



# EINDRAPPORT – MOL



## **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:   
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 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 plattform
- C. pandendokter i.s.m. Buro-B

### 2.2 Afzonderlijk initiatief Mol: eigenaarsbenadering en aansluitende overlegssessie

### 2.3 Conclusies



# HOOFDSTUK 1: GESPREKKEN EN ANALYSE



## 1.1 STARTOVERLEG

We vermelden de voornaamste aandachtspunten:

- **het doel is om meer bezoekers naar Mol te trekken.** Dit wil de stad verwezenlijken door de **bereikbaarheid, vindbaarheid en parkeermogelijkheden** te verbeteren;
- de **leegstand** in Mol is de laatste jaren stabiel gebleven maar de **perceptie** hieromtrent **maakt het erger** dan het is;
- **het doorgaand verkeer wordt als een probleem ervaren.** Vooral tijdens de piekmomenten staat het verkeer in het centrum van Mol vaak stil. Een voorziening van laad- en loszones (ter hoogte van Kruidvat) zou mede een oplossing kunnen bieden voor de huidige verkeersknopen;
- er zijn **gratis randparkings** aanwezig in Mol maar voor de snelle gerichte boodschap **wil de bezoeker deze afstand niet afleggen.** Het gratis kwartiertje wordt als positief ervaren maar zou nog uitgebreid mogen worden;
- met de komst van de website '**www.startjezaakinmol.be**' wil de stad een positief verhaal brengen. Ze willen het DNA '**thuis voelen**' dat in het traject 'Straat in het Vizier' naar boven kwam, meer concreet maken. Dit kan onder meer worden verwezenlijkt door de diverse initiatieven rond **citydressing** (het aankleden van het openbaar domein). De gemeente Mol heeft onder andere beslist om lampenkapjes in de straten te hangen. Lampenkapjes doen aan 'thuis' denken.



## 1.2 FOCUSGESPREKKEN

Onderstaande **conclusies** werden gefilterd uit de focusgesprekken die we hebben gevoerd met betrekking tot de geselecteerde straten in Mol:

- het **Rondplein** moet verder uitgewerkt worden. Dit plein kan de functie van **stadsplein** vervullen en een ondergrondse parking krijgen;
- het **kernwinkelgebied van Mol moet duidelijk afgebakend worden**. We hoorden tijdens de gesprekken het voorstel om Rozenbergstraat, Voogdijstraat, Rondplein, Statiestraat, Laar en de Graaf de Broquevillestraat mee op te nemen in het kernwinkelgebied;
- tijdens de focusgesprekken komen dezelfde **actiepunten** naar voren die de stad reeds aanhaalde tijdens het startoverleg:
  - de **leesbaarheid** naar en in de kern van Mol;
  - de **doorstroming van het verkeer** in het centrum;
  - invoering van **éénrichtingsverkeer** zou rust kunnen brengen in de straten en meer ruimte kunnen laten aan fietsers en voetgangers;
  - **een ondergrondse parking**;



- er wordt gesuggereerd om een **RUP** op te maken dat **meer bouwlagen in de Statiestraat** mogelijk maakt. Hierin kan ook de **samenvoeging van één of meerdere panden** worden opgenomen en gefaciliteerd. Zo krijgen andere, grotere ketenzaken de mogelijkheid om zich in de handelskern van Mol te vestigen. Dit zal de leegstand ten goede komen.







“ Het kernwinkelgebied moet afgebakend worden.”

## 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 vizierstraten 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 vizierstraten. 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 Mol 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.

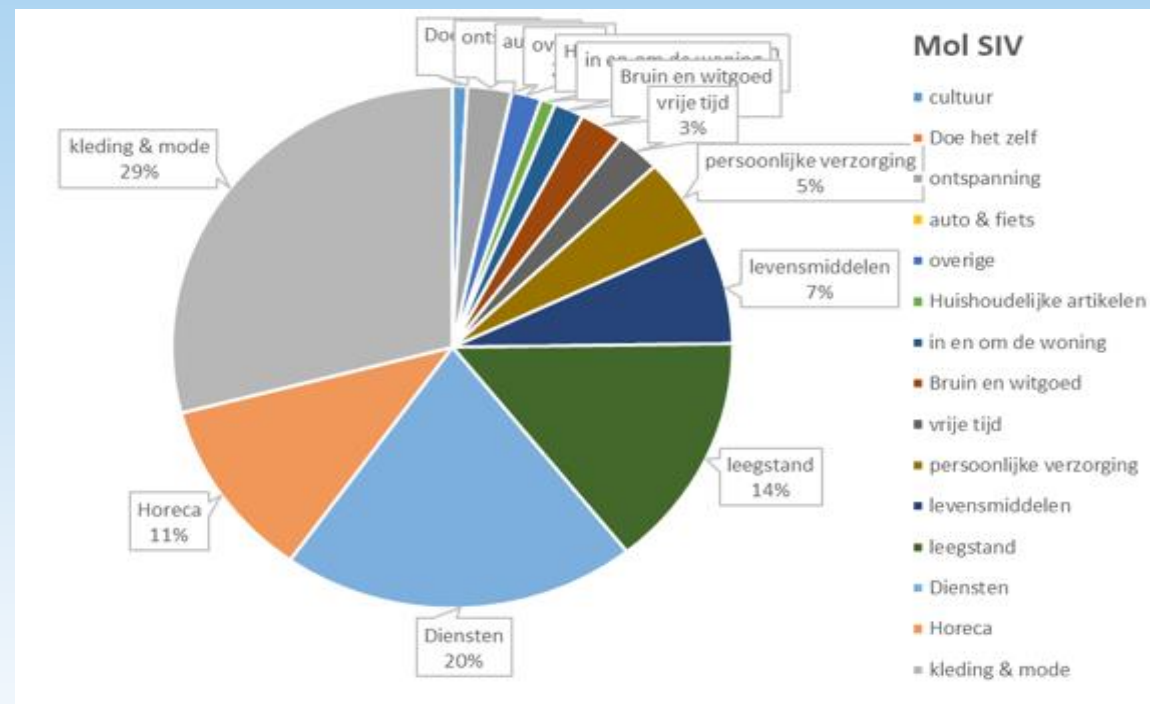
We kregen hierbij een duidelijk beeld op onder andere de volgende 3 vragen.

- 1. Welke sectoren en branches zijn aanwezig in Mol 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 de vizierstraat in verhouding tot elkaar. Het betreft een vergelijking van aantal verkooppunten. Volgende algemene conclusies kunnen we hier oplist:

- 'kleding en mode' zijn het **best vertegenwoordigd** in Mol;
- in realiteit is er **minder horeca** aanwezig dan de grafiek hiernaast aangeeft. **Veel horeca ligt elders** (Corbiestraat, Rondplein);
- Er is in de Statiesstraat en Laar nog **ruimte** voor de komst van **delicatessezaken** zoals een **wijnhandel, bakker, slager, koffie- of theehuis**.



## C. BENCHMARK HUURPRIJZEN

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

- De **Statiestraat** behoort tot de **middenmoot** in vergelijking met de andere 'SihV'-straten;
- Voor **panden rond 100 m<sup>2</sup>** zit Mol in de **middenmoot** van de V13 cluster;
- Steden als Maaseik of Tongeren liggen beter in de prijs. We zoeken een verklaring. **Mol ligt centraler in haar verzorgingsgebied. Dus geniet de gemeente meer aantrek.** Tongeren en Maaseik liggen tegen (taal)grenzen. Steeds een psychologische grens, ook al is er zeker instroom vanuit Nederland en Wallonië. Toch liggen zij niet te midden van hun verzorgingsgebied en is dus hun positie kwetsbaarder. Dit heeft ook impact op de verhuurbaarheid van panden en dus de prijs.



## 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 onlinetool een enquête uitgeschreven en gedeeld met handelaars en eigenaars ter invulling.

De meest opvallende en meest gedeelde standpunten worden hier opgesomd:

- er moet nagedacht worden over een **herdefiniëring van het handelscentrum** van Mol. **Panden moeten vernieuwd worden en klaargestoomd voor de toekomst**. Het is niet wenselijk om het handelscentrum in oppervlakte te vergroten, wel om de kern te versterken. Uitbreiding van winkels op invalswegen en uitwaaiëring van de handelskern zijn daarbij niet wenselijk;
- er is **vraag naar subsidies en ondersteuning** om de renovatie van panden in de Statiestraat (Laar) te vergemakkelijken;
- **het verkeer moet vertraagd worden in de stadskern maar zeker niet weggenomen**. De **parkeerruimte** in de winkelstraten zou voorbehouden kunnen worden aan de **bezoekers**. Bewonerskaarten zijn hieraan ondergeschikt;
- De meningen over **pop-ups** zijn verdeeld in Mol. Enerzijds worden ze beschouwd als **concurrentie** voor de handelaars. Anderzijds zijn ze een **meerwaarde voor de invulling van leegstaande panden op korte termijn** en voor het opfleuren van het straatbeeld;
- **Start-ups en startende ondernemingen moeten begeleiding en ondersteuning krijgen** om de kans op slagen maximaal te benutten;



- het **'win je winkel-'** of **'probeer een winkel-'concept** is een concreet voorstel om startende ondernemers naar de handelskern van Mol te krijgen;
- **de beleving van de Molse handelskern kan beter.** Er is nood aan groene elementen en rustplekken in de kern. De link met de Nete of Molse Neet mag doorgetrokken worden.





## Conclusies

- 'Kleding & mode' is zeer goed vertegenwoordigd in Mol;
- Horeca is minder aanwezig;
- Mol ligt centraal in het verzorgingsgebied. Dit doet de huurprijzen stijgen;
- Het handelscentrum moet geherdefinieerd worden;
- Het verkeer moet, in het handelscentrum, vertraagd maar zeker niet geweerd worden.





“ Het verkeer mag niet  
weggenomen worden in  
het centrum, wel  
vertraagd. ”

## 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 de binnenstad van Mol;
- oorspronkelijk was de organisatie van een **retailtour** voorzien. **Het doel hiervan was om expansiemanagers warm te maken om in Mol 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 MOL?

Alle troeven voor een authentieke shoppinglocatie.

Bruisend winkelcentrum, boordevol beleving

Unieke mix van authentieke winkels en straffe ketens

Dorpsgevoel met stedelijke faciliteiten

- DNA
- Thuisgevoel
- Kwaliteit
- Balans
- Verstabiliteit
- Zand
- Groen
- Water
- Recreatie
- Duurzaam
- Toekomstgericht
- Innovatief



Mol is een gemeente met een zeer gevarieerd aanbod, die erin slaagt een dorpsgevoel te combineren met stedelijke faciliteiten. Een gemeente die met een overvloed aan groen, water en zand vooral rust en ontspanning biedt, maar ook een aangenaam werkklimaat schept voor een innovatieve industrie met internationale uitstraling. De betrokkenheid van de vele actoren die de gemeente haar eigenheid geven én de natuurlijke omgeving zorgen voor een warme sfeer waarin iedereen zich thuis voelt.

Het streven naar een goede balans in het gevarieerde aanbod is bepalend voor de levenskwaliteit in Mol.

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

- **inzicht in de eigenheid van Mol** waaronder een overzichtelijke kaart van de stad waarop trekpleisters en parkings staan aangeduid;
- **inzicht in de kengetallen inzake verzorgingsgebied en toeristische overnachtingen;**
- **inzicht in het huidige aanbod en winkelvloeroppervlakte van de Statiestraat/Laar.**

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

- Winkelketens **Colruyt en Delhaize** zouden een goede aanvulling zijn op het huidige aanbod in het projectgebied (en dus in het centrum) maar hiervoor is op dit moment **geen geschikt pand beschikbaar** en zijn elders gehuisvest;
- Uit de analyse maken we op dat er ook in de vizierstraten blijkbaar nog **ruimte is voor een e-liquid-store** (winkels voor elektronische sigaretten). Hiervoor is **geen pand beschikbaar** maar data wijzen eveneens uit dat **deze niche doorheen de tijd aan slagkracht verliest**;
- Voor winkelketens **Othello, Takko Fashion, Esprit, Lola Liza, Grand Optical, MaxiToys, Croissy, Avance, Tom Tailor, MS Mode, Damart, Paris Londres, Okaïdi, Scapa, Bonita, Spar, Delhaize Proxy, Lidl en Lloydspharma** zijn **wel matches** gevonden met een pand/panden gelegen in de Statiestraat.



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**  
Camille Clux, Hoofdmedewerker Lokale economie  
Molenthoekstraat 2, 2400 Mol  
T 014 33 08 98  
Lokale.economie@gemeentemol.be

**Stad Geel**  
Jochan Vandeven, Centrummanager  
Wart 20, 2440 Geel  
T 0473 91 05 34  
jochan.vandeven@geel.be

**Gemeente Heist-op-den-Berg**  
Wim Dorn, Coördinator Economie, Evenementen en Toerisme  
Kerkplein 15, 2220 Heist-op-den-Berg  
T 015 23 74 08  
wd@heist-op-den-berg.be

**Stad Herentals**  
Annemie Van Gestel, Expert Lokale Economie  
Augustijnenvaan 30, 2200 Herentals  
T 034 28 50 50  
annemie.van.gestel@herentals.be

**Stad Hoogstraten**  
Jan Verlinden, Lokale economie Hoogstraten  
Vrijheid 549, 2320 Hoogstraten  
T 03 340 19 85  
economie@hoogstraten.be

**TECHNISCHE BEGELEIDING:**

**CityD**  
Jan Boots, Acquisitiemanager 'Straat in het vizier'  
Centrum Zuid 1111, 3530 Houthalen-Heilichem  
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

Logos: Provincie Antwerpen, AGENTSCAP INNOVEREN & ONDERZENEN, EFRO EUROPEES FONDS VOOR REGIONALE ONTWIKKELING, Geel, Mol, Herentals, Hoogstraten, CityD.



## 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 Mol'

- 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 Laar/Statiestraat/Graaf de Broquevillestraat worden op een aantrekkelijke manier gevisualiseerd;
- Professionele filmpjes van zittende handelaars/ondernemers in Laar/Statiestraat/Graaf de Broquevillestraat 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 Algemene conclusie en eerste voorstel

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 dynamiek van vraag en aanbod in Mol zit op een gemiddeld spoor.** De voornaamste voorzieningen zijn aanwezig, er is niet heel veel leegstand, er zijn ook een aantal speciaalzaken. **Maar het geheel oogt niet 'sexy' en we missen enkele conceptzaken, waar aanbod, uitstraling en beleving elkaar meer vinden.** Winkels of horecaconcepten die de tijdsgeest beter in zich dragen;
  - **Concepten als 'win een winkel' of 'probeer een winkel' zijn al toegepast.** De incentive behelst doorgaans een tegemoetkoming in huurprijs of begeleiding voor start-ups. **Dit concept is aan vernieuwing toe;**
  - Voorstel om een **nieuw belevingsconcept voorwerp te laten uitmaken van een publieksgerichte campagne,** waarbij originaliteit, aankleding, 'blurring' (het mengen van concepten), specialisatie aan de grondslag liggen. Ieder jaar 1 concept stevig ondersteunen: lanceringsbudget, ereloon binnenhuisarchitect, permanente call (looptijd 3 jaar, in elk van 3 vizierstraten).



# 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;
- **Mol is vaak geen optie**, omdat er in **de omliggende steden** al een vestiging aanwezig is;
- 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

The logo for Hayen-Paris Real Estate Services features the company name in a bold, sans-serif font. The word 'HAYEN' is in black, followed by a small square icon composed of four colored segments (green, grey, red, and white), and then the word 'PARIS' in black. Below the main name, the words 'REAL ESTATE SERVICES' are written in a smaller, all-caps, sans-serif font.



## 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.

**mol**  
NUTS & ATTRACTIEF

# Jouw zaak in MOL?

Alle troeven voor een authentieke shoppinglocatie.

- Bruisend winkelcentrum, boordevol beleving
- Unieke mix van authentieke winkels en straffe ketens
- Dorpsgevoel met stedelijke faciliteiten

**DNA**

- Thuisgevoel
- Kwaliteit
- Balans
- Variatie
- Zand
- Groen
- Water
- Recreatie
- Duurzaam
- Toekomst-gericht
- Innovatief

Mol is een gemeente met een zeer gevarieerd aanbod, die erin slaagt een dorpsgevoel te combineren met stedelijke faciliteiten. Een gemeente die met een overvloed aan groen, water en zand vooral rust en ontspanning biedt, maar ook een aangenaam werkklimaat schept voor een innovatieve industrie met internationale uitstraling. De betrokkenheid van de vele actoren die de gemeente haar eigenheid geven én de natuurlijke omgeving zorgen voor een warme sfeer waarin iedereen zich thuis voelt.

Het streven naar een goede balans in het gevarieerde aanbod is bepalend voor de levenskwaliteit in Mol.\*

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 Mol** (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 Mol (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.



## B. ONLINE PLATFORM

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):
  - WKND Fashion;
  - Restaurant 't Plateau;
  - Pearle Opticiens.

**Resultaat:** [www.startjezaakinmol.be](http://www.startjezaakinmol.be)

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.

Ontdek de verhalen van Molse ondernemers



### WKND FASHION

Dames en Herenmode van bekende merken. Altijd de meest vriendelijke service.

Laar 13, Mol België



### Restaurant 't Plateau

Voor een gezellig en sfeervol etentje. Attente bediening met aandacht voor details. En vergeet niet om naar de seizoensmenu's te kijken!

Statiestraat 31a, Mol België



### Pearle Opticiens

Bij Pearle Opticiens in Mol kan je terecht voor brillen, contactlenzen en oogmetingen. Een ketenzaak met een persoonlijke benadering!

Laar 2, Mol België



## 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 Mol werd er gekozen voor 3 panden in dezelfde straat, de **Statiestraat**.

Door het feit dat de geselecteerde panden in de lijst van Mol 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**.



## Algemeen:

- het is opvallend dat de sfeer van de straat op enkele honderden meters sterk verschillend is;
- weinig contact tussen dienst lokale economie en pandeigenaars, omdat deze verder weg wonen:
  - pandeigenaars werden telefonisch of per brief gecontacteerd om in dialoog te gaan over (leegstaande) panden en de invulling ervan. Hier komen we later nog op terug;
- doordat er een mindere fysieke link is, voelen de pandeigenaars zich vaak minder betrokken → heel wat leegstaande panden die al gedurende langere tijd leegstaan;
- na de rondgang in de Statiestraat, zijn we met de delegatie nog langs gegaan bij Ruimtelijke Ordening met de vraag of bewoning op het gelijkvloers mogelijk is in het deel van de straat aan de zijde van het station. → Het zou een mooie kans zijn om op deze manier het (verloederde) laatste deel van de Statiestraat te reactiveren. De kleine panden die zich daar bevinden, kunnen verder succesvol ingericht worden als commercieel pand voor diensten en vrije beroepen, in combinatie met wonen. Dit laatste zorgt ervoor dat de buurt niet uitdooft na 17u en op vrije dagen.



## 2.2 AFZONDERLIJK INITIATIEF MOL – EIGENAARSBENADERING EN AFSLUITENDE OVERLEGSESSIE

Wegens een gebrek aan communicatie tussen pandeigenaars en de dienst lokale economie werd er een eigenaarsbenadering op poten gezet.

Pandeigenaars werden telefonisch of per brief benaderd om in dialoog te gaan over de (leegstaande) panden en de invulling ervan.



## 2.3 CONCLUSIES

- Retailers hadden **weinig expansiedrift** in 2020, hopelijk brengt 2021 nieuwe perspectieven;
- Het online platform [www.startjezaakinmol.be](http://www.startjezaakinmol.be) werd gelanceerd;
- De leegstaande panden hebben één voor één heel wat potentieel, mits enkele (grote) aanpassingen;
- Wegens een gebrek aan communicatie tussen pandeigenaars en de dienst lokale economie werd er een eigenaarsbenadering op poten gezet om in dialoog te gaan over de invulling van de (leegstaande) panden;
- Om de verloedering van het laatste deel van de Statiestraat tegen te gaan, zou wonen op het gelijkvloers toegelaten moeten 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 Mol 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 Mol 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.

