



Opschrift

Vergadering van 5 november 2019

Nummer: 2019_MV_00329

Onderwerp:

Mondelinge vraag van raadslid Anneleen Van Bossuyt: Evolutie aantal handelspanden en leegstand

Raadslid(-leden):

Anneleen Van Bossuyt - N-VA

Bevoegd: Sofie Bracke

Omschrijving van de vraag

Toelichting:

Uit recente cijfers over de evolutie van het aantal handelspanden en de leegstand van handelspanden (zie Locatus, Provincies in cijfers, persberichtgeving) blijkt de bevestiging van een aantal trends die al langer aan de gang zijn. Het aantal leegstaande handelspanden is de voorbije tien jaar duidelijk toegenomen, zowel in de binnenstad (7,2%) als in de dichtbebouwde gordel rond het centrum (vb. Ledeberg met 15,0% of de Dampoortwijk met 15,6%). Daarnaast zien we in een aantal deelgebieden een duidelijke afname van het aantal handelspanden tout court, met name in deelgemeenten zoals Drongen en Gentbrugge.

De toenemende leegstand en de afname van het aantal handelspanden zijn zeker geen typisch Gents fenomeen, maar maken deel uit van een trend die ook in andere Vlaamse centrumsteden – en daarbuiten – vast te stellen is. Unizo Oost-Vlaanderen wees eerder al op de concurrentie vanwege e-commerce en baanwinkels als verklarende factoren. Tegelijk pleitte men ervoor om waar mogelijk of opportuun in te zetten op de herbestemming van panden.

Deze evolutie is uiteraard niet nieuw en de Stad Gent nam in het verleden al een aantal acties om de Gentse handel en horeca te ondersteunen (cf. het Winkel- en Horecabeleidsplan, de oprichting van de vzw BIG/Puur Gent). Niettemin lijkt het gezien de steeds verder voortschrijdende evolutie nodig om hier toch een tand bij te steken de komende jaren.

Vraag:

Graag had ik u hierover volgende vragen gesteld:

1. Hoe zal u als schepen een beleid voeren dat er op gericht is dat de Gentse handelaars en winkeliers de trein van de e-commerce niet missen?
2. Hoe zal u als schepen een beleid voeren dat er toe bijdraagt dat de Gentse winkel- en handleskernen de bezoeker een unieke beleving kunnen aanbieden die een meerwaarde is t.o.v. online shoppen?
3. Hoe staat u tegenover het idee van Unizo om panden eventueel te herbestemmen?

Niet digitale bijlagen:

Behandeld door de commissie mobiliteit, openbaar domein, economie en werk (mow) in vergadering van 5 november 2019.

Antwoord

6 november 2019

Staat u mij toe deze vragen samen te beantwoorden.

Winkels en horecazaken zorgen inderdaad voor een bruisende dynamiek in een stad. De meer dan 5000 handelszaken vormen een belangrijke economische sector die in Gent tewerkstelling biedt aan meer dan 11.000 mensen.

De detailhandel is wereldwijd onderhevig aan veranderingen op socio-demografisch, maatschappelijk en technologisch vlak. Er is een veranderd consumentengedrag met een dalende koopbinding en koopattractie, de sterke opkomst van e-commerce, het belang van lokaal aankopen, de opkomst van “blurring concepten... Al die veranderingen hebben een impact op de retail en het aantal winkels.

Het is wel ook van belang om de **Gentse cijfers genuanceerd** te lezen, we kennen een systematische afname van het aantal verkooppunten maar tegelijk is er een toename in het aantal m² winkelvloeroppervlakte. Het aantal panden neemt dus af, maar de gemiddelde grootte neemt toe.

Het is ook belangrijk om te beseffen dat de **procentuele leegstand** voor het ganse grondgebied van Gent naar winkelvloeroppervlakte (6%) en aantal verkooppunten (9%) verhoudingsgewijs lager is dan de benchmark van andere centrumsteden. De leegstand in het centrum ligt bovendien ook nog lager dan voor het gehele grondgebied waarbij dit voor andere centrumsteden omgekeerd is.

Vervolgens moet hierbij ook opgemerkt worden dat ongeveer **de helft van alle Gentse leegstaande panden, aanvang- of frictieleegstand betreft**. Dit zijn met andere woorden panden die minder dan 1 jaar leeg staan. De voorzieningen in een stad zijn onderhevig aan een sterke dynamiek van vraag en aanbod. Voorzieningen komen en gaan, stoppen, herlocaliseren of breiden uit. Panden staan dus soms leeg in afwachting van een nieuw initiatief of ingreep. Een bepaald percentage is dus absoluut nodig om deze dynamiek te kunnen faciliteren.

Maar zoals ik dus reeds zei, wordt het **huidige retaillandschap** niet alleen in Gent, maar overall, **geconfronteerd met grote veranderingen**. Daarom is het de komende 5 vijf jaar onze missie om schouder aan schouder met de sector, **ons handelsapparaat futureproof te maken**. Schouder aan schouder, want dit is geen verhaal dat we alleen kunnen schrijven.

Hoe gaan we dit aanpakken?

Eerst en vooral met **coaching**:

Op vlak van detailhandel is er heel wat in beweging, zowel langs de kant van de consumenten (belang van storytelling, de one stop experience, wijzigende aankoopkanalen, ...) als aan de kant van de retailer (blurring concepts, e-commerce, nieuwe businessmodellen, wijzigende locatiestrategieën, etc). Handelaars moeten mee kunnen evolueren in deze snel veranderende wereld.

Binnen PuurGent, onze middenstandsvzw, wordt al een aantal jaar budget vrijgemaakt om handelaars daarin te begeleiden.

In 2017 werd samen met Unizo en studie bureau WES een individueel coachingstraject over een periode van 6 maanden aangeboden aan 21 Gentse handelaars waarbij er werd gewerkt rond het future proof maken van de handelszaak.

Momenteel zijn we met Unizo aan kijken om nog een dergelijke project te organiseren.

Naast coaching willen we ook **inspiratie** bieden:

PuurGent organiseerde inspiratiesessies waar retail experts als Gino Van Ossel en Herman Konings hun visie op handel en horeca in Gent gaven. Hierbij waren meer dan 200 Gentse handelaars aanwezig.

Op 23 september j.l. ging onze laatste inspiratiesessie door met als titel: "Fuck digital, in 2020 communiceer je analoog in de winkel" van retail- en communicatie-experts Aline Julia en Katrien Giebens

In de toekomst zal Puur Gent in samenwerking met diverse partners blijven inzetten op de organisatie en het faciliteren van inspiratiemomenten en opleidingen voor Gentse handelaars. Dit moet hen ondersteunen om de handelaar van de toekomst te worden.

Futureproof maken houdt ook in dat we in onze stad **een verschil moeten maken met wat consumenten online kunnen vinden.**

Hiervoor zetten we in op verschillende sporen

- 1) We investeren in de **promotie** van de Stad als een sfeervolle, authentieke winkel- en horecastad. PuurGent doet dit via een zorgvuldig gekozen mediamix.
- 2) Daarnaast trekken we ook consumenten aan door in te zetten op de **organisatie van talrijke events en activiteiten** zoals onder andere Braderie Publique, Shop-op Zondag en extra activiteiten tijdens het weekend van de klant.
- 3) Ook aan de beleving van de consument in de straat wordt gedacht: het bekendste voorbeeld daarvan is wellicht de **eindejaarsverlichting**.
- 4) De afgelopen jaren zijn ook de **sfeergebieden** op poten gezet, die sinds dit jaar ook zichtbaar zijn in het straatbeeld dankzij de naambordjes.
- 5) PUUR GENT wil ook inzetten op het **verfraaien van de winkelbuurten**. Collega Watteeuw weet dat ik al langer vragende partij om de Veldstraat aan te pakken.
- 6) Maar we stimuleren ook het **verfraaien van individuele handelspanden**. Eigenaren of huurders van handelspanden kunnen bij de renovatie van hun handelspand gebruik maken van een renovatiepremie, hiervoor stellen we jaarlijks een investeringskrediet van 250.000euro ter beschikking.
- 7) Daarnaast zorgen we voor **gerichte matching** van ondernemers die op zoek zijn naar een ruimte en het bestaande aanbod en activeren we leegstaande panden door actieve contacten met eigenaars.
- 8) Met een project als 'The Box' faciliteren we tijdelijke gebruik. Een **experimenteeruimte voor startende ondernemers** die kunnen onderzoeken wat de duurzaamheid van hun winkel- en horecaconcept is. Dergelijke pop-ups zijn ook voor de Gentse bezoeker interessant.
- 9) En last but not least blijven we **handelaars aanmoedigen om ook zelf initiatieven te nemen** ter ondersteuning van hun handelskern of specifieke handelsactiviteiten. Via het reglement handelsinitiatieven kunnen handelaars op een eenvoudige manier een aanvraag doen ter ondersteuning van een activiteit met een lokale of bovenlokale aantrekkingskracht.

Naast deze steunmaatregelen voor handelaars moeten we echter ook erkennen dat er in de toekomst minder, of toch minstens andere, winkels zullen zijn. Niet alleen de handelaars moeten vernieuwen, maar ook **wij als overheid, moeten veranderen en andere kaders hanteren**. Ook daar zijn we mee bezig.

Op 15 juli 2016 keurde de Vlaamse Regering het Decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid goed. Dit decreet geeft lokale besturen voor het eerst de

mogelijkheid om een handelsvestigingsbeleid op zowel visie-, als plan- als vergunningenniveau uit te tekenen.

De uitwerking daarvan gebeurde in Gent via de opmaak van de visienota voor de Gentse detailhandel en horeca 2018-2023 (goedgekeurd op de GR van 19 februari 2018). In deze toekomstvisie wordt de ambitie uitgesproken om de Gentenaars en onze bezoekers een zo hoog mogelijke verzorgingskwaliteit te bieden uitgaande van de sterktes voor Gent en een mix van authentieke zaken, ketens en andere zaken.

Kwaliteit staat hierbij boven kwantiteit. **Het nastreven van de maximale marktruimte is niet de ambitie, wel het kwalitatief versterken van het winkel- en horeca-aanbod op vlak van diversiteit en verwevenheid.**

Momenteel wordt gewerkt aan verdere verfijning en uitdieping van de visienota waarna die verder in de praktijk kan worden omgezet.

In de visienota wordt Gent opgedeeld in **6 deelgebieden** (kernwinkelgebied 9000 Gent – kernwinkelgebied stedelijke knopen/wijkknopen – schakelstraten – clusters voor grootschalige detailhandel – handelsvrije zones), **elk met hun eigen doelstellingen en ondersteunende voorschriften**, we koppelen zo de ruimtelijke en economische visie aan elkaar en zorgen dat we met **voldoende maatwerk** aan de slag kunnen gaan.

Een belangrijk principe bij deze visie is **de maximale concentratie van kleinhandelsactiviteiten**. De algemene trend van krimp verhoogt de motivatie om de overblijvende handelszaken maximaal te concentreren in functie van het behoud van attractieve handelskernen. In die kernen kan er dan ook maximaal op beleving ingezet worden.

Het inzetten op een kwaliteitsvol aanbod waarbij kwaliteit staat boven kwantiteit heeft als gevolg dat er binnen de visie handel & horeca gekozen werd voor de **mogelijkheid om handelspanden te herbestemmen naar andere functie**. In het buurtwinkelgebied zijn er bijvoorbeeld geen beperkingen op bestemmingswijzigingen. In functie van het behoud van de levendige plint in de kern, zijn bestemmingswijzigingen in **het kernwinkelgebieden mogelijk mits invulling van een andere economische activiteit/gemeenschapsvoorziening**. Dit hoeft dus niet noodzakelijk handel en horeca te zijn en sluit qua idee aan bij wat door Unizo wordt voorgesteld. Enkel in beeldbepalende straten zoals bv. de Veldstraat lijkt een herbestemming ons, weg van handel en horeca, moeilijk. Maar daar is structurele leegstand dan ook eerder uitzonderlijk.

Ter info

| | Gent | | Antwerpen | | Hasselt | | Leuven | |
|-----------|------------|-----|------------|-----|------------|-----|------------|-----|
| Leegstand | Aantal VKP | WVO | Aantal VKP | WVO | Aantal VKP | WVO | Aantal VKP | WVO |
| Leegstand | 9% | 7% | 13% | 14% | 12% | 12% | 9% | 9% |

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|-----------|-----------|--|
| volledig grondgebied | | | | | | | | | |
| Leegstand | | | | | | | | | |
| centrum | 6% | 6% | 15% | 17% | 15% | 17% | 8% | 8% | |