

EINDRAPPORT — GEEL




STRAAT IN HET VIZIER

COLOFON

- Het project 'Straat in het Vizier' kwam tot stand dankzij



- Realisatie & coördinatie:
Provincie Antwerpen, Team Detailhandel
Barbara Temmerman, Adviseur EFRO-project 'Straat in het vizier'
Koningin Elisabethlei 22, 2018 Antwerpen
barbara.temmerman@provincieantwerpen.be
- Technische begeleiding: 
Projectteam: Jan Boots, Sigrid Defurne, Kirsten Blanckaert
jan.boots@cityd-wes.be

Met medewerking van de verantwoordelijken van de steden en gemeenten Geel, Heist-op-den-Berg, Herentals, Hoogstraten en Mol en alle actoren die meewerkten aan het project 'Straat in het vizier'.



INHOUDSOPGAVE

Hoofdstuk 1: gesprekken en analyse

1.1 Startoverleg

1.2 Focusgesprekken

1.3 Analyse:

- A. data-analyse
- B. benchmark filialen
- C. benchmark huurprijzen

1.4 Enquête

1.5 Acquisitietraject

1.6 Conclusie



Hoofdstuk 2: acties en initiatieven

2.1 Gezamenlijke initiatieven:

- A. benadering retailsector
- B. online platform
- C. pandendokter i.s.m. Buro-B

2.2 Afzonderlijk initiatief Geel: workshop eigenaars en investeerders

2.3 Conclusies



HOOFDSTUK 1: GESPREKKEN EN ANALYSE



1.1 STARTOVERLEG

We vermelden de voornaamste aandachtspunten:

- **de commerciële identiteit van Geel is vandaag niet duidelijk.** Dit is historisch zo gegroeid. De stad Geel moet zich vandaag opnieuw **focussen op beleving en voorzieningen voor de inwoners van haar eigen stad. Een hogere bezoekfrequentie is wenselijk.** Dit kan verwezenlijkt worden door **in te zetten op een goede mix van handel, horeca en dienstverlening aangevuld met socioculturele activiteiten en evenementen;**
- **bereikbaarheid en vindbaarheid** van de kern zijn van **cruciaal belang.** Voor de snelle en gerichte bezoeken is de klant minder bereid parkeertarieven te betalen en afstanden af te leggen. Daartoe kunnen een **duidelijke signalisatie van de periferie naar het handelscentrum en een Shop & Go-zone in de Nieuwstraat een oplossing bieden;**
- tevens wordt er nagedacht over een formule waarbij een **variabel en aanpasbaar parkeer- en mobiliteitsbeleid** mogelijk is. **De bereikbaarheid en berijdbaarheid van Nieuwstraat moeten hierbij zeker mogelijk blijven tijdens weekdays en in de winterperiodes;**
- **in het RUP Antwerpseweg worden sommige branches geweerd.** Vraag is of het RUP in Geel haar doel heeft bereikt. **Beperkingen hebben maar zin als elders een gewenste dynamiek wordt gecreëerd.**





“focussen op de
inwoners van Geel”



1.2 FOCUSGESPREKKEN

Onderstaande **conclusies** werden gefilterd uit de focusgesprekken die we hebben gevoerd met betrekking tot Nieuwstraat/Markt/Pas in Geel.

- **Inclusie, integratie en centralisatie zijn belangrijk voor Geel.** Door dit toe te passen zullen de Nieuwstraat en de handelskern een kleurrijker geheel vormen en **een sterker en rijker kernwinkelgebied** worden. Vraag is hoe we dit doen. Inclusie is een abstract begrip en dus moeilijk concreet in te vullen;
- **Het centrum van Geel (Pas, Nieuwstraat) heeft geen aantrekkelijke uitstraling.** Vandaag zijn er veel beton en appartementsblokken met inritten aanwezig. Er loopt op dit moment een studie over de beeldkwaliteit van Geel. **De komende jaren zullen er in de Nieuwstraat enkele restauraties en renovatieprojecten plaatsvinden die de uitstraling mee moeten versterken;**
- **Op de Antwerpseweg zijn branches weerhouden of wordt er alleszins een restrictief beleid gevoerd.** De verhuis van een kledingwinkel van het centrum naar de periferie kon echter niet tegengehouden worden;
- **De komst van pop-ups, kleding en schoenen wordt steeds negatief geadviseerd door de stad.**



1.3 ANALYSE

Deze **analysefase**, grotendeels verricht door het Team Detailhandel van de provincie Antwerpen, levert **interessante inzichten op in het spanningsveld van ontbrekende branches en filiaalbedrijven** enerzijds en het **beschikbare aanbod** anderzijds. Deze fase bevat de volgende vergelijkingen:

- het Team Detailhandel heeft een analyse gemaakt op basis van de bestanden van Locatus. In deze oefening wordt **onderscheid** gemaakt **tussen verschillende sectoren, zoals horeca, diensten, handel, cultuur en ontspanning**. **Binnen de sector detailhandel wordt er nog een opdeling in sub-branches gehanteerd**;
- uit deze studie kwam een **vergelijking van sectoren en branches** binnen de ‘SihV-steden en gemeenten’ tot stand;
- er werd een **uitgebreide detailoefening** voor de branches **‘kleding en mode’, ‘persoonlijke verzorging’ en ‘levensmiddelen’** uitgevoerd;
- we voerden een **vergelijking** van de **ontbrekende filiaalzaken met de overige ‘SihV-steden en gemeenten’** uit.



- de **potentiële match** tussen de **oppervlakte van leegstaande panden** en **ontbrekende filialen** in de vizerstraten werd onderzocht;
- tevens kwam een **mismatch** van de **grotere ontbrekende filialen met het aanbod aan kleinere beschikbare panden** aan het licht;
- er werd een **overzicht** gegeven van **de leegstaande panden in de vizerstraten**. Er wordt een onderscheid gemaakt in de soort leegstand waarbij **fRICTIELEEGSTAND** duidt op leegstand **< 1 jaar**, **STRUCTURELE leegstand** betrekking heeft op leegstand **tussen 1 en 3 jaar** en **langdurige leegstand** op leegstand **> 3 jaar**;
- we kregen zicht op de **aanwezige filiaalbedrijven** in Geel in **vergelijking** met een **zorgvuldig gekozen selectie van steden en gemeenten die behoren tot dezelfde cluster volgens de Belfius-indeling**.



Er wordt een verschil gemaakt in de vergelijking van de provincie Antwerpen met deze van CityD. **De provincie Antwerpen onderzoekt welke formulezaken in minstens 1 of meerdere van de 'SihV'-steden en gemeenten gevestigd zijn. CityD gaat nog iets verder en onderzoekt welke formulezaken helemaal niet of enigszins gevestigd zijn in de 5 'SihV'-steden en gemeenten.** Alle vandaag bekende formulezaken in Vlaanderen passeerden de revue. De vergelijking werd uitgebreid met een aantal steden die in de gekende Belfius-indeling geclusterd zijn onder V12: gemeenten en kleine steden met centrumfunctie en economische activiteit.

De geselecteerde steden uit deze cluster zijn **Aarschot, Bilzen, Maaseik, Tongeren en Zottegem**. De criteria voor deze selectie waren ofwel een vergelijkbare problematiek, vergelijkbare omvang van het kernwinkelgebied ofwel enige affiniteit van de opdrachthouder ten aanzien van deze steden.

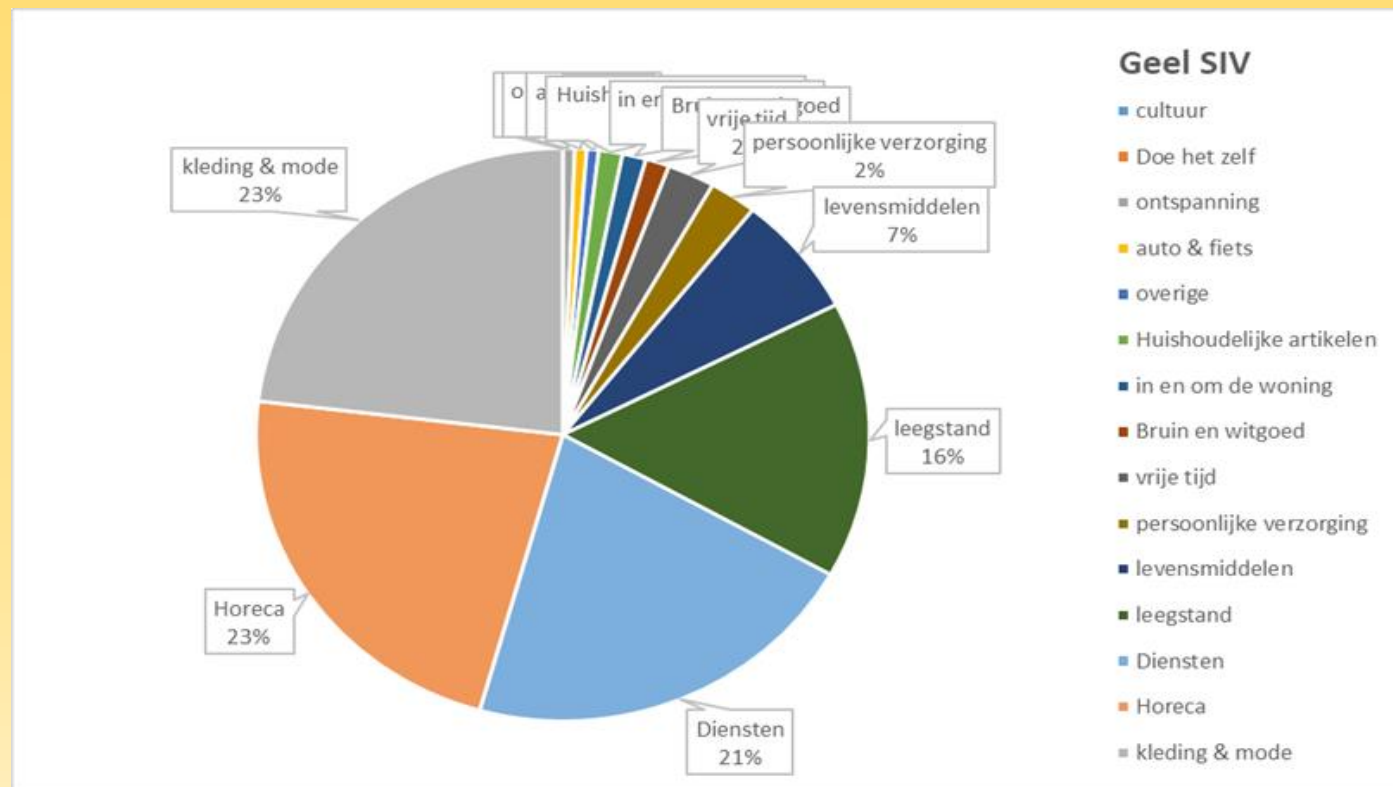
We kregen hierbij een duidelijk beeld op onder andere de volgende 3 vragen.

- 1. Welke sectoren en branches zijn aanwezig in Geel en in de overige 'SihV'- steden en gemeenten?**
- 2. Welke retailers zijn wel aanwezig in andere vergelijkbare steden op basis van de Belfius-benchmark?**
- 3. Hoe verhouden de huurprijzen zich ten opzichte van andere steden?**

A. DATA-ANALYSE

In deze grafiek zie je de vergelijking van verschillende sectoren en branches in verhouding tot elkaar. Het betreft een vergelijking van aantal verkooppunten. Volgende algemene conclusies kunnen we hier ophoofden:

- in Geel is er een **moie mix van handel, horeca en diensten** terug te vinden;
- **de leegstand is hoog in de Nieuwstraat**;
- er is in Geel op het eerste gezicht onder meer nog **ruimte voor een bloemenzaak, een kapper, een donutwinkel en een supermarkt in het kernwinkelgebied**. Dit zijn momentopnames maar kunnen inspiratie bieden bij nieuwe acties.




C. BENCHMARK HUURPRIJZEN

Het is interessant om te weten wat de huurprijs is van de Nieuwstraat. **Tijdens deze oefening vergelijken we de huurprijzen van de Nieuwstraat met de andere 'SihV'-straten en tevens met de Belfius-benchmark.**

- Geel is met zijn huurprijzen eerder een **middenmoot** uit de benchmark.
- Een pand in de **Nieuwstraat** kost gemiddeld **€10,14 per m²/maand**, of €120,-/mnd. Dit kan beschouwd worden als gemiddeld in provinciesteden met enig commercieel aanbod.





“ Geel heeft een sterke mix van handel, horeca en dienstverlening “

1.4 ENQUÊTE

Vermits dit traject vooral bedoeld is voor de invulling van leegstaande panden, moeten we ons **een beeld trachten te vormen omtrent de verhuurbaarheid van panden**. Daartoe is het van belang inzichten te krijgen in de **verwachtingen van eigenaars, huurders en handelaars**. Daarom is er via een online-tool een enquête uitgeschreven en gedeeld met handelaars en eigenaars ter invulling.

De meest opvallende en meest gedeelde standpunten worden hier opgesomd:

- **de bereikbaarheid naar de kern, van de kern en de weg uit de kern moet verduidelijkt worden.** Dit kan verwezenlijkt worden door signalisatie vanaf de Ring naar de handelskern en parkings te verfijnen of te voorzien. **Tevens moet de doorstroming eenvoudiger gemaakt worden.** Het voorstel om handelaars voor leveringen en dergelijke over de markt te laten rijden komt aan bod;
- er is **nood aan deelfietsen of -steps en meer overdekte fietsplaatsen**. Een **aanpassing** van het **mobiliteitsplan** moet fietsen in het centrum van Geel veiliger maken;
- **een aanpassing van het parkeerbeleid is wenselijk**. Parkeren op de Grote Markt moet opnieuw mogelijk gemaakt worden. Hetzij op specifieke momenten zoals wekdagen en tijdens de winterperiode. Het systeem van betalend parkeren moet herbekeken worden waarbij de consument 30 minuten gratis kan parkeren of korting op de tickets ontvangt bij een aankoop in het centrum. De inrichting van Shop & Go-zones kan hier een oplossing voor zijn;



- **pop-ups worden over het algemeen als positief ervaren.** Ze kunnen een tijdelijke oplossing bieden aan leegstand. Ze mogen echter geen rechtstreekse concurrentie bezorgen aan de vaste handelaars van de Nieuwstraat;
- **start-ups en startende ondernemers moeten zich welkom voelen in Geel. De stad zou hierin een ondersteunende rol kunnen spelen door de nieuwkomer te steunen en in beeld te brengen.** Progressieve huur en de mogelijkheid om te starten als pop-up met het oog op een duurzame vestiging zijn concrete voorstellen uit de enquête;
- **de vele kleine panden in de Nieuwstraat vermoeilijken het om grotere ketenzaken aan te trekken.** Mogelijk kunnen **kleine panden ingevuld worden door diensten of vrije beroepen** als een tandarts of kinepraktijk;
- **het kernwinkelgebied van Geel mist sfeer en uitstraling.** De verouderde panden en de leegstand maken het kernwinkelgebied saai en grijs. Meer aankleding, groen- en rustzones in de straat zouden kunnen helpen om de straten een meer levendige uitstraling te geven;
- **Geel zou eveneens moeten inzetten op het reinigen en onderhouden van de straten.** Hieronder voorzien we ook het opruimen van gedumpte fietsen. Algemeen gesteld geven respondenten aan dat er moet geïnvesteerd worden in het verkeersveilig maken van straten en in het demarginaliseren van bepaalde aspecten van het Geelse kernwinkelgebied;
- **de periferie heeft een minder gunstige invloed op het handelsgebeuren in Geel-centrum.** De verhuis van een kledingwinkel naar de periferie wekt de perceptie van een leeglopende kern in de hand. Vaak volstaat echter het overnemen van een bestaande kleinhandelsvergunning en is de stad niet altijd bij machte om hier tegen in te gaan.



Conclusies

- **De leesbaarheid van het centrum dient verbeterd te worden;**
- Er is **ruimte** voor **kleinere speciaalzaken (bloemenwinkel, donutwinkel,...)** of een **supermarkt** in het kernwinkelgebied;
- Het **imago** van het stadscentrum **dient opgekrikt te worden;**
- **Het handelsapparaat in de periferie heeft een negatieve invloed op het handelsgebeuren in het centrum.**





“ Het kernwinkelgebied van Geel mist sfeer en uitstraling. ”

1.5 ACQUISITIETRAJECT

We hebben nu inzicht verworven in aard van de leegstand en beschikbare panden. Op basis hiervan wordt volgend traject opgestart:

- er zal een **mailing** verzonden worden naar **expansiemanagers** om hen op de hoogte te stellen van de mogelijkheden voor een vestiging in de binnenstad van Geel;
- oorspronkelijk was de organisatie van een **retailtour** voorzien. **Het doel hiervan was om expansiemanagers warm te maken om in Geel te ondernemen en om publieke en private partijen de kans te geven inzicht te krijgen in elkaars verwachtingen, visies en suggesties.** De tweede coronagolf gooide echter roet in het eten, waardoor CityD en de provincie Antwerpen op zoek moesten naar een alternatief. Dit alternatief werd gevonden in de vorm van de **pandendokter**. Samen met een architect van Buro-B en een vertegenwoordiging van de lokale dienst economie trok CityD erop uit om de handelsleegstand in de conceptstreet in kaart te brengen;
- **de stad Geel beschikt reeds over de website ‘www.startjezaakinGeel.be’.** Deze website is al aardig ingeburgerd. Kandidaat-ondernemers vinden hier de nodige informatie om hun zoektocht naar een geschikt handelspand grondig voor te bereiden en desgevallend af te ronden. **Voor Geel worden een aantal bijkomende toepassingen toegevoegd aan de bestaande website.**



Mailing Retailsector

- **CityD heeft in nauw overleg met de provincie en de betrokken steden een selectie gemaakt van ontbrekende niches, hetzij in de gemeente, hetzij in de kern.** Deze selectie is gebaseerd op de resultaten uit eerdere fases, op verworven inzichten uit de sector, van de lokale overheid en van CityD;
- **CityD heeft een mailing gestuurd naar de expansiemanagers van de vernoemde filiaalzaken.** CityD kent een aantal expansiemanagers en of hun vertegenwoordiging. De mailing werd digitaal of telefonisch opgevolgd;
- De **infographic** biedt een overzichtelijke opsomming van commerciële kengetallen en troeven van de 5 SihV-steden.



Jouw zaak in GEEL?

Alle troeven voor een authentieke shoppinglocatie.

Vlot
bereikbaar
centrum

Kwaliteitsvolle
familiezaken
met trendy
merken

Goed gevulde
evenementen-
kalender

DNA
Je komt er,
je blijft er
Gemoedelijk
Vriendelijk
Zorgzaam
Tolerant
Geëngageerd
Groot dorp
Shelter
Unieke
Familiezaken
Groot aantal
studenten
Bruisende
evenementen



Geel is een bruisende stad met een kleurrijk centrum, hoe kan het anders met zo een naam! Maar Geel betekent ook gastvrijheid in alle mogelijke facetten. Iedereen is welkom in het centrum, voor een snelle boodschap, een snuif cultuur, en gezellig terrasje op de markt en voor recreatief shoppingplezier.

Een uitstekende ligging in de Kempen, met de aanwezigheid van een ziekenhuis, hogeschool Thomas More en een grote secundaire scholengemeenschap, maken Geel een locatie waar handel perfect kan gedijen. Vele familiezaken met een sterke traditie, een uitgebreid aanbod van trendy merken, de mix van nationale en internationale formules en het kernversterkend beleid laten bezoe-
toekomstige ondernemers en handelaars zich dan thuis voelen.

De infographic die werd verzonden, bundelt tal van nuttige gegevens voor kandidaat-ondernemers, expansiepartners en eigenaars. De folder biedt inzicht:

- in de **eigenheid van Geel** waaronder een overzichtelijke kaart van de stad waarop trekpleisters en parkings staan aangeduid;
- in de **demografische gegevens** van Geel;
- in de **koopbinding en koopattractie per branche**;
- in het **huidige aanwezige aanbod en de totale winkelvloeroppervlakte van het kernwinkelgebied**.



Doorheen het analysetraject zijn we gekomen tot volgende selectie van winkelketens die een verrijking kunnen zijn voor het aanbod in Geel.

- Voor winkelketens **Ici Paris, Bristol, Proximus, Boekenvoordeel, Brantano, H&M, Rituals, Yves Rocher, ZEB, Delhaize Proxy, Gerry Weber, Multipharma, Bel & Bo, Game Mania en Press Shop** zijn wel matches gevonden met een pand / panden gelegen in de **Nieuwstraat/Markt/Pas**. Echter we weten dat **niet al deze merken expansief zijn of zoeken naar andere locaties**. We nemen ze toch mee;
- Grootschalige non-food en non-fashion ketens zoals **Casa, Dreamland, Horta, Heytens, Leenbakker, Tom & Co, Vanden Borre, Dreambaby** kunnen zich mogelijk vestigen in de **periferie**.



De infographics worden behalve aan de expansiemanagers ook bezorgd aan:

- eigenaars;
- potentiële huurder/kopers;
- intermediaire partijen (boekhoudkantoren, notarissen, banken, vastgoedmakelaars,...).

De gemeente staat zelf in voor de verspreiding van deze folders onder lokale dienstverleners en intermediaire partijen.

Ook op de gemeente zelf is deze folder verkrijgbaar.

Het project 'Straat in het vizier' kwam tot stand dankzij volgende partners:

Provincie Antwerpen
Barbara Timmerman, Adviseur EFRO-project 'Straat in het vizier'
Dienst Economie, Innovatie en Samenleving
T 0497 40 29 43
Barbara.timmerman@provincieantwerpen.be

Gemeente Mol
Camilla Duik, Hoofdmedewerker lokale economie
Molenhoekstraat 2, 2400 Mol
T 014 33 08 98
Lokale.economie@gemeentemol.be

Stad Geel
Jochien Vandewen, Centrummanager
Werf 20, 2440 Geel
T 0473 91 05 34
jochien.vandewen@geel.be

Gemeente Heist-op-den-Berg
Wim Dorn, Coördinator Economie, Evaporanten en Toerisme
Kensplein 15, 2220 Heist-op-den-Berg
T 015 23 74 08
wvd@heist-op-den-berg.be

Stad Herentals
Annemie Van Gestel, Expert Lokale Economie
Augustijnenvaan 30, 2200 Herentals
T 014 28 50 50
annemie.van.gestel@herentals.be

Stad Hoogstraten
Jan Verlinden, Lokale economie Hoogstraten
Vrijheid 149, 2350 Hoogstraten
T 03 340 19 85
economie@hoogstraten.be

TECHNISCHE BEGELEIDING:

CityD
Jan Boots, Acquisitiemanager 'Straat in het vizier'
Centrum Zuid 1111, 3530 Houffelingen-Hechtelerven
T 0473 62 20 33
jan.boots@cityd.be

STRAAT IN HET VIZIER

Alle troeven voor een authentieke shoppinglocatie in Geel, Heist-op-den-Berg, Herentals, Hoogstraten en Mol

Provincie Antwerpen, AGENTSCHAP INNOVATIE & ONDERNEMEN, EFRO TOEGESCHENDE FONDS VOOR REGIONALE ONTWIKKELING, Geel, Mol, Herentals, Hoogstraten, Mol



Retailtour by bus

- De provincie Antwerpen plande in het najaar, in de hoop dat de economie na de coronacrisis terug op snelheid was gekomen, een **retailtour**;
- **Gedurende 2 dagen worden de 5 SihV-steden en -gemeenten bezocht per bus.** Gedurende 1 dag worden Herentals en Hoogstraten gedaan, een andere dag Geel, Mol en Heist-op-den-Berg;
- De praktische organisatie gebeurt door de provincie Antwerpen;
- **CityD nodigt de retailsector uit en werkt hiervoor samen met Retail Forum Belgium.** Op de bus is plaats voor een X-tal personen uit de retail. Verder zal iedere stad een delegatie van 2 mensen mogen afvaardigen en een 3-tal mensen van CityD;
- **Op de bus krijgt iedere stad tijd voor een korte presentatie van het kernwinkelgebied, de voornaamste troeven en strategische projecten en kengetallen. Ook het beleidskader wordt kort geduid;**
- De bus houdt halt in iedere stad of gemeente waar een ruimere delegatie van de desbetreffende stad of gemeente haar opwachting maakt;
- **Opzet is dat de retailsector en de steden op open en constructieve wijze duiding geven bij hun verwachtingen inzake mogelijke of wenselijke vestiging van retailers in het kernwinkelgebied.** Dit impliceert wederzijdse kennis van of begrip voor aspecten als vergunningenbeleid, bereikbaarheid, parkeerbeleid, planologie...Bedoeling is dat de lokale overheid en de retailsector nader tot elkaar komen met oog op stedelijke en binnenstedelijke dynamiek.



De uitbraak van een tweede coronagolf en de (verstrengde) maatregelen in het najaar van 2020 lieten het niet toe om deze 'Retailtour by bus' te organiseren. Bijgevolg dienden we op zoek te gaan naar een alternatief: **de pandendokter (zie lager)**.





Je komt er, je blijft er

INTERESSE IN DIT PAND?

BEZOEK WWW.STARTJEZAAKINGEEL.BE



geel *kleurig winkelen*

“Met een to-the-point-analyse en inspirerende ideeën voor de invulling van het pand, kan de dialoog met eigenaar en potentiële huurders worden opgestart.”

Online platform 'start je zaak in Geel'

- In Geel bestaat er sinds 2 jaar de website www.startjezaakingeel.be waarbij **kandidaat-ondernemers informatie kunnen vinden in verband met beschikbare panden** in Geel. Daarnaast worden bestaande **ondernemers betrokken als ambassadeur** van hun binnenstad. **Zo krijgt de kandidaat-ondernemer het gevoel dat hij kiest voor de juiste binnenstad.** In overleg met de steden en gemeenten wordt deze module 'start je zaak' toegepast voor de overige 'SihV'-steden en gemeenten;
- **De stad Geel wenst graag een online-inschrijvingsmodule zodat eigenaars en makelaars zelf hun aan te bieden panden kunnen aanprijzen op deze website. Hiervoor wordt een applicatie uitgewerkt.**



GEEL LOKT NIEUWE HANDELAARS MET CAMPAGNE

PAUL HUYSMANS x 2 OKTOBER 2018



In Geel is vanmiddag de campagne 'Start je zaak in Geel' voorgesteld. Stickers op ramen van leegstaande winkelpanden en een online platform met ondernemersverhalen moeten potentiële handelaars goesting doen krijgen in Geel.



1.6 CONCLUSIE

Deze fase had tot doel om inzichten en ideeën te verzamelen inzake het aantrekken van nieuwe voorzieningen, handelszaken of andere publieksgerichte initiatieven.

Hiervoor wordt verder dus een **tweesporenbeleid** uitgerold:

1. **aantrekken van ontbrekende regionale, nationale of internationale formules.** Hiervoor is het traject gekend;
2. **aantrekken van lokale voorzieningen.**
 - **De stad Geel worstelt sterk met het gewenste profiel van de Nieuwstraat.** Destijds bakermat voor heel wat ketenzaken, vandaag een **zichtbare leegstand**. Ingrepen in het openbaar domein, ruimte voor fietsers en voetgangers moeten zuurstof geven. Echter, de bereikbaarheid van en passage langs de vele winkels, ook met de wagen, zijn een niet te onderschatten troef. De Markt is vandaag een verblijfsplein, groot genoeg en soms te groot voor het verzorgingsprofiel van de stad. Het is belangrijk dat de va-et-vient van klanten, zowel met de fiets, de wagen als te voet maximaal kan gewaarborgd blijven in de onmiddellijke omgeving van de Markt;
 - De **uitdaging** voor de **Nieuwstraat** blijft een **gesmaakte en eigentijdse invulling** van vaak grotere panden. Een eerste actie kan er in bestaan om meerdere starters onder te brengen in 1 of meerdere grote panden. Echter, wel met kwaliteitsnormen en een sterk businessplan om een allegaartje te vermijden of avonturiers te weren.



HOOFDSTUK 2: ACTIES EN INITIATIEVEN



2.1 GEZAMENLIJKE INITIATIEVEN

Aan de hand van de gesprekken en analyses uit hoofdstuk 1 verwierven we inzicht in de aard van de leegstand en de beschikbare panden. Op basis hiervan werd een aantal **gezamenlijke initiatieven** uitgewerkt, die voor de 5 SihV-steden hetzelfde zijn. Er werden ook **afzonderlijke initiatieven** genomen per deelnemende stad en gemeente. Deze komen later terug.

A. BENADERING RETAILSECTOR

Fase 2 hield onder meer **een actieve benadering in van de georganiseerde retailsector** (ketenzaken) om een mogelijke vestiging in één of meerdere van de deelnemende steden en gemeenten te overwegen. Deze benadering is onder meer gebaseerd op de benchmark waarbij gekeken werd naar de aan- /afwezigheid van heel wat ketenzaken of formules in:

- één of meerdere van de deelnemende steden en gemeenten zelf;
- vergelijkbare steden of gemeenten volgens de indeling van Belfius en volgens de indeling van VRIND (Vlaamse regionale indicatoren).

Op basis hiervan werd een selectie opgemaakt op basis waarvan:

- een **actieve benadering door een erkende makelaar in retailvastgoed** (Hayen-Paris NV) werd georganiseerd;
- een **mailing** werd opgezet met toezending van een **begeleidende brief en met vijf infofiches** met allerhande commerciële en wervende informatie betreffende de handelskernen (uitbreiding van de conceptstreet) van de gemeenten en steden: Geel, Herentals, Heist-op-den-Berg, Hoogstraten en Mol.



Benadering Hayen-Paris NV

In het kader van de opdracht 'Straatmanagement van een winkelstraat in Geel, Herentals, Heist-op-den-Berg, Hoogstraten en Mol' met als opdrachtgever de Provincie Antwerpen is CityD een samenwerking aangegaan met retailvastgoedmakelaar Hayen-Paris NV. **Hayen-Paris rijkt de nodige inzichten en expertise aan aangaande uitdagingen en kansen voor retailvastgoed in de vernoemde steden en bij uitbreiding in deze schaal van steden. Hayen-Paris vindt het eveneens belangrijk dat provinciale en lokale overheden goed op de hoogte zijn van bestaande trends en evoluties zodat ook beleidsmatig de juiste keuzes gemaakt worden ten behoeve van zowel publieke als private partijen.**



Algemene conclusies benadering Hayen-Paris NV

- Er was in 2020 **amper expansieactiviteit**. Enkel de voedingssector is zeer actief;
- **Geel wordt vaak als te klein aanzien of in de buurt van een andere vestiging**. Heel wat enseignes stoten minder presterende vestigingen eerder af dan dat er nieuwe bijkomen;
- Waar ze zitten, is er **niet onmiddellijk de neiging om te vertrekken**, maar **veel nieuwe enseignes zitten er dus niet aan te komen**.



HAYEN PARIS
REAL ESTATE SERVICES



Mailing

CityD heeft van alle enseignes die in Vlaanderen actief zijn en voor zover traceerbaar, de coördinaten opgevraagd van de expansiemanagers of alleszins de algemene coördinaten van de commerciële afdeling. Op 27 en 28 juli 2020 en op 3 en 4 augustus 2020 werden respectievelijk 46 en 15 expansiemanagers via mailing benaderd. Geen enkele zending werd niet afgeleverd.

Zoals eerder vermeld, stonden de steden en gemeenten zelf in voor de verspreiding van de infographics naar eigenaars, (potentiële) huurders / kopers en intermediaire partijen.



B. ONLINE PLATFORM

De stad Geel beschikte reeds over de website www.startjezaakingeel.be. Daarom kregen ze de mogelijkheid van de provincie Antwerpen om de website uit te breiden met een inschrijvingsformulier zodat makelaars en pandeigenaars hun panden kunnen aanprijzen op de website.

Deze website staat of valt met de **actualiteitsgraad**. Binnen af te spreken termijn dienen mutaties, nieuwe elementen, invullingen, nieuwe leegstand toegevoegd te worden. Dit kan best door een ambtenaar, centrummanager of iemand die de machtiging heeft om deze aanpassingen door te voeren.

Start je zaak in Geel

Home Beschikbare panden Inspirerende verhalen Ondersteuning **Pand toevoegen** Ontdek Geel Contact

Start je zaak in Geel

Ontdek de charme van hartje Geel, verdwaal in de verhalen van lokale ondernemers.

Beschikbare handelspanden Zoeken

Of laat je hier inspireren

Eten Winkelen Uitgaan

Ben jij gebeten door de handel?

Ontdek hoe Geel je kan helpen met je eigen zaak.

Pand toevoegen

Pand toevoegen

Voeg hier jouw pand toe.

Naam

Jouw opgegeven naam of adres

Beschrijf jouw pand
of locatie kort.

Korte omschrijving (optie)

Geef een korte omschrijving.

Omschrijving

B *I*      

Geef een gedetailleerde
beschrijving van jouw pand of
locatie. Technische
specificaties, nuttige info,...

Categorie

*Pand

De categorie is al ingevuld.

C. DE PANDENDOKTER

Het **doel** van het project van de pandendokter is **het met kritische blik bekijken van enkele geselecteerde leegstaande handelspanden**. Met open vizier wordt er gekeken naar zowel de **mogelijke architecturale ingrepen** die een vlottere verhuur kunnen stimuleren, als naar **externe factoren** waarvoor oplossingen op een ander niveau moeten gezocht worden.

De **drie geselecteerde panden** in Geel liggen allen in een andere straat, maar liggen opvallend mooi op een lijn **in de commerciële as** van de stad: **Pas/Markt/Nieuwstraat**.

De sessie werd bijgewoond door Jochen Vandeven, centrummanager van de stad Geel.



2.2 AFZONDERLIJK INITIATIEF GEEL – WORKSHOP

Context

Het project Straat in het Vizier, fase 2 voorzag in een **interactieve workshop** met handelaars en eigenaars om samen te zoeken naar een antwoord op de hoofdvraag: **“Waar moeten en kunnen toekomstige voorzieningen aan voldoen?”** De workshop in Geel vond plaats op 23 september 2020 en had een opkomst van 15 aanwezigen, voornamelijk eigenaar-handelaars.

Het doel was te komen tot een manifest waar de stad rekening mee kan houden bij het toestaan/weigeren van aanvragen. Er werd besproken welk programma wenselijk is en welke flankerende maatregelen (vb. mobiliteit) nodig zijn om dit te bereiken.

Introductie

Nadat schepen van lokale economie, Tom Corstjens, iedereen welkom had geheten en Barbara Temmerman het project ‘Straat in het Vizier’ kort toegelicht had, gaf Jan Boots van CityD een korte presentatie met betrekking tot het voortraject van ‘Straat in het Vizier’ en de evolutie van de winkelvloeroppervlakte/het aantal handelspanden en de leegstand in Geel.



Na deze presentatie nam de heer Corstjens nog even de tijd om lopende en toekomstige projecten toe te lichten:

- afbraak Zolleken;
- nieuw project overkant van Zolleken;
- afbraak 3-4 panden aan de Diestseweg + projecten Collegestraat → L-project;
- hoek Werft-Patronaatstraat;
- ...

Verder merkte hij eveneens op dat de mensen al geruime tijd niet meer naar Geel komen, dat dit geen concreet gevolg is van de uitbraak van COVID-19.



Workshops

Er werden 2 workshops georganiseerd:

- **mobiliteit / randvoorwaarden**, voorgezeten door Jan Boots (CityD-WES) en Jochen Vandeven (centrummanager);
- **programma**, voorgezeten door Silvie Vandewijer (CityD-WES) en Barbara Temmerman (provincie Antwerpen).

De aanwezigen werden verdeeld in 2 groepen die na een 20-tal minuten wisselden.



Conclusies

- **Nood aan flexibiliteit van functiewijzigingen en naar bouwvoorschriften;**
- **Bereikbaarheid en flexibiliteit Geel-centrum moeten beter;**
- **Nood aan een beter parkeerbeleid.** Parkeerbeleid moet middel zijn tot meer dynamiek op maat van Geel. Geen 'toeristisch flaneercentrum' maken van het centrum wanneer dat niet het geval is. Geel is gericht op hoge bezoekfrequenties, een mix van dagelijkse, periodieke of sporadische voorzieningen maar wel op maat van dezelfde klant. **Het parkeerbeleid moet verschillende bezoekaftewegingen faciliteren;**
- **Nieuwe ontwikkelingen horen geen beperkingen naar invulling te krijgen,** hoe meer motieven om naar het centrum af te zakken, hoe beter. Maar de **mogelijkheden die aan nieuwbouwprojecten worden aangereikt, zouden ook aan de eigenaars van bestaande panden moeten worden aangereikt.** Hier wringt het schoentje;
- **Leegstandsheffing zou afgeschaft moeten worden →** nood aan stimulansinvesteringen. Verkrottingsbelasting kan wel een stok achter de deur zijn;
- **Stimuleer het investeringsbeleid met flexibele kaders en niet met al te stringente voorschriften.**





“Laat handelaars creatief zijn m.b.t. invulling handelszaken!”

2.3 CONCLUSIES

- Retailers hadden **weinig expansiedrift** in 2020, hopelijk brengt 2021 nieuwe perspectieven;
- Module '**pand toevoegen**' werd toegevoegd aan www.startjezaakingeel.be;
- Mits (kleine) aanpassingen aan **de leegstaande panden**, vooral op het gebied van aantrekkelijkheid, zijn deze **zeker verhuurbaar** en beschikken ze over **veel potentieel**;
- **De mobiliteit** (leesbaarheid en parkeerbeleid) **moet aangepakt worden**;
- Nadruk leggen op **bezoekfrequentie**;
- Het stadsbestuur moeten pandeigenaars meer **vrijheid** en **flexibiliteit** geven m.b.t. de **invulling** van de **handelspanden**.



DANKWOORD

- Na een intensieve en door COVID-19 bemoeilijkte periode van zes maanden zijn we blij om alvast deze fase van het project 'straatmanagement' te kunnen afronden. Maar het traject stopt hier uiteraard niet. Nu begint het echte werk;
- Wij willen graag Barbara Temmerman van de provincie Antwerpen, Team Detailhandel nu reeds bedanken voor het faciliteren van de mogelijkheden rond dit traject;
- Daarnaast bedanken we graag de stuurgroep van Geel die met een duidelijke visie en een gezonde portie dynamiek aan de slag ging om dit traject mee op de rails te zetten;
- Ook danken wij de handelaars, ondernemers, eigenaars van panden van Geel voor hun input aan dit traject. De focusgesprekken en de enquête maken een belangrijk deel uit van dit verslag en zorgen ervoor dat we veel inzichten konden verzamelen. Dank voor jullie input.

