



Tom Vandeput, gedeputeerde van Economie

STERKE HANDEL EN HORECA ZORGEN VOOR SFEER EN BELEVING

Limburg heeft een rijk aanbod van meer dan 5.600 winkels en 3.250 horecazaken. Ze zorgen het hele jaar door, en zeker tijdens de eindejaarsperiode, voor oneindig winkelplezier in onze handelscentra. Lokaal shoppen staat garant voor kwaliteit, persoonlijk advies en een goede service, ook na verkoop. Het provinciebestuur stimuleert daarom het lokaal shoppen, in deze moeilijke economische tijd meer dan ooit.

Voor elk wat wils

Limburg telt een groot aanbod aan winkels. 5.604 winkels om precies te zijn. Twee branches, levensmiddelen en kleding en mode, vormen meer dan 50 procent van het aanbod. Samen creëren deze winkels 1,7 miljoen vierkante meter winkelvloeroppervlakte. Dit aanbod bestaat uit een goede mix van ketenwinkels en zelfstandige winkels, die 73 procent van het aanbod vertegenwoordigen. Tel daarbij nog eens de 3.250 horecazaken, en het is niet verwonderlijk dat handel en horeca belangrijke sectoren in de Limburgse economie zijn. Gedeputeerde van Economie Tom Vandeput (CD&V): "Dit belang mogen we niet onderschatten. 39.000 Limburgers verdienen hun inkomen in handel en horeca. 12.500 hiervan zijn zelfstandigen, het overige gedeelte loontrekkend".

Handel en horeca hadden het de voorbije jaren met corona niet gemakkelijk. En ook nu zetten de hoge energieprijzen druk op de sector. Gedeputeerde Tom Vandeput: "Daarom is het belangrijk dat we onze lokale handelaars steunen, zodat ze overeind blijven en de tewerkstelling kunnen blijven garanderen. Handel en horeca zorgen niet enkel voor jobs, maar ze dragen ook hun steentje bij aan het lokale weefsel. Wanneer lokale verenigingen – zoals een voetbalclub, de jeugdvereniging die iets organiseert of elke andere vereniging in de gemeente – ondersteuning nodig hebben, kloppen ze eerst aan bij de lokale handelaars en horeca. Daarom is het belangrijk dat ze op onze steun kunnen rekenen, het hele jaar door, maar zeker tijdens deze eindejaarsperiode."

Dat wordt ook ondersteunt door Bart Lodewyckx, gedelegeerd bestuurder UNIZO Limburg. "In 2019 werd 'Winkelhieren', een term gelanceerd door UNIZO, verkozen tot woord van het jaar. Wat ons betreft, is het een blijver. Want Winkelhieren is belangrijk voor iedereen: voor handelaars, maar ook voor de consumenten zelf en bij uitbreiding voor heel onze economie en samenleving", stelt Bart Lodewyckx. "Wat jij als consument hier uitgleeft, krijg je immers ook terug. Ondernemingen van hier betalen ook hier belastingen, waarmee heel wat infrastructuur en diensten zoals onderwijs, zorg en sociale bescherming gefinancierd worden. Geld dat je spendeert bij

lokale ondernemers vloeit ook terug in de vorm van lokale tewerkstelling, lokale sponsoring... en vooral ook lokale gezelligheid en levendige kernen. Want handel en horeca zorgen voor leven in de brouwerij."



Bart Lodewyckx, gedelegeerd bestuurder UNIZO Limburg
© Luc Daelemans

Lokaal shoppen is duurzaam

Onze handelscentra hebben het echter niet gemakkelijk. De concurrentie met de e-commerce is bikkelhard en de stijgende energieprijzen knabbelen verder aan de geringe winstmarges. Gedeputeerde Tom Vandeput: "Webwinkels concurreren enkel op prijs. Maar ze verliezen het pleit wanneer het aankomt op beleving, persoonlijk advies en service na verkoop.

Onze lokale handelaars zijn jouw bezoek dus meer dan waard. De provincie stimuleert het lokaal shoppen want hiermee steun je het lokaal ondernemerschap en niet een anonieme uitbater van een webshop die vaak over een grote afstand goederen moet verscheppen. Dit is gezien de klimaatverandering ook niet duurzaam. En niet vergeten, dat vele lokale handelaars tijdens corona ook met een webshop zijn gestart, zodat je zelfs vanuit je huiskamer de lokale handel kan ondersteunen."

Niet enkel retail, maar ook gezellige restaurants, koffiebars, cafeetjes en andere eet- en drankgelegenheden bepalen de sfeer in een stad. "Horeca en handel gaan hand in hand. Winkelen is niet plezant als je tussendoor geen koffie kan drinken en een pannenkoek kan eten. De kruisbestuiving is cruciaal voor een levendige stad en een gezellige winkelbeleving. Die mix in een stad is ook belangrijk voor de attractiviteit. Ik denk dan aan musea, evenementen maar ook diensten. Ze brengen leven in een stad. Ook toeristen staan garant voor beweging en leven. Met de campagnes met Matteo Simoni zorgt mijn collega Igor Philtjens dat vele toeristen naar Limburg komen. En zij staan bij hun bezoek aan Limburg in voor extra omzet bij handel en horeca."

Ook de markten zorgen voor extra beleving. Elke week worden in onze provincie 45 markten in 34 gemeenten georganiseerd. Gedeputeerde Tom Vandeput: "De economische en maatschappelijke betekenis van deze markten mag niet onderschat worden. Vooreerst zijn de Limburgse openbare markten een georganiseerd en uniek kader waarin honderden zelfstandige ondernemers, de marktkramers, hun omzet realiseren. Als je hierbij ook nog eens de gecreëerde tewerkstelling rekent, is het duidelijk dat de ambulante handel een plaats heeft in de sector van de retail en in de Limburgse economie. De markten staan garant voor een extra beleving in en uitstraling van de stedelijke en gemeentelijke centra. De marktdag trekt steeds een groot aantal bijkomende bezoekers en passanten, die allemaal potentiële klanten zijn van de gevestigde horeca en detailhandel. Hierdoor genereren de weekmarkten nog een bijkomend economisch effect. In april organiseren we daarom samen met de andere Vlaamse provincies de Maand van de Markt."

Meten is weten

We kunnen er niet meer om heen. Data spelen een prominente rol in ons leven. "Wij betalen voor de gemeenten al jaren de abonnementskosten van Locatus. Hierdoor krijgen de gemeenten een actueel zicht op het aanbod van retail en horeca in hun gemeente. Ook de leegstand wordt bijgehouden zodat gemeenten snel de nodige acties kunnen ondernemen. Bij nieuwe ontwikkelingen kunnen de gemeenten een beroep doen op de provincie voor marktruimteberekeningen. Dat is nodig om het effect van nieuwe winkels op bestaande handel en horeca te kunnen inschatten." Als consument laat je elke dag, bewust of onbewust, gegevens achter. Deze info wordt steeds vaker gebruikt om de dienstverlening of producten te verbeteren en levert overheden en retailers interessante informatie op. Gedeputeerde Tom Vandeput: "Door data te verzamelen wil de provincie Limburg de lokale detailhandel verder laten floreren en beter voorbereiden op de toekomst. Het gaat dan om data over aanbod, de bezoekersprofielen, het bestedingsvolume, de verkeersdrukte, de bewegingen van de consument tussen de Limburgse gemeenten, enzovoort. Deze data zijn een belangrijk hulpmiddel voor de gemeenten om de juiste kernversterkende acties te nemen." Voor die dataverzameling werkt de Provincie Limburg samen met de andere Vlaamse provincies in het project INVEST. Het projectbudget van 570.000 euro wordt gefinancierd met Europese en Vlaamse subsidies en met eigen middelen van de vijf provincies.

Om de Limburgse handelscentra een duwtje in de rug te geven, heeft het provinciebestuur bijna 2 miljoen euro vrijgemaakt om de handelscentra klaar te maken voor de toekomst. Retailexperten gingen aan de slag met de lokale handel, de bevolking en het beleid om vernieuwende acties uit te werken en uit te voeren. In Beringen werd van de verlaten scholensite Sint-Lutgart een bruisende hotspot gemaakt. Lommel kon rekenen op subsidies voor de realisatie van een groene doorsteek van de parking van Mudackers richting het stadscentrum. In Tongeren lanceerden we een coachingprogramma voor handel en horeca. Weldra starten we met acties in Leopoldsburg, Bree, Maaseik en Maasmechelen. Voor Lummen is de prioriteit om het gemeenteplein anders in te richten zodat het terug een beleevingsplein kan worden, goed voor handel, horeca en inwoners.

Een nieuwe kijk op handelskernen

Vlaams Minister van Economie Jo Brouns: "We moeten leren om anders naar de handelskern te kijken. Leegstaande winkelpanden zullen we niet allemaal opnieuw ingevuld krijgen met winkels alleen. Beleidsmatig trekken we daarom de kaart van een veel bredere 'bedrijvige kern'. Een kern waarin de ruimte voor diverse publiekstrekkers goed moet worden afgewogen, en waarin er een evenwicht is tussen wonen, werken en winkelen. Er is daarbij niet één recept. Als in het verleden te veel regels over de invulling van het gelijkvloers nu voor leegstand zorgen, dan moeten die voorschriften geëvalueerd en aangepast worden. De stad Bree doet dit bijvoorbeeld, ondersteund door onze Vlaamse relance-oproepen rond kernversterking. Belangrijk is dat initiatieven aansluiten bij het DNA van de kern. Lommel verwierf met subsidies panden om de ambachten rond glas opnieuw een plek in de kern te geven. Zultendaal herdenkt zijn publieke ruimte om ook toeristen en recreanten in een meer aantrekkelijke en groene kern te kunnen verwelkomen. Hetzelfde zien we in Leopoldsburg, dat langsheen het traject van de speelfortenroute en het Liberation Garde Museum kansen biedt voor ondernemerschap."

"De typische winkelstraten – de high streets – hebben het vooral in de kleinere steden moeilijk. De vastgoedprijzen liggen er substantieel hoger dan in het randgebied. De bereikbaarheid is niet altijd optimaal. Ook voelden de handelaars in het verleden te weinig de nood om te innoveren. Via de introductie van nieuwe ideeën kan het lokaal beleid hierop inspelen. Nieuwe ideeën, zoals het 'vertragen, vergroenen en kindvriendelijk inrichten' van deze high streets, werden deze legislatuur al sterk gepromoot. Ze vinden nu, mede dankzij de inzet van de Profploeg, doorwerking via concrete projecten. De projectoproep over de duurzame bereikbaarheid van de kernen was op dat vlak een groot succes. Niet enkel een stad als Genk kon van die subsidies gebruik maken, maar ook kleinere gemeenten en steden, zoals Hoeselt, Peer en Pelt, zetten erop in. Tegelijk worden handelaars aangezet om te vernieuwen, zeker wat betreft hun 'logistieke dienstverlening'. Bijvoorbeeld door het voorzien van afhaalpunten met lockers, zoals de zogenaamde nanohubs in Sint-Truiden. Door de verschillende oproepen en ondersteuning van de gemeenten op vlak van competentie-opbouw zien we ook meer samenwerking tussen de lokale diensten, onder andere tussen lokale ambtenaren economie en mobiliteit. Een succesvol kernversterkend beleid vraagt dat ook."

"We rolden vanuit Vlaanderen al heel wat maatregelen uit om onze handelskernen nieuw leven in te blazen. Ook in onze provincie zijn levendige, bruisende handelskernen een belangrijke uitdaging waarmee we aan de slag moeten gaan. Iedereen komt graag in een stad of gemeente met een goede mix tussen winkels, cafés en restaurants. Om dat waar te maken, en om lokale besturen hierin bij te staan, ging onze 'Profploeg' al in verschillende Limburgse gemeentes aan de slag. Hun aanpak is volledig op maat van de uitdagingen waar elke stad of gemeente voor staat, gaande van een totale make-over van een dorpsplein tot het oplossen van een mobiliteits- of parkeerprobleem. Met de hervorming van het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid, die we momenteel voorbereiden, zetten we verdere stappen om lokale besturen zoveel mogelijk handvaten aan te reiken om een actief en structureel handelsbeleid te voeren en zo hun handelskernen te versterken."



Jo Brouns, Vlaams minister van Economie

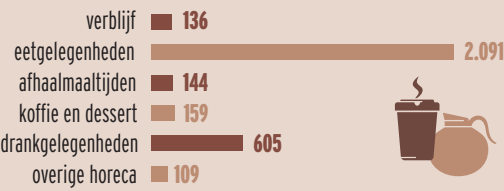


Shoppen in Limburg

Totaal aantal winkels in Limburg (2022) **5.604**



Totaal aantal horecazaken in Limburg (2022) **3.244**



Totale tewerkstelling in detailhandel en horeca in Limburg (2021): **38.875**



Verhouding winkels (2022)



Grootte van de winkelpanden (2022)

