

EINDRAPPORT – HERENTALS




**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 Werkoverleg www.startjezaakinHerentals.be

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 plattform
- C. pandendokter i.s.m. Buro-B

2.2 Afzonderlijk initiatief Herentals: 'Toekomstvisie Zandstraat'

2.3 Conclusies



HOOFDSTUK 1: GESPREKKEN EN ANALYSE



1.1 STARTOVERLEG

We vermelden de voornaamste aandachtspunten:

- met ondersteuning van de provincie Antwerpen werd er voor Herentals een **strategisch-commercieel plan** opgesteld. Dit plan geeft een **duidelijke afbakening van het kernwinkelgebied** weer, met name van **Hofkwartier over Grote Markt naar Bovenpoort en Zandpoort**;
- door het consequent hanteren van het **vastgelegd vergunningenbeleid** zorgt dit plan voor een **versterking van de handel in Herentals**;
- hoewel vandaag het aanbod aan panden groter is dan de vraag zijn de **huurprijzen** van de Zandstraat eerder **gemiddeld** binnen dezelfde Belfius-benchmark. **De stad Herentals werkt reeds samen met Unizo en Provincie Antwerpen aan een concrete uitwerking om de leegstand in het kernwinkelgebied terug te dringen.** Daartoe werd er een **webprogramma** ontwikkeld waarbij alle actoren samenwerken om de kandidaat-ondernemer of handelaar het zo eenvoudig en aantrekkelijk mogelijk te maken om zich in Herentals te vestigen.





“Een vestiging in Herentals eenvoudig en aantrekkelijk maken.”

1.2 WERKOVERLEG WEBSITE WWW.STARTJEZAAKINHERENTALS.BE.

Naar aanleiding van de **groeïende leegstand** in Herentals werd vorig jaar een **handelspanden-databank gekoppeld aan de stedelijke website**.

- **De website heeft als doel de kandidaat-ondernemers, handelaars of expansiepartners te laten ondernemen in Herentals.** Het platform biedt een duidelijk overzicht van het aanbod aan beschikbare panden in Herentals;
- **De bestaande website beperkt zich tot een overzicht van beschikbare panden.** Er is nu de vraag om hier enkele **niveaus aan toe te voegen**:
 - **uitbaters** van bestaande handelszaken nemen **aan de hand van filmpjes** een **ambassadeursrol** op om hun straat en bij uitbreiding hun stad te promoten;
 - de stad voegt hier **informatie** aan toe **met betrekking tot incentives, steunmaatregelen en andere relevante info**;
- Er is **in eerste instantie** gekozen om in de uitgebreide versie van ‘Start je zaak in Herentals’ de **Zandstraat** in beeld te brengen en **bij uitbreiding** zal er over gegaan worden naar **het volledige kernwinkelgebied** van Herentals;
- Bij voorkeur is de lay-out idem aan die van Handelshart Herentals. **Er zal een koppeling vanuit Handelshart Herentals naar www.startjezaakinherentals.be worden voorzien.** De update van de website neemt Unizo voor haar rekening.



Beschikbare handelspanden



Beschikbare handelspanden kernwinkelgebied

Adres of plaats zoeken



(1 van 2)

Bovenrij 56-58

laatst vergunde functie: handel

oppervlakte (m²): 370

huurprijs/maand: 1800

link: [Meer informatie](#)

Klik op de afbeelding om in een groter formaat te bekijken



[Zoomen naar](#)



1.3 FOCUSGESPREKKEN

Onderstaande **conclusies** kwamen uit de focusgesprekken die we voerden rond de Zandstraat in Herentals:

- de **handelspanden** gelegen in het kernwinkelgebied van Herentals zijn **verouderd**, alsook de infrastructuur van deze panden. Het is wenselijk om **in te zetten op innovatie en renovatie waardoor het straatbeeld kan verfraaid worden**. Het aantrekkelijker maken van de winkelstraat zou het imago van Herentals ten goede komen, onder meer aan de hand van groenpartijen en rustplekken;
- **hoger en dieper bouwen in de winkelstraat moet mogelijk worden gemaakt**. Wonen boven winkels moet aangemoedigd worden. Dit kan een antwoord bieden voor de investeringspasmunt. Het creëert dynamiek in de binnenstad en een versterking voor het handelsapparaat;
- de **uitbouw van terrassen en de creatie van pleinen kan bezoekers en bewoners terug naar de kern van Herentals brengen**. Dit versterkt het economisch weefsel;
- er heerst op dit moment alleszins een **perceptie van parkeerproblematiek**. Er moet voor de Zandstraat wellicht eerder ingezet worden op shop & go - plaatsen en/of op een grote (ondergrondse) parking. Een duidelijke signalisatie van de invalswegen naar de parkeervoorzieningen is hierbij wenselijk;

- het is wenselijk om **functiewijzigingen** voor panden **eenvoudiger** te maken. Het vereenvoudigen van de bestemming breidt de mogelijkheden voor kandidaat-ondernemers en investeerders/handelaars uit. Het doel is de langdurige leegstand terug te dringen door de bestemmingsmogelijkheden voor een beschikbaar pand te verruimen;
- om **beschikbare panden een invulling te geven** is het mogelijk om **gerichte wedstrijden** te organiseren. Het 'win-je-winkel'-concept heeft in andere steden zijn nut al bewezen. Ook de mogelijkheid tot het inrichten van een stadsboerderij kan nader onderzocht en georganiseerd worden. Dit idee kwam immers aan bod tijdens de focusgesprekken. Een interessante oefening om duurzaamheid, nabijheid, korte keten, authenticiteit te vermengen in het concept;
- de website www.startjezaakinherentals.be kan worden opgestart zoals eerder in deze presentatie aangehaald.





“De functie van een pand moet eenvoudig te wijzigen zijn.”

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 **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 Herentals 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 benchmark V12: gemeenten en kleine steden met centrumfunctie en economische activiteit. Andere steden uit deze V12-cluster zijn **Beveren, Diest, Lier, Lommel, Malle, Schoten, Tienen en Wijnegem.**

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.

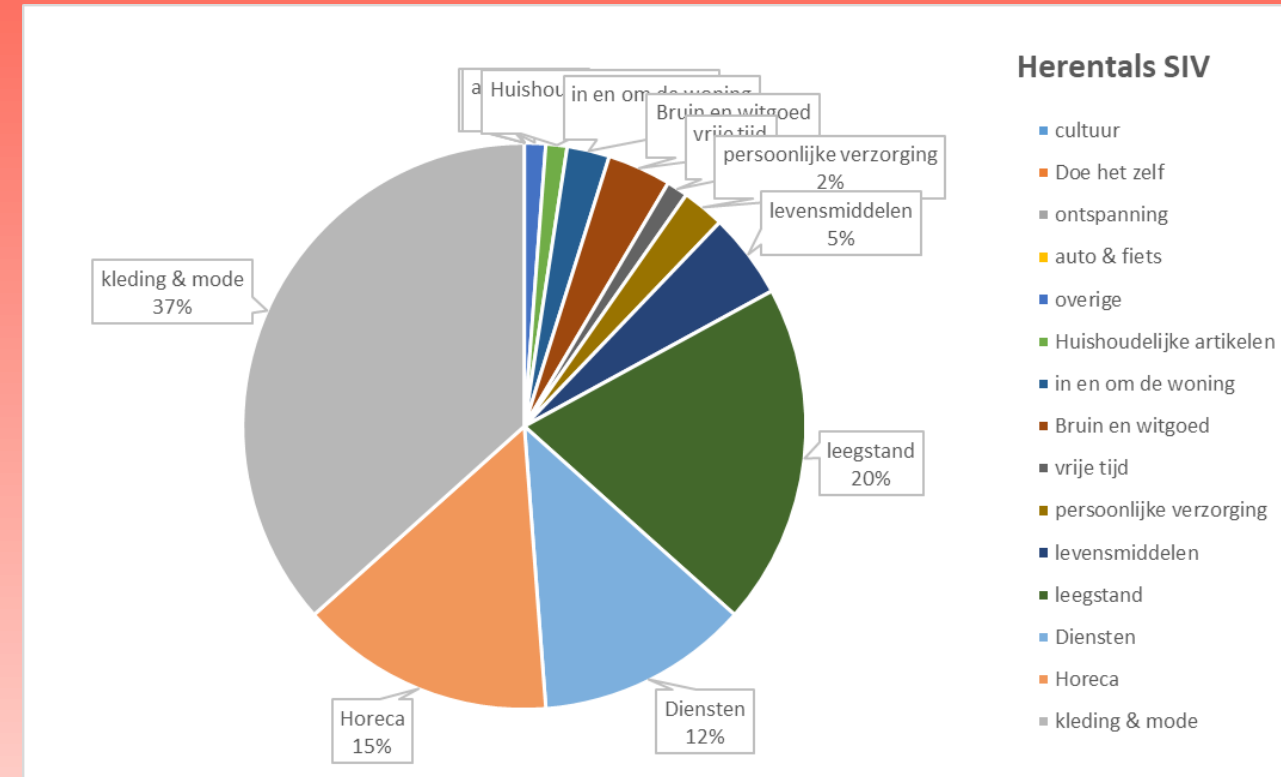
- 1. Welke sectoren en branches zijn aanwezig in Herentals en in de overige 'SihV-' steden en gemeenten?**
- 2. Welke retailers zijn wel aanwezig in andere vergelijkbare steden op basis van de Belfius-benchmark?**
- 3. Hoe verhouden de huurprijzen zich ten opzichte van andere steden?**



A. DATA-ANALYSE

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

- **kleding en mode** zijn veruit het **best vertegenwoordigd** in de Zandstraat, gevolgd door leegstand, horeca en diensten;
- **ambachten** als kappers en schoonheidsspecialisten zijn **goed vertegenwoordigd**;
- **ontbrekende niches** voor de Zandstraat zijn **voedingsspecialzaken** zoals bakker, slager en wijnhandel;
- **zakelijke dienstverlening** is **minder aanwezig** in de Zandstraat.



C. BENCHMARK HUURPRIJZEN

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

- Met een gemiddelde **jaarprijs/m² van € 139,12** behoort de **Zandstraat** tot de **middenmoot**;
- **De kleinere panden in de Zandstraat <100m² zijn in verhouding duurder** dan gelijkaardige panden van de andere SihV-straten en de Belfius-benchmark.





“Kleding en mode zijn veruit het best vertegenwoordigd in de Zandstraat.”

1.5 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 Zandstraat heeft volgens de deelnemers **een weinig aantrekkelijke uitstraling**. De verouderde panden en het hoog aantal leegstaande panden geven een **trieste ‘look en feel’** aan de Zandstraat;
- de gezelligheid van de winkelstraat kan verhoogd worden door groenpartijen te voorzien maar in **hoofdzaak door in te zetten op renovatie en opfrissing van panden en invulling van de leegstaande panden**;
- **pop-ups worden over het algemeen als positief ervaren** maar vooral vanuit het oogpunt om via deze weg een **opstap naar een permanente handelszaak** mogelijk te maken;
- **startende ondernemers zouden financiële steun mogen ontvangen** om de slaagkansen op lange termijn te vergroten. Progressieve huurcontracten en starterspremies worden als voorbeeld aangehaald;
- er wordt in Herentals een **parkeerprobleem** ervaren. Er is **nood aan meer parkeerruimte en een duidelijke signalisatie hiernaartoe**. De mogelijkheid tot het plaatsen van een terras zou echter voorrang moeten krijgen op parkeerruimte. Dus er is enige tegenspraak in de antwoorden.



Conclusies

- De **handelspanden** in het centrum van Herentals zijn **verouderd** en er is heel wat **leegstand**;
- **Bestemming** van panden moet **eenvoudiger te wijzigen** zijn;
- Er is een **grote aanwezigheid van 'kleding en mode'** in de Zandstraat, **voedingsspecialzaken ontbreken**;
- **Kleine handelspanden zijn duur** in vergelijking met de benchmark;
- De Zandstraat heeft **te weinig uitstraling**.



1.6 ACQUISITIETRAJECT

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

- er werd een **mailing** verzonden naar **expansiemanagers** om hen op de hoogte te stellen van de mogelijkheden voor een vestiging in de binnenstad van Herentals;
- oorspronkelijk was de organisatie van een **retailtour** voorzien. **Het doel hiervan was om expansiemanagers warm te maken om in Herentals 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 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. **Herentals heeft al een aanzet via Handelshart Herentals en breidt dus verder uit.**



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 HERENTALS?

Alle troeven voor een authentieke shoppinglocatie.

Unieke mix van authentieke winkels en sfeervolle horecazaken.

Stad met regionale uitstraling.

Bruisend centrum, rond de iconische Lakenhal, boordevol beleving.

DNA

- Stad van aanpakkers
- Rijke geschiedenis
- Stad & Natuur
- Top in Sport
- Scholen-gemeenschap
- Gezellig
- Gastvrij
- Klasse
- Humor

Herentals combineert meerdere troeven. Als historische stad ademt ze van oudsher een rijke geschiedenis dankzij de erfgoedparels in het centrum. Haar ligging midden in de Kemperse natuur maakt haar dan weer een aantrekkingspool voor (top)sporters en recreanten. Maar Herentals biedt meer, veel meer... Ferie en gepassioneerde uitbaters maken haar tot een 'stad van aanpakkers', die open staat voor innovatieve vormen van ondernemerschap, evenals voor het herleven van vakmanschap en ambachten. Herentals, als zorgstad, biedt een warm en gezellig klimaat voor iedereen. Een enthousiast bestuur zorgt voor een sterke verbinding en trekt mee aan de touwen van de bloeiende, hedendaagse stad, die voor bezoekers gastvrij verwelkomt. Herentals is de ideale winkelstad voor de regio, voor jong en oud.



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

- **inzicht in de eigenheid van Herentals** waaronder een overzichtelijke kaart van de stad waarop trekpleisters en parkings staan aangeduid;
- **duiding rond het allesomvattend en ondersteunend handelsbeleid van de stad**, uniek voor Vlaanderen;
- **koopbinding en koopattractie per branche**;
- **inzicht in het huidige aanbod en winkelvloeroppervlakte van het kernwinkelgebied van Herentals.**

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

- Winkelketens **Brantano, Esprit, Bel&Bo, H&M, ZEB en Wibra** zouden een **goede aanvulling** zijn op het huidige aanbod maar hiervoor is op dit moment **geen geschikt pand beschikbaar**. Bovendien weten we dat deze **niet expansief** zijn of **zoeken naar andere locaties**. We nemen ze toch mee;
- **Voor winkelketens Mayerline, LolaLiza, Boekenvoordeel, Rituals, Yves Rocher, Dampshop, Lloyds Pharma en Maxi Toys** zijn wel matches gevonden met panden gelegen in de Zandstraat;
- Grootschalige ketens in alle branches zoals **Ici Paris, Torfs, Brico, Casa, Eldi, Excellent Elektro, Dreamland, Heytens, Horta, Leen Bakker, Prik & Tik, Thuiszorgwinkel, Tom&Co, Albert Heijn, AS Adventure, Dreambaby, Ixina en Maxi Zoo** richten zich in hoofdzaak op **perifere liggingen**.



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
wjd@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 Houfflalen-Heichtervren
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, AGENTSCAP INNOVATIE & ONDERNEMEN, EFRO FUNDERS FONDS VOOR REGIONALE ONTWIKKELING, Geel, Mol, Herentals




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)**.





“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 Herentals'

- 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 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 Zandstraat worden op een aantrekkelijke manier gevisualiseerd;
- Professionele filmpjes van aanwezige handelaars/ondernemers in de Zandstraat kunnen worden toegevoegd.
- Voorbeeld Geel: 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.**
 - De stad Herentals zet zeer sterk in op handel. Met een **uniek en allesomvattend beleid** tracht de stad **zuurstof** te geven aan **handelsinitiatieven**, met name in de handelskern;
 - Omdat de stad niets aan het toeval wil overlaten en ook het gewenst profiel van de Zandstraat nog eens extra tegen het licht wenst te houden, wordt aan CityD gevraagd om een **nadere onderbouwing voor de Zandstraat** voor te bereiden. **Hierbij moet vooral gefocust worden op de meest haalbare functie voor de Zandstraat**, als onlosmakelijk onderdeel van het kernwinkelgebied maar met een eigen rol;
 - Een **bijgespijkerd profiel voor de Zandstraat** levert de input voor het stedelijk beleid op vlak van mobiliteit, parkeerbeleid, stedenbouwkundig beleid, infrastructuur, inname openbaar domein e.d.



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;
- **Herentals wordt vaak aanzien als te klein of te dicht bij andere vestigingen**. 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.

Herentals

Jouw zaak in HERENTALS?

Alle troeven voor een authentieke shoppinglocatie.

- Unieke mix van authentieke winkels en sfeervolle horecazaken.
- Stad met regionale uitstraling.
- Bruisend centrum, rond de iconische Lakenhal, boordevol beleving.

DNA

- Stad van aanpakkers
- Rijke geschiedenis
- Stad & Natuur
- Top in Sport
- Scholen-gemeenschap
- Gezellig
- Gastvrij
- Klasse
- Humor

Herentals combineert meerdere troeven. Als historische stad ademt ze van oudsher een rijke geschiedenis dankzij de erfgoedparels in het centrum. Haar ligging midden in de Kemperse natuur maakt haar dan weer een aantrekkingspool voor topsporters en recreanten. Maar Herentals biedt meer, veel meer... Here en gepassioneerde uitbaters maken haar tot een 'Stad van aanpakkers', die open staat voor innovatieve vormen van ondernemerschap, evenals voor het eerherstel van vakmensen en ambachten. Herentals, als zorgstad, biedt een plaats voor elkeen. Een enthousiast bestuur zorgt voor constante verbinding en trekt mee aan de kar van een bloeiende, hedendaagse stad, die ondernemers en bezoekers gastvrij verwelkomt. Een aantrekkelijke winkelstad voor de regio, vandaag en morgen, voor jong en oud.

35 Provincie Antwerpen

B. ONLINE PLATFORM

Naar aanleiding van de **groeierende leegstand** in Herentals werd vorig jaar een **handelspanden-databank gekoppeld aan de stedelijke website**.

De bestaande website beperkte zich tot een overzicht van beschikbare panden. Er werd geopteerd om deze site, gelinkt aan de website van de stad, uit te breiden met een aantal niveaus:

- **uitbaters** van bestaande handelszaken nemen **aan de hand van filmpjes** een **ambassadeursrol** op om hun straat en bij uitbreiding hun stad te promoten:
 - schoenenzaak Balou;
 - Showtime by Ann Demolder;
 - lederwaren Belleville;
 - dameskledingzaak Delphine.
- de stad voegt hier **informatie** aan toe **met betrekking tot incentives, steunmaatregelen en andere relevante info** (bv. links naar Handelshart Herentals, Unizo Neteland, het ondernemersloket,...);
- www.startjezaakinherentals.be is doorgelinkt naar de site van de stad zelf.

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 gebeuren door een ambtenaar, centrummanager of iemand die de machtiging heeft om deze aanpassingen door te voeren.



Handelaars met een hart voor Herentals

Gekende ketens, stijlvolle winkels en hippe horecazaken gingen u al voor in hun keuze voor Herentals. We laten enkele van hen hieronder dan ook graag aan het woord.

Bekijk hier waarom schoenenzaak **Balou** 30 jaar geleden koos voor de Zandstraat in Herentals:



Ook lederwaren **Belleville** opende in 2006 een tweede vestiging in Herentals:



Showtime by Ann Demolder biedt stijlvolle lingerie en loungewear aan in de Zandstraat:



Dameskledingzaak **Delphine** vestigde zich ook in de Zandstraat:



Interessante links

- [Download hier de infographic 'Straat in het Vizier'](#)
- [Bekijk het compilatiefilmpje 'Straat in het Vizier'](#)
- [Ondernemersloket](#)
- [Handelshart Herentals](#)
- [Unizo Neteland](#)
- [BizLocator](#)

Gerealiseerd met steun van:

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.

In Herentals werd er gekozen voor 3 panden in dezelfde straat, de **Zandstraat**.

Door het feit dat de geselecteerde panden in de lijst van Herentals allen in dezelfde straat liggen, werd in de eerste plaats **de ruimere omgeving van de betreffende gebouwen geanalyseerd en gekeken of er gelijklopende problemen geconstateerd werden**.

Herentals zet heel sterk in op de kern maar worstelt met het gewenste profiel van de Zandstraat. Vroeger winkelstraat pur sang, vandaag een mix van winkels, diensten, ketens versus couleur locale, kleinschaligheid, wonen...

CityD heeft een onderbouwing aangereikt aan het stadsbestuur met betrekking tot een mogelijke herpositionering van de Zandstraat. **Het idee is om alle stedelijke functies te bundelen, een organische groei, een organische ontwikkeling van gebouwen en percelen te faciliteren**. Niet te kneuterig, eerder grillig en afwisselend.



2.2 AFZONDERLIJK INITIATIEF HERENTALS – ‘TOEKOMSTVISIE ZANDSTRAAT’

Context

- **Strategische commercieel plan** voor detailhandel stad Herentals (SCPH), i.s.m Provincie Antwerpen benoemt **Zandstraat als onderdeel van het kernwinkelgebied**;
- Het SCPH heeft het over een aantrekkelijke winkelstad vandaag en morgen, voor jong en oud.
- Het aanbod moet dus afgestemd zijn op stad- en regiobewoners voor de dagelijkse, sporadische en doelgerichte voorzieningen;
- Het kernwinkelgebied speelt hierin een belangrijke rol, voor de diverse producten en diensten, voor de diverse motieven en doelgroepen;
- De Zandstraat maakt in het SCPH deel uit van dit kernwinkelgebied maar vertoont een **belangrijke leegstand**;
- Het project Straat in het Vizier (fase 1) focust op de Zandstraat en dicht haar **belangrijke kwaliteiten toe, niet noodzakelijk voor enkel handel en wandel**.
- De verschillende initiatieven van de afgelopen jaren hebben nog **niet geleid tot een kentering** van de Zandstraat.



Aanbeveling 1: Zandstraat = aanloop/uitloopstraat?

- Belangrijk onderdeel van parkeerroute;
- Uitrijstraat voor snelle boodschappen, diensten maar ook groen voor voorzichtig flaneergedrag;
- Ondersteunend aan de winkelas N-Z;
- Inzetten op wonen op verdieping, spelen met hoogtes;
- Meer historisch, rustiek en beschermd kader op de N-Z-as;
- Fietsstraat in 2 richtingen!



Aanbeveling 2: Zandstraat = Fietsstraat



- Auto's toegelaten, zone 30, fietser/voetganger dominant;
- 'zandkleurige' bestrating, is tenslotte Zandstraat;
- Herinrichting straat zonder stoepen;
- Klinkers maken veel lawaai (daverend geluid);
- Zachte bestrating, voor alle voetgangers (andersvaliden, schoeisel, kinderwagens,..) en fietsers.



Aanbeveling 3: meer groen in de Zandstraat





- Remmend effect op doorgaand verkeer;
- Mogelijkheid tot 'knikken' en aangepaste snelheid;
- Sterke belevingswaarde;
- 'Zand'-strook en 'groen', 2 sterke verwijzingen naar Herentals (natuur) en Zandstraat;
- Rustpunten in de schaduw.

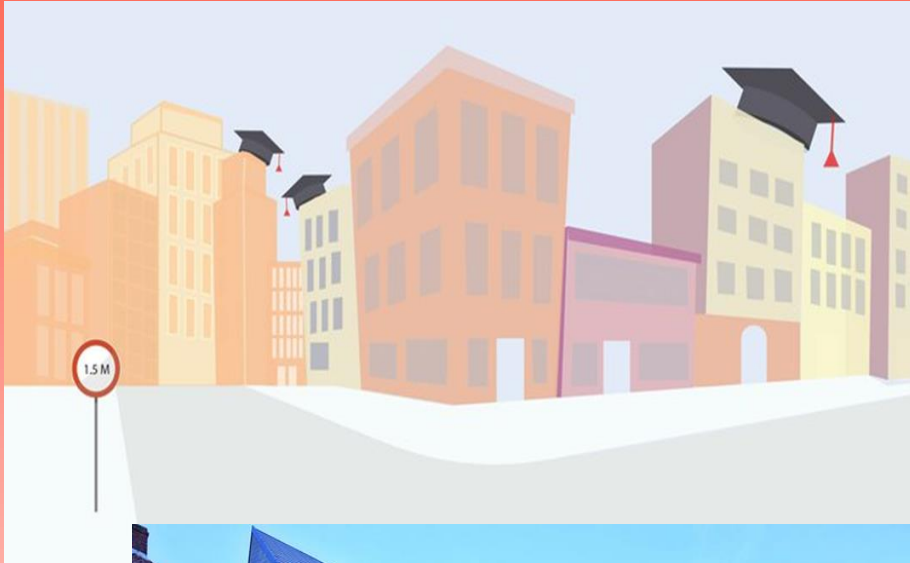


Aanbeveling 4: bonte mix in de Zandstraat

- Ruimte voor wonen, ambachtelijke activiteiten, handel, dienstverlening, horeca;
- Kleinschaligheid houdt panden betaalbaar;
- Incentives voor nieuwe initiatieven enkel in de Zandstraat;
- Kleinschalige terraseilanden aan horecazaken;
- Mix in de functies, in de bouwstijlen, in de hoogte.



Grillige en gedurfde architectuur



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 Herentals 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 Herentals 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.

