

# EINDRAPPORT - HEIST-OP-DEN-BERG



**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](mailto:barbara.temmerman@provincieantwerpen.be)
- Technische begeleiding: **CITYD WES**  
GROUP  
Projectteam: Jan Boots, Sigrid Defurne, Kirsten Blanckaert  
[jan.boots@cityd-wes.be](mailto: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 Werkoverleg 'Baanbrekend winkelen'

#### 1.3 Focusgesprekken

#### 1.4 Analyse:

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

#### 1.5 Enquête

#### 1.6 Acquisitietraject

#### 1.7 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 Heist-op-den-Berg: 'Werksessie diensten in verband met positionering Bergstraat'

### 2.3 Conclusies



# HOOFDSTUK 1: GESPREKKEN EN ANALYSES



## 1.1 STARTOVERLEG

We vermelden de voornaamste aandachtspunten:

- Door het **RUP** in de **Bergstaat** is **hoger** en **dieper bouwen** mogelijk, echter een **verplichte ingang naar de 1<sup>e</sup> verdieping is niet voorzien en misschien niet altijd mogelijk**. Dit is een **gemiste kans om 'wonen boven winkels' verder te promoten**. Vandaag komt verloedering boven de winkels in winkelstraten meer en meer voor. Bewoning boven de winkels zorgt voor beweging, sociale controle en een verzorgde aanblik van bovenliggende verdiepingen;
- Doordat vandaag het **aanbod aan panden kleiner is dan de vraag in de Bergstraat** zijn de **huurprijzen hoger dan in andere steden binnen dezelfde benchmark**. In afwachting van een nakende integrale ontwikkeling van sommige sites met actuele leegstand kan de al bij al beperkte leegstand nu een **tijdelijke invulling** krijgen, onder andere in de vorm van **pop-up's**. Voor het model van broeiplaatsen\* zoals in andere steden (voorbeelden als Mechelen, Genk, Kortrijk) is er in Heist-op-den-Berg minder ruimte omdat het kernwinkelgebied samenvalt met de Bergstraat en er eigenlijk van een B- of C-circuit weinig sprake is. Uiterekend dit B- of C-circuit is vaak interessant voor start-up's en lokale initiatieven omdat hier de huurprijzen doorgaans lager zijn. Heist-op-den-Berg heeft dit minder te bieden;

\*er wordt hier verwezen naar projecten als Mechelen Mest, Kortrijk Zaaït, Stadsfabriekjes Genk waarbij startende ondernemers aan verlaagd tarief kunnen huren. Eigenaars van handelspanden die bereid zijn tot deze huurverlaging, worden desgevallend vrijgesteld van eventuele belastingen of krijgen andere voordelen.







“Doorgaand verkeer moet behouden blijven, minder verkeer is wenselijk.”

- Het **doorgaand verkeer** in de **Bergstraat** wordt als **positief** aanzien, doch **minder** doorgaand verkeer is **wenselijk**. Het **parkeerbeleid kan dus bijsturing verdragen**. Hier wordt met name gekeken naar het **parkeergedrag** van en de **mogelijkheden voor bewoners** om meer ruimte te scheppen voor bezoekers. Bewonerskaarten afbouwen, ontsluitingen langs achterzijde en verplichting van parkeerruimte voor bewoners zijn concreet aangehaalde punten. Ook de duur van het parkeren kan aangepast worden waarbij de stad in afgebakende zones kan worden opgedeeld in kort-, middellang- en langparkeerzones. De Bergstraat zou daarbij **‘shop & go’- zone** worden. Shop & go faciliteert doelgerichte kortstondige boodschappen;
- De **provinciale en gemeentelijke visies** voor ontwikkelingen rond de **periferie** - in Heist-op-den-Berg voornamelijk de N10 en de N15 - zijn vastgelegd in respectievelijk een **provinciaal en gemeentelijk ruimtelijk uitvoeringsplan**. Deze plannen vinden tot op heden nog **geen consensus**. In het werkoverleg werd hier dieper op in gegaan.





## 1.2 WERKOVERLEG dd. 26/11/2019 MET DE PROJECTCOÖRDINATOR 'BAANBREKEND WINKELN'.

De intergemeentelijke visie voor de N10 onder de koepelnaam 'Baanbrekend winkelen' is een pilootproject voor Vlaanderen. De overeenkomsten vastgelegd of vast te leggen in uitvoeringsplannen houden maximaal rekening met de **rechtszekerheid** en **economische rentabiliteit van eigendomsposities enerzijds** en de **leefbaarheid voor de bewoners anderzijds**.

Doordat de N10 vandaag reeds **veel versnippering** kent op alle vlakken en in alle branches, is het vinden van een overeenkomst tussen eigenaars, investeerders en expansiegerichte retailers een grote uitdaging. Met name het **gebrek aan zicht op de financiële pasmunt** wekt een **grote bezorgdheid** op.

De opdracht van CityD focust op de kern van Heist-op-den-Berg. Een goede afstemming met dit project kan mogelijk leiden tot **herlokalisatie van kleinere kernondersteunende winkels** die vandaag langs de **N10** zijn gesitueerd.

Door de provincie Antwerpen zijn er 4 verschillende type zones bepaald waaronder 3 'no go'-zones. In deze zones wordt een **uitdoofbeleid** gehanteerd. De vastgelegde winkelclusters voor Heist-op-den-Berg zijn de omgeving van de **rotonde N10 en N15** – de locatie van de vroegere bekende dancing Fabiola en vandaag in handen van de groep Colruyt - en **het kruispunt van de N15 met de Lostraat** (omgeving sportcentrum en Aldi).







### 1.3 FOCUSGESPREKKEN

Onderstaande **conclusies** werden gefilterd uit de focusgesprekken die we hebben gevoerd met betrekking tot de Bergstraat in Heist-op-den-Berg.

- De **Bergstraat** heeft een **goede mix tussen handel en horeca**;
- Het **doorstromend verkeer** moet zeker **behouden** blijven, doch **minder verkeer** in de straat is **wenselijk**;
- De **linkerkant van de Bergstraat** wordt **‘vergeten’** en zou in de verf mogen gezet worden. Binnen het project SihV worden hiervoor, in samenwerking met de betrokken handelaars, concrete **verbeterpunten uitgewerkt**.
- Er moet meer ingezet worden op **parking** voor **handelaars** en hun **personeel**;
- De **leesbaarheid** van de kern is **niet optimaal**. Met andere woorden, komende van de N10 of N15 is de geleiding naar het centrum niet altijd even logisch of evident.



## 1.4 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 **potentiele match** tussen de **oppervlakte van leegstaande panden** en **ontbrekende filialen** in de Bergstraat 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 Bergstraat**. 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**. **Heist-op-den-Berg heeft in hoofdzaak frictieleegstand die ook wel nodig is voor de vernieuwing van de kern en voor een aanvaardbare dynamiek van vraag en aanbod;**
- we kregen zicht op de **aanwezige filiaalbedrijven** in Heist-op-den Berg 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 V13: 'goed uitgeruste gemeenten en kleine steden met vergrijzende bevolking'.

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.

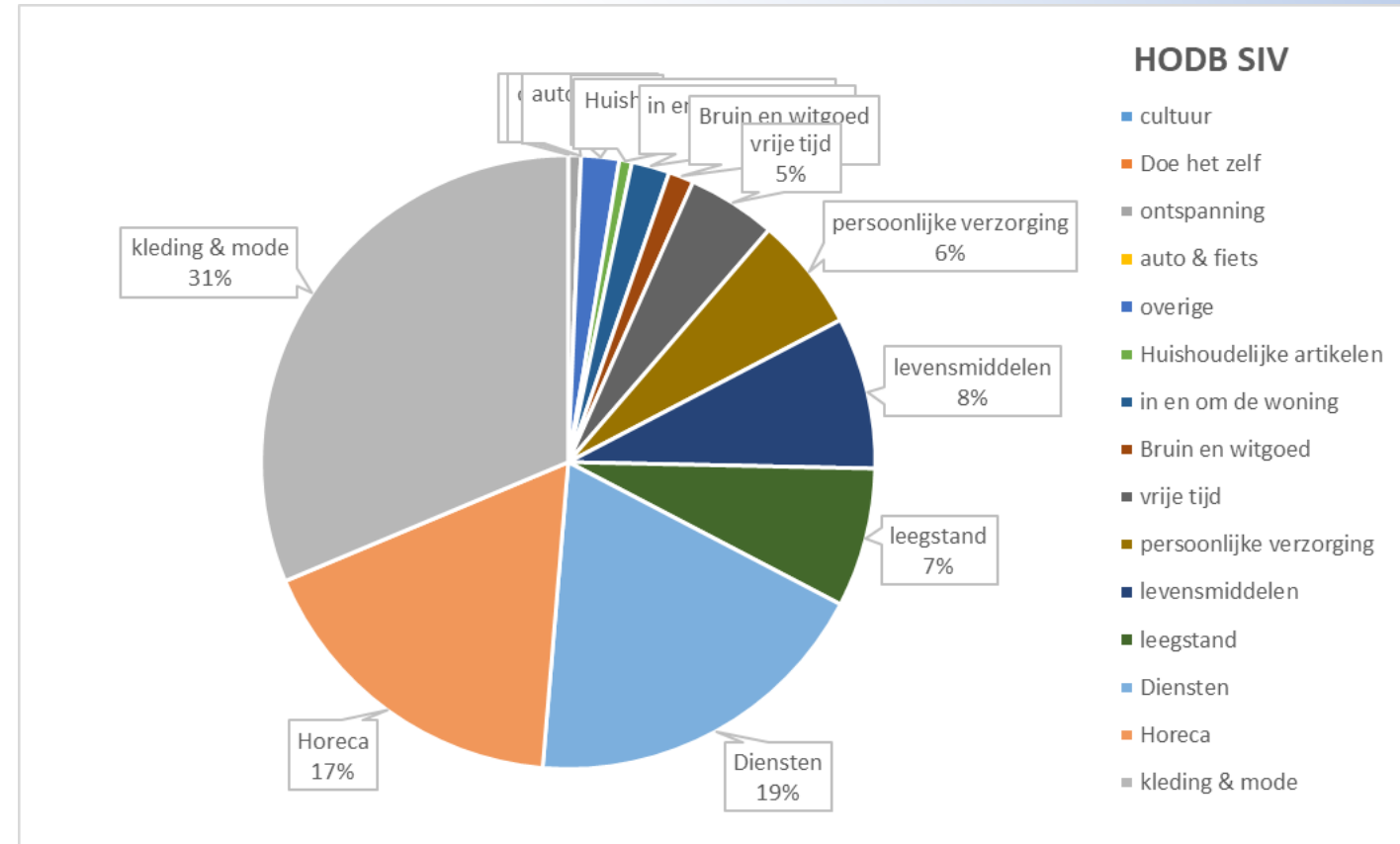
- 1. Welke sectoren en branches zijn aanwezig in Heist-op-den-Berg en de overige 'SihV'-steden en gemeenten?**
- 2. Welke retailers zijn wel aanwezig in andere vergelijkbare steden op basis van de Belfius-benchmark?**
- 3. Hoe verhouden de huurprijzen zich ten opzichte van andere steden?**



## A. DATA-ANALYSE

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

- In Heist-op-den-Berg is er een **mooie mix van handel, horeca en diensten terug te vinden;**
- Een grote **'couleur locale'** typeert en charmeert de winkelstraat;
- Er is op basis van deskresearch nog **ruimte** voor **cultuur, doe-het-zelf, auto- en fietsbenodigdheden, huishoudartikelen en mogelijk een apotheker en/of parafarmacie.**





## C. BENCHMARK HUURPRIJZEN

Het is interessant om te weten wat de huurprijs is in de Bergstraat. **Tijdens deze oefening vergelijken we de huurprijzen van de Bergstraat met de andere 'SihV'-straten en tevens met de Belfius-benchmark.** Mede door de **goede ligging** van Heist-op-den-Berg, net naast de Vlaamse Ruit, en een **grotere vraag naar en dus druk op grotere handelsruimten ten opzichte van de beschikbare panden**, doen we volgende vaststellingen:

- Heist-op-den-Berg is duidelijk de **duurste** van de 5 'SihV'-steden. De Bergstraat is met name 50% tot 80% duurder dan Vrijheid, de Zandstraat, de Nieuwstraat en de Statiestraat;
- een **gemiddelde straat** uit dezelfde benchmark kost **€95,5 per m<sup>2</sup>**;
- de **Bergstraat** kost gemiddeld **€222,22 per m<sup>2</sup>** en is hiermee 4 keer duurder dan Maaseik.



## 1.5 ENQUÊTE

Vermits dit traject vooral bedoeld is voor de invulling van leegstaande panden is het **verschaffen van inzichten in de verhuurbaarheid van de panden noodzakelijk**. 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 **volgende generatie staat niet klaar om zaken over te nemen;**
- **pop-up's worden positief onthaald** door handelaars;
- **startende ondernemingen moeten financieel en informatief ondersteund worden;**
- **handelaars zijn positief t.o.v. de Bergstraat;**
- **handelaars zijn vragende partij voor participatie en wensen mee te denken met het beleid;**
- de meningen rond **mobiliteit en beleving** waren sterk verdeeld:
  - **onvoldoende parkeermogelijkheid versus parkeren buiten de stad;**
  - **beleving in evenementen, aantrekkelijkheid van de stad tegenover snelheid en efficiëntie.**







“In de Bergstraat  
is er een grote  
couleur locale.”





## Conclusies

- **De Bergstraat heeft een mooie couleur locale.** Het klimaat dient aanwezig te zijn om deze te behouden, onder meer door starters financieel en informatief te ondersteunen;
- Er is **ruimte** in Heist-op-den-Berg om **winkelketens en diensten aan te trekken** maar het gemeentebestuur vestigt deze **bij voorkeur op de Fabiolasite of op de N10**. Op deze locatie kiest men enkel voor **niet-fashion en grootschalige detailhandel**;
- **Voor de N10 is er een PRUP opgesteld maar door versnippering en de zoektocht naar financiële pasmunt is de uitvoering ervan niet eenvoudig.** Dit is een belangrijk pilootproject voor Vlaanderen. De provincies zetten hier verder op in en kunnen mits zorgvuldige communicatie hier toch hopen op voorzichtige resultaten.



## 1.6 ACQUISITIETRAJECT

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

- Er werd een **mailing** verzonden naar **expansiemanagers** om hen op de hoogte te stellen van de mogelijkheden voor een vestiging in Heist-op-den-Berg;
- Oorspronkelijk was de organisatie van een **retailtour** voorzien. **Het doel hiervan was om expansiemanagers warm te maken om in Heist-op-den-Berg 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;
- Naar aanleiding van **het succes rond [www.startjezaakingeel.be](http://www.startjezaakingeel.be)** wordt deze formule verder uitgerold naar de andere 'SihV-'steden. **De website stelt kandidaat-ondernemers in staat om een goed beeld van de stad te verkrijgen.** Het doel is de handelaar de sprong te laten wagen om zijn zaak in uw stad te vestigen.





## 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 HEIST-op-den-BERG

Alle troeven voor een authentieke shoppinglocatie.

**DNA**  
 De Bergstraat = Goesting om te beleven  
 Jolie de vivre  
 Bruisend  
 Pittig  
 Daar is het te doen

• Vlot bereikbaar centrum  
 • Mix van trendy ketens en unieke winkels  
 • Jaarrond beleving met tal van evenementen



Heist-op-den-Berg is de verstrengeling van Kempische gezelligheid en zakelijke stedelijkheid, waar iedereen op een ongedwongen manier welkom is. De Bergstraat is de spil die Heist-op-den-Berg hogerop brengt en als uitvalbasis dient voor groot en klein. Je kunt er uitgebreid gaan eten of een frisse pint drinken. Je kunt er een charmante boetiek binnenwandelen, en de gezellige "iedereen-kent-iedereen"-sfeer opsnuiven of shoppen in een grote modeketen en het bruisende stadsgevoel ervaren. Vanuit de Bergstraat verken je de gemeente, waar het stedelijke en het landelijke samenkomen en iedereen zich thuis voelt. In de Bergstraat krijg je goesting om Heist-op-den-Berg te beleven. Welkom!



De infographic die verzonden werd, bundelt tal van nuttige gegevens voor kandidaat-ondernemers, expansie-partners en eigenaars:

- **inzicht in de eigenheid** van Heist-op-den-Berg waaronder een overzichtelijke kaart van de stad waarop trekpleisters en parkings staan aangeduid;
- **resultaten van de passantenbevraging** die aangeeft dat 70% van de personen naar de Bergstraat komt om te winkelen en 55% van de bezoekers er meer dan 2u verblijft;
- **koopbinding en koopattractie per branche**, inzicht in het **huidige aanbod** en **winkelvloeroppervlakte** van de Bergstraat.

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 het gemeente-/stadhuis zelf is deze folder verkrijgbaar.

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

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

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

**Stad Geel**  
Jochan Vandewen, Centrummanager  
Werf 20, 2440 Geel  
T 0473 91 05 34  
jochan.vandewen@geel.be

**Gemeente Heist-op-den-Berg**  
Wim Dorn, Coördinator Economie, Evahanamen en Toerisme  
Keerplein 15, 2220 Heist-op-den-Berg  
T 015 23 74 08  
w@dheist-op-den-berg.be

**Stad Herentals**  
Annemie Van Gestel, Expert Lokale Economie  
Augustijnenvan 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  
Houhuiten-Hechtieren  
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 INNOVATION & ONDERNEMEN, EFRO TOEGESCHENDE FONDS VOOR REGIONALE ONTWIKKELING, Geel, Mol, Herentals, Hoogstraten





## 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 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 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)**.







“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'...

- In Geel bestaat er sinds 2 jaar de website [www.startjezaakinGeel.be](http://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 provincie Antwerpen voorziet hierbij een basismodule met een opsomming van de beschikbare panden en met een visuele voorstelling van beschikbare panden.** De steden kunnen deze naar believen aanvullen met reacties van handelaars en filmpjes;
- **Beschikbare panden** in de Bergstraat worden op een **aantrekkelijke manier gevisualiseerd**;
- **Professionele filmpjes** van aanwezige handelaars/ondernemers in de Bergstraat kunnen worden toegevoegd.

Voorbeeld Geel: [www.startjezaakingeel.be](http://www.startjezaakingeel.be)



### 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.



## 1.7 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.**
  - CityD wenst sterk in te zetten op **bijkomende horecazaken, winkelondersteunend en conceptueel, die de gezelligheid van de Bergstraat verder kunnen ondersteunen**. Er is ruimte voor extra terrassen en de Bergstraat kan een injectie op het openbaar domein naar verblijfskwaliteit en attractie zeker gebruiken;
  - Rekening houdend met verschillende definities die gehanteerd worden door de provincie, de dienstverlener of de gemeente, moeten we concluderen dat heel wat nichezaken in de voedingsfeer wel al vertegenwoordigd zijn. **Ook al geven sommige analyses anders aan, de Bergstraat huisvest wel degelijk enkele nichezaken**. Toch sluiten we hier best aan bij het eerste bulletpoint om **horeca en voeding te combineren** en dus winkel/verbruiksruimte aan te bieden. We denken bijvoorbeeld aan een groentenspecialzaak waar ook slaatjes, wraps, dagsoepen kunnen geconsumeerd worden, traiteur/afhaal. **Zeker in deze tijden waar afhaling ingeburgerd is wegens corona;**
  - De Bergstraat wordt best ook **fietsvriendelijk**. Een **fietscafé** met ruimte voor verkoop van fietsen, accessoires en ruimte voor herstel en verbruik.





# 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 maar 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 allerlei 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;
- **Heist-op-den-Berg wordt vaak als te klein aanzien voor verdere expansie**. 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, staan de steden en gemeenten zelf in voor de verspreiding van de infographics naar eigenaars, (potentiële) huurders / kopers en intermediaire partijen.



**HEIST-OP-DEN-BERG**  
Alle troeven voor een authentieke shoppinglocatie.

**DNA**

- De Bergstraat = Goesting om te beleven
- Jolie de vivre
- Bruisend
- Pittig
- Daar is het te doen

Vlot bereikbaar centrum

Mix van trendy ketens en unieke winkels

Jaarrond beleving met tal van evenementen

Heist-op-den-Berg is de verstregeling van Kempische gezelligheid en zakelijke stedelijkheid, waar iedereen op een ongedwongen manier welkom is. De Bergstraat is de spil die Heist-op-den-Berg hogerop brengt en als uitvalsbasis dient voor groot en klein. Je kunt er uitgebreid gaan eten of een frisse pint drinken. Je kunt er een charmante boetiek binnenwandelen en de gezellige 'iedereen-kennt-iedereen'-sfeer opsnuiven of shoppen in een grote modelketen en het bruisende stadsgevoel ervaren. Vanuit de Bergstraat verken je de gemeente, waar het stedelijke en het landelijke samenkomen en iedereen zich thuis voelt. In de Bergstraat krijg je goesting om Heist-op-den-Berg te beleven. Welkom!

Conceptstraat  
HEIST-op-den-BERG

Provincie Antwerpen

## B. ONLINE PLATFORM

De provincie Antwerpen voorziet elke deelnemende stad van een webmodule naar analogie van [www.startjezaakingeel.be](http://www.startjezaakingeel.be).

Deze module beschikt over het volgende **stramien**:

- **multipager website met verschillende functies met oog op versterking van het distributienetwerk van de conceptstreet;**
- **integratie van kaart van Heist-op-den-Berg** (op basis van Google Maps) met de opgenomen **winkels als interessepunten** (Locatus):
  - mogelijkheid om te zoeken;
  - navigeren naar een bepaald punt;
  - categorieën;
  - andere interessepunten (parkeerplaatsen, bezichtigingen,...);
- integratie van kaart van Heist-op-den-Berg (op basis van Google Maps) met **de huidige leegstand in conceptstreet;**
- mogelijkheid om te abonneren op **nieuwsbrief** (via inschrijvingslink);
- gebruiksvriendelijk voor admins;
- opleiding van 4 uur onder leiding van I-Line;
- **integratie huisstijl stad/gemeente;**
- **contactpagina** via contactforms.





Uiteraard dient een aantrekkelijke website eveneens te beschikken over een **aantrekkelijke beeldvorming**. Hiervoor werd het volgende voorzien:

- 3 filmpjes/foto's van handelaars/ambassadeurs (interview, video en montage):
  - 't Hoekske;
  - Juwelier Clem Vercammen;
  - PLAN Conceptstore.
- foto's van leegstaande panden:
  - Bergstraat 178;
  - Bergstraat 139;
  - Bergstraat 137;
  - Bergstraat 127;
  - Bergstraat 37;
  - Bergstraat 13;
  - Bergstraat 10;
  - Bergstraat 2.

**'t Hoekske**  
Pioniers op het vlak van goed geserveerde pinten en lekkere tapas.  
Bergstraat 2, Heist-op-den-Berg BE

**Juwelier Clem Vercammen**  
U vindt in onze zaak alle soorten merkhorloges en juwelen: zowel voor dames, heren als voor kinderen.

**PLAN Conceptstore**  
PLAN Conceptstore is een multibrand store voor dames en heren in het hartje van Heist-op-den-Berg

**Bergstraat 127**  
Pand verkrijgbaar op de Bergstraat 127  
Bergstraat 127, Heist-op-den-Berg

**Bergstraat 37**  
Pand verkrijgbaar op de Bergstraat 37  
Bergstraat 37, Heist-op-den-Berg

**Bergstraat 13**  
Pand verkrijgbaar op de Bergstraat 13  
Bergstraat 13, Heist-op-den-Berg

Het resultaat: [www.startjezaakinheistopdenberg.be](http://www.startjezaakinheistopdenberg.be)







FEATURED

### 't Hoekske

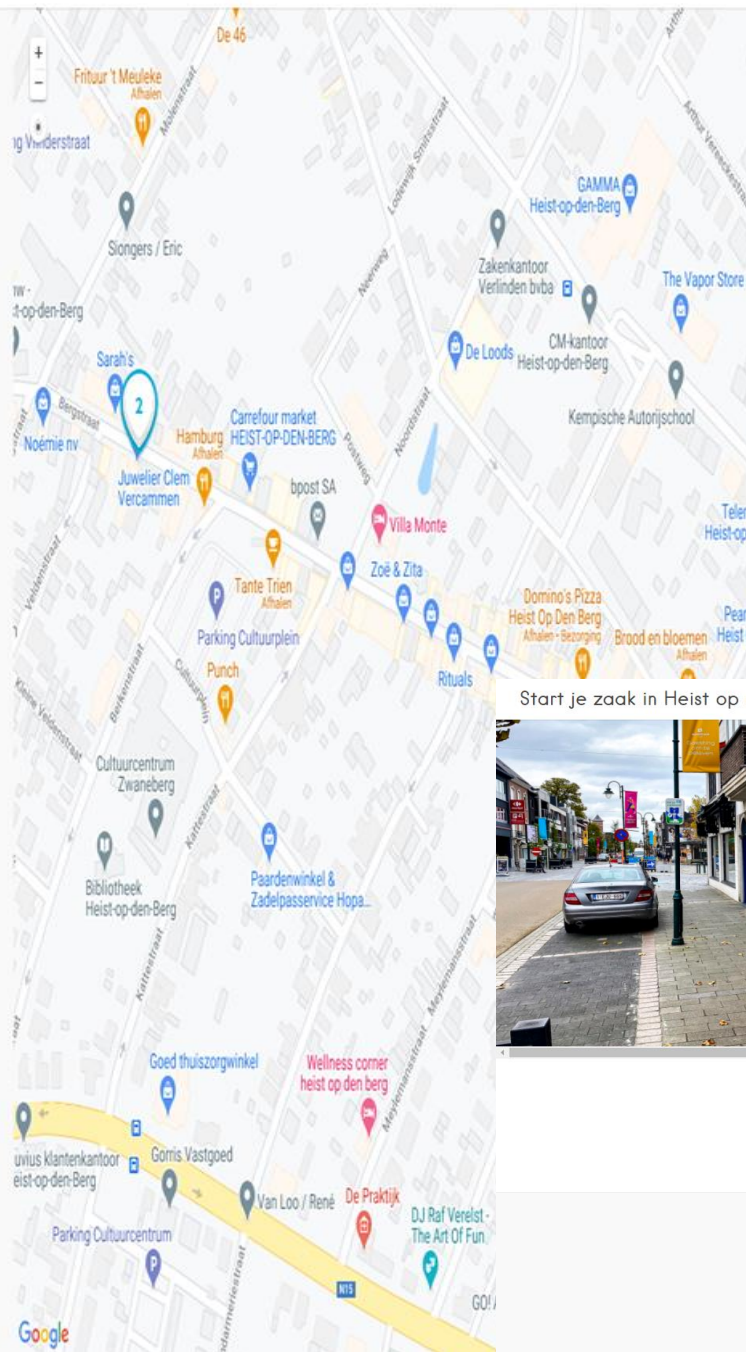
Pioniers op het vlak van goed geserveerde pinten en lekkere tapas.



FEATURED

### Juwelier Clem Vercammen

U vindt in onze zaak alle soorten merkhorloges en juwelen: zowel voor dames, heren als voor kinderen.



## Over Heist-op-den-Berg

Heist-op-den-Berg is zeker een bezoek meer dan waard!

#### Heist-op-den-Berg is zeker een bezoek meer dan waard!

Wil je meer te weten komen over bezienswaardigheden of evenementen in Heist-op-den-Berg? Ben je op zoek naar wandel- en fietskaarten of een handig souvenir uit Heist? Dat alles en nog veel meer vind je bij Toerisme Heist-op-den-Berg. Voorlopig kan je bij ons alleen terecht na afspraak. Dit kan via 015 25 15 82 of [toerisme@heist-op-den-berg.be](mailto:toerisme@heist-op-den-berg.be)

Copyright © 2020 Gemeente Heist-op-den-Berg • Kerkplein 17, 2220 Heist-op-den-Berg • T: 015 22 86 50

Proudly powered by WordPress and Listable by Pielgrade.



FEATURED

### PLAN Conceptstore

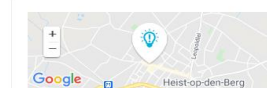
PLAN Conceptstore is een multibrand store voor dames en heren in het hartje van Heist-op-den-Berg



Listings » Pand

## Bergstraat 139

Pand verkrijgbaar op de Bergstraat 139



Bergstraat 139, Heist-op-den-Berg

📍 Get directions





## 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 gezocht moeten worden.

In Heist-op-den-Berg werd er gekozen voor drie panden in dezelfde straat. De sessie werd bijgewoond door Wim Dom van dienst economie en toerisme en Veerle De Belser, stedenbouwkundig ambtenaar. **Heist-op-den-Berg kiest uitdrukkelijk voor een integrale ruimtelijk-economische aanpak van het detailhandelsapparaat in de kern maar ook gemeentebreed.** Ze zitten duidelijk op dezelfde golflengte. De focus van de gemeente ligt op de Bergstraat, ook wat het aantrekken van grotere ketens betreft. Hiervan laten zij dan ook geslaagde voorbeelden zien, o.a. het pand waar JBC in zit. Het was ook nuttig om ter plaatse te vernemen wat stedenbouwkundig allemaal kan om de gesprekken in concrete richting te kunnen sturen.

**Als onbevooroordeeld 'toeschouwer' merkte de pandendokter op dat de Bergstraat het lang niet slecht doet als winkelstraat.** Rekening houdend met het feit dat de coronapandemie in alle steden en gemeenten de nodige sporen nalaat, is er niet opvallend veel leegstand. De Bergstraat werd enkele dagen voor de tweede lockdown bezocht en zelfs toen voelde je de 'vibe' in deze winkelstraat.

**Wat wel opvalt, is dat de Bergstraat door de parking aan het Cultuurplein in twee gesplitst wordt en dat beide helften er niet in slagen mekaar de hand te reiken en een coherent geheel te vormen.**



## 2.2 AFZONDERLIJK INITIATIEF HEIST-OP-DEN-BERG – WERKSESSIE DIENSTEN IN VERBAND MET POSITIONERING BERGSTRAAT

### Aanwezigen

- **Patrick Feyaerts**, schepen o.a. lokale economie, kernontwikkeling, citymarketing;
- **Sarah Wouters**, schepen o.a. ruimtelijke ordening, klimaat, milieu en duurzaamheid;
- **Veerle De Belser**, stedenbouwkundig ambtenaar;
- **Wim Dom**, lokale economie en toerisme;
- **Barbara Temmerman**, projectcoördinator 'Straat in het Vizier', provincieambtenaar provincie Antwerpen;
- **Kristof Schroons**, detailhandelscoach provincie Antwerpen


### Context

Het project Straat in het Vizier, fase 2 voorzag in een **interactieve workshop** met investeerders, pandeigenaars en ontwikkelaars om samen te zoeken naar het gewenst stedenbouwkundig en investeringskader voor commercieel vastgoed in de Bergstraat. Omwille van **COVID-19** kon deze sessie niet georganiseerd worden en een digitaal alternatief leek niet haalbaar voor de gewenste outcome. Op verzoek van de gemeente werd dan geopteerd voor een **digitaal werkoverleg met een afvaardiging van politiek en administratie**. Bedoeling was om **handvaten aan te reiken** voor de **gewenste facilitering van commerciële vastgoedontwikkelingen in het centrum**. De commerciële druk op Heist-op-den-Berg is groot. Heist-op-den-Berg is een **interessant afzetgebied** voor heel wat **retailers**. Er is een **interessant verzorgingsgebied** (inwonersaantal 40.000 en randgemeenten), Heist-op-den-Berg ligt centraal binnen enkele belangrijke assen (E313, E314, E19). De afvloeiing buiten deze assen lijkt eerder beperkt, de binding binnen deze assen eerder aanzienlijk. Het verzorgingsgebied zal niet vergroten, maar er is wel **marge tot meer binding**.

De commerciële druk uit zich **niet enkel** in een **dynamische vraag voor vestiging in de Bergstraat**. Ook wordt er gezocht naar **mogelijkheden** voor **vestiging** voor **grootschalige detailhandel langs invalswegen**. De gemeente hanteert hier al jaren een strak kader. Dit heeft geleid tot extra invulling in het centrum maar vandaag zijn de mogelijkheden voor de georganiseerde retail in de Bergstraat eerder beperkt. De gemeente heeft er alle baat bij om zelf regisseur te zijn van het vestigingsbeleid in Groot-Heist en zoekt best mee naar volwaardige locaties voor grootschalige handel die minder haar plek vindt in de binnenstad. **Een al te stringent beleid kan leiden tot zoektochten buiten de gemeente hetgeen ook niet in het voordeel van Heist-op-den-Berg is**. Er wordt hier verwezen naar een voorbeeld van Geel waar een legitiem en goed bedoeld maar streng detailhandelsbeleid heeft geleid tot ontwikkelingen in de buurgemeenten Olen en Westerlo.







“Heist-op-den-Berg  
is een interessant  
afzetgebied voor  
heel wat retailers.”

In de mindset van heel wat retailers en ontwikkelaars worden Heist-op-den-Berg en Geel vaak bestempeld als de moeilijke gemeenten. Dit getuigt van visie en durf zolang niet in eigen voet geschoten wordt. Vandaag staat Heist-op-den-Berg op een keerpunt om haar gezond commercieel klimaat ook in de toekomst verzekerd te weten. Een restrictief beleid elders kan maar als er voldoende opvang is op andere locaties. De Bergstraat kan af en toe een lucky shot huisvesten, veel grootschalige ontwikkelingen zijn er niet maar er zijn beslist nog interessante 'gaten' te vullen. Er wordt ook gekeken naar de site van de Stationsstraat. **Toch kan het voor een gemeente van deze omvang geen kwaad om ook in de rand nog enkele mogelijkheden te onderzoeken op specifieke, aan voorwaarden gebonden detailhandel. We denken hierbij met name aan uitsluiting van persoonsuitrusting (IHB-categorie B) en clustering van de categorieën 'food'-'andere' (IHB-categorie A en D).**

Verder zijn er wat artikels verschenen over de zoveelste pizzazaak in de Bergstraat waardoor deze handelsas iets te makkelijk de bijnaam Pizastraat meekrijgt. Er zijn inderdaad recentelijk een 2-tal nieuwe zaken bijgekomen die meer aandacht hebben gekregen dan nodig. Is meer een perceptieprobleem, versterkt door de pers. **Voor de buitenstaander valt het horeca-aanbod zeker nog meer al kan diversiteit in aanbod en kwaliteit zeker geen kwaad.** Gelukkig zijn er ook initiatieven van speciaalzaken die het nieuws halen.





## Content

- De **Bergstraat** beschikt vandaag over deze **goede mix**. Het is een kwestie om deze mix **aan te houden**. De uitdaging is om voor ketenzaken de juiste panden aan te bieden: ketenzaken hanteren maatstaven als hoogte/diepte/breedte, rechttoe/rechtaan; zonder veel kanten en hoeken. Dit moet dan ook bij nieuwbouwprojecten aangeboden worden. De ontwikkeling waar JBC in huist is hiervan een goed voorbeeld;
- Volgens de gemeente is de Bergstraat een winkelstraat. Dit is natuurlijk zo maar 'handelsstraten' veranderen en evolueren tot 'voorzieningenstraten' en 'bedrijvige kernen'. De handelsstraat van de toekomst in kleinere steden staan of vallen al lang niet meer met 'winkels' alleen. Er is de verdienstelijking en de verhorecarisering van handelsstraten en dit ten behoeve van eigen inwoners en inwoners van omliggende gemeenten. Het komt erop neer de consument of bezoeker zoveel mogelijk naar het centrum te krijgen voor een brede waaier aan commerciële, dienstverlenende, recreatieve en socio-culturele voorzieningen. Het is en/en/en. **Hoe meer geconcentreerd en op wandelafstand van mekaar, hoe groter de kans op combinatiebezoeken en dus de verlenging van de verblijfsduur. Daar zit de winst voor Heist-op-den-Berg.** Dit is een belangrijke insteek van deze discussie: handelskernen als Heist-op-den-Berg zijn geen funshopping-area's waar het leuk flaneren is. De redenen om af te zakken zijn vaak heel banaal, omwille van noodzakelijke aankopen, diensten, zeker tijdens weekdays. De bezoeken zijn frequent maar niet altijd langdurig. **Toch heeft Heist-op-den-Berg ook voldoende troeven om een langer verblijf aangenaam te maken.** Het is dus ook hier en/en. Dezelfde klant komt dan doelgericht en is gehaast, dan verblijft hij langer en zoekt hij meer de ontspanning op. Dit betekent dat het flankerend beleid alle motieven moet faciliteren voor een steeds schakelende klant. Dit is de fameuze **tweetrapsraket** voor Heist-op-den-Berg: **zorg dat hij veel komt om dan het bezoek te verlengen. De ideale branchemix om dit meerledig profiel te versterken is dus wat de Bergstraat al heeft: diensten, banken, horeca voor de jeugd, koffiehuisen, restaurants, verwachte ketenzaken, verrassende speciaalzaken, conceptzaken, lokale sterkhouders, een cultureel centrum en bibliotheek aan de ene kant, gemeentehuis aan de andere kant.** Er zijn nog zeker enkele 'inbreidingsmogelijkheden' met grotere oppervlaktes voor ontbrekende ketenzaken maar ook startende of scale-up-speciaalzaken vinden er huisvesting;







- Horecapanden zijn vaak eigendom van de uitbaters zelf. Zij kopen in functie van uitbating. **Investeerders zien horeca niet altijd graag komen en kiezen te vaak voor de veilige huur van de dienstensector of ketenzaken;**
- Heist-op-den-Berg is een uitgestrekte gemeente met aantal deelgemeenten als Schriek, Itegem, Booischot, Wiekevorst. **De inwoners wonen dus verspreid en verkaveld zoals overal in Vlaanderen.** Deze komen niet allemaal met de fiets en al zeker niet altijd. Het is dus kwestie om **fietsgebruik te stimuleren met veilige verbindingen en aangepaste infrastructuur en stallingsmogelijkheden** in de **Bergstraat**. Maar vermits de Bergstraat ook de snelle en doelgerichte boodschap dient, weet men dat mensen ook met de wagen komen, niet meer tijd willen verliezen dan nodig wanneer deze tijd niet ingecalculeerd is zoals tijdens wekdagen. Bovendien heeft België een wisselvallig klimaat. Dit in combinatie met de verdere afstanden noopt tot voorzichtigheid wat het beheersen van het verkeer betreft. **Iedereen is het erover eens dat de éénrichtingssituatie die tijdens corona is ingevoerd een gevoelige verbetering inhoudt maar bereikbaarheid/passage/zichtbaarheid blijven noodzakelijk voor een kern als Heist-op-den-Berg.** Wel is er mogelijkheid om tijdens weekend- of vakantieperiodes wel te experimenteren met verkeersluwere maatregelen. Dit moet dan vlot en snel kunnen gebeuren via sensoren en verzinkbare paaltjes en niet met nadarafsluiting wat we nog te veel zien. We stellen vast dat er nabij het centrum ook veel gebouwd wordt, dit is ook gunstig voor fiets- en voetgangersverkeer. Hierdoor kan de Bergstraat nog meer zijn rol als ontmoetingsplaats opnemen. Het installeren van mobipunten, het voorzien van fietsaccommodatie, laadpalen, beveiligde stalling maken dat hier verder op kan ingezet worden. We kunnen hierbij het verkeer voorzichtig kanaliseren en waar mogelijk ontmoedigen maar het draagt bij tot de dynamiek van de Bergstraat. **Het weren van gemotoriseerd verkeer in de Bergstraat zou nefast zijn.** We vergelijken met de Martelarenstraat in Aarschot die na enkele jaren onbereikbaarheid terug open gesteld is voor passerend verkeer. Het centrum van Aarschot doet het sindsdien merkkelijk beter;







“Iedereen is het erover eens dat de éénrichtings situatie die tijdens corona is ingevoerd een gevoelige verbetering inhoudt maar bereikbaarheid/passage/zichtbaarheid blijven noodzakelijk voor een kern als Heist-op-den-Berg.”



- De vraag kan gesteld worden of wonen niet mogelijk moet zijn in de Bergstraat op gelijkvloers. Vandaag lijkt dit helemaal niet aan de orde gezien de lage leegstandscijfers. Maar om investeringen ook in handelspanden mogelijk te maken moeten we ook nadenken over andere stimulerende maatregelen voor handel/horeca/dienstverlening. **Een RUP-centrum moet rekening houden met kaders maar houdt best rekening met de flexibiliteit en grilligheid van de markt. Best wordt dan in een RUP ook rekening gehouden met vlotte bestemmingswijzigingen van panden, met pasmunten voor investeerders in de hoogte en de diepte;**
- In welke mate werken subsidiereglementen voor handelaars? Wat willen we bereiken? Het aantrekken van nieuwe handelaars of de verfraaiing en renovatie van handelspanden? En welke panden moeten dan in aanmerking komen? **Subsidies kunnen marktversturend overkomen maar ze kunnen ook aanzetten tot dynamiek.** Het gaat erom om niet enkel in de winkelstraat maar ook in de winkels zelf beleving aan te bieden. De meeste winkels zijn nog gericht op de klassieke winkelnering: kassa, productstalling, 10u-18u openingsuren al dan niet met middagsluiting...terwijl de klant zo sterk veranderd is: tweeverdieners, geen tijd overdag, gehaast door de week, zoekend naar beleving en ervaring op vrije dagen, kleinere huishoudens. Waarom niet langer open houden tijdens de week, sluiten op voormiddagen, maandagen en dinsdagen, open op zondagen? **Een winkel die inzet op beleving zal ook meer aandacht schenken aan uitstraling en beeldkwaliteit want de experience begint op straat en van de straat.** Ook de Bergstraat als collectief van voorzieningen moet hier stappen vooruit zetten. **Vergroening, va-et-vient afgewisseld met rustpauzes, meer wonen in en nabij de Bergstraat dus ook meer leven na de uren;**
- Er wordt een interessante vergelijking gemaakt met Putte. Van Putte wordt gezegd dat men er ook zo door kan rijden (doorgangstraat) en dat de kwaliteit van de winkels er hoger ligt dan Heist-op-den-Berg. Geen ketenzaken. Dit komt omdat er minder passage en wellicht minder aanbod is. De ketenzaken vestigen zich daar waar volk vertoeft.



## Conclusies

- **Bergstraat** heeft een **hypercommercieel profiel** maar moet ook **voldoende voorzieningen** voor de **dagelijkse noden** hebben zowel op vlak van handel als op vlak van **diensten** en **gerichte boodschappen**. De Bergstraat is 'maar' een handelscentrum van bovenlokaal belang maar wel eentje dat goed werkt;
- Heist-op-den-Berg moet binnen haar verzorgingsgebied inzetten op nog **meer bezoeken** en dan de **verlenging** van het bezoek. Geef de klant nog meer goesting om te komen, dan krijgt hij goesting om er te blijven, een tweetrapsraket;
- Er moet meer **gewoond** worden **in en nabij het centrum**. Dit geeft zuurstof ook na de winkeluren;
- **Houd de Bergstraat bereikbaar voor gemotoriseerd verkeer** maar handhaaf het éénrichtingsverkeer;
- **Maak de Bergstraat gezelliger** met groen/waterpartijen, fietsvoorzieningen,... De vlaggen en boarding van Goesting om te beleven zijn al stap in de goede richting;
- Gezellig tijdens de weekends en vakantieperiodes, bereikbaar tijdens de week. **Flexibele benadering van mobiliteit en parkeerbeleid**;





- **Houd rekening met huidige normen voor retailers inzake maatvoering:** schaal, hoogte, licht. Ketenzaken komen 'niet' naar verouderde panden omdat de huisstijl weinig bijsturing/improvisatie verdraagt;
- **Subsidies** kunnen maar dan vooral om de **kwaliteit van de panden te boosten**;
- **Stedenbouwkundige kaders moeten investeringen losweken:** kader stellend en stimulerend en niet te restrictief;
- Gemeente kan niet sturen in kwaliteit van aanbod en segmentatie. Gemeente kan wel met **slimme stedenbouwkundige voorschriften en verordeningen sturen op kwaliteit van uitstraling en beeldvorming** (richtlijnen inzake verlichting, reclame-uitingen, uithangborden...) en **terraskwaliteit**. Terrassen zoals aan café De Oude Ketel/Zonnecenter ogen rommelig met houten planken. **Maak de terrassen uniform, veilig en aantrekkelijk met duurzame materialen en uniforme luifels/parasols**;
- **Er bestaan reglementen voor nachtwinkels, belwinkels...de zogenaamde imagooverlagende winkels maar hier spelen veiligheid/overlast een rol en niet het aanbod zelf**;
- Houd Heist-op-den-Berg aantrekkelijk voor investeerders en voorzie ook mogelijkheden voor handel, complementair aan de binnenstad in de periferie. **Bepaal de locaties en de voorwaarden maar houd ze in eigen gemeente.**





“Houd Heist-op-den-Berg aantrekkelijk voor investeerders en voorzie ook mogelijkheden voor handel, complementair aan de binnenstad in de periferie. Bepaal de locaties en de voorwaarden maar houd ze in eigen gemeente.”



## 2.3 CONCLUSIES

- Retailers hadden **weinig expansiedrift** in 2020, hopelijk brengt 2021 nieuwe perspectieven;
- De website [www.startjezaakinheistopdenberg.be](http://www.startjezaakinheistopdenberg.be) werd gelanceerd;
- Het pand gelegen in de **Bergstraat 7** heeft zeker **verhuurpotentieel** als **horecapand**, maar het pand dient een **opfrisbeurt** te krijgen (zonder architecturale aanpassingen);
- Het pand gelegen in de **Bergstraat 10** heeft eveneens potentieel voor **kleinere take-away concepten**, maar de **zichtbaarheid dient verbeterd te worden**;
- **Bergstraat 139** heeft als pand **minder potentieel**, maar de **volledige kavel** kan (naar de toekomst toe) heel wat **nieuwe en mooie projecten** huisvesten;
- De Bergstraat beschikt over een **goede mix aan detailhandel, horeca en diensten**. Belangrijk om dit te **bestendigen**;
- **Bezoeken** aan Heist-op-den-Berg zijn **frequent**, maar de troeven om deze **bezoeken langduriger te maken**, moeten beter in de kijker gezet worden;
- **De Bergstraat dient bereikbaar te blijven met de wagen**, maar het **éénrichtingsverkeer kan behouden blijven**;
- **Subsidies en stedenbouwkundige kaders kunnen investeringen aantrekken**;
- **Heist-op-den-Berg heeft een mooi (klein)stedelijk aanbod**, maar de troeven om klanten/bezoekers langer te laten verblijven, dienen beter uitgespeeld te worden.



## 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 Heist-op-den-Berg 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 Heist-op-den-Berg 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.

