

DETAILHANDEL IN JE GEMEENTE

Inspiratieboek



VLAAMS-
BRABANT

Inhoud

Inleiding: Koop lokaal! Logisch toch!	5
1. Beginnen bij het begin. Hoe staat onze detailhandel ervoor?	6
Waar sprokkel ik zelf cijfers over mijn gemeente?	7
Waar vind ik informatie over het winkelbestand en de leegstand in mijn gemeente?	8
Waar zijn de winkels in mijn gemeente gelegen? En trekken die eigen inwoners aan?	9
Vlaams-Brabant in cijfers	10
2. Plannen maken. Wat is onze strategie?	12
Het belang van een detailhandelsplan	12
Hoe kom ik tot een stevig onderbouwd detailhandelsplan voor mijn gemeente?	12
Het detailhandelsplan, hoe begin je eraan? Vraag een detailhandelscoach!	12
Wat is detailhandelscoaching?	13
Wat biedt het traject?	13
Waarom kiezen voor dit traject?	13
De strategie van de provincie in 5 krachtlijnen	14
3. Aan de slag. Wat kunnen we doen?	17
Versterk en optimaliseer het aanbod	17
Vergroot de winkelbeleving	27
Stimuleer klantenbinding	31
Pak uit met markten	36
Bestrijd leegstand	42
Betrek jouw lokale ondernemers	45
Communiceer over de detailhandel in jouw gemeente	49
Eindejaarsactie: een boost voor de lokale detailhandel	53
VISUALO: slimme schermen voor een sterke lokale economie	56
Subsidiereglement	59



KOOP LOKAAL!
Logisch toch?!

Inleiding

Waarom het ver zoeken als het dichtbij zo goed is? Even langsgaan bij de winkel om de hoek, een praatje slaan met de handelaar, een uniek product meenemen naar huis en nagenieten op een terras. In Vlaams-Brabant vormen onze lokale ondernemers het kloppend hart van de detailhandel en horeca. Samen zorgen zij voor duizenden jobs en een indrukwekkende omzet. Maar hun waarde reikt verder dan cijfers: zij zijn dé ontmoetingsplek bij uitstek voor inwoners, klanten en bezoekers.

Toch staat de lokale detailhandel onder druk. Online shoppen blijft groeien, de coronacrisis heeft diepe sporen nagelaten en stijgende energieprijzen maken het onze detailhandel niet eenvoudig. Gelukkig tonen lokale ondernemers zich creatief en flexibel: ze herpositioneren, specialiseren en innoveren. Vandaag verdienen zij meer dan ooit een duwtje in de rug.

Daarom slaan lokale besturen en ondernemers de handen in elkaar om het lokaal winkelen en horecabezoek te stimuleren. Er ontstaan herkenbare en unieke campagnes, overlegstructuren krijgen een duurzaam karakter en dorps- en stadskernen worden aantrekkelijker gemaakt. Detailhandel en horeca zijn immers nauw verbonden met thema's als mobiliteit, toerisme, vrije tijd en ruimtelijke ordening.

Samen met ondernemers denken gemeenten en steden na over de toekomst van hun kern: van visie tot actie, van centrum naar belevingskern!

De rol van de provincie Vlaams-Brabant

De provincie Vlaams-Brabant ondersteunt openbare besturen zowel inhoudelijk als financieel. Ons beleid rond lokale economie is veelzijdig:

- Begeleiding bij de opmaak en uitvoering van detailhandelsplannen
- Opmaak economische Quicksan van de gemeente/stad
- Aanbieden van concrete initiatieven zoals de eindejaarsactie en de Maand van de markt
- Subsidies voor acties en promotie van detailhandel en horeca

Hoe begin je eraan?

Ben je een lokaal bestuur en wil je samen met de handels- of horecavereniging jouw lokale economie versterken? Dan ben je met dit inspiratieboek al goed op weg! Je vindt er stapsgewijs de nodige handvatten: van cijfermateriaal tot planvorming en uitvoering. Praktijkvoorbeelden bieden extra inspiratie.

Nood aan concreet advies op maat? Het team detailhandel van de provincie Vlaams-Brabant staat klaar om samen met jou aan de slag te gaan.

We wensen je veel leesplezier en inspiratie.

Team Detailhandel
Provincie Vlaams-Brabant

1. Beginnen bij het begin. Hoe staat onze detailhandel ervoor?

Metten is weten. Dat is de basis om als lokaal bestuur een beleid uit te werken ter ondersteuning van de lokale handelaar en horeca-uitbater. Hoe is de verhouding tussen ketens en zelfstandigen? Waar zijn de handelszaken gevestigd? Is er een duidelijke handelskern? Hoe evolueert de leegstand?

De provincie Vlaams-Brabant helpt je bij het in kaart brengen van de detailhandel in jouw stad of gemeente. Via provincies. incijfers.be kan je als lokaal bestuur eenvoudig socio-economische gegevens raadplegen.

Wil je je meer verdiepen in detailhandels-cijfers en koopstroomgegevens? Dat kan!

Jaarlijks ontvang je van de provincie een detailhandelsrapport, specifiek voor jouw gemeente.

“Het detailhandelsrapport bevat alle basisinfo die een gemeente nodig heeft om zich een beeld te vormen van de economische toestand op het vlak van detailhandel.”

Ruben Van de Voorde
detailhandelscoach Vlaams-Brabant



Waar sprokkel ik zelf cijfers over mijn gemeente?

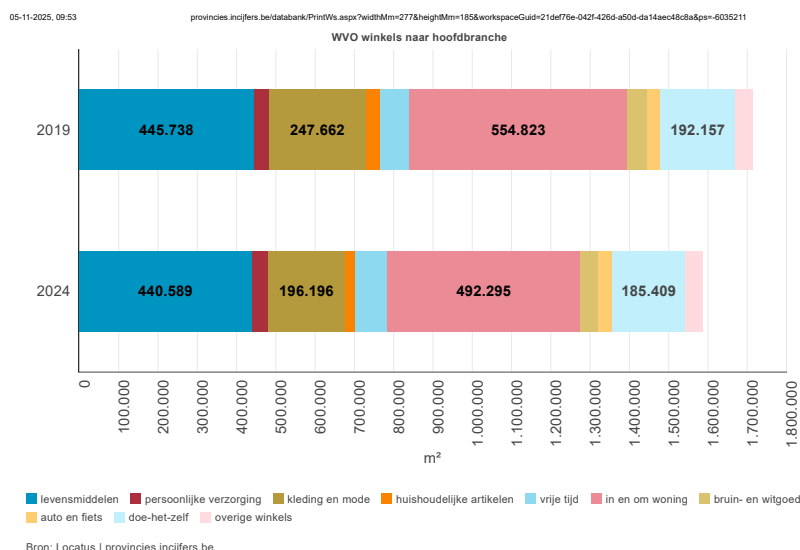
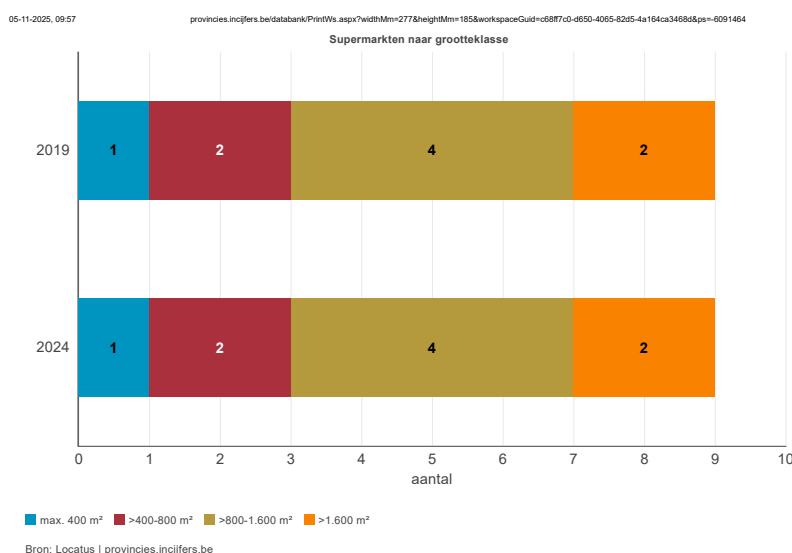
Provincies.incijfers.be is dé plek om relevante data te verzamelen over jouw gemeente. Je vindt er datasets over verschillende thema's zoals wonen, onderwijs en klimaat. De cijfers zijn eenvoudig te vergelijken met andere gemeenten of regio's, ook in de tijd.

Detailhandel komt uitvoerig aan bod door middel van verschillende grafieken:

- evolutie van het aanbod
- evolutie van de leegstand
- evolutie van de winkelvloeroppervlakte
- verhouding zelfstandigen – ketens
- en nog veel meer

De vijf Vlaamse provincies houden dit dataplatform up-to-date door regelmatig nieuwe gegevens en thema's in te laden. Je bent dus altijd verzekerd van de meest actuele cijfers.

**Het dataplatform
consulteer je gratis op
www.provincies.incijfers.be**



Waar vind ik informatie over het winkelbestand en de leegstand in mijn gemeente?

De tool bij uitstek voor betrouwbare en gedetailleerde informatie over het winkelbestand en leegstand is 'Locatus'. Sinds 2008 inventariseert het onderzoeksbureau Locatus nv het Vlaamse winkelbestand. In opdracht van de vijf Vlaamse provincies gaan de medewerkers van Locatus jaarlijks langs bij alle Vlaamse steden en gemeenten om het winkelbestand in beeld én in kaart te brengen.

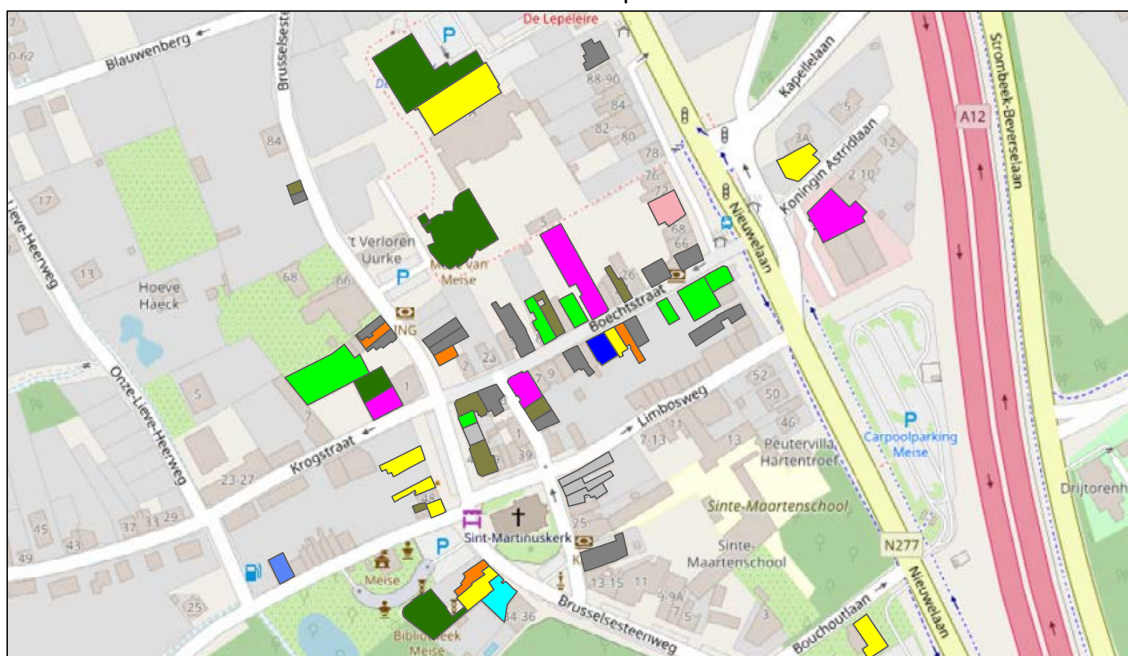
Het doel van deze inventarisatie is om zoveel mogelijk data te verzamelen over de individuele winkelpanden. Per pand wordt informatie geregistreerd zoals de oppervlakte, de branche en de ligging. Locatus neemt ook informatie op over de verschillende winkelgebieden in de gemeenten zoals centra, kernwinkelgebieden en baanconcentraties.

Via de provincie Vlaams-Brabant krijgen de Vlaams-Brabantse steden en gemeenten gratis toegang tot de database. Je kunt er het volledige aanbod aan handelspanden in jouw gemeente raadplegen, inclusief de geografische spreiding en samenstelling. Bovendien laat de tool toe om jouw gegevens te vergelijken met andere gemeenten, zelfs buiten de provinciegrenzen.

Wil je ook graag toegang tot Locatus online? Of krijg je graag advies over de correcte interpretatie van de data? Neem dan zeker contact op met het provinciale team detailhandel (detailhandel@vlaamsbrabant.be)



A4 Landscape



5-11-2025

Plan	35.120-Media	58.400-Sport	65.280-Financiële Instelling
00.000-Leegstand	37.170-Doe-Het-Zelf	58.500-Wellness	65.290-Particuliere Dienstenverlen
11.010-Levensmiddelen	37.180-Wonen	59.200-Dranken	80.000-Overige Centrum Activiteiten
11.020-Persoonlijke Verzorging	38.200-Detailhandel Overig	59.210-Eten	90.000-Overige Activiteiten
22.060-Juwelier & Optiek	45.203-Automotive	59.400-Fast-service	
22.070-Huishoudelijke- & Luxe Ar	58.100-Cultuur	65.260-Ambacht	

1:3.802
0 0.02 0.04 0.08 mi
0 0.03 0.07 0.13 km
© OpenStreetMap (and) contributors, CC-BY-SA

Locatus Online
©Locatus



Waar zijn de winkels in mijn gemeente gelegen? En trekken die eigen inwoners aan?

Zijn de winkels gelijkmatig verspreid over de verschillende deelgemeenten? Hoe zit het met de verdeling tussen de branches? Gaan de inwoners shoppen in de eigen dorpskernen of worden ze aangetrokken door buurgemeenten?

De rapporten detailhandel verzamelen verschillende datasets en maken zo een overzicht van de detailhandel in jouw stad of gemeente.

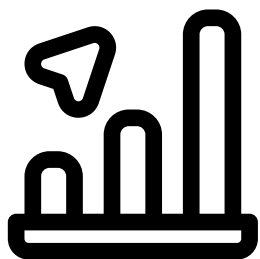
Je vindt volgende informatie in de rapporten:

- demografische en economische gegevens
- commerciële aanbod in de gemeente: aantal panden en winkelvloeroppervlakte (evolutie over een periode van 10 jaar)
- commerciële leegstand
- verdeling naar branches
- koopstromen: wie koopt wat, waar?



Een kant-en-klaar rapport dus dat verschillende insteken bevat voor de lokale detailhandel. Deze rapporten worden jaarlijks opgemaakt (begin juni). Je kan het rapport voor jouw gemeente gratis ophalen via www.provincies.incijfers.be.

Vlaams-Brabant in cijfers



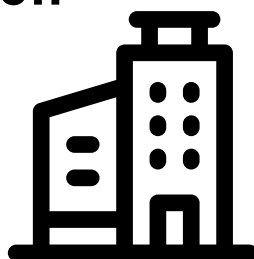
€ 7.670.831.000

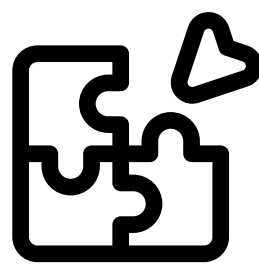
Jaarlijkse omzet

15.826

Handelspanden

- 33% winkels
- 21,2% horeca
- 35,7% consumentgerichte diensten
- 356 supermarkten
- 10,1% leegstand





2.093.870 m²

Netto wvo

62.882

arbeidsplaatsen

- (zelfstandige en loontrekkenden)
- Goed voor 11,6%
van totale werkgelegenheid



2. Plannen maken.

Wat is onze strategie?

Detailhandel, horeca en dienstverleners zorgen voor werkgelegenheid. Ze maken dorpskernen aantrekkelijk en zijn een beleving voor inwoners, bezoekers en recreanten.

Een sterke handelskern is dus in ieders belang. Maar elke kern is anders. Een kernversterkend beleid uitvoeren, is maatwerk. Hoe begin je daaraan?

Het belang van een detailhandelsplan

Een detailhandelsplan vormt de basis voor een doordacht beleid. Hiermee kan het lokaal bestuur gericht sturen op gewenste ontwikkelingen en concrete acties uitvoeren, bij voorkeur in nauwe samenwerking met lokale ondernemers.

Heb je nood aan een economische analyse van je gemeente of is het detailhandelsrapport niet volledig duidelijk?

Zowel de opmaak van een detailhandelsplan als een economische analyse behoren tot de dienstverlening van het team detailhandel van de provincie Vlaams-Brabant. De analyse (de zogenaamde QuickScan) en de toelichting van het rapport worden gratis aangeboden. Voor de opmaak van een detailhandelsplan wordt een forfaitaire vergoeding gevraagd van 5000 euro.

Hoe kom ik tot een stevig onderbouwd detailhandelsplan voor mijn gemeente?

Hoe evolueert de detailhandel in je gemeente? Hoe kan je de troeven van het kernwinkelgebied beter bekendmaken?

Wat zijn de voornaamste redenen waarom een winkelier zich in je gemeente vestigt? Waar zijn bijkomende handelsvestigingen wenselijk en op welke locaties liever niet?

Een goed uitgewerkt lokaal economisch en ruimtelijk beleid, met aandacht voor kernversterking, geeft impulsen aan de bestaande detailhandel en horeca. Startende ondernemers worden aangetrokken en zorgen voor diversificatie van het winkelaanbod.



Het detailhandelsplan, hoe begin je eraan? Vraag een detailhandelscoach!

De Vlaamse overheid vraagt aan de lokale besturen om een kernwinkelgebied af te bakenen en dit formeel vast te leggen in een detailhandelsvisie. Daarmee wil ze gemeenten stimuleren om een actief beleid te voeren ter ondersteuning van de lokale detailhandel.

De opmaak van zo'n kernaafbakening is niet vrijblijvend: voor bepaalde subsidies vormt ze zelfs een voorwaarde. Ook bij de verbouwing van handelspanden tot woningen speelt de ligging in een kernwinkelgebied of in een winkelarm gebied een rol.

Daarnaast vormt een detailhandelsplan een belangrijke basis bij de beoordeling van inplantingsaanvragen. Het Vlaamse decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB) legt de nadruk op het versterken van de leefbaarheid en het ondersteunen van kernwinkelgebieden. In combinatie met een gemeentelijke detailhandelsvisie maakt dit een consequent en doordacht beleid mogelijk.

Wat is detailhandelscoaching?

Een intensief begeleidingstraject voor lokale besturen om hun handels- en horecabeleid te versterken. De provincie Vlaams-Brabant zet een provinciale coach in die samen met jouw gemeente een detailhandelsplan opstelt met concrete acties.

Wat biedt het traject?

- **Analyse van de huidige situatie**
 - * Inventaris van handelskernen en leegstand.
 - * In kaart brengen van sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen.
- **Participatief proces**
 - * Actieve betrokkenheid van handelaars, inwoners en stakeholders.
 - * Online bevestigingen, workshops en stuurgroepen.
- **Strategische visie en actieplan**
 - * Realistische toekomstvisie voor de handelskern.
 - * Acties rond leegstandsbestrijding, mobiliteit, bereikbaarheid en beleving.

- **Concrete ondersteuning**
 - * Tools en data (koopstromen, Locatus-gegevens).
 - * Inspiratie voor innovatieve invullingen (pop-ups, belevingsconcepten).

Waarom kiezen voor dit traject?

- **Expertise op maat:** provinciale coaches met kennis van detailhandel en lokale economie.
- **Sterkere handelskern:** aanpak van leegstand, stimulering van ondernemerschap, meer beleving.
- **Netwerk en inspiratie:** leren van andere gemeenten die het traject doorlopen.
- **Toekomstgericht beleid:** voorbereid op uitdagingen zoals e-commerce en veranderend consumentengedrag.

Is een volledig coaching traject niet aan de orde maar heb je als gemeente of stad nood aan een economische analyse op vlak van detailhandel, dan kan je ook gewoon een Quicksan aanvragen bij het team detailhandel.

Die omvat een volledige analyse van je gemeente vanuit een economisch oogpunt. Zo wordt o.a. gekeken naar de leeftijds piramide, samenstelling van de huishoudens, aantal winkelpanden, branches, aanbod supermarkten, enz.

De analyse wordt ter plaatse toegelicht aan het bestuur en/of de lokale handelaarsadviesraad.

De strategie van de provincie in 5 krachtlijnen

De grote veranderingen in het winkellandschap hebben een impact op de sector én de samenleving. Om tijdig en grondig te kunnen inspelen op deze evoluties, is een doortastend beleid essentieel.

Op Vlaams, provinciaal en lokaal niveau zijn er beleidsinstrumenten die het pad effenen:

- Het beleid van de Vlaamse Regering inzake detailhandel is verankerd in het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB). Dit decreet wil duurzame vestigingsmogelijkheden voorzien voor kleinhandel, een toegankelijk aanbod creëren voor consumenten en kernwinkelgebieden versterken. Tegelijk mikt het op het versterken van de kernwinkelgebieden en het faciliteren van duurzame mobiliteit. Het decreet stuurt het beleid zowel op visie-, plan- als vergunningenniveau. Dankzij de integratie van het decreet IHB in de omgevingsvergunning, kunnen lokale besturen meer sturend optreden.
- Met haar '5 krachtlijnen voor een dynamisch detailhandelsbeleid en gezonde handelskernen' kiest de provincie voor een economisch en ruimtelijk beleid op lange termijn.

Het uitgangspunt daarbij is dat het detailhandelsbeleid zich bevindt in een maatschappelijke context, waar ruimte schaars is. De (inter) provinciale visie voor detailhandel is dan ook:

- * inzetten op kernversterking in de gemeenten,
- * een selectief en complementair aanbod mogelijk maken in de periferie,
- * grootschalige detailhandel clusteren in duidelijk afgebakende zones.

Het is niet verwonderlijk dat de provincie bij de uitvoering van haar eigen beleid inzet op een performante afstemming tussen de beleidsdomeinen ruimte, mobiliteit en economie. De richtlijnen hierbij werden opgenomen in het 'Provinciaal beleidsplan ruimte van Vlaams-Brabant' dat werd goedgekeurd in 2023.



Krachtlijn 1

Kernversterking als basis voor levendige steden en gemeenten

"Een sterke kern als het kloppende hart van een stad, gemeente of dorp dat uitnodigt tot aankopen en ontmoeting. Detailhandel zit in de kern verweven met publieksgerichte functies, voorzieningen, ontspanning, horeca, cultuur en bedrijvigheid. Samen met een attractief openbaar domein en aangepaste mobiliteit dragen ze bij tot een levendige en leefbare kern."

Krachtlijn 2

Selectief ruimtelijk beleid ter ondersteuning van de kern

"Versterken van levendige en goed bereikbare handelskernen door kernwinkelgebieden af te bakenen en een selectief ruimtelijk beleid te voeren. Concentreren en verweven van detailhandel in kernen om de leefbaarheid van stedelijke en dorpse centra te verhogen. Tegelijk clusteren van detailhandel die niet inpasbaar is in de kern en uitdoven van detailhandel in beleidsmatig ongewenste gebieden om leegstand en versnippering tegen te gaan."

Krachtlijn 3

Beleid op maat van het lokaal bestuur binnen de regionale context én toegankelijk basisaanbod

"Bevorderen van een toegankelijk en duurzaam winkelaanbod op maat van iedere kern, rekening houdend met het uniek profiel van de stad of gemeente kaderend binnen de ruimere omgeving. Garanderen van een bereikbaar en toegankelijk basisaanbod detailhandel in dorpen en buurten. Inspelen op diverse en nieuwe verkoopconcepten zoals korte keten, buurtpunten, pop-ups, ambulante handel en e-commerce."

Krachtlijn 4

Integrale aanpak voor een duurzaam en doeltreffend detailhandelsbeleid

"Creëren van een doeltreffend en toekomstgericht winkelklimaat en sterke en leefbare kernen door een transversale aanpak. Het kernversterkend beleid verloopt geïntegreerd en gecoördineerd met betrokken diensten zoals ruimtelijke planning, mobiliteit, economie en communicatie. Lokale stakeholders worden actief betrokken om tot een gedragen en impactvol beleid te komen en samen te streven naar duurzame en attractieve kernen."

Krachtlijn 5

Structurele aanpak, ondersteuning en visie op lange termijn

"Kernversterkend detailhandelsbeleid wordt consequent en structureel nagestreefd en ondersteund vanuit een breed gedragen en onderbouwde visie. De Vlaamse provincies ondersteunen de lokale besturen hierbij met een datagedreven aanpak, beleidsinstrumenten en dit vanuit een interprovinciale samenwerking. Zo zijn de Vlaamse provincies partner van de lokale besturen bij het ontwikkelen van een toekomstbestendig, duurzaam en efficiënt detailhandelsbeleid."



3. Aan de slag.

Wat kunnen we doen?

Jouw ideeën kunnen mee het verschil maken en handelskernen doen bruisen!

Overall in Vlaams-Brabant zetten steden en gemeenten samen met hun (handelaars-) verenigingen de schouders onder projecten die hun centrum aantrekkelijker, gezelliger en toegankelijker maken. Van het renoveren van winkelstraten tot promocampagnes die ondernemers in de spotlights zetten: lokale besturen beschikken over alle troeven om hun detailhandel te versterken en hun centrum opnieuw te laten bruisen.

In dit hoofdstuk ontdek je een reeks inspirerende voorbeelden van acties die al zijn gerealiseerd, vaak met steun van provincie Vlaams-Brabant. Stuk voor stuk tonen ze hoe je met gerichte initiatieven je handelscentrum nieuw leven kunt inblazen. Ze bewijzen dat je met lokale eigenheid, betrokkenheid van handelaars en bewoners en een flinke dosis creativiteit heel wat kan bereiken voor je middenstand, horeca en handelszaken.

Laat je inspireren, durf te dromen en ga ervoor! Jouw gemeente heeft alles in huis om te schitteren!

Versterk en optimaliseer het aanbod

Geen enkele stad of gemeente wil veel leegstand in de straten of een eenzijdig aanbod dat geen consumenten aantrekt. Het is dan ook belangrijk om in te zetten op een veelzijdig en aantrekkelijk winkelaanbod, waar de consument uitgebreid van kan genieten. Die wil dagelijkse aankopen dichtbij huis kunnen doen, maar er ook specialiteiten vinden. Besteed daarom zeker voldoende aandacht aan het aantrekken en ondersteunen van kwalitatieve handels- en speciaalzaken. De dorpskernen van de toekomst zijn overigens niet enkel veelzijdig in hun winkelaanbod, maar streven ook naar een gezonde mix van woningen, winkels, horeca en vrije tijd.

Pop-up

Pop-up winkels brengen dynamiek en vernieuwing in de handelskern. Ze creëren een gevoel van beleving en verrassing voor bezoekers. Door tijdelijke concepten aan te bieden, trekken ze nieuwe doelgroepen aan. Ze vullen leegstaande panden op en voorkomen een troosteloze uitstraling.

Lokale ondernemers krijgen een laagdrempelige kans om hun ideeën te testen.

Ze verhogen de aantrekkingskracht van het winkelgebied en verlengen verblijfsduur. Door specifiek in te zetten op innovatieve merken, kunnen pop-ups zorgen voor extra media-aandacht en promotie. Het tijdelijke karakter houdt het aanbod steeds fris en actueel.

Zo dragen pop-up winkels bij aan een levendige, toekomstgerichte handelskern.

PROJECTFICHE: STARTERSBROCHURE – INTEGRATIE STARTENDE ONDERNEMERS IN ROTSELAAR

Gemeente: Rotselaar

Samenwerkingsverband: Lokaal bestuur Rotselaar

Duurtijd: 2023-2024

Omschrijving

- De gemeente Rotselaar wil met een startersbrochure (zowel fysiek als online) een warm welkom heten aan (potentiële) startende ondernemers en hen op weg helpen.
- De brochure geeft antwoorden op de meest voor de hand liggende vragen en bevat relevante contactgegevens van gemeentelijke, provinciale en gewestelijke instanties en lokale belangenverenigingen.
- Er werd ook een korte schets van de visie op de kernen en hun versterking in de brochure opgenomen.
- De brochure kwam voort uit een studie van best practices en een consultatie

van lokale handelaarsverenigingen en handelaars. Er werd een analyse gemaakt van welke informatie fysiek of online zou worden opgenomen.

“De Rotselaarse ondernemersbrochure is een handige gids voor startende en gevestigde ondernemers, omdat die alle praktische informatie bundelt in een handige publicatie.”

Jimmy De Troy van bakkerij Salt & Sweet, sinds oktober 2024 gevestigd in het centrum van Rotselaar.



Doel

- Het belangrijkste doel is om (potentieel) startende ondernemers in de gemeente te verwelkomen en hen te voorzien van de nodige informatie en contactgegevens.
- De brochure wil hen op weg helpen en de voordelen van de drie kernen van de gemeente laten ontdekken.
- Daarnaast is de brochure ook nuttig voor bestaande ondernemers.
- Dit project draagt bij aan de doelstelling om de lokale handel te promoten.

Hoe?

- Het project startte met een studie van best-practices uit andere gemeenten om basistopics te selecteren.
- Vervolgens werden lokale handelaarsverenigingen en handelaars geconsulteerd om de brochure aan te vullen met hun praktijkervaringen.
- Daarna volgde een analyse om te bepalen welke informatie in de fysieke brochure kwam en welke online werd geplaatst.
- Tot slot werd alle informatie gebundeld in een compacte en dynamische brochure, zowel online als offline, door een grafisch vormgever.

IN DE PERS



Sofie Juvyns van de dienst Lokale Economie en schepen Bart De Vos. © tv

Nieuwe brochure helpt ondernemers stap te zetten naar eigen zaak in Rotselaar

Met de nieuwe brochure 'Wegwijs voor ondernemers in Rotselaar' wil de gemeente starters ondersteunen die overwegen om een onderneming in de gemeente op te richten. De brochure bundelt alle nuttige informatie en de troeven van Rotselaar.

Kim Aerts

28 september 2024, 19:31 • Laatste update: 29 september 2024, 13:24



Aerts, K., 29/09/2024, Nieuwe brochure helpt ondernemers stap te zetten naar eigen zaak in Rotselaar, Het Laatste Nieuws, Nieuwe brochure helpt ondernemers stap te zetten naar eigen zaak in Rotselaar | Rotselaar | HLN.be



PROJECTFICHE: KAMPENHOUT POPT-UP

Gemeente: Kampenhout

Samenwerkingsverband: lokaal bestuur Kampenhout – gemeentelijke raad voor lokale economie “Ondernemend Kampenhout” – CityD-WES

Duurtijd: 01/12/2024 – 31/12/2026

Omschrijving

- Het project stelde drie hoogwaardige containerunits ter beschikking in de Kerkstraat, rechts naast de kerk, met een bijbehorende buitenruimte ingericht als terras.
- Deze units werden verhuurd aan startende ondernemers tegen een starterstarief van 500 euro per maand, voor een maximale periode van één jaar.
- Een professionele jury bewaakte de kwaliteit van de voorgestelde concepten bij de selectie.
- Deelnemers moeten zich kandidaat stellen via een inschrijvingsformulier.
- De acties en het aantal deelnemers kunnen worden gemonitord.
- Het lokaal bestuur werkt nauw samen met “Ondernemend Kampenhout” en biedt ook een starterspremie aan die kan oplopen tot 10.000 euro om ondernemers te stimuleren door te groeien naar een vaste plek.
- Het lokaal bestuur doet een beroep op een externe dienstverlener (CityD-WES) om het project op te starten en verder te begeleiden.

Doel

- Het ondersteunen en aantrekken van nieuwe ondernemersconcepten in de kern door het aanbieden van gunstige startcondities.
- De levendigheid en aantrekkelijkheid van de dorpskern versterken.
- De drempel voor ondernemerschap verlagen en de doorgroei naar een vaste locatie stimuleren.
- Het project staat open voor winkel- en/of horecaconcepten, maar ook voor dienstverleners met een commerciële ruimte of andere creatieve ideeën

Hoe?

- Er wordt een promotiecampagne opgezet om potentiële kandidaten aan te trekken. Het lokaal bestuur ontving al heel wat verzoeken.

“Ondernemers zijn het kloppende hart van een gemeente, maar we weten dat starten met ondernemen niet altijd evident is. Met dit project willen we drempels weghalen en ondersteuning bieden waar nodig.”

Edith Grauwels - schepen lokale economie

Zorg voor een doordachte, actuele kernaafbakening

Een slimme afbakening van kernwinkelgebieden zorgt ervoor dat winkelstraten elkaar versterken. Kies daarom liever voor een compacte, levendige winkelstraat dan voor een lange straat of meerdere straten met veel leegstand.

Belangrijk om te weten: een kernaafbakening is nooit definitief. Door winkelgebieden regelmatig te monitoren, kan je tijdig bijsturen en structurele verbeteringen doorvoeren. Dat kan bijvoorbeeld via passantentellingen, die inzicht geven welke straten het drukst bezocht worden. Ook de input van handelaars en klanten is hierbij onmisbaar. Denk aan bevestigingen of enquêtes die helpen om de 'customer journey' – de weg die klanten afleggen van oriëntatie tot aankoop – beter te begrijpen.

Door deze informatie te combineren met Locatus-data en de socio-economische cijfers van provincies.incijfers.be ontstaat een volledig beeld van de werking en de gezondheid van het kerngebied.

Een kernaafbakening is dus een waardevol beleidsinstrument om de lokale detailhandel te ondersteunen. Het is echter géén bindend instrument dat bepaalt waar winkels wel of niet mogen komen. Bestaande handelaars buiten de kern zijn niet verplicht om te verhuizen en ook nieuwe ondernemers kunnen er nog steeds voor kiezen zich buiten de kern te vestigen. De afbakening biedt vooral een kader voor toekomstig beleid en maatregelen.

IN DE PERS



Kamphenhout pop-up gaat van start © Lokaal bestuur Kamphenhout

Eerste Kamphenhoutse pop-up opent deuren vanaf volgende week: "Ondernemers zijn het kloppende hart van een gemeente"

Kamphenhout opnieuw doen bruisen: die doelstelling neemt het lokaal bestuur in de witloofgemeente al een tijdlang ter harte. Na de opmaak van een allesomvattende [beleidsvisie](#), en de renovatie van het historische patrimonium, gaat nu ook het initiatief 'Kamphenhout pop-up van start'. Om nieuwe ondernemers aan te trekken naar de gemeente krijgen startende middenstanders alle ruimte om hun concept op laagdrempelige wijze maximaal één jaar lang uit te proberen.

Evert Wouters

12 december 2024, 10:02 • Laatste update: 12 december 2024, 10:03



Wouters, E., 12/12/2024, Eerste Kamphenhoutse pop-up opent de deuren vanaf volgende week, Het Laatste Nieuws, Eerste Kamphenhoutse pop-up opent deuren vanaf volgende week: "Ondernemers zijn het kloppende hart van een gemeente" | Kamphenhout | HLN.be



De eerste pop-up-handelaar heeft zijn intrek genomen in het centrum © Verloren

Gemeenteraad keurt verlaagde handelshuurovereenkomst Kamphenhout Pop-Up goed

Tijdens de gemeenteraad in Kamphenhout werd gisteren een aanpassing van de handelshuurovereenkomst van de containers in het kader van 'Kamphenhout Pop-Up' goedgekeurd. De huurprijs voor de handelaars van de drie containers aan de voet van de O.-L.-Vrouw kerk werd verlaagd tot 500 euro per maand.

Evert Wouters

20 december 2024, 09:30



Wouters, E., 20/12/2024, Gemeenteraad keurt verlaagde handelshuurovereenkomst Kamphenhout Pop-Up goed, Het Laatste Nieuws, Gemeenteraad keurt verlaagde handelshuurovereenkomst Kamphenhout Pop-Up goed | Kamphenhout | HLN.be

PROJECTFICHE: HANDELSKERN AFBAKENING – VERSTERKEN VAN HET HANDELSAANBOD IN MEISE

Gemeente: Meise

Samenwerkingsverband: detailhandelscoachingtraject met de provincie Vlaams-Brabant

Duurtijd: 2024-2025

Omschrijving

Het gemeentebestuur van Meise heeft binnen het traject detailhandelscoaching een project opgestart rond de afbakening van de handelskernen in de deelgemeenten Meise en Wolvertem.

Doel van dit project was om een duidelijk en gestructureerd kader te creëren voor het beleid rond kleinhandel binnen de gemeente. Door de bestaande handelszones te analyseren en af te bakenen, wil Meise haar handelaarsaanbod versterken, leegstand voorkomen en de leefbaarheid van de dorpskernen verhogen.

Binnen het traject werd gewerkt aan een toekomstgerichte visie die rekening hield met ruimtelijke ordening, mobiliteit, beleving en samenwerking met lokale partners.

In Meise werd de handelskern uitgetekend met bijzondere aandacht voor de samenwerking en synergie met de Plantentuin van Meise. De nabijheid van deze toeristische trekpleister biedt kansen om bezoekersstromen beter te benutten en de lokale handel mee te laten profiteren van het toeristisch potentieel.

In Wolvertem lag de focus op de ontwikkeling van een belevingscentrum waarbij de doorstroming van mobiliteit en de verbinding tussen handelsfuncties en publieke ruimte centraal staan. Zo ontstaat een kern met een aangename winkelervaring en een sterke lokale identiteit.

Doel

Een duidelijk en onderbouwd beleid rond kleinhandel uitbouwen door:

- het afbakenen van de handelskernen in Meise en Wolvertem;
- de lokale economie te versterken via een gerichte ruimtelijke en beleidsmatige aanpak;
- een duurzame en leefbare dorpskern te ondersteunen waar handel, horeca, toerisme en gemeenschap elkaar versterken.

Hoe?

- Analyse van het bestaande handelaarsaanbod, de leegstand en bezoekersstromen.
- Overleg met lokale handelaars, ondernemers en stakeholders.
- Opmaak van kaarten en beleidsvoorstellen voor de afbakening van de kernen.
- Integratie van de resultaten in het gemeentelijk handelsbeleid en ruimtelijke planning.
- Communicatie naar inwoners, ondernemers en potentiële investeerders over de nieuwe handelskernzones.

Resultaat / Verwachting

- Een duidelijk afgebakende handelskern voor Meise en Wolvertem.
- Betere beleidssturing en gerichte ondersteuning voor handel en horeca.
- Meer samenhang tussen lokale economie, toerisme (Plantentuin) en mobiliteit.
- Een aantrekkelijke en toekomstbestendige dorpskern met ruimte voor beleving en ontmoeting.

IN DE PERS



De gemeenteraad keurt dinsdag het detailhandelsplan goed om de lokale handelskernen te versterken. Schepen Ella De Neve (LB+) licht toe. © Marc Baert

Gemeenteraad beslist over detailhandelsplan in Meise: "We willen onze handelskernen versterken"

GEMEENTERAAD

De gemeenteraad van Meise keurt op dinsdag 16 september een detailhandelsplan goed dat op termijn de handelskern van de gemeente moet versterken. "Op die manier zullen we onze handelszaken meer centreren", vertelt schepen Ella De Neve. Ben je benieuwd wat de gemeenteraad nog in petto heeft? Wij keken de agenda al in en geven een overzicht van de belangrijkste punten.

Preben De Pauw
15 september 2025, 16:06



De Pauw, P., 15/09/2025, Gemeenteraad beslist over detailhandelsplan in Meise, Het Laatste Nieuws, Gemeenteraad beslist over detailhandelsplan in Meise: "We willen onze handelskernen versterken" | Meise | HLN.be



Alexander en Ruben, detailhandelscoaches

N Het Nieuwsblad Nieuwsblad WFSITE 11/03/2024 - 11:41

Bekijk hier de plannen: zo gaan heringerichte dorpskernen van Meise en Wolvertem eruitzien



'Bruisende dorpskernen' was een van de speerpunten waar het gemeentebestuur Meise de voorbije jaren prioritair rond werkte. Op basis van heel wat voorbereidingen zijn er ontwerpen opgemaakt over de toekomstige inrichting van de dorpskernen van Meise en Wolvertem.



11/03/24, Bekijk hier de plannen, Het Nieuwsblad



PROJECTFICHE: VISUELE AFBAKENING HANDELSKERN – CIRCULATIE IN WINKELSTRATEN VERHOGEN IN LONDERZEEL

Gemeente: Londerzeel

Samenwerkingsverband: lokaal bestuur Londerzeel, ontwerp bureau Louis Henry, handelsverenigingen Ondernemersgroep Londerzeel OGL en Unizo Londerzeel

Duurtijd: 2022 – 2024

Omschrijving

Dit project had als doel om de handelskernen in Londerzeel visueel af te bakenen. De winkelstraten, horecapleinen en parkeerplaatsen binnen deze kernen werden met elkaar verbonden via een shoppingroute. Deze route werd aangeduid met een visueel branding concept, waardoor bezoekers de winkelstraten makkelijker kunnen herkennen en (her-)ontdekken.

Doel

- Circulatie en passage verhogen in de straten die tot de handelskern behoren.
- De centrale winkelstraten gevoelsmatig verbinden met de parkeerplaatsen aan de rand, om zo het gebruik ervan te stimuleren.
- De verbinding versterken binnen het handelscentrum, zowel voor ondernemers als bezoekers. Dit moet ook ondernemers stimuleren om zich in de handelskern te vestigen.
- Zowel nieuwe zaken als gevestigde waarden onder de aandacht van bezoekers brengen.

Hoe?

- Het project ontwikkelde een visueel branding concept om een shoppingroute aan te duiden.
- Deze route verbindt de verschillende winkelstraten, horecapleinen en parkeerplaatsen.

- In een eerste fase van implementatie ging het over het aanbrengen van vlaggen aan kabels of verlichtingspalen in de handelskernen.
- In een volgende fase kan deze visuele communicatie ook doorgetrokken worden naar andere dragers, zoals straatmeubilair, vlaggenmasten, banners aan gebouwen...

IN DE PERS



De vlaggen werden ondermeer door steilenlopers voorgesteld © Gemeente Londerzeel

Gemeente hangt vlaggen uit in handelskernen en lanceert 'Koop lokaal en win'

Voortaan kan je de kernen van Londerzeel, Sint-Jozef, Malderen en Steenhuffel herkennen aan hun eigen vlag. De vier handelskernen werden afgelopen weekend feestelijk ingehuldigd. Daarnaast werd de lenteactie van de handelaars en horeca in de gemeente gestart. Wie plaatselijk winkelt, maakt kans op Londerzeelse Kadobonnen.

Tom Van De Pol

20 maart 2023, 13:36 • Laatste update: 20 maart 2023, 16:43

"Dit is het gevolg van een project dat we dankzij de provincie Vlaams-Brabant hebben doorlopen", zegt schepen voor lokale economie Veerle Pas (CD&V). "We hebben samen met een coach van de dienst Economie een detailhandelsplan opgesteld en het afbakenen van de handelskernen maakt daar deel van uit."



Van De Pol, 20/03/2023, Gemeente hangt vlaggen uit in handelskernen en lanceert 'Koop lokaal en win', Het Laatste Nieuws, Gemeente hangt vlaggen uit in handelskernen en lanceert 'Koop lokaal en win' | Londerzeel | HLN.be



Vergroot de winkelbeleving

De voorbije jaren is het winkellandschap in Vlaanderen – ook in Vlaams-Brabant – sterk veranderd. E-commerce groeide pijlsnel en grote retailwinkels verankeren zich steeds meer in de rand. Dit heeft onze dorps- en stadskernen onder druk gezet. Maar tegelijk zien we dat kernen nieuwe paden inslaan: ze zetten sterker in op **beleving** en maken van hun centra plekken waar mensen niet enkel komen om te kopen, maar ook om te ontmoeten, te ontspannen en te genieten.

De provincie Vlaams-Brabant wil samen met haar gemeenten die omslag versterken. Want net de **warme en levendige beleving** kan onze kernen onderscheiden van de anonieme webshop of de grootschalige retailzone. Hoe kan je als lokaal bestuur dat aanpakken?

Ideeën om winkelbeleving te versterken in Vlaams-Brabantse kernen:

- **Groen als troefkaart:** breng meer natuur in de kern via gevelgroen, pocketparkjes of tijdelijke bloementuinen op braakliggende terreinen. Groen nodigt uit om te blijven en draagt bij aan een aangename sfeer.
- **Zit- en ontmoetingsplekken:** voorzie speelse zitbanken, schaduwrijke rustpunten en “ontmoetingshoekjes” waar inwoners en bezoekers spontaan kunnen samenkomen.
- **Digitale laag toevoegen:** experimenteer met augmented reality-wandelingen of QR-codes op etalages die verhalen vertellen over de geschiedenis of producten van lokale handelaars.
- **Tijdelijke invullingen:** gebruik leegstaande panden voor pop-ups, creatieve ateliers of lokale makers markten. Zo maak je leegstand zichtbaar positief.
- **Cultuur in het straatbeeld:** denk aan straatmuzikanten, kleine theateracts of kunstprojecten op onverwachte plekken die de beleving verrijken.
- **Slim omgaan met werken** in de kern: maak van hinder een belevenis. Richt bijvoorbeeld een ‘werkenijkpunt’ in met uitleg, zet lokale handelaars extra in de kijker of organiseer kleine events die het centrum levendig houden.
- **Bewegwijzering met karakter:** geen standaard pijlen, maar creatieve signalisatie die identiteit uitstraalt en bezoekers nieuwsgierig maakt.
- **Gezellige avond- en weekendmomenten:** denk aan lichtprojecties, avondmarkten of late-night shopping gekoppeld aan muziek of foodtrucks. Zo wordt het centrum meer dan een functionele plek – het wordt een bestemming.

Door kleine maar slimme ingrepen kan je als lokaal bestuur een centrum laten bruisen. Niet de stenen of winkels op zich, maar de **beleving en sfeer** maken het verschil. Vlaams-Brabant kan hierin een voortrekker zijn, met kernen die uitstralen dat winkelen er ook echt **beleven en ontmoeten** is.

Als een project erg sterk is kijken we ook graag even **BUITEN ONZE PROVINCIEGRENZEN**:

PROJECTFICHE: BELEVINGSPLEIN IN GERAARDSBERGEN - 'WINKELHIERGEMEENTE' IN OOST-VLAANDEREN

Gemeente: Geraardsbergen

Samenwerkingsverband: Het project werd uitgevoerd door de diensten economie en stadsontwikkeling, in samenwerking met o.a. jeugddienst, sportdienst en technische ploegen. Realisatie: ca. 46.000 euro (grootste kosten: zitmeubilair en bloembakken). De materialen krijgen een **tweede leven** in drie deelgemeenten.

Duurtijd: 2024

Omschrijving

Het plein werd ingericht op de **Markt van Geraardsbergen** als een **pop-upconcept**. Het bevat:

- Hip zitmeubilair en speelse objecten voor kinderen
- Ruimte voor activiteiten en sfeervolle verlichting
- Groene elementen zoals bomen en bloembakken, geïntegreerd in zit- en speelelementen. Hierdoor wordt de openbare ruimte een verlengstuk van de lokale economie.

Het project diende ook als **proefopstelling** voor een mogelijke herinrichting van de Markt. Het moest aantonen hoe een aangepaste inrichting kan bijdragen aan een bruisend stadscentrum.

Doel

Het Belevingsplein werd opgezet om het stadscentrum aantrekkelijker te maken en de lokale economie te versterken. Het concept speelt in op de trend van **beleving** als antwoord op de druk van e-commerce. De stad wilde een plek creëren waar inwoners en bezoekers kunnen ontspannen, ontmoeten en deelnemen aan activiteiten.[1]

Impact en vervolg

Het Belevingsplein trok extra bezoekers naar het centrum en werd genomineerd voor de titel **Winkelhiergemeente 2024** die Geraardsbergen ook in ontvangst mocht nemen.

IN DE PERS



Geraardsbergen ontvangt de trofee van Winkelhiergemeente 2024 van de Provincie Oost-Vlaanderen. © iv

Provincie Oost-Vlaanderen roept Geraardsbergen uit tot 'Winkelhiergemeente 2024'

Geraardsbergen heeft de trofee van Winkelhiergemeente 2024 ontvangen van de Provincie Oost-Vlaanderen. De prijs wordt elke twee jaar uitgereikt aan een lokaal bestuur dat extra inspanningen doet voor kernversterking. Tijdens de zomermaanden transformeerde Geraardsbergen de Markt in een pop-up belevingsplein.

Claudia Van den Houte

4 oktober 2024, 14:21 • Laatste update: 4 oktober 2024, 14:25



Van den Houte, C., 4/10/2024, Provincie Oost-Vlaanderen roept Geraardsbergen uit tot Winkelhiergemeente 2024, Het Laatste Nieuws, Provincie Oost-Vlaanderen roept Geraardsbergen uit tot 'Winkelhiergemeente 2024' | Geraardsbergen | HLN.be

PROJECTFICHE: WANDELZOEKTOCHT 'ETALAGESAFARI'- LOKALE ONDERNEMERS IN DILBEEK IN DE KIJKER

Gemeente: Dilbeek

Samenwerkingsverband: lokaal
bestuur Dilbeek, City-D

Duurtijd: zomer 2024

Omschrijving

Van 15 juli tot 18 augustus 2024 organiseerde de gemeente Dilbeek de Etalagesafari, een speelse wandelzoektocht door het centrum van Dilbeek. Deze actie combineert plezier, lokale economie en toerisme op een unieke manier.

Doel

Het hoofddoel van de Etalagesafari is om de lokale handelaars in de kijker te zetten en de verbondenheid tussen inwoners en ondernemers te versterken. Door op een speelse manier kennis te maken met het aanbod van de winkels, worden deelnemers gestimuleerd om het centrum van Dilbeek te verkennen en te waarderen. Daarnaast wil de gemeente ook de troeven van Dilbeek – zoals het Sint-Alenapark, de Kasteelhoeve en het cultuurcentrum Westrand – onder de aandacht brengen.

Naast het spelelement biedt de Etalagesafari een mooie gelegenheid om:

- Nieuwe winkels en producten te ontdekken
- Dilbeek op een andere manier te beleven
- Samen plezier te maken met familie of vrienden
- Kans te maken op mooie prijzen

Hoe?

De Etalagesafari was een gratis wandelzoektocht van ongeveer 2 kilometer, geschikt voor alle leeftijden, maar vooral leuk voor gezinnen met kinderen. Deelnemers gingen op pad met Safari Sam en Bo de giraf, op zoek naar vreemde of verborgen producten die in de etalages van lokale handelaars verstopt waren.

Deelnemen kon digitaal of via een papieren deelnameformulier.

Tijdens de tocht noteerden de deelnemers welke producten ze waar hadden gevonden. Hoe meer juiste antwoorden, hoe groter de kans op een prijs.

Er was een prijzenpot van € 1.300, met onder andere waardebonnen van € 200, € 100, € 50 en €10, en extra prijzen geschonken door de deelnemende handelaars.

De actie werd ondersteund door de provincie Vlaams-Brabant en maakt deel uit van het bredere beleid om de lokale economie in Dilbeek-centrum te ondersteunen.

IN DE PERS



De Etalagesafari in Dilbeek moet één maand lang de lokale ondernemers in de kijker zetten © Gemeente Dilbeek

Wandelzoektocht 'Etalagesafari' zet lokale ondernemers in Dilbeek in de kijker

Een maand lang kan je in het centrum van Dilbeek op 'Etalagesafari'. Met deze wandel- en winactie wil de gemeente de lokale handelaars in de kijker zetten.

Diewertje Jongert
12 juli 2024, 09:46



Jongert, D., 12/07/2024, Wandelzoektocht Etalagesafari zet lokale ondernemers in Dilbeek in de kijker, Het Laatste Nieuws, Wandelzoektocht 'Etalagesafari' zet lokale ondernemers in Dilbeek in de kijker | Dilbeek | HLN.be





Stimuleer Klantenbinding

Voorzie lokale geschenkbonnen

Een gesmaakte methode om lokaal shoppen te stimuleren, is het aanbieden van een 'gemeentelijke cadeaubon/horecabon'. Met zo'n geschenkbon kan een klant winkelen bij de deelnemende lokale winkels of horecazaken.

'Klassieke' bonnen worden in de verkooppunten aangeboden. Maar steeds vaker vinden de consumenten de bonnen ook online. Het digitaliseren van de cadeaubon biedt dan ook tal van voordelen. De bonnen zijn veel flexibeler. Zo kunnen ze onbeperkt worden opgeladen met een bedrag naar keuze. De deelnemende handelaars worden automatisch vergoed en de kans op fouten is beperkt. Ten slotte spaar je ook de drukkosten uit, wat deze manier van werken meteen een pak duurzamer maakt.

Organiseer acties en evenementen

Een winkelstraat die bruist van de activiteit, trekt bezoekers aan. Acties en evenementen zijn dan ook de ideale instrumenten om een winkelkern (nog) aantrekkelijker te maken. Het hoeven niet altijd grote evenementen te zijn. Ook kleine initiatieven kunnen veel impact hebben. Heb je al aan deze mogelijkheden gedacht?

- De seizoenacties zijn ondertussen klassiekers. Overweeg een lente-spaarkaartactie, een zomershopping met randanimatie, een herfstactie ter promotie van de lokale producten en producenten of een sfeervolle winteractie met een loting.
- Als de handelaars de handen in elkaar slaan, dan ontstaan er leuke events, zoals een laatavondshopping, een braderie of een modeshow. Het kan heel kleinschalig. Een kledingzaak kan samen met een schoenwinkel een event organiseren met persoonlijk advies en een extra toetje. Bekijk als lokaal bestuur hoe je dergelijke initiatieven kunt ondersteunen.
- Themadagen zijn een ideaal aanknooppunt om een unieke actie te organiseren. Denk maar aan Valentijn, Moederdag, Vaderdag, Halloween, Eindejaar, ... Als lokaal bestuur kan je zorgen voor aangepaste animatie zoals (live) muziek, een springkasteel voor kinderen, een ballonnenclown, ... Maak het gezellig en laat jouw bezoekers lachen.
- Als lokaal bestuur kan je ook zelf evenementen initiëren. Zoals kermissen of sportevents.

PROJECTFICHE: DE DIGITALE BON – DE LOCALE ECONOMIE ONDERSTEUNEN IN KEERBERGEN

Gemeente: Keerbergen

Samenwerkingsverband: lokaal bestuur van Keerbergen, Gift2Give BV en de Lokale Economieraad Keerbergen (LEK)

Duurtijd: sinds 1 december 2023

Omschrijving

De gemeente Keerbergen is overgestapt van een fysieke cadeaubon met vaste waarden naar een flexibelere, digitale cadeaubon. Het project revitaliseert een bestaand systeem om het gebruiksgemak voor consumenten, handelaars en de gemeente te verbeteren. De 'KeerbergenBon' vervangt de vroegere fysieke bonnen van 5 euro en 20 euro.

Doel

- De lokale economie ondersteunen door een gebruiksvriendelijker cadeaubonsysteem aan te bieden.
- De opbrengsten van de cadeaubon verhogen en de kosten verlagen.
- De website voor lokale economie toegankelijker en interactiever maken en een platform bieden voor lokale ondernemers en aanbieders van korte ketenproducten.



Hoe?

- De 'KeerbergenBon' kan gekocht en opgeladen worden met een bedrag tussen 5 euro en 150 euro.
- De bon is beschikbaar als een fysieke betaalkaart en als een digitale versie via de website van de gemeente.
- De bonnen kunnen ook buiten de openingsuren van de gemeente en gemeenschapscentrum Den Bussel worden aangekocht via de website.
- Het ontwaarden van de bonnen gebeurt door handelaars via een PC, camera, of een app op een tablet of smartphone.
- De geldigheid van de bon is één jaar en het gespendeerde bedrag kan geheel of gedeeltelijk bij één of meerdere deelnemende zaken worden besteed.
- Gift2Give BV beheert het platform en de software en zorgt voor helpdeskondersteuning en automatische uitbetaling aan de handelaars.
- De gemeente belooft huwelijken, jubilea en geboortes met een KeerbergenBon.

IN DE PERS

Keerbergenbon krijgt digitaal broertje

KeerbergenOnder impuls van de lokale economieraad Keerbergen stapt de oude papieren Keerbergenbon na tien jaar in het digitale tijdperk.

4 december 2023 om 14:51

Ter bevordering van de plaatselijke middenstand hield het gemeentebestuur van Keerbergen de Keerbergenbon in april 2013 boven de doopvont. De geschenkenbon moest worden aangekocht bij de gemeentediensten om te besteden bij de Keerbergse handelaars. Tien jaar later bleek de bon aan vernieuwing toe. Zo stelde het gemeentebestuur onlangs de nieuwe kredietkaart voor waarop een maximumbedrag van 150 euro kan gezet worden. Betalen kan je er nog steeds mee in alle deelnemende handel- en horecazaken van Keerbergen.

Je bent ook niet meer verplicht om voor de aankoop naar het gemeentehuis te gaan. "Hij kan eveneens van thuis uit aangekocht worden via een webshop", zegt schepen Jens Eggens (Open VLD). "Wie een fysieke bon verkiest, kan deze nog aankopen in het gemeentehuis of bij GC den Bussel. Via de webshop kan zowel een digitale als fysieke Keerbergenbon aangekocht worden die eveneens via de webshop herladen kan worden."

LEES OOK. [Gemeente creëert Keerbergenbon](#)



4/12/23, Keerbergenbon krijgt digitaal broertje, Het Nieuwsblad

PROJECTFICHE: HANDELAARSAVOND MET KAMAL KHARMACH – VERSTERKEN VAN HANDELSKERNEN IN TREMELO, BEGIJNENDIJK EN KEERBERGEN

Gemeente: Tremelo-Begijnendijk-Keerbergen

Samenwerkingsverband: De lokale besturen van Tremelo, Begijnendijk en Keerbergen in samenwerking met de plaatselijke afdeling van Unizo

Duurtijd: 19 mei 2025

Omschrijving

- Het project was een gezamenlijk initiatief van de besturen van Begijnendijk, Keerbergen, Tremelo en de lokale UNIZO-afdeling.
- De kern van de avond was de voorstelling "Economedy" van Kamal Kharmach, een humoristische talkshow over economie.
- Een coach van het coaching traject gaf een toelichting aan de lokale handelaars.
- Er waren 200 aanwezigen op dit evenement.

Doel?

- Het versterken van de handelskernen door de handelaars bij elkaar te brengen en om te netwerken.
- Ondernemers zijn vaak voortdurend met hun zaak bezig. Deze avond bood hen de kans om ontspanning en inspiratie op een aangename manier te combineren.
- De voorstelling "Economedy" had als doel om op een humoristische manier te laten zien waarom economie boeiend en alomtegenwoordig is. Ze gaf inzicht in verrassende onderwerpen zoals het businessmodel van een drugsdealer en de relatie tussen geld en geluk.

Hoe?

- Het project werd uitgevoerd door de gezamenlijke besturen en UNIZO.
- De voorstelling "Economedy" van Kamal Kharmach vormde de inhoudelijke invulling van de avond.
- Het project werd op voorhand getoetst en paste binnen de coachingtrajecten voor de versterking van de handelskernen.

IN DE PERS

Komiek Kamal Kharmach helpt lokale handelaars in strijd tegen leegstand: Tremelo, Keerbergen en Begijnendijk bundelen krachten

7 mei 2025, 13:32 Door: Patrick Breuls



De handelstraat Schieksebaan met rechts Kamal Kharmach. Foto: FB K. Kharmach

Komiek en docent bedrijfskunde Kamal Kharmach wordt ingeschakeld om handelaars te inspireren en te motiveren met een zaalshow gevolgd door een netwerkmoment.

In een gezamenlijk initiatief van de gemeenten Tremelo, Begijnendijk en Keerbergen willen lokale besturen de strijd aanbinden met leegstand in de dorpskernen. Schepen van Lokale Economie Nico Schieers (CD&V) uit Tremelo nam het voorwoord. "We willen de leegstand voor zijn", zegt hij. "Online

Breuls, P. 7/5/2025, Komiek Kamal Kharmach helpt lokale handelaars tegen leegstand, Leuven Actueel, Komiek Kamal Kharmach helpt lokale handelaars in strijd tegen leegstand: Tremelo, Keerbergen en Begijnendijk bundelen krachten - Nieuws in en rond Leuven

Leuven
Actueel

PROJECTFICHE: 'ZOEK HET NIET TE VER' – MENSEN AANMOEDIGEN OM MET DE FIETS TE KOMEN WINKELN IN TREMELO

Gemeente: Tremelo

Samenwerkingsverband: lokaal bestuur Tremelo met lokale handelaarsverenigingen

Duurtijd: 1/05/2024 tot 31/08/2024

Omschrijving

Deze campagne moedigde inwoners van Tremelo en omliggende gemeenten aan om met de fiets te komen winkelen. Klanten die met de fiets kwamen en iets kochten, ontvingen een stempelkaart. Bij drie stempels van drie verschillende handelaars konden ze hun kaartje indienen om kans te maken op een mooie prijs. Het doel was om zowel de lokale handel te stimuleren als duurzame mobiliteit te promoten.

Doel

- Het aantrekken van extra bezoekers voor de lokale handelaars.
- Mensen aansporen om vaker de fiets te gebruiken voor korte afstanden, in lijn met een duurzaam beleid.

Hoe

- Deelnemende klanten konden een stempelkaart ophalen en laten afstempelen bij de deelnemende handelaars.
- Bij drie stempels van drie verschillende handelaars kon de stempelkaart worden ingediend in de speciale postbussen in het gemeentehuis of de bibliotheek van Tremelo.
- Deelnemers maakten zo kans op prijzen zoals een elektrische fiets, fietstassen en Tremelobonnen. De prijzenpot had een totale waarde van € 2.000.
- De campagne werd gepromoot via verschillende kanalen, waaronder de gemeentelijke website en social media.

IN DE PERS

Tremelo stimuleert lokaal winkelen per fiets

Van 1 mei tot 30 juni moedigt de gemeente Tremelo iedereen aan om wat vaker met de fiets lokaal te shoppen. Onder het motto 'Zoek het niet te ver' maakt iedereen die in Tremelo boodschappen doet met de fiets kans op een leuke prijzenpot.

Kim Aerts

27 april 2023, 10:57

Onder het motto 'Zoek het niet te ver' moedigt de gemeente iedereen aan om wat vaker boodschappen te doen met de fiets. 'Fietsen is gezond, je draagt bij aan de leefbaarheid van onze gemeente én je steunt de lokale handelaars', klinkt het.



Aerts, K., 27/04/2023, Tremelo stimuleert lokaal winkelen per fiets, Het Laatste Nieuws, Tremelo stimuleert lokaal winkelen per fiets | Tremelo | HLN.be



Pak uit met markten

Openbare markten; eeuwenoud maar springlevend

Markten bestaan sinds de middeleeuwen. Door de eeuwen heen heeft de openbare markt zich aangepast aan de veranderde levensomstandigheden en dus ook aan onze manier van handelen. Onder meer door de komst van de winkels, worden er minder markten georganiseerd. Maar markten blijven bestaan en blijven relevant! Ze nemen nog altijd een belangrijke economische rol op: ze zorgen voor inkomen voor de ambulante handelaars en voor bevoorrading van de marktbezoekers. Bovendien vervullen de markten een sociale functie; ze zijn een ontmoetingsplaats voor de lokale inwoners.

In Vlaams-Brabant worden wekelijks een honderdtal markten georganiseerd. 52 van de 63 Vlaams-Brabantse gemeenten hebben een wekelijkse markt. De meeste openbare markten gaan door in de voormiddag, op woensdag en op zondag. De meeste marktkramers verkopen textielproducten, voedingswaren, bloemen en planten. Je vindt er ook verschillende eetkramen terug.

Zo maak je van de lokale markt een succes

Welke factoren zorgen ervoor dat een markt succesvol is en blijft? Is het de variatie aan producten of de focus op biologische en korte ketenproducten? Of is het de prijszetting of de marktbeleving die klanten aantrekt?

Als lokaal bestuur kan je een belangrijke rol spelen in het succes van jouw wekelijkse markt. Deze tips helpen je op weg:

- **Geef de markt een volwaardige plek in jouw beleidsplan.** Als lokaal bestuur maak je een beleidsplan op voor detailhandel en horeca. Het is belangrijk dat de markt of de ambulante handel in zijn geheel hierbij ook de nodige aandacht krijgt. Het marktgebeuren vormt samen met de detailhandel en de horeca een belangrijke basis voor de lokale economie.
- **Maak duidelijke spelregels.** Maak een duidelijk marktreglement op met daarin afspraken over de organisatie, de planning van de standplaatsen, de assortimentsaanduiding, ... Vlaio en de VVSG bieden voorbeelden van reglementen die voldoen aan de gewijzigde wetgeving.
- **Stel een marktleider aan.** Die maakt een overzichtelijk marktplan op en stuurt de marktkramers aan. Hij of zij controleert of de spelregels gerespecteerd worden en is het aanspreekpunt bij problemen.
- **Doe het samen.** Naast een goede afstemming tussen het lokaal bestuur en de ondernemers, is ook de samenwerking tussen de ondernemers onderling noodzakelijk. Faciliteer die samenwerking. Breng

marktkramers, winkeliers en horeca-ondernemers samen en stimuleer hen om gemeenschappelijke acties en evenementen te bedenken.

- **Ga voor variatie en kwaliteit.**

Streef naar een gevarieerd aanbod in functie van de behoeften van zowel een jong als een minder jong publiek. Kwaliteit, versheid en vernieuwing van producten spelen een belangrijke rol in de aantrekkelijkheid van de markt. Het aanbod kan uitgebreid worden met lokale producten.

- **Zet in op beleving.** Naar de markt gaan is voor veel mensen niet louter functioneel. De markt heeft zijn meerwaarde vooral te danken aan de gezellige sfeer. Zorg als lokaal bestuur dus voor een aangename en toegankelijke marktomgeving.

- **Maak reclame.** De lokale markt promoten kan op verschillende manieren. Enkele voorbeelden:

- * organiseer regelmatig een spaarkartaactie; een volle

spaarkarta geeft recht op een bon te verbruiken in een lokale winkel, horecazaak of ... marktkraam;

- * breng maandelijks een lokale handelaar naar de markt. Zo kan een lokale brasserie het ontbijt of de lunch serveren op de marktdag;
- * randanimatie houdt de wekelijkse markt onder de aandacht;
- * een marktbrochure voor de inwoners met een overzicht van de kramen en hun producten is een meerwaarde.

- **Maak de markt bereikbaar.** Zorg voor een efficiënte bereikbaarheid van de markt vanuit de (rand) parkings.

- **De meerwaarde is vooral te danken aan de gezellige sfeer.** Zorg als lokaal bestuur dus voor een aangename en toegankelijke marktomgeving.



Actie Maand van de Markt in Vlaams-Brabant

De Maand van de Markt, een jaarlijkse campagne die in april plaatsvindt, is uitgegroeid tot een essentieel initiatief voor de provincie Vlaams-Brabant. Met deelname van maar liefst 34 gemeenten en meer dan 50 lokale markten, toont de provincie haar sterk engagement om de lokale economie, sociale cohesie en duurzaamheid te versterken. In 2025 resulteerde dit in een recordaantal van 352.000 aankopen, waarvan 52.000 digitaal en 300.000 via papieren deelnameformulieren.



“In 2025 namen 189 gemeenten in heel Vlaanderen deel aan de maand van de markt. Dit is 79% van alle gemeenten met een wekelijkse markt.”

Alexander Leysen
detailhandelscoach/ coördinator
maand van de markt provincie
Vlaams-Brabant





5 redenen om een leuk bezoekje aan de markt te brengen

1. De markt, dat is beleven met al je zintuigen

Geniet van een unieke ervaring met al je zintuigen. Neem de tijd om langs de verschillende kramen te slenteren, bewonder de prachtige producten en proef de heerlijke hapjes. Na je boodschappen kun je ontspannen op een terras en genieten van de levendige marktsfeer.

2. De markt, dat is lokaal shoppen

Op de markt vind je een breed scala aan lokaal geproduceerde en vaak biologische producten, rechtstreeks van de producent. Door bewust te kopen, draag je bij aan duurzaamheid. Kleine veranderingen kunnen een groot verschil maken.

3. De markt, dat zijn authentieke en ambachtelijke producten

Op je lokale markt ontdek je geen massaproductie. Marktkramers zijn trots op hun ambachtelijke waar, die altijd net een tikje anders is dan die van de concurrentie. Ben je op zoek naar iets unieks? Bezoek dan de markt.

4. De markt, dat is milieubewust shoppen

Lokaal winkelen op de markt is milieubewust, maar je kunt nog meer doen. Ga te voet, met de fiets of met het openbaar vervoer naar je wekelijkse markt en neem je herbruikbare boodschappentas mee.

5. De markt, dat is ontmoeten

De wekelijkse markt is niet alleen een plek om boodschappen te doen; het is ook een ontmoetingsplaats. Kom bekenden tegen, maak een praatje met je favoriete marktkramer, en geniet van de gezellige sfeer. Combineer je marktbezoek met een bezoek aan een lokale winkel of een terras. Marktdag brengt leven in de brouwerij.

Aanbod van de provincie aan de lokale besturen voor de actie 'Maand van de Markt'

- Affiches
- Banners
- Flyers
- Deelnameformulieren
- Digitaal promomateriaal
- Prijzen om te verloten

Dit materiaal wordt gratis aangeboden aan de deelnemende gemeenten

Deelname

- **Digitaal:** Door de unieke code op het wedstrijdkaartje in te voeren op de website www.maandvandemarkt.be. Bij digitale deelname wordt ook gevraagd een schiftingsvraag te beantwoorden: "In welke maand vierden we Maand van de Markt?"
- **Fysiek:** Door een wedstrijdkaartje in te vullen en te deponeren in de wedstrijdurne, voorzien door deelnemende steden en gemeenten op de markt of en andere locatie.

PROJECTFICHE: MAAND VAN DE MARKT – KOOKDEMO OP DE MARKT VAN LIEDEKERKE

Gemeente: Liedekerke

Samenwerkingsverband: Lokaal bestuur Liedekerke en de provincie Vlaams-Brabant

Duurtijd: maand april

Omschrijving

Om de maand van de markt op een originele manier af te trappen werd een kookdemo georganiseerd op de markt van Liedekerke. Loïc van Impe, een bekende tv-kok werd gevraagd om de demonstratie te geven. Dat gaf meteen ruchtbaarheid aan de actie, maar zo werd ook de aandacht getrokken van een jonger publiek. De actie werd door het bestuur aangekondigd en het kookkraam trok veel publiek. Er werd gekookt met ingrediënten die op de markt te vinden waren. Het recept werd uitgedeeld en de proevertjes konden op veel appreciatie rekenen.

Doel

Van 1 tot en met 30 april organiseren de 5 Vlaamse provincies de Maand van de Markt. Deze campagne zet in op het aantrekkelijker maken van de markt. De provincies ondernemen een maand lang activiteiten die de aantrekkingskracht van de markt verhogen. De lokale markten spelen een belangrijke rol in de uitbouw van een lokaal economisch beleid en het levendig houden van de handelskernen en horeca.

Hoe

In samenwerking met de gemeente Liedekerke werd door de provincie een stand op de lokale markt opgezet, waar een kookdemonstratie werd voorzien. Aan de voorbijgangers werden flyers en gadgets uitgedeeld om de markt te promoten.

IN DE PERS



TV kok Loïc geeft startsein voor de Vlaams-Brabantse Maand van de Markt © Provincie Vlaams-Brabant

TV-kok Loïc Van Impe geeft startsein voor Vlaams-Brabantse Maand van de Markt in Liedekerke: "Lokale markten zijn belangrijk"

Van 1 tot en met 30 april organiseren de vijf Vlaamse provincies de Maand van de Markt. De provincies organiseren, samen met de deelnemende gemeenten, een maand lang activiteiten die de aantrekkingskracht van de markt verhogen. "In Vlaams Brabant doen 34 gemeenten mee, goed voor meer dan 40 markten", klinkt het. In Liedekerke kwam tv-kok Loïc Van Impe het initiatief alvast steunen.

Diewertje Jongert

29 maart 2025, 12:34 • Laatste update: 30 maart 2025, 13:57



Jongert, D., 29/03/2025, TV-kok Loïc Van Impe geeft startsein voor Vlaams-Brabantse Maand van de Markt in Liedekerke, Het Laatste Nieuws, TV-kok Loïc Van Impe geeft startsein voor Vlaams-Brabantse Maand van de Markt in Liedekerke: "Lokale markten zijn belangrijk" | Liedekerke | HLN.be





PROJECTFICHE: MARKT IN DE OCHTEND – REVITALISERING VAN DE MARKT IN ZOUTLEEUW

Gemeente: Zoutleeuw

Samenwerkingsverband: provincie Vlaams-Brabant – lokaal bestuur

Duurtijd: Start september 2025

Omschrijving

- Dit project richt zich op de revitalisering van de wekelijkse markt in Zoutleeuw.
- Het hoofddoel is om zowel de aantrekkelijkheid als de economische impact van de markt te vergroten.
- Dit werd gerealiseerd door een wijziging van de locatie en het tijdstip, in combinatie met diverse marketing- en stimuleringsacties.

Doel

- Het vergroten van het aantal bezoekers en de betrokkenheid van de lokale handelaars.
- Meer potentiële standhouders aantrekken en het aanbod op de wekelijkse markt uitbreiden door te kiezen voor een nieuwe dag en een nieuw tijdstip.
- De wekelijkse markt een impuls geven voor gevestigde en nieuwe ondernemers in het centrum van Zoutleeuw.

Hoe?

- De markt verhuisde van donderdagmiddag naar woensdagvoormiddag (8:30 tot 13:00 uur) en van locatie naar de Groenplaats van Zoutleeuw, rond de Sint-Leonarduskerk.
- De lancering vond feestelijk plaats op woensdag 3 september 2025.

- De hele maand september stond in het teken van een actieve promotie- en marketingcampagne.
- Na de eerste maand zal er blijvend worden ingezet op bewustmaking en promotie, met regelmatige nieuwe acties en aansluiting bij provinciale initiatieven zoals de 'Maand van de Markt'.

IN DE PERS



Vanaf woensdag 3 september 2025 ondergaat de wekelijkse markt in Zoutleeuw een frisse en veelbelovende verandering. © RV

Zoutleeuw lanceert vernieuwde wekelijkse markt op de Groenplaats

Vanaf woensdag 3 september 2025 krijgt de wekelijkse markt van Zoutleeuw een nieuwe start op de Groenplaats. Met steun van de Provincie Vlaams-Brabant zet de stad in op beleving, streekproducten en een bruisend stadscentrum. De wekelijkse markt van Zoutleeuw krijgt een nieuwe start op de Groenplaats. Vanaf woensdag 3 september 2025 ondergaat de wekelijkse markt in Zoutleeuw een frisse en veelbelovende verandering.

Kristien Bollen
10 juli 2025, 17:05



Bollen, K., 10/07/2025, Zoutleeuw lanceert vernieuwde wekelijkse markt op de Groenplaats, Het Laatste Nieuws, Zoutleeuw lanceert vernieuwde wekelijkse markt op de Groenplaats | Zoutleeuw | HLN.be

Bestrijd leegstand

Elke stad en gemeente kampt in meer of mindere mate met leegstand. Leegstaande panden geven de winkelstraten een negatief beeld. Er bestaan geen wonderoplossingen maar hieronder geven we graag enkel aandachtspunten en tips om te werken rond leegstand.

Zie leegstand als een hefboom voor vernieuwing

- **Inventarisatie is cruciaal**
 - * Maak een actuele lijst van leegstaande én potentieel bruikbare panden.
 - * Transparantie helpt eigenaars begeleiden en kansen signaleren aan ondernemers.
- **Open dialoog met eigenaars**
 - * Bespreek toekomstplannen: verkoop, verhuur, tijdelijke invulling.
 - * Bouw vertrouwen en zoek samen naar oplossingen met meerwaarde.
- **Denk breder dan handel**
 - * Evolveer van handelskern naar belevingskern: mix van handel, horeca, cultuur, groen en rustplekken.
- **Pop-ups als slimme tussenschakel**
 - * Kies concepten die het imago versterken (lokale makers, start-ups, cultuur).
 - * Zorg voor een complementaire mix en begeleiding naar duurzame invulling.

Praktische inspiratie

- **Maak aanbod zichtbaar**
 - * Publiceer op gemeentelijke website (bv. via bizLocator, nu Spotto).
 - * Gebruik raambestickering met info en voorkeursactiviteit.
- **Stimuleer nieuwe invullingen**
 - * Organiseer wedstrijden: Start je zaak of Win je winkel.
 - * Laat passanten ideeën delen via participatieve bestickering.
- **Creatief met etalages**
 - * Toon producten van starters, kunst van scholen en verenigingen.
 - * Gebruik etalages voor stadsinfo en evenementen.
- **Alternatieve functies**
 - * Kunst- en cultuurpop-ups, kantoor- of praktijkruimte, groene ontmoetingsplekken.
- **Grote panden?**
 - Denk aan gedeeld gebruik**
 - * Laat meerdere handelaars samenwerken.
 - * Creëer hotspots voor ondernemen, cultuur en verenigingsleven.
 - * Combineer wonen, werken, winkelen en genieten.



PROJECTFICHE: DE GROTE HEROPENING – EINDEJAARSACTIE IN VILVOORDE

Gemeente: Vilvoorde

Samenwerkingsverband: Samenwerking met lokale handelaarsvereniging

Duurtijd: 2024

Omschrijving

- De Grote Heropening was een eindejaarsactie van de gemeente Vilvoorde.
- Het project richtte zich op de revitalisering en promotie van de lokale handelskern.
- Enerzijds werd aangetoond dat de handelskern opnieuw bruist en bereikbaar is.
- Anderzijds werden leegstaande winkelpanden tijdelijk ingevuld en geremedieerd. Er werd gestreefd naar de invulling van een zevental panden.

Doel

- Het aantrekken van extra bezoekers naar de handelskern.
- Het tijdelijk oplossen van de storende leegstand in de stad.
- Online zichtbaarheid genereren voor de fysieke wedstrijd.
- De promotie van de lokale handelaars via informatie en acties.

Hoe?

- Er werd een eindejaarsactie georganiseerd waarbij deelnemers via een app kans maakten op een hoofdprijs van €250 aan Vilvoordse cadeaubonnen.
- Wekelijks werden er via sociale media drie cadeaubonnen van 50 euro verloot. De totale kosten voor de cadeaubonnen bedroegen 2.400 euro.
- De campagne wordt gepromoot door te verwijzen naar de app en de mogelijkheid om een VIBES-box te winnen. De waarde van een VIBES-box bedraagt ongeveer 700 euro en bestaat uit producten van handelaars en 250 euro aan cadeaubonnen van de stad.
- Er was een samenwerking met de lokale handelaarsvereniging.



Betrek jouw lokale ondernemers

Als lokaal bestuur sta je er in de versterking van de detailhandel niet alleen voor. In heel wat steden en gemeenten zetten ondernemers zich vrijwillig in voor het belang van hun sector. Nauw met hen samenwerken en hen betrekken bij het beleid, kan tot mooie resultaten leiden.

Adviesraad lokale economie

Door de oprichting van een adviesraad lokale economie breng je vertegenwoordigers van onder andere lokale handelaars, bedrijven, horeca-uitbaters, vrije beroepers en sociale ondernemers samen. Als adviesraad helpen zij het lokale bestuur bij het uitwerken van het actieplan detailhandel.

In steden en grotere gemeenten zijn adviesraden meestal breed samengesteld. Voor kleinere gemeenten wordt de werking van de adviesraad best op maat geschreven naargelang de missie en de doelstellingen.

Werkgroepen

In bruisende gemeenten en steden lopen er vaak meerdere projecten op hetzelfde moment. De adviesraad kan die activiteiten beter op elkaar afstemmen. Via de adviesraad kunnen er ook werkgroepen opgericht worden, waardoor enthousiaste ondernemers doelgericht kunnen meewerken aan één of meerdere acties.

PROJECTFICHE: STARTERS BEKENDMAKEN MET STARTERSTRAJECTEN IN AARSCHOT

Gemeente: Aarschot

Samenwerkingsverband: Lokaal bestuur Aarschot, Unizo, provincie Vlaams-Brabant, City D, Horeca Vlaanderen en de Middenstandsraad

Duurtijd: 2022-2024

Omschrijving

Het project wil via een wedstrijd startende ondernemers hulp bieden bij de start van een nieuwe onderneming in de handelskern van Aarschot om zo de leegstand aan te pakken.

Doel

- De leegstand in de stad aanpakken.
- Startende ondernemers de kans bieden om hun project waar te maken
- Starters laten kennismaken met het starterstraject van Unizo
- Aarschot op de kaart te zetten als detailhandelsvriendelijke stad.

Hoe?

- De stad lanceerde een brede oproep naar geïnteresseerde starters om hun concept voor een nieuwe zaak in te dienen.
- Na een eerste selectie kregen de indieners de kans om samen met Unizo een starterstraject te doorlopen waarbij ook een businessplan werd opgemaakt.
- De kandidaten kregen dan de mogelijkheid om voor een jury hun project en handelsplan voor te stellen.
- Drie winnaars werden gekozen door de jury. Elke winnaar kreeg een bedrag van 20.000 euro bestaande uit de huur van een pand voor 1 jaar, een inrichtingsbudget en een communicatiebudget.

IN DE PERS



KIKKA, Amazing Asla Supermarkt en AztecTemple winnen ieder hun eigen zaak. © Stad Aarschot

Drie winnaars winnen eigen zaak met 'Win je Zaak'

Na een geslaagde eerste editie lanceerden we eind vorig jaar de tweede editie van 'Win je Zaak'. Voor de prijzenpot gaat de stad deze keer een stapje verder: er zijn maar liefst drie hoofdwinnaars. De winnaars mogen een pand naar keuze één jaar gratis huren. Daarbovenop krijgen ze een budget om hun zaak in te richten en publiciteit te maken. Gisteren mochten we de winnaars kronen.

Kristien Dollen
19 juni 2024, 12:05



Bollen, K., 19/06/2024, Drie winnaars winnen eigen zaak met 'Win je zaak', Het Laatste Nieuws, Drie winnaars winnen eigen zaak met 'Win je Zaak' | Aarschot | HLN.be

Communiceer over de detailhandel in jouw gemeente

Sterke communicatie als fundament voor een ondernemingsvriendelijk lokaal beleid

Lokale besturen vervullen een belangrijke dienstverlenende rol voor ondernemers. In een snel veranderende omgeving is het cruciaal dat steden en gemeenten inzetten op **transparante, duidelijke en regelmatige communicatie**.

Ondernemers hebben nood aan betrouwbare informatie om doordachte beslissingen te nemen en hun activiteiten duurzaam uit te bouwen.

Nieuwe technologieën en digitale kanalen bieden kansen om ondernemers sneller en gericht te bereiken. Denk aan nieuwsbrieven, online platformen, sociale media en digitale loketten. Toch blijft het belangrijk om ook traditionele communicatiekanalen te behouden, zodat elke ondernemer, ongeacht digitale maturiteit, toegang heeft tot relevante informatie.

Een consequente communicatiestrategie, met **heldere boodschappen op vaste tijdstippen**, zorgt voor **continuïteit** en voorkomt misverstanden. Zo weten ondernemers waar ze aan toe zijn, wat ze van het lokaal bestuur mogen verwachten en hoe ze inspraak kunnen hebben. Dit verhoogt niet alleen de efficiëntie van het beleid, maar versterkt ook het **wederzijds vertrouwen** tussen bestuur en lokale economie.

Communiceer met jouw lokale ondernemers

Ondernemers verwachten een **aanspreekbaar en betrokken lokaal bestuur**. Lokale ondernemers hebben nood aan een gemeentebestuur dat **laagdrempelig bereikbaar** is en hun realiteit begrijpt. Ze zoeken niet alleen een duidelijk aanspreekpunt voor hun vragen, maar rekenen ook op een bestuur dat hen **proactief informeert** over zaken die hun werking kunnen beïnvloeden, zoals beleidswijzigingen, infrastructuurwerken of vergunningsprocedures.

Daarnaast groeit de verwachting dat ondernemers structureel betrokken worden bij beleidsvoorbereiding en besluitvorming. Via gerichte inspraakmomenten en dialoog willen zij bijdragen aan dossiers die relevant zijn voor hun sector en lokale economie. Een participatieve aanpak versterkt niet alleen het draagvlak, maar bevordert ook het vertrouwen tussen bestuur en bedrijfsleven.

Ken jouw doelpubliek

Een strategisch communicatiebeleid begint bij een diepgaand inzicht in je doelgroep. Voor lokale besturen betekent dit: **ken je ondernemers**. Begrijp hun noden, volg hun evolutie en stem je communicatie af op hun realiteit.

Een strategische aanpak voor ondernemerscommunicatie

- **Investeer in directe contacten:** Een doordachte communicatieaanpak richting lokale ondernemers begint bij directe en persoonlijke contacten. Door actief het terrein op te gaan en lokale handelaars, horeca-uitbaters, dienstverleners en producenten te bezoeken, bouw je aan vertrouwen en wederzijds begrip. Persoonlijke kennismaking met nieuwe ondernemers versterkt het signaal dat hun aanwezigheid gewaardeerd wordt. Deze informele interacties leveren bovendien waardevolle kwalitatieve inzichten op die niet uit statistieken te halen zijn.
- **Veranker overleg in een vaste structuur:** Daarnaast is het essentieel om overlegmomenten structureel te verankeren. Regelmatige netwerksessies per ondernemerscluster; zoals centrumhandelaars, baanwinkels, horeca, logiesector en kmo-zones, creëren een platform voor dialoog, beleidsinput en samenwerking. Dit bevordert niet alleen de betrokkenheid, maar ook de transparantie en het draagvlak voor beleidsbeslissingen.
- **Actuele ondernemersdatabank:** Een dynamische en goed onderhouden ondernemersdatabank vormt een strategisch instrument binnen deze aanpak. Ze ondersteunt gerichte communicatie via nieuwsbrieven, uitnodigingen en bevestigingen, en biedt tegelijk een waardevolle basis voor het monitoren van trends en noden binnen de lokale economie.

Door deze elementen te integreren in een strategisch communicatiekader, versterk je de relatie met ondernemers en bouw je aan een beleid dat gedragen wordt door de economische actoren in de gemeente.

Ondernemers bereiken? Zet in op krachtige communicatiekanalen

Hoe zorg je ervoor dat jouw lokale ondernemers zich écht aangesproken voelen? Door te investeren in communicatiekanalen die werken — en die meebewegen met hun noden.

1. Een digitaal ondernemersplatform: alles op één plek

Een goed uitgebouwd ondernemersplatform is dé centrale plek waar ondernemers snel en eenvoudig alle relevante informatie vinden. Starters ontdekken er hoe ze hun zaak kunnen opstarten, welke vergunningen nodig zijn, welke belastingen van toepassing zijn en welke ondersteuning ze kunnen krijgen — van subsidies tot pop-up mogelijkheden. Ook gevestigde ondernemers vinden er praktische info over parkeren, afvalbeheer, reclamevoorschriften en nuttige contactgegevens.

2. Een fysiek ondernemersloket: persoonlijk en toegankelijk

Naast het digitale luik blijft persoonlijk contact van grote waarde. Een laagdrempelig ondernemersloket biedt directe ondersteuning en begeleiding. Het is een plek waar ondernemers terecht kunnen met hun vragen, zorgen en plannen en waar ze voelen dat het bestuur écht met hen meedenkt.

3. Samen bouwen aan een ondernemingsvriendelijk beleid

Steeds meer gemeenten beseffen dat een ondernemersplatform en -loket geen luxe zijn, maar een noodzaak.

Ze zorgen voor duidelijkheid,
besparen tijd en versterken de band
tussen bestuur en ondernemer.
Door online én offline communicatie
slim te combineren, creëer je een
omgeving waarin ondernemers zich
gehoord, geholpen en gewaardeerd
voelen.

**Kortom: wie inzet op sterke
communicatiekanalen, investeert in een
levendige lokale economie.**



Digitale nieuwsbrief

Met de invoering van een digitale nieuwsbrief kan het lokaal bestuur op een frequente en efficiënte manier relevante informatie bezorgen aan lokale ondernemers.

Via dit kanaal kunnen belangrijke beleidsbeslissingen helder gecommuniceerd worden: denk aan afwijkingen op wekelijkse rustdagen, geplande wegenwerken, wijzigingen in het parkeerbeleid of relevante updates vanuit de gemeenteraad en de Adviesraad Lokale Economie.

Daarnaast biedt de nieuwsbrief een uitgelezen kans om ondernemers actief te betrekken bij gemeentelijke initiatieven. Acties, campagnes en samenwerkingen waarbij handelaars kunnen aansluiten, krijgen via dit kanaal de zichtbaarheid die ze verdienen.

Om het volle potentieel van de nieuwsbrief te benutten, is het aangewezen om te werken met een professionele mailingtool. Zo kan je niet alleen de inhoud afstemmen op de doelgroep, maar ook de impact meten en de communicatie continu verbeteren.

Kortom: een goed uitgewerkte digitale nieuwsbrief versterkt de band tussen bestuur en ondernemer, verhoogt de transparantie en draagt bij aan een ondernemingsvriendelijk klimaat.

Welkom- en wegwijsbrief: een warm onthaal voor startende ondernemers

Een startende ondernemer verdient een vlotte en positieve kennismaking met het lokaal bestuur. Een welkom- en wegwijsbrief is een eenvoudige maar efficiënte manier om nieuwe ondernemers meteen op weg te helpen. In deze brief vinden ze praktische informatie over het aanspreekpunt binnen de gemeente, de bedrijvengids, relevante procedures en ondersteuningsmogelijkheden.

Door elk kwartaal actief contact te zoeken met nieuwkomers, bijvoorbeeld op basis van gegevens uit VKBO of KBO Select | FOD Economie, toont het bestuur dat het ondernemerschap waardeert en ondersteunt vanaf dag één. Zo wordt de brief meer dan een informatief document: het is een eerste stap naar een duurzame relatie tussen ondernemer en bestuur.

Handelsmagazine

In een handelsgids, een handelaarsbrochure, of magazine kunnen de lokale ondernemers zich voorstellen aan de consument. Met een foto van de ondernemer in zijn winkel, bureau of achter zijn kookfornuis krijgt de klant 'een gezicht' achter de handelszaak. Naast de foto kan zo'n publicatie ook een beknopt verhaal over de ondernemer bevatten.

Stadsapp

Met een stadsapp maakt een stad of gemeente haar dienstverlening digitaal en efficiënter. Er kan zo op een doeltreffende en gebruiksvriendelijke manier gecommuniceerd worden met de burgers.

Heb je zo'n app? Overweeg dan ook zeker dit kanaal om lokale handelaars bekend te maken en allerlei koopacties aan te kondigen.



SHOW YOUR LOVE
SHOP LOCAL

#supporteachother

Eindejaarsactie: een boost voor de lokale detailhandel

De eindejaarsperiode is traditioneel een cruciale tijd voor de detailhandel. In deze weken wordt voor sommigen een aanzienlijk deel van de jaaromzet gerealiseerd, dankzij feestelijke aankopen, cadeaus en extra consumptie. Maar steeds vaker stroomt een groot deel van die opbrengst weg naar buitenlandse webshops en grote online platformen. Lokale handelaars dreigen daardoor omzet mis te lopen.

Een goed georganiseerde eindejaarsactie biedt een krachtig antwoord op die uitdaging. Door consumenten actief naar de handelskern te lokken, versterkt het lokaal bestuur niet alleen de zichtbaarheid van de lokale handel, maar ook de verbondenheid tussen inwoners en ondernemers.

Eindejaarsactie in Vlaams-Brabant

Eindejaarsactie 'Liever Lokaal', al 5 succesvolle edities!

Omschrijving

Vlaams-Brabant zet in het najaar steevast een campagne op touw voor de eindejaarsperiode om de lokale economie een boost te geven. Lokale besturen worden in september uitgenodigd om zich in te schrijven op de actie 'Liever Lokaal'. Deelnemende gemeenten ontvangen dan eind oktober promomateriaal, bestaande uit posters, raamstickers, flyers, banners en wedstrijdformulieren. Ze zijn zelf verantwoordelijk voor de uitrol van de campagne. Handelaars die deelnemen maken dit kenbaar door de affiches uit te hangen.

Doel

- Lokale handelaars ondersteunen
- Vlaams-Brabanders naar de handelskern trekken

Duurtijd

Begin december tot half januari

Hoe?

Inwoners kunnen deelnemen door een bonnetje in te vullen bij een aankoop in een deelnemende handelszaak of door een unieke code online te registreren. Zo kunnen ze kans maken op tal van prijzen.

Onder alle deelnemers in Vlaams-Brabant worden twee elektrische fietsen verloot.

De actie biedt ook communicatieve voordelen, aangezien de prijsuitreiking doorgaans aandacht krijgt in de regionale pers.

Wat krijg je als lokaal bestuur?

Gratis promopakket:

- Digitaal deelnameformulier
- Draaiboek voor een vlotte organisatie
- Online promomateriaal voor website en sociale media
- Extra prijs voor jouw gemeentelijke prijzenpot

Wat doet jouw gemeente?

- Samenstellen van een eigen prijzenpakket
- Oproep aan lokale handelaars om deel te nemen
- Promotie van de campagne bij inwoners
- Verdeling van promomateriaal aan handelaars
- Verzamelen van deelnameformulieren
- Trekking van gemeentelijke winnaars en organisatie van de prijsuitreiking

Zo'n actie is meer dan een promotie-campagne: het is een beleidsinstrument dat lokale economie, sociale cohesie en centrumbeleving versterkt. Door samen te werken met handelaars, horeca en andere partners, creëert het bestuur een positieve

dynamiek die voelbaar is tot ver na de feestdagen.

Kortom: een sterke eindejaarsactie is een investering in een bruisende handelskern en een toekomstgerichte lokale economie.



The illustration depicts a charming town square scene. In the background, there are several shops with awnings and windows displaying various goods like pastries and teapots. A chalkboard sign in front of one shop lists items: 'Marm', 'dauw-15', 'p o k m', and 'Mlo 24'. In the foreground, a man wearing a cap and carrying a large white bag filled with groceries is walking towards the left. A woman with long red hair, wearing a hat and a scarf, is walking towards the right, carrying two shopping bags (one red, one white). The ground is covered in snow, indicated by wavy lines. The overall style is a simple, clean line drawing with a warm color palette of yellows, oranges, and blues.

SHOP  **LOKAAL**

9 december - 15 januari

En ervaar de warmte
van onze
lokale handelaars

Liever  lokaal

www.ikkooplokaalinvlaamsbrabant.be

 **VLAAMS-
BRABANT**

V.O. Provincie Vlaams-Brabant, Provinciegaten 1, 2010 Lokeren

VISUALO: slimme schermen voor een sterke lokale economie

Het **VISUALO-project** (Veelzijdige Info Schermen voor Updates en Acties van Lokale Ondernemers) is een innovatief initiatief van de stad Halle, in samenwerking met de provincie Vlaams-Brabant, Dendermonde, provincie Oost-Vlaanderen, VERA en POLIS. Het project maakt deel uit van het bredere Slimme Regio-programma.

Doel van VISUALO

VISUALO wil lokale handelaars en stadsdiensten ondersteunen via digitale infoschermen op strategische locaties in stads- en dorpskernen. Deze schermen bieden een platform voor:

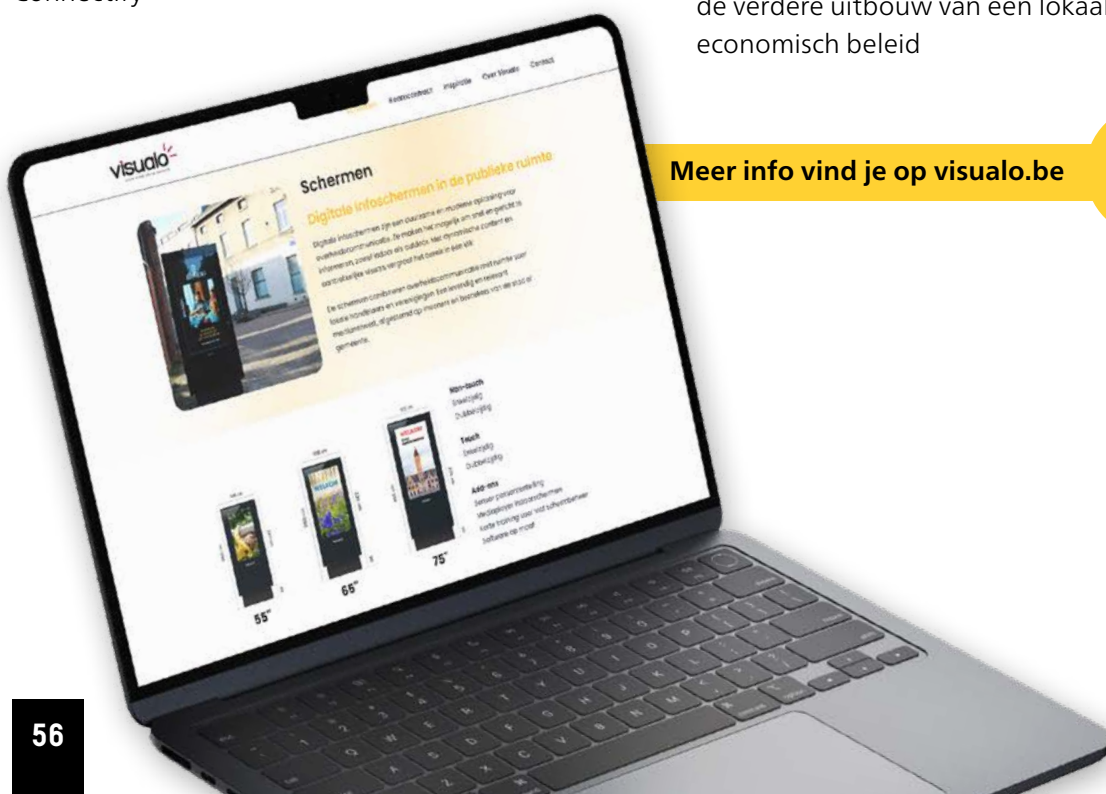
- Promotie van lokale producten en acties
- Communicatie van stadsdiensten over mobiliteit, cultuur, toerisme, enz.
- Verzameling van data over passanten en advertentie-impact

Het project resulteerde in een Vlaams brede raamovereenkomst met Connectify waarmee andere steden en gemeenten eenvoudig kunnen instappen in het project. Visualo: jouw stad, jouw scherm | Connectify

Nut voor lokale besturen en ondernemers

VISUALO biedt tal van voordelen:

- Betaalbare zichtbaarheid: Lokale ondernemers kunnen zendtijd kopen tegen een vast tarief [www.halle.be]
- Digitale maturiteit: Handelaars krijgen ondersteuning in marketing en digitale communicatie.
- Beleidsinformatie: Gemeenten verzamelen waardevolle data voor beleidsontwikkeling.
- Flexibiliteit: De lokale besturen houden volledige controle over inhoud en gebruik.
- Terugverdienmodel: de inkomsten vloeien terug naar het lokaal bestuur dat de middelen kan inzetten voor de verdere uitbouw van een lokaal economisch beleid



Meer info vind je op visualo.be



**LIEVER
LOKAAL**



PROJECTFICHE: ALLEMAAL LOKAAL - PROMOTIE VAN LOKALE HANDEL IN HALLE

Gemeente: Halle

Samenwerkingsverband: lokaal bestuur Halle samen met inwoners, lokale handelaars, horeca-uitbaters en het stadsbestuur (via beleid zoals Fair Trade en Klimaatplan)

Duurtijd: permanent

Omschrijving

- "Allemaal Lokaal" is een platform en een doorlopend thema van stad Halle dat dient als een etalage voor de lokale economie.
- de focus ligt op het aanmoedigen van inwoners om lokaal te kopen, eten en drinken.
- de bijbehorende webpagina op halle.be toont een overzicht van diverse lokale handelaars (restaurants, cafés, brouwers, kledingzaken, chocolatiers, enz.) met een korte omschrijving en een citaat.
- dit initiatief maakt deel uit van het bredere klimaat- en duurzaamheidsbeleid van de stad, dat de korte voedselketen wil ondersteunen.
- andere projecten in Halle zoals de digitale infoschermen van het VISUALO-project worden ingezet om deze lokale handelaars tegen een betaalbaar tarief te promoten

Doel

- het versterken van de lokale handelskern en economie door de zichtbaarheid van Halse ondernemers te vergroten.
- inwoners, toeristen en passanten de 'pareltjes' van de lokale handelaars te laten ontdekken.

- het bewustzijn over eerlijke en duurzame handel verhogen (zoals de verlengde titel van 'Faire Gemeente' van Halle).
- de korte voedselketen en duurzame alternatieven in de stad ondersteunen.
- het bevorderen van een positief imago van Halle als een stad waar het fijn is om lokaal te consumeren.

Hoe?

- online promotie: De lokale handelaars worden uitgelicht op de website (halle.be/allemaal-lokaal) via portretten en interviews.
- inzet van technologie: Er wordt gebruik gemaakt van de digitale VISUALO-schermen in het centrum om de promotie van de lokale ondernemers te versterken.
- financiële steun: Er zijn subsidiereglementen (zoals de toelage voor handelsinitiatieven) die dergelijke collectieve promotieacties financieel kunnen ondersteunen.
- actieve participatie: De stad werkt samen met lokale groepen en vrijwilligers om de zes criteria voor de titel 'Faire Gemeente' na te leven.

Op www.halle.be/allemaal-lokaal, vind je een mooi overzicht van de lokale handelaars uit de stad Halle.

Subsidiereglement

voor Vlaams-Brabantse steden en gemeenten voor de ondersteuning van detailhandel en horeca

De provincie biedt een subsidie aan ter ondersteuning van steden en gemeenten bij de ontwikkeling van hun lokaal economisch detailhandelsbeleid. Deze financiële steun, genaamd 'subsidie handelskernversterking', is bedoeld om de handelskernen te versterken en de lokale economie te stimuleren.

Waarvoor dient deze subsidie?

Met deze subsidie wil de Provincie de Vlaams-Brabantse besturen financieel ondersteunen bij de ontwikkeling van een detailhandelsbeleid en de promotie van de lokale economie.

De voorkeur gaat uit naar vernieuwende projecten die niet tot de reguliere werking van de steden of gemeenten behoren. Dankzij deze financiële hulp wordt de stap naar het experimenteren met nieuwe initiatieven vlugger gezet die dan de basis kunnen vormen voor een regulier beleid.



Wie kan een projectaanvraag indienen?

Elke stad of gemeente kan één of meerdere projectaanvragen indienen. Gemeenten en steden kunnen ook samenwerken en een gezamenlijk dossier indienen.



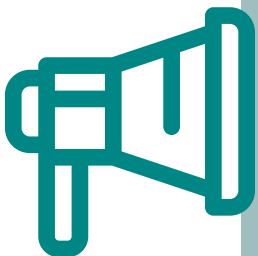
Voor welke projecten geldt de subsidie?

Om in aanmerking te komen voor subsidie moet het initiatief passen onder één van de drie doelstelling :

1. ondersteunen van projecten ter uitvoering van een (boven)lokaal detailhandels- en/of horecabeleid en ter versterking van de handelskern
2. verzamelen van data die nog niet beschikbaar zijn ter onderbouwing van het (boven)lokaal detailhandels- en/of horecabeleid
3. ondersteunen van vernieuwende projecten ter promotie van de collectieve belangen van de plaatselijke detailhandelaars en horeca

Wanneer moet ik de aanvraag indienen?

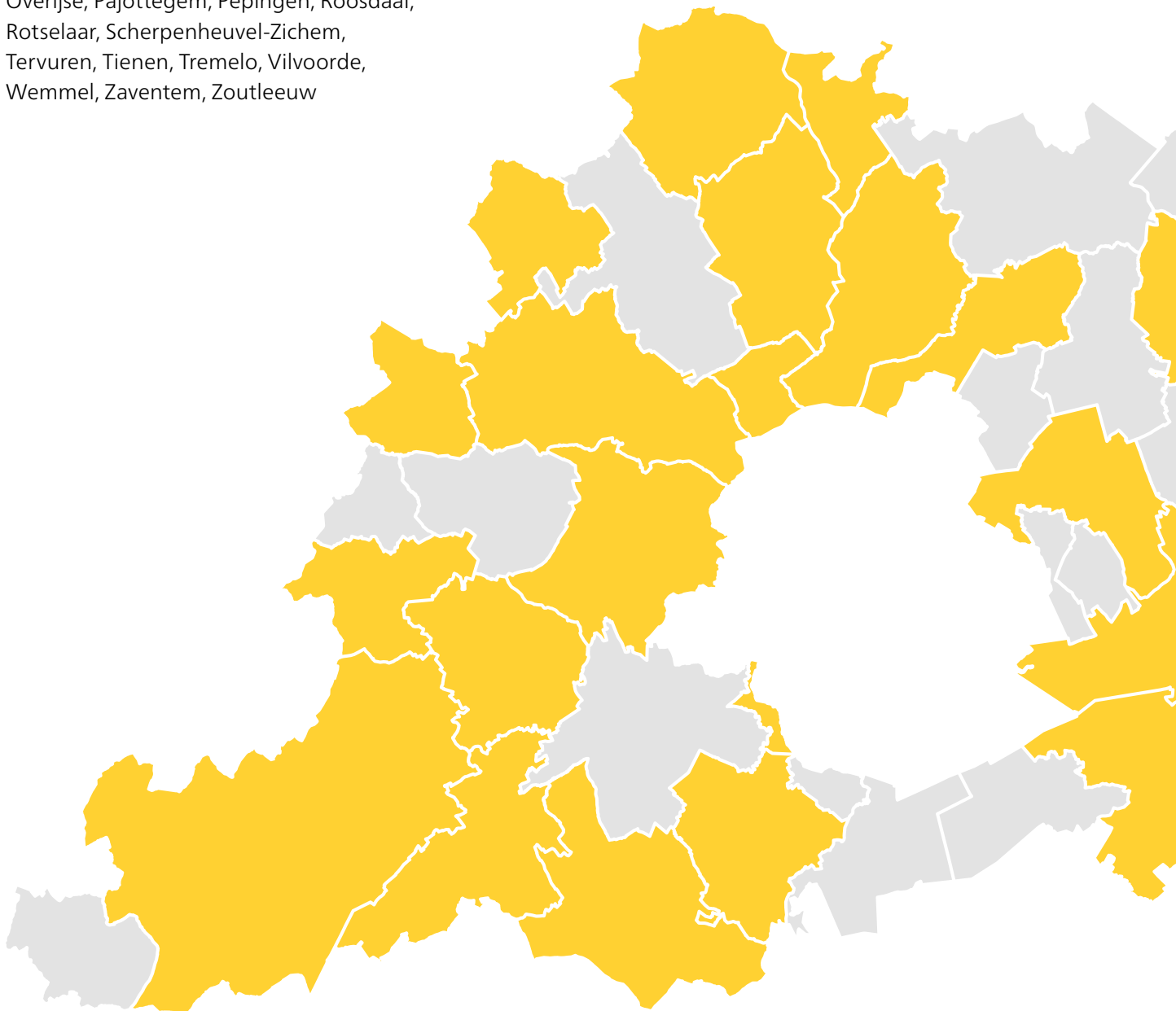
Elk jaar zijn er 2 indienmomenten. De aanvragen moeten dan uiterlijk op 15 april of 15 oktober ingediend worden. De aanvraagprocedure verloopt digitaal via <https://www.vlaamsbrabant.be/nl/premies-en-subsidies/versterking-handelskernen>

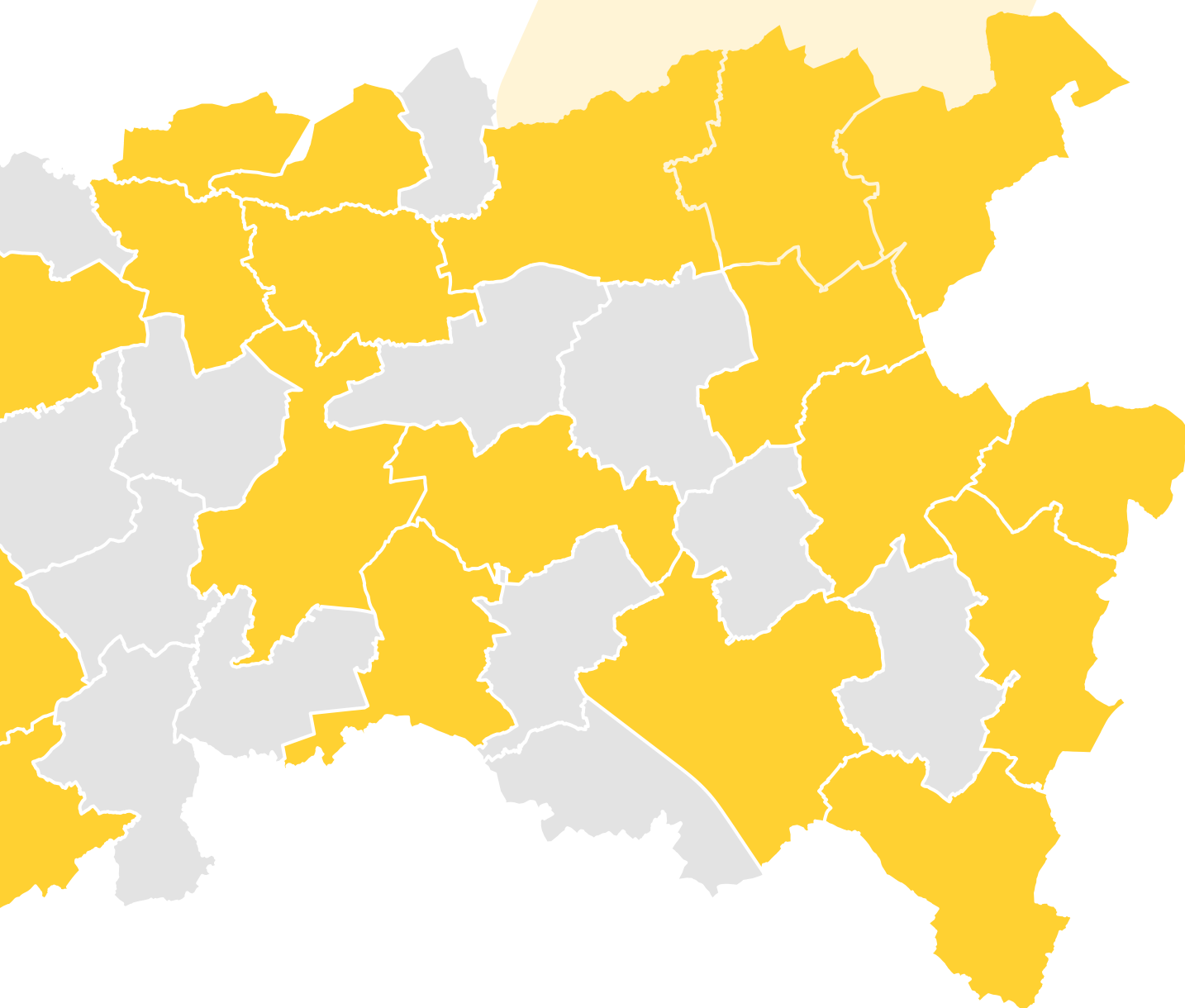


Overzicht gemeenten die subsidie ontvingen de afgelopen 5 jaar

Aarschot, Affligem, Asse, Bekkevoort,
Beersel, Bierbeek, Diest, Dilbeek,
Drogenbos, Geetbets, Grimbergen,
Haacht, Halle, Herne, Kampenhout,
Kapelle-op-den-Bos, Keerbergen,
Kortenaken, Landen, Lennik, Leuven,
Londerzeel, Lubbeek, Meise, Opwijk,
Overijse, Pajottegem, Pepingen, Roosdaal,
Rotselaar, Scherpenheuvel-Zichem,
Tervuren, Tienen, Tremelo, Vilvoorde,
Wemmel, Zaventem, Zoutleeuw

**Er werd de afgelopen 5 jaar voor een
bedrag van 480.000 euro aan subsidies
uitgekeerd.**





Colofon

Algemene coördinatie:

Ruben Van de Voorde, Alexander Leysen

Layout: Elias Colen - James Design

Foto's: Lander Loeckx

Druk: drukkerij De Bie

V.U.: Provincie Vlaams-Brabant,
Provincieplein 1, 3010 Leuven

Contactadres:

Provincie Vlaams-Brabant, economie
detailhandel@vlaamsbrabant.be
telefoon: 016 26 72 96

Het team detailhandel bedankt alle gemeenten die meewerkten aan de totstandkoming van deze gids. Deze gids is het resultaat van teamwork, inspiratie en een flinke dosis enthousiasme. Bedankt aan iedereen die zijn steentje heeft bijgedragen – jullie maken het mee mogelijk!



