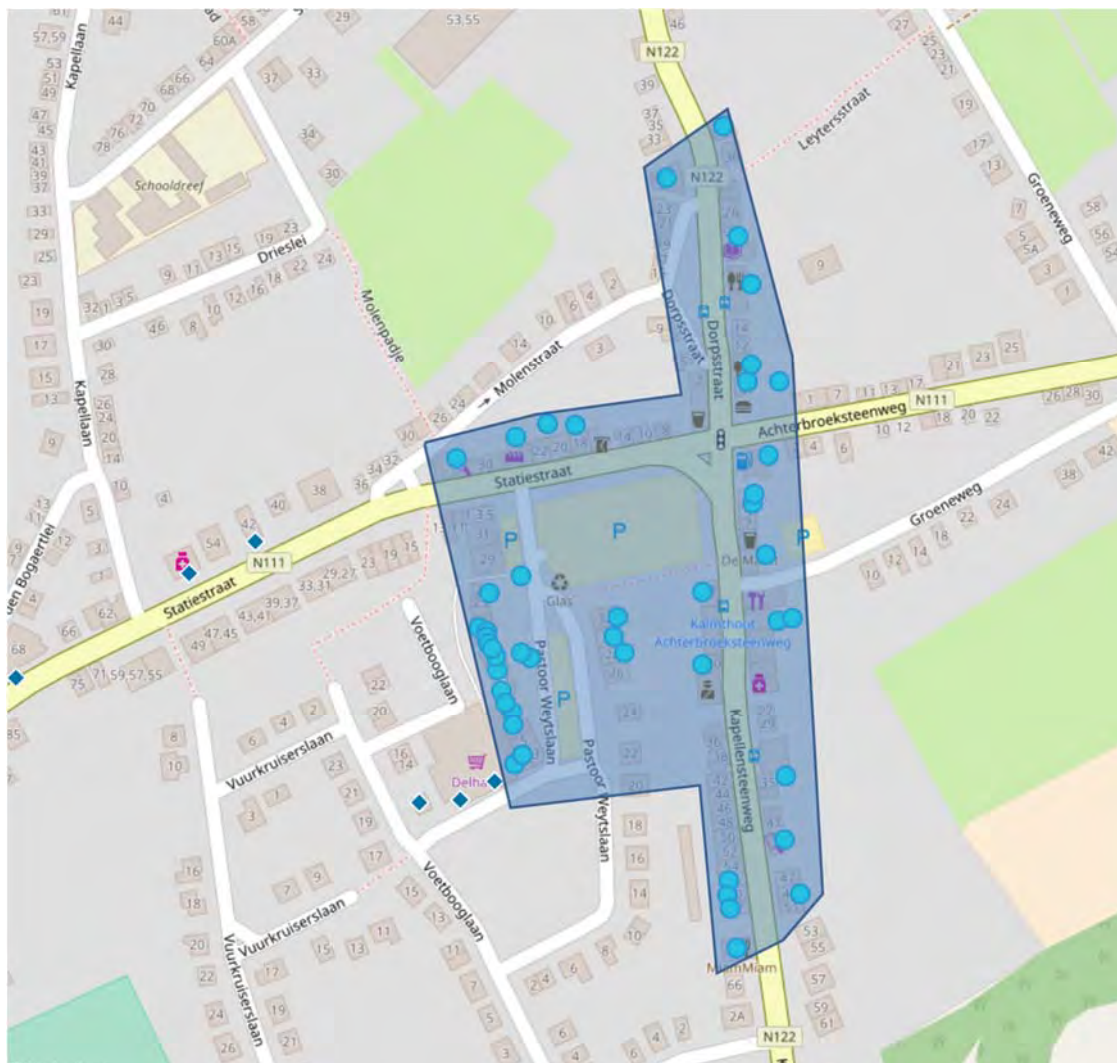
Dit document gaat niet verder in op een gepast horecabeleid.



FIGUUR 14 HORECACLUSTER HEIDE

7.3.2 Kalmthout Dorp / De Beek

Het tweede kernwinkelgebied is Kalmthout-Dorp waar de pastoor Weytslaan recent een volledige heraanleg kreeg.



FIGUUR 15 AFBAKENING KERNWINKELGEBIED KALMTHOUT DORP

Aantal handelspanden	48
Totaal aantal panden	122
Commerciële dichtheid	39%
Winkeldichtheid	18%
Leegstand	15% (7 panden)
Uniek aanbod (geen keten) in panden	83%

De voorgestelde afbakening scoort matig op het vlak van commerciële densiteit. Het gaat hier om een erg uitgestrekt gebied waar enkel aan de randen handelspanden liggen. De winkels liggen bijgevolg redelijk verspreid. De uiterste wandelafstand bedraagt iets minder dan 470 m.

De inrichting van het gebied is sterk gericht op de auto, waarvoor een grote oppervlakte aan parkeerruimte werd voorzien.

De gemeente heeft geïnvesteerd in een grondige heraanleg van het gebied waarbij rekening werd gehouden met de wensen en opmerkingen van handelaars en omwonenden. De totale, open oppervlakte werd verkleind en speciale aandacht ging uit naar een verbeterde en veiliger verkeersafwikkeling. De parkeerplaatsen dicht bij het winkelcentrum zijn gelegen in een blauwe zone om de rotatie van parkeerruimte te garanderen. Het grote plein biedt ruimte aan langparkeren. Het plein is eveneens de locatie voor de zaterdagse markt en andere evenementen. De parkeerruimte lijkt piekmomenten aan te kunnen. Bij de heraanleg werden aan het marktplein degelijke fietsenstallingen voorzien.

De grote trekker is de supermarkt AD Delhaize die het grootste deel van de ruimte aan het winkelcentrum De Beek inneemt. Een paar van de leegstaande panden verdwenen door een uitbreiding (kantoorruimte) van Delhaize.

De gevels van de handelspanden in het winkelcentrum vertonen weinig eenheid, alhoewel zij dezelfde architectuur delen, en geven geen frisse indruk. Renovatie- en schilderwerken aan het gebouw dringen zich op en bieden de kans om meer eenheid en rust te brengen in het uitzicht van de winkelpanden. Ook hier zijn er voor de handelaars opportuniteiten aanwezig om door middel van een eigen huisstijl de kwalitatieve uitstraling van het winkelcentrum te verhogen. Deze huisstijl kan doorgetrokken worden naar het terrasmeubilair en -inrichting van de horecazaken. Deze horecazaken trekken vrij veel volk aan en dragen bij tot de aantrekking van het winkelgebied.





FIGUUR 16 KERNWINKELGEBIED KALMTHOUT -DORP

Concrete Afbakening:

Dorpsstraat 2-42 en 1-29;
Kapellensteenweg 18-64 en 1-49 ;
Statiestraat 6-36, 1-5 en 7-13
Pastoor Weytslaan 7-31 en 26-32

7.3.2.1 Conclusie

Kalmthout Dorp heeft een klantenbereik in de onmiddellijke omgeving. Het is een winkelkern die vooral gericht is op **dagelijkse voorzieningen en diensten**.

Winkels in de omgeving profiteren van het kruispunt met de gewestweg en de ruime parkeergelegenheid. De wekelijkse markt zorgt voor **beleving en aantrekkingskracht**. Op dat moment wordt het plein een ontmoetingsplaats.

De afbakening van het kernwinkelgebied neemt zoveel mogelijk aanpalende handelspanden mee, ook aan de N117. Door hun ligging hebben deze panden een band met de Pastoor Weytslaan. Een compactere kern is mogelijk maar het gemeentebestuur koos ervoor om meer gevestigde handelszaken mee op te nemen in het kernwinkelgebied.

7.3.3 Overige kernen

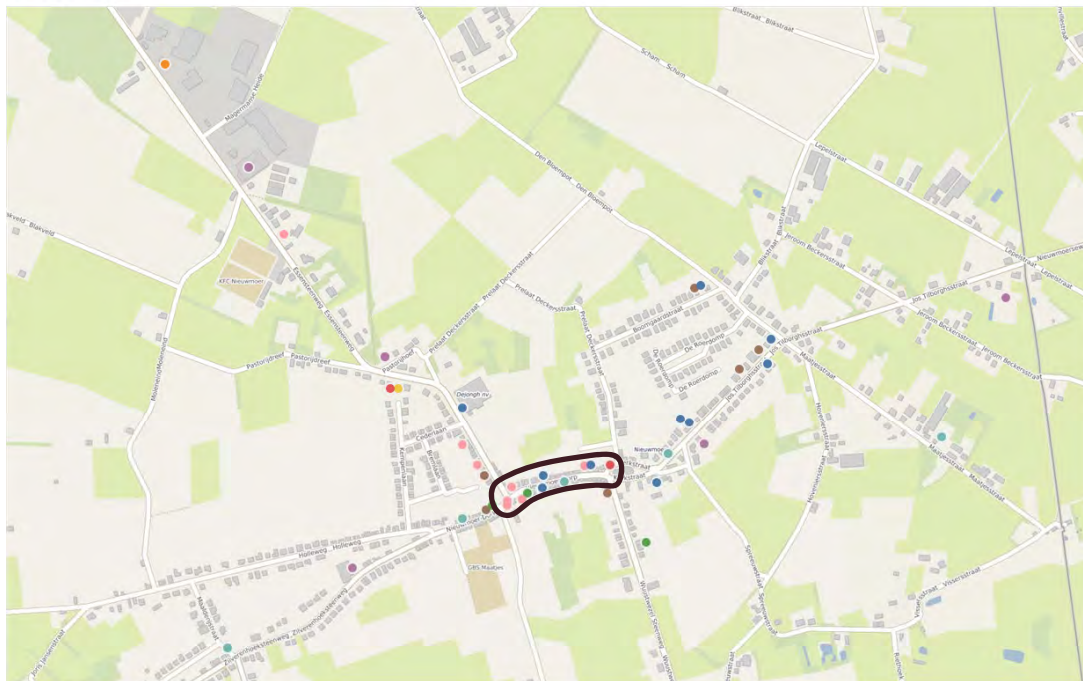
7.3.3.1 Nieuwmoer

Nieuwmoer is het meest noordelijke gehucht in de uithoek van Kalmthout tegen Nederland aan. In deze kern zijn er ruim voldoende basisvoorzieningen aanwezig, zoals een kleine supermarkt, een apotheek en bakker. Verder is er een beperkt winkelaanbod. Nieuwmoer heeft een zeer actieve winkeliersvereniging.

Voor de inwoners van Nieuwmoer is de handelskern van Essen dichterbij dan Kalmthout-Dorp.

Het is een kleine gemeenschap met een beperkt aantal inwoners. Het beperkte afzetgebied limiteert de kansen voor de rendabiliteit van een handelszaak. Er is ruimte voor een aanbod aan dagelijkse voorzieningen.

Nieuwmoer



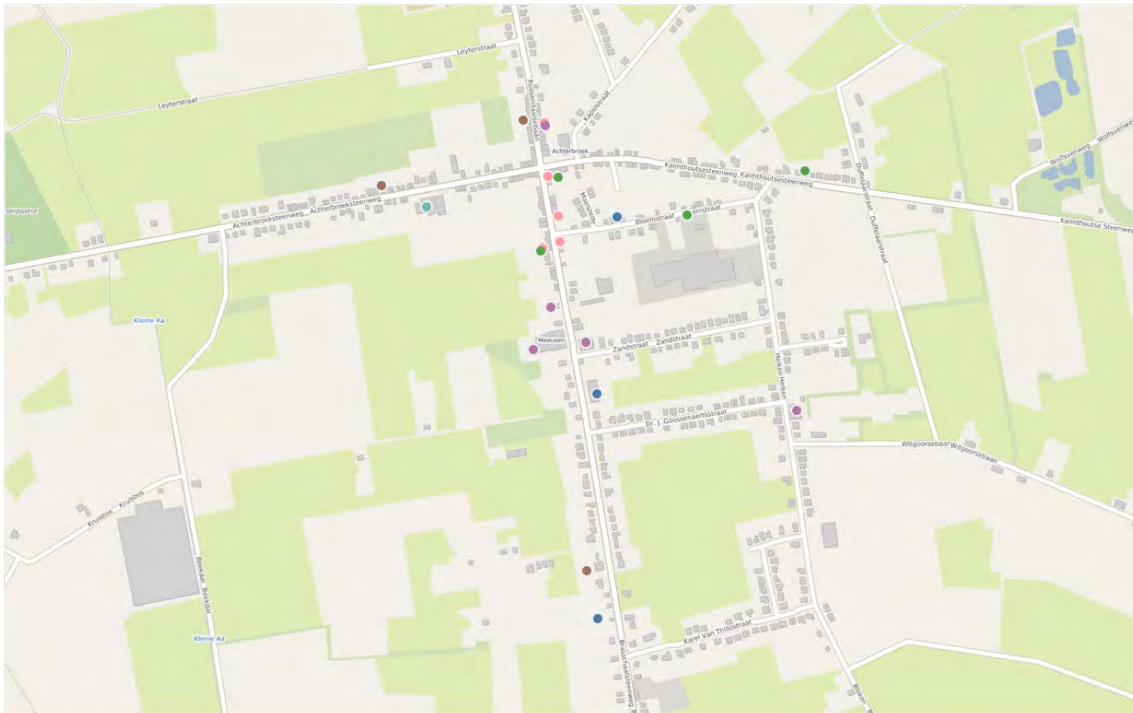
7.3.3.2 Achterbroek

Het gehucht Achterbroek heeft geen samenhangend winkelgebied. De meeste handelszaken zijn gelegen langs de gewestweg N117. De spreiding is vrij groot en van een winkelkern is nauwelijks te spreken. Met een centraal gelegen supermarkt, slagerij, bakker en apotheek zijn de basisbehoeften momenteel afgedekt. Winkels langs de gewestweg verdwijnen stilaan.

In de Locatusdatabank wordt Achterbroek niet aangeduid als een winkelgebied.



Achterbroek



- GROEP
- 00-Leegstand
 - 11-Dagelijks
 - 22-Mode & Luxe
 - 35-Vrije Tijd
 - 37-In/Om Huis
 - 38-Detail Overig
 - 45-Transp&Brand
 - 59-Leisure
 - 65-Diensten

7.3.3.3 Kapellensteenweg.

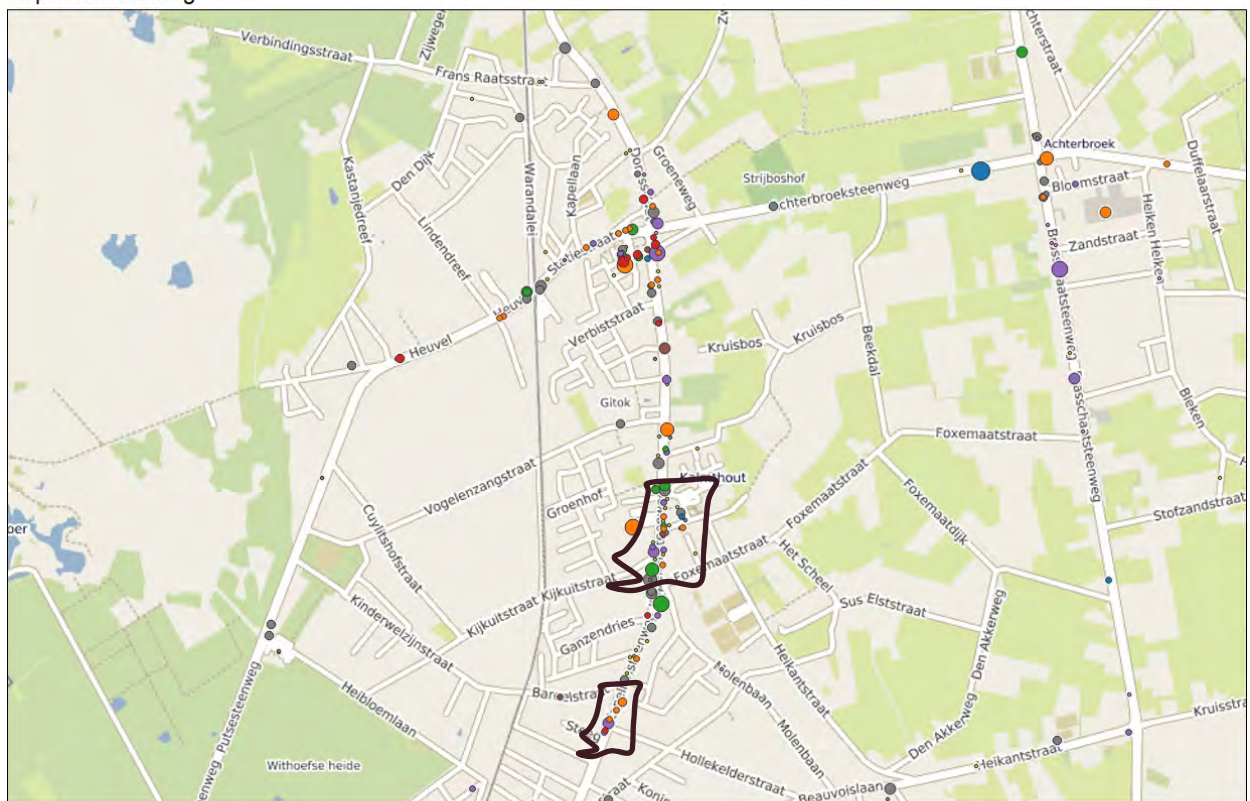
De Kapellensteenweg tussen Kerkeneind en Foxemaatstraat en Bareelstraat en Steeg vormt geen echt samenhangend winkelgebied, daarvoor is de spreiding tussen de winkels te groot. In de omgeving werden nieuwe verkavelingen ontwikkeld, die stilaan ingevuld worden. Dit biedt opportuniteiten voor een aanbod aan dat voldoet aan basisbehoeften van de omwonenden. De uitbreiding van het klantenpotentieel maakt de omgeving aantrekkelijker voor supermarktketens en andere handelszaken. De ligging langs de gewestweg blijft evenwel problematisch.

Dit gebied werd op vraag van het gemeentebestuur toegevoegd, rekening houdend met de woonuitbreiding en de aanwezigheid van het sportpark. Na advies van de Gemeentelijke ondernemersraad (GOR) werd deze zone verder uitgebreid met het gebied tussen Bareelstraat en Steeg.

Dit is een lang baanlint waarbij de gemeente erover dient te waken dat de detailhandel beperkt blijft om geen verdere mobiliteitsknelpunten te genereren. Nieuwe vestigingen worden in dit gebied niet aangemoedigd.

Het provinciaal detailhandelsbeleid is er op gericht om de ontwikkeling van baanlinten tegen te gaan.

Kapellensteenweg



WVOKLASSE	GROEP
• Onbekend/Nvt	00-Leegstand
○ 0000 < WVO <= 01..	11-Dagelijks
○ 0100 < WVO <= 02..	22-Mode & Luxe
○ 0200 < WVO <= 04..	35-Vrije Tijd
○ 0400 < WVO <= 08..	37-In/Om Huis
○ 0800 < WVO <= 16..	38-Detailh Overig
○ 1600 < WVO	45-Transp&Brand
	59-Leisure
	65-Diensten

7.3.3.4 Aanpak stimuleringsgebieden

Voor de drie stimuleringsgebieden (Nieuwmoer, Achterbroek en Kapellensteenweg) kan een afbakening gemaakt worden die aangeeft waar een winkelaanbod wenselijk is. Om dit aanbod te bestendigen en te verjongen kan de gemeente stimulerende maatregelen onder de vorm van premies inzetten voor zaken die zich richten op levensmiddelen.

Verdichting op het vlak van wonen kan in deze kernen mogelijk een impuls geven aan nieuwe initiatieven. Ondernemers moeten voldoende potentieel zien in de locatie vooraleer zij investeren in de inrichting van een handelszaak. *Vestigingspremies zijn daarom nog geen garantie op het aantrekken van nieuwe winkels.*

Wanneer het lokaal basisaanbod dreigt weg te vallen, kan ambulante handel de hiaten opvangen.

Dit kan een kleine markt zijn; eventueel een boerenmarkt met lokaal aanbod (korte keten).

Gemeenten in Vlaanderen experimenteren met een 'buurtkar' die sociale tewerkstelling combineert met een mobiele kruidenierszaak. Ook post en medicijnen kunnen op deze manier aangeleverd worden.

7.4 Randvoorwaarden voor een succesvol kernwinkelgebied

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

7.4.1 Leegstandsbeleid

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

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

Deelname aan activeringsacties biedt de eigenaar vrijstelling van leegstandstaksen.

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

Buiten de afgebakende winkelgebieden kan de gemeente de eigenaars aanmoedigen om leegstaande handelspanden een nieuwe bestemming te geven. Een detailhandelsfunctie is daar niet langer wenselijk. Een invulling met diensten, vrije beroepen of wonen behoren nog wel tot de mogelijkheden.

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

7.4.2 Beeldkwaliteit en netheid

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

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

7.4.3 Mobiliteit

In verband met detailhandel wordt mobiliteit vaak gereduceerd tot parkeerbeleid.

Parkeergelegenheid is van belang voor een uitgestrekte en landelijke gemeente, maar is nooit een doel op zich. Het is voornamelijk het aanbod en de gepercipieerde meerwaarde van het winkelgebied die de klanten trekken.

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

Bij de analyse van de kernwinkelgebieden blijkt dat een groot deel van het doelpubliek binnen een straal van 2 km woont. Dit is een afstand die vlot bereikbaar is met de fiets. Voldoende fietsvoorzieningen, veilige fietspaden en oversteekplaatsen dragen bij tot een grotere bereidheid om met de fiets boodschappen te doen. Meer parkeerplaatsen trekken enkel meer auto's aan zonder een echte oplossing voor de parkeerdruk te bieden.

De inbreiding van wonen in de omgeving van de Heidestatiestraat betekent ook een groter aantal mensen dat winkels en voorzieningen op wandelafstand vindt. Voor deze mensen zijn aangename en goed ingerichte voetgangersverbindingen belangrijk.

7.4.4 Toegankelijkheid

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

7.5 Beleidsmatige benadering van afbakening en 'buitengebied'

7.5.1 Ruimtelijk kader voor detailhandel

Met de afbakening van de kernwinkelgebieden legt het gemeentebestuur een kader vast voor de verdere ontwikkeling van de detailhandel in de gemeente. De kernwinkelgebieden zijn de zones waar het beleid een specifieke aanpak voorziet. De afbakening is een ruimtelijke benadering van detailhandel en vormt op geen enkele manier een bedreiging voor het voortbestaan van gevestigde handelszaken in de gemeente. Indien zij buiten het kernwinkelgebied vallen zullen zij geen aanspraak kunnen maken op voordelen of maatregelen die specifiek toegekend worden aan handelszaken in het kernwinkelgebied.

7.5.2 Kernversterkend locatiebeleid

Het gemeentebestuur tracht zoveel mogelijk om ook ketenwinkels in de kernen een plaats te geven. Het Willy Vandersteenplein is een voorbeeld van een kleine detailhandelsconcentratie binnen de winkelkern.

Maar ook daarbuiten vergen **locatievraagstukken** om een beleidsmatige benadering. Niet alle types detailhandel passen in de kern van de gemeente. Sommige zaken hebben meer ruimte nodig die niet steeds voor handen is in de kern; we nemen een doe-het-zelfzaak als voorbeeld.

Voor de **inplanting van handelszaken buiten de winkelkernen** wordt ernaar gestreefd om deze zo dicht mogelijk bij de woonkernen te laten aansluiten en gelijktijdig de **vorming van winkellinten langs de invalswegen** tegen te gaan.

Eventuele bijkomende vestigingen van supermarkten worden daarom ook ruimtelijk ingepast in de onmiddellijke omgeving van woongebieden waarbij ontsluiting via trage wegen mogelijk moet zijn.

De wenselijkheid van een grootschalige detailhandelsvestiging, zoals een supermarkt wordt door het college geval per geval bekeken en beoordeeld op basis van de bijdrage tot **kernversterking en complementariteit** tot de winkelkernen.

7.5.3 Ruimte voor zakelijke initiatieven

Ondernemerszin moet mogelijk blijven in Kalmthout, ook voor detailhandel, horeca, diensten en vrije beroepen. En stimulerend beleid moedigt de vestiging in de kernwinkelgebieden aan. Hiervoor onderzoekt het gemeentebestuur op welke manier premies of subsidies kunnen ingezet worden.

De afbakening heeft geen impact op bestaande handelszaken buiten het kernwinkelgebied en zij kunnen hun werking ongestoord verder zetten.

7.5.4 Een gedifferentieerd detailhandelsbeleid

Ruimtelijke afbakening creëert de mogelijkheid om het beleid te differentiëren naargelang de ligging. Concreet kan dit zijn:

- Hogere leegstandstaksen in kernwinkelgebieden
- Subsidies of premies uitsluitend in kernwinkelgebieden of op een hoger niveau
- Een aangepast ruimtelijk vergunningenbeleid waarbij de detailhandelsfunctie in het kernwinkelgebied wordt beschermd en waarbij erbuiten een functiewijziging van winkelpand naar wonen of diensten gemakkelijker wordt.

8 Actieplan voor het kernwinkelgebied

De aanbevelingen die bij de afbakening van het kernwinkelgebied werden geformuleerd, dienen als basis voor het actieplan detailhandel in Kalmthout. De opmaak van het actieplan dient voldoende rekening te houden met de dealkernen binnen de gemeente.

De rolverdeling in de uitvoering van het detailhandelsbeleid dient duidelijk gesteld te worden. De gemeente kan aan de hand van maatregelen en acties een kader bieden waarbinnen (kandidaat-)handelaars hun eigen initiatieven kunnen ontplooiën.

De zakelijke beslissingen in detailhandel hangen natuurlijk steeds af van de eigen overwegingen en middelen van de keten of zelfstandige winkelier. De gemeente kan zich opstellen als een actieve partner voor locatiebeslissingen maar andere factoren die een rol spelen bij de zaakvoering hangen van de keuzes en mogelijkheden van de handelaar af.

8.1 Parkeerbeleid

Parkeergelegenheid is een steeds een heikel punt in de dialoog met handelaars. Elke handelaar wil zo veel mogelijk parkeergelegenheid voor de winkel. Dit draagt op zichzelf niet bij tot groter succes van het winkelgebied. Wanneer klanten langs meer winkels passeren, verhoogt de kans op bijkomende aankopen.

Kalmthout biedt voldoende parkeergelegenheid in alle winkelgebieden maar het gebrek aan rotatie van de parkeerplaatsen lijkt de indruk te geven dat er niet voldoende parkeerruimte is.

Een aantal ingrepen, zoals de uitbreiding van de blauwe zone en het beperken van bewonerskaarten kan hiervoor op korte termijn een oplossing bieden op voorwaarde dat er voldoende controle en handhaving is. Sinds 1 maart 2017 werd de blauwe zone in de Heidestatiestraat uitgebreid met het Willy Vandersteenplein. De bouw van meer appartementen in de omgeving verhoogt ook de druk van het parkeren met bewonerskaart.

Anderzijds kan men de voorwaarden of prijs van een bewonerskaart scherper stellen om langdurig parkeren in de publieke ruimte tegen te gaan. Langdurig parkeren voor bewoners zou beperkt kunnen worden tot specifieke parkeerplaatsen in het winkelgebied. Zowel voor Heide als voor Dorp is er voldoende parkeerruimte vlakbij waar er langdurig kan geparkeerd worden.

8.2 Verblijfskwaliteit en straatbeeld

Beide kernwinkelgebieden reflecteren niet het eigen karakter van Kalmthout dat staat voor natuur, groen en landelijk karakter. Voor De Beek is dit het gevolg van de pas afgewerkte heraanleg.

De verbinding met de toeristische toppers van de gemeente ontbreekt in het straatbeeld.

De vele bouwwerken en werfinstallaties in Heide hinderen momenteel de bezoekers en brengen vuil met zich mee. Dit is een tijdelijk fenomeen waarbij een goede samenwerking met de aannemers (bijvoorbeeld afspraken rond schoonmaken) het leed van handelaars en bezoekers kan verzachten.

Een strenger toezicht op de inname van de openbare weg, vermijdt dat onnodig ruimte wordt ingenomen of dat bezoekers hinder ondervinden.

In de Heidestatiestraat biedt het straatbeeld ruimte voor verbetering zodat de detailhandelsfunctie op aantrekkelijke wijze kan ondersteund worden. De aanwezige horeca heeft weinig ruimte om bij goed weer een terras te zetten.

Rustpunten (vb. zitbanken in de Heidestatiestraat) en duidelijke groenaanplantingen zouden de straat een ander uitzicht geven. Bij sommige recente appartementsgebouwen zorgen insprongen voor een meer speels patroon en werd er aandacht besteed aan aanplantingen.

Na afbraak van oudere woningen met een (voor)tuin wordt de vrijgekomen ruimte ingevuld met appartementsgebouwen. Bij nieuwbouw zou naar meer afwisseling in de opbouw kunnen gestreefd worden zodat er opnieuw ruimte vrijkomt voor groen.

Zoals eerder gezegd zorgt een eigen 'huisstijl' voor de winkelgebieden voor herkenbaarheid en kwaliteit in de publieke ruimte. Dit kan toegepast worden in het straatmeubilair maar ook in de stijl van bijvoorbeeld de uithangborden. Hiervoor is samenwerking met de handelaars nodig. Investeren in aantrekkelijke gevels geeft het gebied meer uitstraling.

Kleine ingrepen kunnen vrij snel gebeuren en daarom maakt dit deel van de korte termijnacties.

8.3 Samenwerking tussen de handelszaken

Tijdens de overlegmomenten met de handelaars bleek dat zij graag meer zouden samenwerken. Dit opent mogelijkheden om binnen Kalmthout commerciële acties een grotere dimensie te geven.

Binnen elk winkelgebied biedt samenwerken ook de mogelijkheid om de klanten van het winkelgebied duidelijker in kaart te brengen en te onderzoeken hoe men op de verwachtingen van deze doelgroep beter kan inspelen.

Zo kan men zich afvragen of de huidige openingsuren voldoen aan de behoeften van deze klanten.

Een gezamenlijk afgesproken sluitingsuur biedt duidelijkheid aan de klanten. Ruimere of latere openingsuren bieden tweeverdieners de gelegenheid om toch nog aankopen te doen op weg naar huis. De middagsluiting, die heel wat handelszaken traditiegetrouw hanteren, zorgt ervoor dat werknemers uit de buurt (bijvoorbeeld banken) tijdens hun lunchpauze enkel terecht kunnen bij de ketens die wel openblijven. Afhankelijk van de doelgroep en aankoopgedrag kunnen aangepaste openingstijden overwogen worden.

Concurreren met de ketens is zeker niet aan de orde. De kracht van zelfstandige winkeliers ligt precies in hun unieke aanbod, persoonlijke service en flexibiliteit in het omgaan met de wensen van hun klanten.

Samenwerken biedt ook mogelijkheden voor 'groepsaankopen' voor o.a. promotiemateriaal

8.4 Dialoog met vastgoedeigenaars

Eigenaars van handelspanden in de gemeente zijn vaak bereid om samen na te denken over de toekomst van hun eigendom. Leegstaande panden brengen immers niets op en verliezen stilaan hun waarde. Het is als gemeente daarom belangrijk om ook met de eigenaars van handelspanden aan tafel te gaan en het gemeentelijk beleid en visie toe te lichten.

Investeren in hun eigendom draagt ook bij tot de waardering van het winkelgebied. Dit heeft op zijn beurt een weerslag op de waarde van het vastgoed in de omgeving.

8.5 Leegstandsheffing

Een belasting op leegstaande handelspanden is een effectieve methode om leegstaande panden aan te pakken. Verschillende steden en gemeenten hebben hun leegstandsreglement aangepast zodat handelspanden onderhevig zijn aan jaarlijks toenemende taksen. Op deze manier zijn de eigenaars sneller geneigd om hun pand te activeren of tegen gunstiger voorwaarden op de immobiëlenmarkt aan te bieden.

Leegstaande panden worden na een jaar opgenomen in een gemeentelijk leegstandsregister. Het gemeentebestuur heeft de mogelijkheid om voor handelspanden bij registratie tot een onmiddellijk inning van de taks over te gaan. Dit kan toegepast worden voor handelspanden in de kernwinkelgebieden. In de meeste voorbeelden van leegstandsheffing is er een differentiatie in het bedrag naargelang de ligging van het pand met de hoogste bedragen in de afgebakende kernwinkelgebieden. Het gemeentebestuur stelt de bedragen en de jaarlijkse verhogingen vast in het reglement.

Bij deelname aan acties ter bestrijding van leegstand kan de eigenaar van het pand vrijgesteld worden van de heffing.

Kalmthout heeft een reglement om leegstand aan te pakken. Dit reglement wordt opnieuw geëvalueerd en aangepast om leegstaande handelspanden effectiever te bestrijden.

8.6 Financiële stimuli

In de mate het gemeentelijk budget hiervoor ruimte biedt, overweegt de gemeente een stimulerend beleid voeren gebaseerd op premies aan de handelaars.

De premies die voor Kalmthout toepasselijk zijn en verder geëvalueerd worden :

- Gevelrenovatiepremie in het kernwinkel- en stimuleringsgebied.
- Premie bij de invulling van een (langdurig) leegstaand pand in het kernwinkelgebied.
- Premie voor een starter in het kernwinkelgebied of stimuleringsgebied.

Een handelszaak beginnen, brengt een zeker risico met zich mee en starters vinden niet steeds voldoende financiële ondersteuning bij de banken. Ondernemers starten niet omwille van een premie. De gemeente wil daarom de evaluatie van subsidies niet tot één doelgroep beperken maar wenst alle handelaars in de kernwinkelgebieden ermee te bereiken.

De effecten van premies zijn vaak minder opvallend dan de resultaten die men met een leegstandstaks bereikt.

8.7 Inrichting van de openbare ruimte

Eind 2016 werd de herinrichting van De Beek afgerond. Het gebruik van het gebied zal uitwijzen op welke manier bezoekers omgaan met de nieuwe situatie. Op termijn zal daaruit blijken of bijkomende ingrepen nodig zijn die de gebruiksvriendelijkheid van de publiek ruimte kunnen verbeteren.

Bij de herinrichting van winkelkernen kunnen volgende generieke adviezen geformuleerd worden:

- De publiek ruimte zien als een ontmoetingsplaats voor de inwoners. Een gebied waar ruimte is om een praatje te maken met elkaar.
- Inzetten op de verblijfskwaliteit van de publieke ruimte (o.a. door recreatieve elementen mee te nemen zoals speelmogelijkheden voor kinderen of elementen gericht op volwassenen zoals pétanquebaan, ..)
- Een toekomstgerichte inrichting die nieuwe behoeften mee in het straatbeeld opneemt zoals laadpalen voor elektrische auto's en fietsen.
- Bij de herinrichting van een winkelgebied nadenken over de plaats en ruimte voor alle types van gebruikers.
- De inrichting van het winkelgebied moet passen binnen een globaal mobiliteitsplan en staat in verhouding tot de doelgroep.

9 Bijlagen

9.1 Aanbod levensmiddelen

Levensmiddelen

WINKELGEBIED	BRANCHE	Handelspanden	Totaal WVO
Centrum Kalmthout	11.010.111-Bakker	2	100
	11.010.471-Slagerij	1	49
	11.010.477-Slijter	1	625
	11.010.519-Supermarkt	1	1.200
	11.010.522-Tabak/Lect	1	45
Heide	11.010.111-Bakker	2	95
	11.010.132-Chocola	2	55
	11.010.141-Delicatessen	1	45
	11.010.350-Nachtwinkel	1	45
	11.010.423-Reform	1	160
	11.010.471-Slagerij	1	40
	11.010.519-Supermarkt	2	2.103
	11.010.522-Tabak/Lect	1	55
	11.010.588-Vis	1	28
Kalmthout Dorp/De Beek	11.010.111-Bakker	1	53
	11.010.350-Nachtwinkel	2	50
	11.010.471-Slagerij	2	95
	11.010.519-Supermarkt	1	1.388
	11.010.522-Tabak/Lect	1	45
Nieuwmoer	11.010.111-Bakker	1	48
	11.010.519-Supermarkt	1	433
Verspreide bewinkeling Kalmthout	11.010.111-Bakker	3	100
	11.010.309-Minisuper	1	110
	11.010.350-Nachtwinkel	1	40
	11.010.471-Slagerij	2	268
	11.010.477-Slijter	1	274
	11.010.519-Supermarkt	1	450
	11.010.522-Tabak/Lect	1	45

9.2 Opties voor bestrijding van leegstand

Doelstelling	Actie
Leegstand bestrijden	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Leegstandstaks ▫ Progressieve huurprijzen ▫ Krotbelasting, toenemend in tijd ▫ Gedwongen beheer of verkoop ▫ Onteigeningen ▫ Vrijstelling leegstandstaks bij tijdelijke invulling
Verminderen aantal structureel leegstaande panden	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Concentreren/inkrimpen van het (kern)winkelgebied ▫ Verhuispremie voor relocatie van winkels naar het kernwinkelgebied ▫ Premie voor verbouwing winkelpand naar woning (gemeentelijk niveau) ▫ Vrijstelling van onroerende voorheffing bij omvorming winkelpand naar woning (bestaande maatregel op Vlaams niveau)
Tijdelijke invulling geven aan leegstaande panden	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Etalage voor installatiekunst ▫ Pop-up stores ▫ Verhuur etalageruimte ▫ Samenwerking met lokale verenigingen / scholen
Ondersteunen kandidaat-investeerders	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Brancheplannen ▫ Premiestelsel
Flankerende maatregelen	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Reguleren perifere (grootschalige) ontwikkelingen ▫ Afbakenen winkelarme gebieden, duidelijke zonering, uitdovende functies ▫ Behoud van publieke voorzieningen in (kern)winkelgebieden ▫ Investeren in beeldkwaliteit ▫ Toegankelijkheid en veiligheid garanderen voor zwakke weggebruikers ▫ Dialoog met vastgoedactoren aangaan

9.3 Verhogen van het aanbod (kwantitatief)

Doelstelling	Actie
Aantrekken/Vestigen nieuwe winkels	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Actief benaderen zelfstandige winkeliers uit andere steden/gemeenten ▫ Actief benaderen ketens ▫ Vestigingspremie voor nieuwe winkeliers ▫ Aankoopsubsidie voor nieuwe winkeliers ▫ Informatieavond voor mensen die een winkel willen starten ▫ Transparanter en eenvoudiger taksbeleid ▫ Handelsvestigingsconvenanten ▫ Stedenbouwkundige verordening ▫ Aanduiding kernwinkelgebieden en winkelarme gebieden (afhankelijk van invulling decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid)
Begeleiden, ondersteunen en stimuleren van starters	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Begeleiding startende winkeliers (mentoring door (oud-)winkeliers) ▫ Welkomstpakketten ▫ Gratis starten ▫ Starterscontract ▫ Startersevents ▫ Starterspremie ▫ Belastingverlaging
Informereren potentiële winkeliers	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Ondernemersloket volgens het één-loketprincipe ▫ Bestand van alle beschikbare winkelpanden (huur of koop), bijv. online toepassing (Immodatabank)
Informereren vastgoedsector/investeerders	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Aanwezigheid op B2B-beurzen ▫ Deelnemen aan vastgoedbeurzen ▫ Organiseren van een vastgoed retailtour ▫ Reglement ondernemende stad

9.4 Verhogen van het aanbod (kwalitatief)

Doelstelling	Actie
Verhogen/Vestigen van winkels met specifiek aanbod	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Actief benaderen zelfstandige winkeliers uit andere steden/gemeenten ▫ Actief benaderen winkeliers met bijzondere formules uit andere steden/gemeenten ▫ Vacature 'Speciaalzaken gezocht' ▫ Vestigingspremie voor nieuwe winkeliers ▫ Jaarprijs uitreiken voor meest bijzondere / innovatieve winkelconcept ▫ Opleidingsessie, workshops of gesprekavonden voor handelaars ▫ Normering kleinhandelsreglement (afhankelijk van invulling decreet Integraal HandelsvestigingsBeleid)
Innovatieve winkelconcepten	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Opstart innovatiecentrum ▫ Incubatiewinkels ▫ Webwinkel voor de stad/gemeente ▫ Actieve acquisitie specifieke pop-up stores en pilootwinkels ▫ Vrijstelling lokale bedrijfsbelasting

9.5 Verbetering winkelbeleving

Doelstelling	Actie
Verbetering beeldkwaliteit van de winkelkern	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Promotiebeleid / reclameborden enz. ▫ Bevlaging, visuele afbakening van het kernwinkelgebied / hoofdwinkelstraten
Kwaliteitsverbetering publieke ruimte	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Afbakenen (kern)winkelgebied ▫ Selecteren prioritaire winkelgebieden ▫ Beeldkwaliteitsplan ▫ Terrasinplantingsplannen ▫ Groenstructuurplan ▫ Investeren in fietspaden, stoepen, wegen en pleinen ▫ Creëren van shoppinglussen/winkelcircuits ▫ Voetgangersbewegwijzering ▫ (Gedeeltelijke) Overkapping winkelstraten ▫ RUP en herzien van Ruimtelijk Structuurplan ▫ Eindejaarsverlichting
Ruimtelijk-functionele innovatie	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Uitwerken sfeergebieden
Verbeteren kwaliteit handelspanden	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Gevelrenovatie ▫ Kleinere panden samenvoegen ▫ Subsidie voor ombouw/verfraaiing ▫ Bouwvoorschriften
Propere winkelomgeving	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Netheidslabel ▫ Netheidsacties / Zwerfvuilactieplan ▫ Speciaal kuisregime voor winkelstraten
Integrale aanpak overlast	<ul style="list-style-type: none"> ▫ 'Minder hinder' begeleiding ▫ Aanpakken bedelarij ▫ Gerichte aanpak winkeldiefstal ▫ Charter voor nacht- en belwinkels ▫ Stringent vergunningenbeleid nachtwinkels en belwinkels
Stimuleren leefbaarheid van het winkelgebied	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Steunmaatregel 'wonen boven winkels' ▫ Projectgerichte aanpak 'wonen boven winkels'
Organisatie van en aanwezigheid op events	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Matchmaking en netwerkevents ▫ Detailhandel- en Horecadag ▫ Organiseren van belevingsprojecten ▫ Openingsuren afstemmen op behoeften consument, organiseren ▫ koopzondagen, koopavonden

9.6 Aanvullende voorzieningen

Doelstelling	Actie
Verbeteren verblijfscomfort consumenten	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Openbare toiletten ▫ Shopper lockers ▫ Personal shopper ▫ Gratis Wifi
Extra aantrekken (groot)ouder(s) met (klein)kinderen	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Kinderspeelplaats binnen/buiten (evt. met toezicht) ▫ Baby-verschoonruimte ▫ Informatiepunt / EHBO ruimte ▫ Buggy voorziening parking

9.7 Bereikbaarheid en parkeren

Doelstelling	Actie
Optimaliseren verkeer/parkeersituatie	<ul style="list-style-type: none"> ▫ mobiliteitsstudie ▫ Parkeergeleiding ▫ Park & Ride + shuttleverbindingen
Verminderen impact op mobiliteit	<ul style="list-style-type: none"> ▫ Opleggen inpandig laden en lossen waar mogelijk ▫ Streng controleren op venstertijden ▫ Afhaalmogelijkheden aan de rand van de binnenstad
Winkelgebied bereikbaar houden voor gebruikers van diverse modi	<ul style="list-style-type: none"> ▫ STOP-toets ▫ Mobiliteitsplan ▫ Verkeersgeleidingssystemen ▫ Duurzame bewegwijzering ▫ Hoge-frequentieverbindingen

9.8 Scenario's afbakening

Voor Heide evalueren we de omgeving van de Heidestatiestraat, waar de meeste handelspanden gelegen zijn.

9.8.1 Afbakening 1 - Heidestatiestraat, Willy Vandersteenplein en panden Withoeflei



FIGUUR 17 AFBAKENING KERNWINKELGEBIED HEIDESTATIESTRAAT EN HOREACLUSTER STATION

Aantal handelspanden	68
Totaal aantal panden	110
Commerciële dichtheid	62%
Winkeldichtheid	32%
Leegstand	15% (10 panden)
Uniek aanbod (geen keten) in panden	75%

FIGUUR 18 CIJFERS MEI 2016

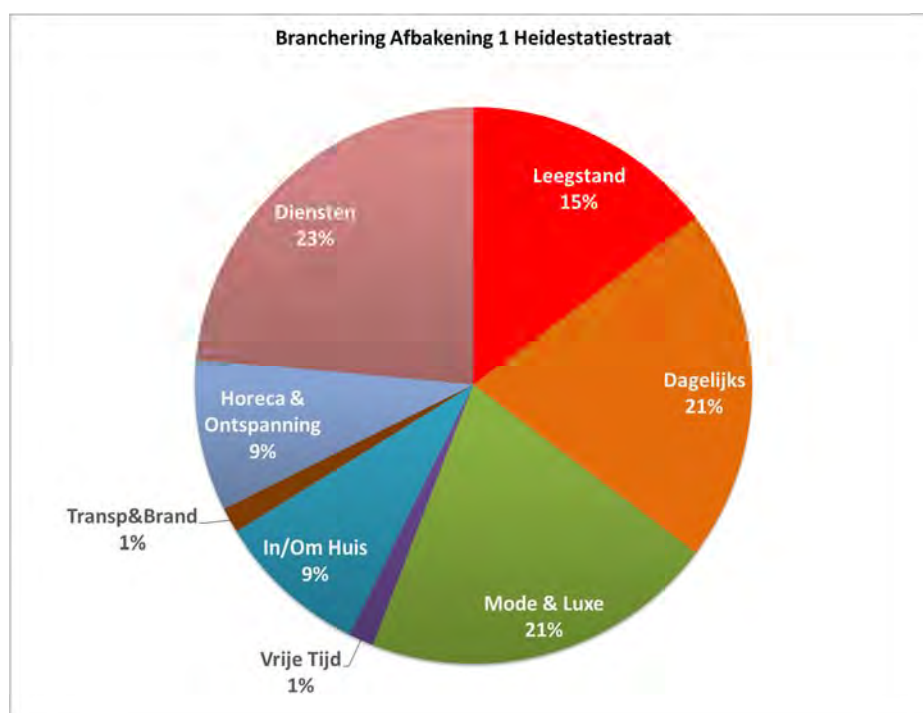
De basiscriteria commerciële dichtheid en winkeldichtheid liggen op een voldoende hoog niveau om de validiteit van deze afbakening te bevestigen. Ter vergelijking, de stad Antwerpen hanteert als onderste grens een waarde van 50% voor de commerciële dichtheid en 20% winkeldichtheid. Om van een kernwinkelgebied te spreken is de aanwezigheid van 30 handelspanden vereist. Het afgebakende gebied voldoet ruim aan deze criteria.

Toch zijn er een paar minpunten aan deze afbakening.

De afbakening telt 10 leegstaande panden waarvan er 6 meer dan een jaar leeg staan. Deze situatie vraagt zeker om aandacht en maatregelen.

Het deel van de Heidestatiestraat tussen de Leopoldstraat en Kapellensteenweg heeft een minder attractieve bezoekwaarde door de grote spreiding tussen de handelszaken, de leegstand en de grote aanwezigheid van dienstverlenende zaken (banken). Financiële diensten nemen grote panden in en zorgen voor meer ingevulde panden in een winkelgebied. Zij dragen evenwel niet bij aan de commerciële attractiviteit van een winkelgebied. Verwevenheid van functies brengt meer mensen naar kern. Financiële instellingen of andere diensten zoals makelaars of dienstenchequebedrijven hebben vaak beperkte openingsuren die verschillen van echte detailhandelszaken. Zij vormen een aanvulling op het winkelaanbod maar zijn niet essentieel voor een winkelkern.

Op het vlak van branchering stellen we vast dat er een goede mix in het aanbod is maar dat de leegstand vrij hoog is.



FIGUUR 19 BRANCHERING VOLGENS AANTAL PANDEN

We verkleinen het kernwinkelgebied zodanig dat een aantal leegstaande panden er uitvallen en ook de dienstencluster niet meegerekend wordt.

9.8.2 Afbakening 2 – Deel Heidestatiestraat, Willy Vandersteenplein en panden Withoeflei

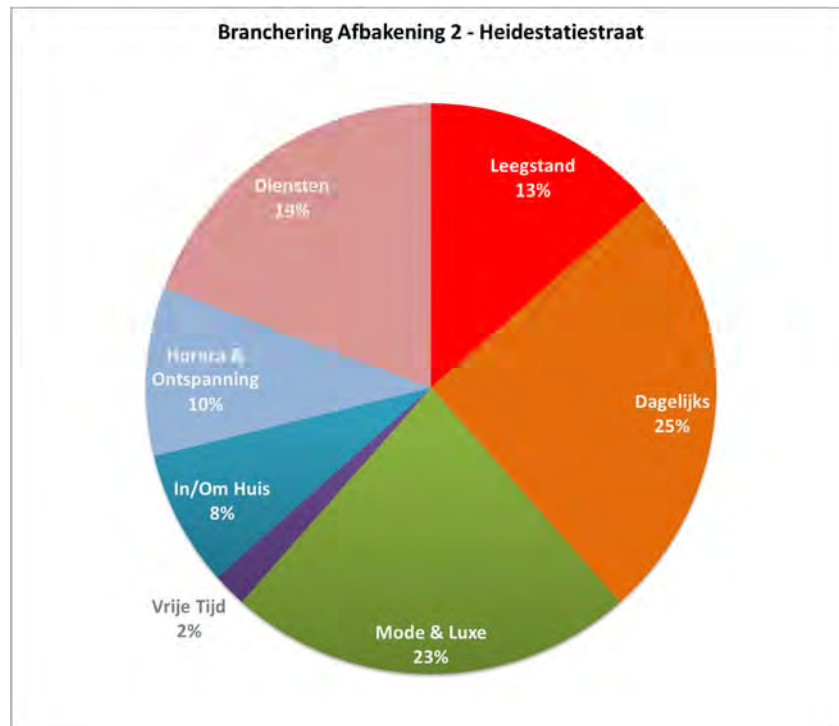
De compacter afbakening neemt het gebied tussen Leopoldstraat en Kapellensteenweg niet meer mee. Dit betekent dat de bankfilialen buiten beschouwing worden gelaten en ook 3 leegstaande panden niet meer meetellen.



FIGUUR 20 AFBAKENING SCENARIO 2

Aantal handelspanden	52
Totaal aantal panden	65
Commerciële dichtheid	80%
Winkeldichtheid	46%
Leegstand	13% (7 panden)
Uniek aanbod (geen keten) in panden	77%

Een kleiner kernwinkelgebied vertoont hogere densiteit, zowel commercieel als op het vlak van zuivere detailhandel. Een gevarieerde branchering blijft behouden waarbij de dagelijkse producten en shoppingoederen (mode en kleine decoratie) een mooi overwicht (30 panden) hebben op het totale aanbod. De relatieve leegstand is iets lager en telt nog 7 panden. De sterkere dichtheden wijzen op een hogere perceptie van economisch potentieel.



FIGUUR 21 BRANCHERING VOLGENS AANTAL PANDEN

9.8.3 Conclusie

Het vastleggen van een afbakening is nooit gemakkelijk omdat er steeds winkels buiten zullen vallen, maar het is wel noodzakelijk voor een effectief detailhandelsbeleid.

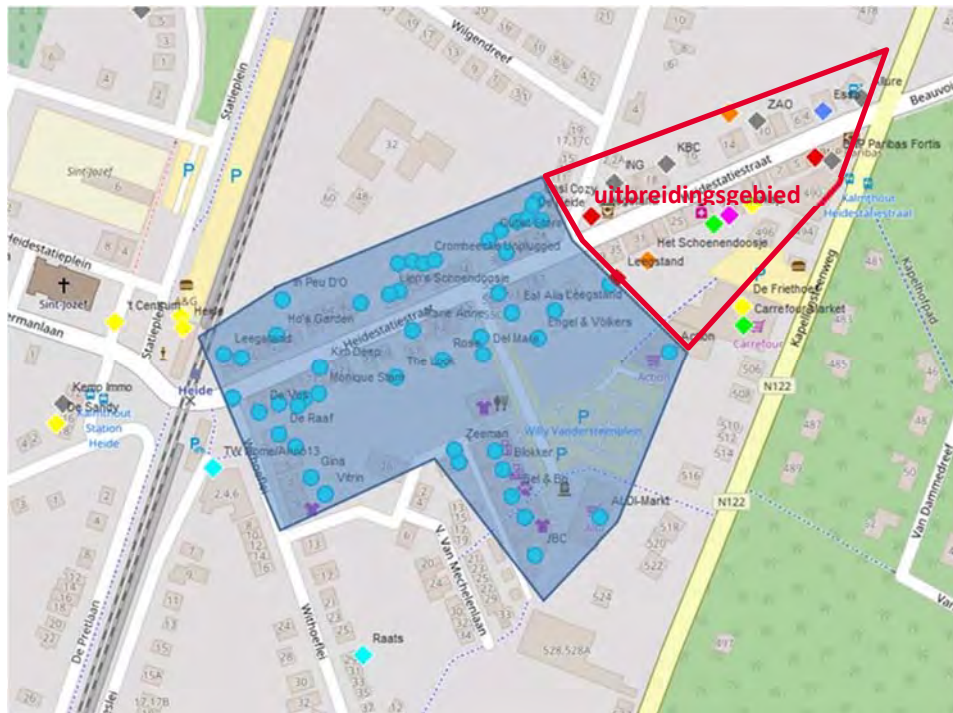
In de voorgestelde afbakeningen breekt afbakening 2 met de perceptie van de Heidestatiestraat als 1 coherent geheel. Die coherentie is verwaterd door wijzigingen in de detailhandel, consumentenbehoeften en evoluties binnen de gemeente. Handelszaken zitten graag bij elkaar en in de Heidestatiestraat is dat dicht bij het station. Het ander deel kent meer verspreide handelspanden en vooral bankfilialen.

Afbakening 2 bestaat echter ook niet uit een hecht samenhangend geheel.

De samenhang werd hier doorbroken door de aanleg van het Willy Vandersteenplein met een cluster van ketenwinkels en supermarkt. Het plein sluit evenwel aan bij de traditionele winkelkern wat een positieve ontwikkeling is, samen met de verdichting op het vlak van wonen. Verdichting betekent meer consumenten in het winkelgebied. Toch bestaat er een barrière tussen Heidestatiestraat en het plein. Enerzijds is de voornaamste verbindingsweg tussen de straat en het plein bijna 100m lang en op dit moment weinig uitnodigend voor voetgangers of fietsers. Het plein is voornamelijk gericht op auto's en de indeling is moeilijk leesbaar voor bezoekers. De overheersing van de auto staat de verblijfskwaliteit in de weg. Er zijn evenwel 'trage' verbindingen voor fietsers en voetgangers naar het plein aanwezig.

Beide delen van het winkelgebied vullen elkaar aan. Het plein biedt ketenwinkels, de straat biedt de unieke winkels en speciaalzaken. In aantal zijn de panden met ketenwinkels beperkt, maar ze domineren op het vlak van winkelvloeroppervlak. In afbakening 2 nemen ketens 67% van de winkelvloeroppervlakte in.

De keuze voor afbakening 2 houdt het meest rekening met het algemene verschijnsel van dalend winkelaanbod. Er is ook minder nood aan fysieke winkels door een stijging in het aandeel van online shoppen in de bestedingen. Het is echter mogelijk om de Heidestatiestraat tussen Leopoldstraat en Kapellensteenweg af te bakenen als 'uitbreidingsgebied' waar de vestiging van handelszaken mogelijk blijft. Het stimulerend beleid is in hoofdzaak gericht op het kernwinkelgebied. Aanpak van de leegstand kan doorgetrokken worden naar beide zones.



FIGUUR 22 SCENARIO 2 KERNWINKELGEBIED EN UITBREIDINGSGEBIED



FIGUUR 23 BEELDEN HEIDESTATIESTRAAT / W. VANDERSTEENPLEIN

Carrefour maakt geen deel uit van het kernwinkelgebied omdat deze langs de Kapellensteenweg gelegen is. De site is via een doorgang voor voetgangers en fietsers toegankelijk via het W. Vandersteenplein. Met de wagen is er geen verbinding, specifiek om sluipverkeer te vermijden.

Ook op andere plaatsen werden trage verbindingen naar het winkelgebied voorzien. Dit biedt fietsers en voetgangers een snelle en gemakkelijke toegang. De inrichting van de verbinding speelt een rol bij de mate van gebruik. De verbinding naast Bel&Bo oogt momenteel niet uitnodigend. Goede verlichting en een aangename omgeving zouden de aantrekkelijkheid van deze trage wegen verhogen.

Met dank aan het gemeentebestuur van Kalmthout en de handelaars van de gemeente voor hun inzet en medewerking.



**Provincie
Antwerpen**

