



Detailhandelsplan Nazareth-De Pinte

Deel 2 – Beleidsvisie en actieplan

november 2025

Detailhandelsplan Nazareth-De Pinte

Deel 2 – Beleidsvisie en actieplan, november 2025

Overzicht van de voorgestelde acties

Ruimtelijke economie

Actie 1: afbakeningen

- Kernwinkelgebieden De Pinte, Eke en Nazareth
- Kernzone Zevergem
- Kernondersteunende zones: stationsomgevingen De Pinte en Nazareth, Sterrenbos en Europaplein

Actie 2: visie op de gewestwegen N35 en N60

- Dialogoog met buurgemeenten

Actie 3: herontwikkeling Makro-site

Themagerichte strategie

Actie 4: kernversterking

- Beleving
- Startersbeleid

Actie 5: leegstandbestrijding

- Bestickering leegstaande panden
- Pop-up
- Dialogoog met eigenaars
- Matchmaking ondernemers en eigenaars
- Financiële incentives

Actie 6: bereikbaarheid kernen

- Blauwe zone Nazareth-centrum
- Consumentengeleiding
- Verkeersveiligheid
- Behoud parkeerfaciliteiten
- Maatregelen in geval van wegenwerken

Actie 7: communicatie

- Communiceren over de ondernemers (zichtbaarheid)
- Communiceren voor de ondernemers

Actie 8: samenwerking tussen bestuur en ondernemers

Actie 9: openbare markten en ambulante handel

Bijlage – Subsidiewijzer en nuttige links

- Subsidies Provincie Oost-Vlaanderen
- Bijkomende informatie

1. Beleidsvisie detailhandel

1.1 Inleiding

Visie en actieplan – Het detailhandelsplan van Nazareth-De Pinte is opgebouwd uit twee delen. In het eerste deel – en gebundeld in een aparte brochure – zijn de resultaten van de economische en ruimtelijke analyse verwerkt. Een samenvatting is gemaakt van de inzichten verworven tijdens de participatiemomenten met de handelaars-ondernemers.

In dit **tweede deel** van het detailhandelsplan staan **de visievorming en het voorstel van actieplan** centraal. We beantwoorden cruciale vragen zoals: welke uitdagingen spelen er in de detailhandel en horeca? Welke troeven kunnen we benutten? Wat kan beter? Waar blijven we op inzetten?

De detailhandelsvisie biedt richting en antwoorden op deze vragen. Het actieplan vertaalt deze visie naar concrete voorstellen voor het toekomstig beleid. Dit gebeurt via gerichte acties, doelgerichte communicatie, promotionele campagnes en actieve participatie van betrokken ondernemers.

- De visie uitwerken doe je via een aantal concrete acties, opgenomen in een voorstel van actieplan voor detailhandel. Er is gekozen voor een mix van korte- en langetermijnacties; sommige acties zijn namelijk snel en praktisch realiseerbaar, andere zijn dat minder. Bepaalde acties hebben een impact op meerdere vlakken, waardoor hun belang en meerwaarde fors toenemen.
- Het actieplan is opgemaakt op voorstel van het bestuur en de administratie, van de ondernemers uit Nazareth-De Pinte en aangevuld door de medewerkers van de Provincie Oost-Vlaanderen.

Aangezien elke actie personeelsinzet en financiële middelen vereist, zal het lokaal bestuur Nazareth-De Pinte aangegeven welke acties prioritair op te nemen en welke budgetten hieraan te koppelen. Belangrijk is om elke actie (tussentijds) te evalueren en, indien nodig, bij te sturen wanneer deze zou worden herhaald.

Wanneer voor de realisatie van een actie bij voorkeur wordt samengewerkt met andere beleidsdiensten, wordt dit aangegeven. Ook een samenwerking met de lokale ondernemers kan de impact van de acties verhogen.

1.2 Ruimtelijke economie en detailhandel

1.2.1 Ruimtelijke economie

Ruimtelijk en economisch beleid zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Met voorliggende visie en voorstel van actieplan, willen we maximaal ruimte creëren voor detailhandel. Dit wil zeggen dat **we commerciële ruimte willen vrijwaren en bestendigen, maar ook op sommige plaatsen ontraden. Om zo te komen tot een balans tussen de gemeentelijke kernen enerzijds en de periferie anderzijds.**

Concreet: voor Nazareth-De Pinte betekent dit enerzijds het behoud van commerciële activiteiten in de kernwinkelgebieden, kernondersteunende gebieden en kernzone Zevergem, anderzijds het aansturen van de commerciële ontwikkeling langsheen de gewestwegen N35 en N60 en op de bedrijventerreinen waar mogelijk. In hetgeen volgt wordt verder ingegaan op de diverse afbakeningen voor Nazareth-De Pinte.

Afbakening van winkelkernen – Kernaafbakeningen bieden een kader om gericht beleid te voeren en de mogelijkheid om het commercieel aanbod verder te koppelen aan andere functies van het centrum: publieke voorzieningen, wonen, werken en vrije tijd.

Vanuit de Vlaamse overheid wordt gestuurd op handelskernversterking, onder andere via de afbakening van een of meerdere winkelkernen. Deze afbakening vormt een duidelijk beleidskader dat zowel stimulerende maatregelen mogelijk maakt, zoals het gericht begeleiden van consumenten naar handelszaken, als restrictieve ingrepen ondersteunt, bijvoorbeeld het verbieden van functiewijzigingen van handel naar wonen.

De focus van het beleid ligt met andere woorden in (de opdeling van) kernwinkelgebieden, kernzone en kernondersteunende gebieden. Dit wil niet zeggen dat toekomstige handelsontwikkelingen uitsluitend binnen de afgebakende zones moeten plaatsvinden. Nieuwe handelszaken zullen nog steeds buiten de afgebakende zones kunnen starten, maar wanneer het gaat over stimulerende maatregelen zullen deze uitsluitend (of het meest voelbaar) zijn in de afgebakende zones.

1.2.2 Actie 1: afbakeningen

Waarom een afbakening – In Nazareth en Eke wordt een kernwinkelgebied afgebakend, aangevuld met twee kernondersteunende zones: de stationsomgeving en het Sterrenbos. In De Pinte is er eveneens een kernwinkelgebied, met twee kernondersteunende zones: de stationsomgeving en het Europaplein. Voor Zevegem wordt een kernzone afgebakend.

De afbakening van kernwinkelgebieden heeft verschillende **voordelen** omdat het bestuur van Nazareth-De Pinte op deze manier gericht beleid kan voeren en consequente beleidskeuzes kan maken:

- er is de mogelijkheid om het commercieel aanbod (winkels, horeca, consumentgerichte dienstverleners) te koppelen aan andere functies binnen de centra van de deelgemeenten zoals publieke voorzieningen, wonen, werken en vrije tijd,
- tijd en middelen, zowel financiële middelen als personeelsinzet, worden beter en meer gericht ingezet,
- een afbakening biedt een duidelijk (regelgevend) kader voor ondernemers, projectontwikkelaars en bouwpromotoren.

Visie kernwinkelgebieden Nazareth en Eke – De visie voor de kernwinkelgebieden zoals geformuleerd in het detailhandelsplan dd. 2020 – opgemaakt voor de ‘vroegere gemeente’ Nazareth – blijft behouden.¹

Voor de kernwinkelgebieden zijn volgende principes van toepassing.

- **Kernversterking staat centraal** in de kernwinkelgebieden. De acties die geformuleerd worden in dit actieplan zijn in eerste instantie van toepassing op de kernwinkelgebieden (tenzij anders aangegeven). In tweede instantie kunnen de acties uitgerold worden naar de rest van de gemeente.
 - Stimulerende acties zoals subsidies moeten maximaal van toepassing zijn op de kernwinkelgebieden.
 - Proactieve acties zoals de geleiding van starters en pop-up mogelijkheden moeten de focus leggen op de kernwinkelgebieden.
 - Afradende acties zoals een mogelijke leegstandsheffing moet hoofdzakelijk gericht zijn op de kernwinkelgebieden.
- **Bereikbaarheid van het kernwinkelgebied voor verschillende vervoersmodi.** Het kernwinkelgebied moet op een veilige en multimodale manier bereikbaar zijn.
 - Het voorzien, behouden en het correct gebruik van parkeermogelijkheden is een belangrijk principe.
- Binnen de kernwinkelgebieden streven we naar **een zo hoog mogelijke mix van functies**: wonen, winkelen, publieke voorzieningen, werken en vrije tijd/recreatie.
- De kernwinkelgebieden zijn ook de **belangrijkste sfeergebieden van de gemeente**. Het aanbrengen van sfeerelementen in het straatbeeld, voorzien van kerstverlichting, groenvoorziening, ... moet in eerste instantie voorzien worden voor de kernwinkelgebieden.
- Binnen de kernwinkelgebieden staat ook het **nabijheidsprincipe** centraal: kortom, compacte maar levendige kernen.
- **Maximaal behoud van commerciële ruimtes en waar mogelijk creatie van extra ruimte om te ondernemen.**

In de praktijk komt dit er op neer dat ondernemers binnen deze afgebakende zones het beleid van het lokaal bestuur maximaal zullen ervaren (zowel gevestigde als startende ondernemers). Aanvullend zal het beleid hier ook het meest zichtbaar zijn (bv. inkleiding straatbeeld).

¹ De principes van de visie op de kernwinkelgebieden Nazareth en Eke zullen ook van toepassing zijn op het kernwinkelgebied van De Pinte.

□ Kernwinkelgebied Nazareth

Kaart 1 – Kernwinkelgebied Nazareth



Afbakening op straatniveau

Straat	Nummers
'S Gravenstraat	64- 82 83-109
Drapstraat	2-18 1-37
Deinzestraat	1-5 2-14
Dorp	1-42
Langemunt	1-5

□ Kernwinkelgebied Eke

Kaart 2 – Kernwinkelgebied Eke



Afbakening op straatniveau

Straat	Nummers
Steenweg	125-159D 64-142A
Ekedorp	1-10
Noël Schoorenstraat	15-29
Stationsstraat	2-14 3A-5A
Brouwerijstraat	3A

Visie kernondersteunende zone ‘Stationsomgeving Nazareth’ – De kernondersteunende zone ‘Stationsomgeving Nazareth’ heeft hoofdzakelijk een versterkende functie ten aanzien van de kernwinkelgebieden Nazareth en Eke. Dit mobiliteitsknooppunt heeft een hoge mate van passage die, mits een goede geleiding, gecapteerd kan worden door de kernwinkelgebieden.

Voor de kernondersteunende zone ‘Stationsomgeving Nazareth’ zijn volgende principes van toepassing.

- Huidige voorzieningen kunnen **behouden** blijven.
- De kernondersteunende zone is geschikt voor **multifunctioneel ruimtegebruik**. Commerciële ontwikkelingen zijn in beperkte mate mogelijk zolang zij de draagkracht van de omgeving niet overstijgen en complementair zijn aan het aanbod in de kernwinkelgebieden.
- De aanwezige passage moet gecapteerd en **geleid worden naar** de omliggende kernwinkelgebieden. Op deze locatie moet het aanbod en de bereikbaarheid van de kernwinkelgebieden kenbaar gemaakt worden.
- Het lokaal bestuur blijft inzetten op deze subzone als **mobipunt**.

In de praktijk betekent dit dat ondernemers binnen de kernondersteunende zone bepaalde beleidskeuzes sterker zullen ervaren dan ondernemers die buiten deze zone vallen. Enerzijds zal het meer ingrijpend beleid voor de kernwinkelgebieden hier niet of minder van toepassing zijn. Anderzijds zullen voor de kernondersteunende zone beleidskeuzes gemaakt worden die zeer locatiegericht zijn.

- Bv. de verdere ontwikkeling als mobipunt en/of het capteren van de passage zal specifieke ingrepen vereisen die niet werkbaar zouden zijn in andere zones.

□ Kernondersteunende zone 'stationsomgeving Nazareth'

Kaart 3 – Kernondersteunende zone 'stationsomgeving Nazareth'



Afbakening op straatniveau

Straat	Nummers
Roombaardstraat	42-48 41-53
Stationsstraat	126
Bosstraat	1

Visie kernondersteunende zone 'Sterrenbos' – Net zoals de kernondersteunende zone van de stationsbuurt heeft ook het Sterrenbos een ondersteunende rol ten opzichte van het kernwinkelgebied van Nazareth. Omwille van de publieke/recreatieve voorzieningen rondom deze locatie is ook hier een hoge mate van passage aanwezig die gecapteerd kan worden.

Het merendeel van de principes die van toepassing zijn op de stationsbuurt zijn ook hier van toepassing.

- Huidige voorzieningen kunnen **behouden** blijven.
- De kernondersteunende zone is geschikt voor **multifunctioneel ruimtegebruik**. Commerciële ontwikkelingen zijn in beperkte mate mogelijk zolang zij de draagkracht van de omgeving niet overstijgen en complementair zijn aan het aanbod in de kernwinkelgebieden.
- De aanwezige passage moet gecapteerd worden en **geleid worden naar** de omliggende kernwinkelgebieden. Op deze locatie moet het aanbod en de bereikbaarheid van de kernwinkelgebieden kenbaar gemaakt worden.
- Het lokaal bestuur blijft inzetten op deze subzone als **knooppunt in relatie tot recreatieve activiteiten**.

In de praktijk betekent dit dat ondernemers binnen de kernondersteunende zone bepaalde beleidskeuzes sterker zullen ervaren dan ondernemers die buiten deze zone vallen. Enerzijds zal het meer ingrijpend beleid voor de kernwinkelgebieden hier niet of minder van toepassing zijn. Anderzijds zullen voor de kernondersteunende zone beleidskeuzes gemaakt worden die zeer locatiegericht zijn.

- Bv. de aanwezigheid van recreatieve voorzieningen brengt bepaalde troeven met zich mee die binnen de zone gecapteerd kunnen worden (zoals horeca-aanbod), maar ook gecapteerd kunnen worden door de kernwinkelgebieden (bv. door consumentengeleiding)

□ Kernondersteunende zone Sterrenbos

Kaart 4 – Kernondersteunende zone Sterrenbos



Afbakening op straatniveau

Straat	Nummers
Drapstraat	70-92 89-117

Visie kernwinkelgebied De Pinte – Het kernwinkelgebied van De Pinte neemt de principes zoals gehanteerd voor de kernwinkelgebieden van Nazareth en Eke² over.

- In het kernwinkelgebied staat het begrip **kernversterking** centraal.
- **Bereikbaarheid van het kernwinkelgebied voor verschillende vervoersmodi.** Het kernwinkelgebied moet op een veilige en multimodale manier bereikbaar zijn.
 - Het voorzien, behouden en het correct gebruik van parkeermogelijkheden is een belangrijk principe.
- We benutten het aanwezige potentieel om verschillende functies met elkaar te **verweven**: wonen, winkelen, werken, vrije tijd en publieke voorzieningen.
- We zorgen voor **beleving** door het verbeteren van de openbare ruimte met groen en zitplekken, door thematische inkleding, door het creëren van ruimte voor evenementen, horeca, pop-ups, co-working en markten.
- We zetten maximaal in op het **nabijheidsprincipe**: wandelafstand ± 500 meter. Samen met lokale ondernemers maken we het kernwinkelgebied attractief en verhogen we de koopbinding.

² Detailhandelsplan Nazareth, pg. 39-40 (2020).

In de praktijk betekent dit dat ondernemers binnen deze afgebakende zones het beleid van het lokaal bestuur maximaal zullen ervaren (zowel gevestigde als startende ondernemers). Aanvullend zal het beleid hier ook het meest zichtbaar zijn (bv. inkleiding straatbeeld).

□ Kernwinkelgebied De Pinte

Kaart 5 – Kernwinkelgebied De Pinte



Afbakening op straatniveau

Straat	Nummers
Pintestraat	1-69 4-76
Polderdreef	2-4 3
Kerkplein	1-7
Baron De Gieyelaan	1-69 4-46
Kasteellaan	2

Visie kernondersteunende zone ‘Stationsomgeving De Pinte’ – De visie (of het uitgangspunt) voor de stationsomgeving van De Pinte is dezelfde als voor de stationsomgeving van Nazareth-Eke³.

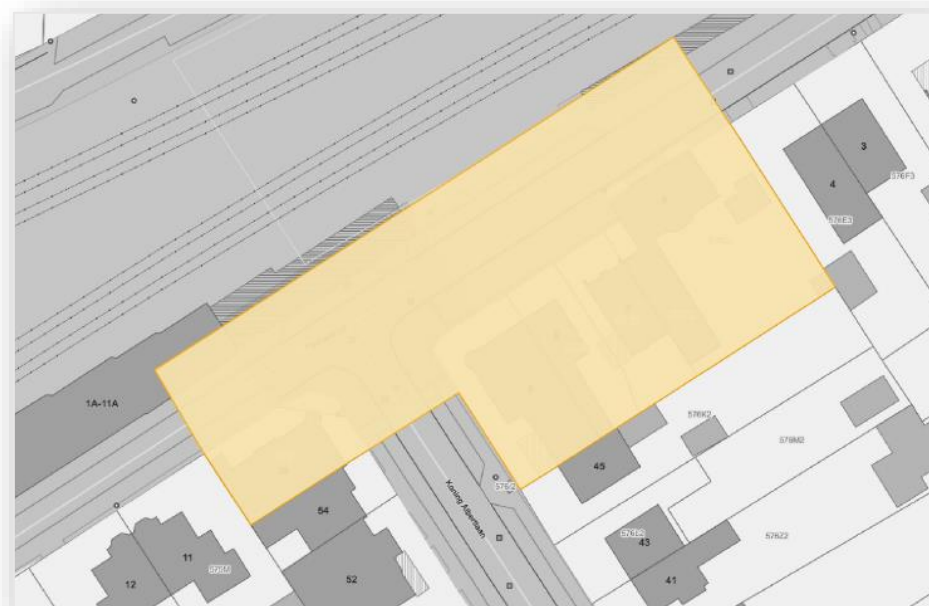
- Binnen deze zone kunnen de bestaande voorzieningen **behouden** blijven.
- Aanvullend is deze zone geschikt voor multifunctioneel ruimtegebruik, maar zullen (nieuwe) commerciële ontwikkelingen **complementair** moeten zijn ten aanzien van het kernwinkelgebied van De Pinte.
- De stationsomgeving van De Pinte kan zich – net zoals de stationsomgeving van Nazareth-Eke – verder ontwikkelen als een **mobilitetsknooppunt** en zal voornamelijk een kernondersteunende rol hebben. Omwille van de hoge mate van passage moeten consumenten geleid worden naar het aanbod in het kernwinkelgebied van De Pinte.

In de praktijk betekent dit dat ondernemers binnen de kernondersteunende zone bepaalde beleidskeuzes sterker zullen ervaren dan ondernemers die buiten deze zone vallen. Enerzijds zal het meer ingrijpend beleid voor de kernwinkelgebieden hier niet of minder van toepassing zijn. Anderzijds zullen voor de kernondersteunende zone beleidskeuzes gemaakt worden die zeer locatiegericht zijn.

- Bv. de verdere ontwikkeling als mobipunt en/of het capteren van de passage zal specifieke ingrepen vereisen die niet werkbaar zouden zijn in andere zones.

□ Kernondersteunende zone ‘stationsomgeving De Pinte’

Kaart 6 – Kernondersteunende zone ‘stationsomgeving De Pinte’



Afbakening op straatniveau

Straat	Nummers
Faunastraat	5-10

³ Detailhandelsplan Nazareth, pg. 41 (2020).

Visie kernondersteunende zone Europaplein – Rondom het Europaplein in De Pinte is er een duidelijke cluster van handelszaken aanwezig. Net zoals beide stationsomgevingen en het Sterrenbos, is ook het Europaplein een kernondersteunende locatie.

- De commerciële activiteiten rondom het plein kunnen **behouden** blijven.
- In geval van (nieuwe) activiteiten moet steeds de **complementariteit** met het kernwinkelgebied van De Pinte gewaarborgd worden.
- Gelet op de nabijheid van de school zal er een aanzienlijke hoeveelheid passage zijn die enerzijds gecapteerd kan worden op het Europaplein zelf en anderzijds kan doorverwezen worden naar het kernwinkelgebied van De Pinte.

In de praktijk betekent dit dat ondernemers binnen de kernondersteunende zone bepaalde beleidskeuzes sterker zullen ervaren dan ondernemers die buiten deze zone vallen. Enerzijds zal het meer ingrijpend beleid voor de kernwinkelgebieden hier niet of minder van toepassing zijn. Anderzijds zullen voor de kernondersteunende zone beleidskeuzes gemaakt worden die zeer locatiegericht zijn.

- Bv. het Europaplein is omwille van de nabijheid ten aanzien van De Pinte-centrum en van de school een ideale broedplaats voor starters om een concept uit te testen (en eventueel door te stromen naar het kernwinkelgebied van De Pinte).
- Bv. het Europaplein is een kleine cluster binnen de gemeente die behouden moet worden om verdere versnippering van het aanbod tegen te gaan. Door in te zetten op het behoud van deze cluster zal deze locatie voor ondernemers niet alleen aantrekkelijker, maar ook meer duurzaam worden.

□ Kernondersteunende zone Europaplein

Kaart 7 – Kernondersteunende zone Europaplein



Afbakening op straatniveau

Straat	Nummers
Europaplein	1-8
Polderdreef	9 & 11

Visie kernzone Zevergem – Deelgemeente Zevergem beschikt over een (woon)kern, maar bevat – in verhouding met de andere kernen – weinig commerciële activiteiten. Bijgevolg is het niet wenselijk om Zevergem ook te voorzien van een kernaafbakening.

De principes die gepaard gaan met een kernaafbakening zijn niet of (zeer) moeilijk toepasbaar op de kern van Zevergem. Het implementeren van deze principes zal op termijn tot een onwerkbaar situatie leiden.

Daarom is gekozen om te spreken van een kernzone Zevergem die samenvalt met de afbakening “Art. 1” van het RUP Zevergem-Scheldedorp: artikel 1 - Zone voor wonen binnen de cultuurhistorische dorpskern. Dit recente RUP omvat verschillende deelgebieden die gepaard gaan met enkele beperkingen ten aanzien van wonen en verwante activiteiten (handel; horeca; kantoren, diensten en vrije beroepen; socio-culturele en recreatieve voorzieningen).

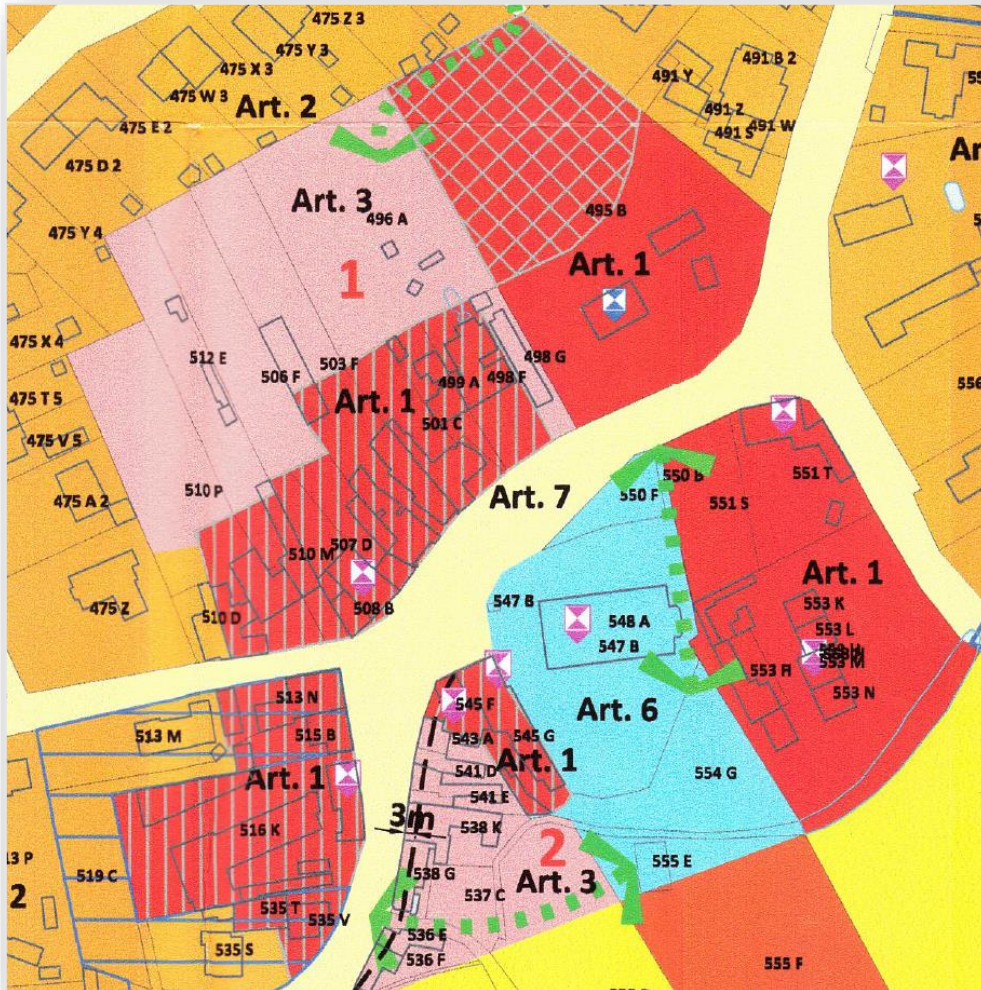
Dit RUP voorziet enkel ruimte voor handel binnen Art. 1. In de andere zones is handel uitgesloten als activiteit waardoor de afbakening van het kerngebied zich zal beperken tot de zone van Art. 1.

Binnen dit gebied kunnen de bestaande commerciële voorzieningen behouden worden en kunnen nieuwe commerciële activiteiten zich vestigen (mits ze conform het RUP zijn). Rekening houdend met de toelichting zoals opgenomen in Art. 1: “Grootschalige handelsfuncties en feestzalen zijn niet wenselijk in de kern van Zevergem. Een kleinschalig restaurant of café inpasbaar in de woonomgeving en zonder hinder (mobiliteit, geluid, ...) is daarentegen toegestaan.” (pg. 11).

In het kader van kernversterkende acties zal deze kern ook opgenomen worden in de planning. De beleidsimplicaties zoals omschreven bij de kernwinkelgebieden van Nazareth, Eke en De Pinte zijn eveneens van toepassing op de kernzone van Zevergem, maar zijn gebonden aan de principes van het RUP. Dit betekent dat acties zoals kerstverlichting, thematische inkleding, koop lokaal campagnes, ... kunnen uitgewerkt worden voor de kernzone Zevergem. Andere beleidsimplicaties zoals het voorzien van extra ruimte om te ondernemen zijn ook van toepassing, maar gebonden aan de principes van het RUP.

□ Kernzone Zevegem

Kaart 8 – Kernzone Zevegem



Bron: zone Artikel 1. Stedenbouwkundige voorschriften RUP "Zevegem – Scheldedorp". Gemeente De Pinte (30 mei 2022).

En wat als een handelszaak of onderneming niet in de winkerkern is gelegen? – Ten slotte is het heel belangrijk mee te geven aan de lokale handelaars dat **ondernemen buiten de kernwinkelgebieden nog steeds mogelijk en dus toegelaten is.**

Evenwel worden (startende) ondernemers in eerste instantie aangetrokken naar de kernwinkelgebieden. Het ondernemen wordt er aangemoedigd via het voeren van een lokaal economiebeleid. En dit omwille van eerdergenoemde redenen. De impact van het beleid en de acties zijn dan ook het meest zichtbaar in de kernwinkelgebieden.

1.2.3 Actie 2: visie op de gewestwegen N35 en N60

De N35 en N60 vormen samen met de E17 een verkeersdriehoek rondom Nazareth-De Pinte. Beide gewestwegen zijn een cruciale verkeersader van en naar de gemeente. Langsheen deze wegen bestaat de mogelijkheid tot commerciële ontwikkeling.

In het analysesdeel werden de (commerciële) ontwikkelingsmogelijkheden van beide gewestwegen in kaart gebracht. Daaruit bleek al snel dat (1) er een zeer beperkte hoeveelheid ruimte beschikbaar is waar commerciële ontwikkelingen mogelijk zijn en (2) dat deze mogelijkheden ingeperkt worden door de verschillende ruimtelijke uitvoeringsplannen (RUP's) die van kracht zijn.

Met het oog op het vrijwaren van de handelskernen van Nazareth-De Pinte en het (altijd) aanwezige mobiliteitsvraagstuk wil dit detailhandelsplan de principes van de RUP's herbevestigen. **Het is onwenselijk om op beide gewestwegen (extra) ruimte te voorzien voor grootschalige detailhandel. De aanwezige handelszaken kunnen uiteraard blijven en – conform het RUP waarbinnen ze vallen – uitbreiden indien nodig.**

Dialogoog met buurgemeenten

Gewestwegen zoals de N35 en N60 stoppen niet bij de gemeentegrenzen, maar lopen door. Het gevolg hiervan is dat nieuwe commerciële ontwikkelingen mogelijk zijn nabij de gemeentegrenzen van Nazareth-De Pinte. Dergelijke ontwikkelingen kunnen eveneens een negatief effect hebben op de omliggende kernen (Nazareth en Eke) en de verkeersdoorstroming. Kortom, voor (de kernen van) Nazareth-De Pinte zullen er lasten zijn en voor de buurgemeente lusten.

Om dergelijk scenario te vermijden is een dialoog met de buurgemeenten noodzakelijk. In het geval van Nazareth-De Pinte zal vooral de dialoog met Gavere belangrijk zijn. Op de grens tussen Nazareth-De Pinte en Gavere is er nu al een kleine clustering van retailactiviteiten en bestaat de kans dat deze cluster verder zal uitbreiden. Een ongecontroleerde doorgroei zal druk zetten op de N60 (verkeersdoorstroming en -veiligheid) en op de omliggende kernen van Eke en Gavere. Voor de andere buurgemeenten is dat risico er nagenoeg niet (zie deel 1 – Analyse).

1.2.4 Actie 3: herontwikkeling Makro-site

De laatste actie die onder het thema ruimtelijke economie valt, is gericht op de Makro-site. Momenteel is deze site niet meer in gebruik, maar zijn de eerste stappen gezet voor een herontwikkeling⁴. Gelet op de ligging van deze site – nabij de N60 - en de schaal ervan (+50.000 m²) is de toekomst van deze site van groot belang voor het welzijn van dit beleidsplan.

De Makro-site is gelegen op het bedrijventerrein Eke. In het meest ideale scenario zal deze site herontwikkeld worden om terug ruimte te bieden aan bedrijvigheid en niet meer aan retailactiviteiten.

⁴ <https://www.tijd.be/ondernemen/vastgoed/willy-naessens-en-colruyt-investeren-600-miljoen-euro-in-transformatie-makro-sites/10629077.html>

Om de herontwikkeling van de Makro-site evenwel maximale kansen te geven, kan er wel (in beperkte mate) ruimte voor retail (of detailhandel) voorzien worden. Er kan een handelsruimte voorzien worden die gekoppeld (en ondergeschikt) is aan een productiegegeven.

Er kan in beperkte mate, ruimte voorzien worden voor een grotere handelsruimte, maar dan met een invulling die hoofdzakelijk (of zelfs uitsluitend) gericht is op de omliggende bedrijvigheid.

Op die manier zal een potentiële retailactiviteit geen nefaste effecten hebben op de handelskernen van de gemeente en geen verkeersinfarct veroorzaken op het bedrijventerrein. Een volledige herontwikkeling met de focus op retail is met andere woorden uitgesloten binnen dit beleidsplan.

2. Themagerichte strategie

De beleidsvisie voor detailhandel en horeca omvat een streven om commerciële ruimte te behouden en te versterken waar dat wenselijk is, maar ook om deze op bepaalde locaties bewust te ontmoedigen. In het eerste hoofdstuk bespreken we daarom de afbakening van de kernen en het beleid rond de steenwegen.

In het tweede hoofdstuk onderzoeken we hoe we het lokaal commercieel aanbod kunnen versterken of minstens behouden, en hoe een ondernemingsvriendelijk beleid te voeren. Elke actie is verder opgesplitst in subthema's en aangevuld met succesvolle casussen uit andere steden en gemeenten ter inspiratie.

2.1 Actie 4: kernversterking

De tweede bouwsteen van dit actieplan focust op kernversterking. Deze overkoepelende term omvat een brede waaier aan thema's die allemaal terug te brengen zijn tot de verschillende handelskernen van Nazareth-De Pinte. Vanuit deze basis kunnen de diverse thema's en acties concreet worden uitgewerkt en vormgegeven.

Uiteraard kunnen de vele acties niet los van elkaar worden gezien. Integendeel, **verschillende acties versterken elkaar**: aanpakken van de leegstand, voeren van een startersbeleid, verbeteren van de interne en externe communicatie, uitwerken van een beleid gericht op 'citymarketing', inzetten op beleving in de kernwinkelgebieden, stimuleren van samenwerking tussen bestuur/administratie en ondernemers, verbeteren van de mobiliteit en van de communicatie eromheen.

In het **voorstel van actieplan** voor detailhandel worden de acties voorzien van een of meerdere voorbeelden uit andere steden of gemeenten. Deze voorbeelden dienen vooral ter inspiratie en het is aan het lokaal bestuur Nazareth-De Pinte om deze voorbeelden verder te verkennen. Naast inspirerende voorbeelden is in bijlage een subsidiewijzer opgenomen: voor de uitvoering van sommige acties kan beroep gedaan worden op financiële ondersteuning vanuit het Oost-Vlaamse provinciebestuur (overzicht november 2025).

2.1.1 Beleving

Het eerste thema onder kernversterking is beleving. Beleving kan zich op verschillende manieren vertalen naar de praktijk.

- Met beleving doelen we voornamelijk op de **consumentenervaring** (inwoners, klanten, bezoekers en pendelaars) in een kernwinkelgebied. Een aantrekkelijke en/of aangename winkelomgeving zal niet alleen consumenten aantrekken, maar ze mogelijks ook meer (of sterker) binden.
- Beleving heeft **ook een positief effect op de ondernemers**. Ten eerste omdat er meer consumenten aangetrokken kunnen worden naar de kernwinkelgebieden. Ten tweede omdat een aangename (winkel)kern een gezond ondernemersklimaat met zich meebrengt: een hogere retentie van aanwezige ondernemers en meer aantrekking van potentiële/startende ondernemers.

Op het vlak van beleving zijn er zowel nieuwe kansen als bestaande initiatieven. Het bestuur kan bijkomende acties verkennen om de beleving verder te versterken, terwijl lopende initiatieven die succesvol blijken, best behouden blijven — en waar mogelijk zelfs opgeschaald worden.

Inkleding straatbeeld

Het inkleden van het straatbeeld is een vaste waarde in elk beleidsplan. Op basis van onze eigen expertise, voorbeelden uit andere steden en gemeenten en de input van de ondernemers zijn er heel wat mogelijkheden voor Nazareth-De Pinte.

Vooraleer we enkele suggesties formuleren, is het belangrijk te benadrukken dat **de inrichting van het straatbeeld steeds doordacht moet gebeuren. Een open dialoog met de aanwezige ondernemers is daarbij essentieel.** Tegelijk moet het overzicht van alle belevingselementen bewaakt worden. Overdaad moet vermeden worden: een teveel aan prikkels kan bezoekers afschrikken en maakt het moeilijk om individuele elementen nog te onderscheiden. Dit leidt tot een visuele mengelmoeie die haar betekenis en impact verliest.

Voor Nazareth-De Pinte zijn de volgende belevingsacties aangewezen.

- Aanbrengen van een overspanning of vlaggen in de kernwinkelgebieden om het straatbeeld op te fleuren, maar ook om het kernwinkelgebied visueel zichtbaar te maken (consumentengeleiding).
 - *Voorbeelden:*
Nazareth-De Pinte: beachflag ‘Koop Lokaal’ (© foto: lokaal bestuur Nazareth-De Pinte).
Deinze: de winkelstraten in het centrum zijn overspannen met een banner ‘Winkelplezier begint hier’ (© foto: lokaal bestuur Deinze).
Berlare: bevlagging ‘Mag het een beetje meer zijn’ in de vier kernen van de gemeente om lokaal winkelen nog meer te stimuleren en de winkelstraten visueel te onderscheiden van de andere straten (© foto: Geert De Rycke).



- Als alternatief voor een overspanning kan er verder ingezet worden op de bloemenkransen zoals die er momenteel zijn in het centrum van De Pinte. Dergelijke straatelementen zorgen niet alleen voor een vergroening van het straatbeeld, maar brengen ook sfeer met zich mee.
 - *Tijdens het participatiemoment toonden de ondernemers zich bijzonder enthousiast over deze straatelementen/bloemenkransen en waren grote voorstander van een verdere uitrol.*
- Voorzien van een thematische inkleding van de kernwinkelgebieden naargelang het seizoen en/of feestdag (bv. Valentijn, Pasen, ...). Hierbij moet het lokaal bestuur inzetten op duurzame en herbruikbare materialen, zodanig dat een eenmalige aankoop meerdere jaren kan meegaan.
 - *Voorbeeld: het centrum van De Pinte werd reeds thematisch ingekleed.*
 - *Voorbeeld: Dendermonde: thematische inkleding van het centrum (Oude Vest): Valentijn, Moeder- en Vaderdag, Halloween.*
- De inkleding van het straatbeeld kan ook gepaard gaan met een verdere vergroening. Het toevoegen van meer groenelementen – mits goed onderhoud – zal steeds tot een warmere winkelomgeving leiden
 - *Voorbeeld: Ronse: project ‘Shoppen in ’t groen’. Het lokaal bestuur Ronse kocht bloempotten, de ondernemers kochten planten, om zo meer groen te creëren in de winkelstraten van Ronse-centrum.*

Netheid straten en winkelomgeving

Een propere en goed onderhouden winkelomgeving draagt vanzelfsprekend bij aan een aangename sfeer, wat op zijn beurt het ondernemersklimaat binnen de gemeente versterkt. Het onderhoud van straten, fiets- en voetpaden en het aanwezige groen valt daarbij hoofdzakelijk onder de verantwoordelijkheid van het lokaal bestuur.

Het lokaal bestuur kan niet alles zelf oplossen of voorzien. Daarom is het aangewezen om proactief en constructief in te zetten op betrokkenheid van inwoners en passanten. Via gerichte bewustwordingscampagnes kunnen ook zij een waardevolle bijdrage leveren — zowel op het vlak van zwerfvuil (zoals sigarettenpeuken en verpakkingsplastic) als op het vlak van mobiliteit (zoals verder toegelicht in dit plan).

- *Voorbeeld: Nederland: stickers aan de winkelvitines: ‘Ik houd onze straat schoon. Buiten is van ons allemaal’.*
- *Voorbeeld: Nazareth: sigarettenkokers aan het gemeentehuis in Nazareth.*



Regio Nazareth

© VRT NWS

Openbare toiletten

Tijdens het tweede ondernemersoverleg werd herhaaldelijk gewezen op de afwezigheid en beperkte toegankelijkheid van openbare toiletten, evenals op het gebrek aan duidelijke aanduiding ervan. Hoewel dergelijke voorzieningen buiten de directe scope van het detailhandelsplan vallen, **dragen ze wel degelijk bij aan de algemene sfeer en toegankelijkheid van een handelskern.**

In het kader van dit beleidsplan wordt daarom aanbevolen om: (1) de bestaande openbare toiletten in kaart te brengen en (2) hun zichtbaarheid te vergroten via gerichte bewegwijzering in de straten en informatiedeling, bijvoorbeeld via de gemeentelijke website.

Organiseren evenementen

Evenementen zijn onmisbaar voor de beleving in de kernwinkelgebieden. Of het nu gaat om een jaarmarkt, braderij, koopzondag of kerstmarkt — dergelijke activiteiten zetten de handelskernen op de kaart, trekken bezoekers en klanten aan, brengen het lokaal aanbod op een aantrekkelijke manier onder de aandacht.

Ook bij deze actie is een open dialoog met de ondernemers van essentieel belang. Ten eerste moeten evenementen zoveel mogelijk synergie creëren met het regulier aanbod, zonder dit te verstikken. Ten tweede hebben dergelijke activiteiten vaak een impact op de bereikbaarheid van de kern, waardoor duidelijke communicatie naar zowel ondernemers als consumenten aangewezen is. Ten derde biedt de dialoog met ondernemers een waardevolle basis voor evaluatie: wat verloopt goed of minder goed? Welke optimalisaties zijn mogelijk? Kan elke stakeholder zijn of haar rol opnemen?

Een constructieve uitwisseling van ideeën en ervaringen draagt bij aan meer draagvlak en een duurzamer evenementenmodel.

Kerkplein Eke

Het kerkplein van Eke vormt een strategische locatie binnen het kernwinkelgebied. Enerzijds biedt het belangrijke parkeermogelijkheden, anderzijds heeft het plein het potentieel om visueel en functioneel bij te dragen aan de uitstraling van de handelskern. Op basis van de eigen expertise én de input van lokale ondernemers is een herwaardering van dit plein dan ook essentieel om de aantrekkelijkheid en toegankelijkheid van het kernwinkelgebied te versterken.

Bij die herwaardering moeten de parkeerfaciliteiten idealiter behouden blijven. Het wegnemen van deze faciliteiten zal enkel voor meer parkeerdruk zorgen voor de omliggende straten en bij uitbreiding de kern, wat het ondernemersklimaat en de toegankelijkheid van deze kern niet ten goede zal komen.

Bij de herwaardering moet ook aandacht uitgaan naar het verfraaien van dit plein. Momenteel ligt dit plein er eerder troosteloos bij, waardoor het weinig sfeer creëert. De herinrichting van het kerkplein in Nazareth-centrum kan dienen als modelvoorbeeld voor de herwaardering.

2.1.2 Startersbeleid

Een belangrijk onderdeel van kernversterking is het aantrekken van nieuwe (en/of startende) ondernemers. Nieuwe handelszaken, concepten, producten, diensten, ... zullen een handelskern aantrekkelijker maken voor de consument, maar ook voor de ondernemers zelf.

Verschillende acties binnen dit plan zullen indirect een positief effect hebben op starters. Zo zal een bestuur dat vlot en nauw samenwerkt met haar ondernemers, een positieve uitstraling hebben op geïnteresseerde ondernemers. Naast dergelijke acties zijn er ook enkele acties mogelijk die specifiek gericht zijn op starters en dus een direct effect genereren.

Startersbrief

De opmaak en invoering van een startersbrief vormt een laagdrempelige en waardevolle eerste actie.

Deze brief fungeert als welkomstdocument waarin het lokaal bestuur startende ondernemers wegwijs maakt in de gemeente. Relevante informatie zoals het aanspreekpunt voor lokale economie, de bedrijvengids, de gemeentelijke cadeaubon (en hoe men zich kan aansluiten), alsook de bestaande handelsverenigingen en overlegmomenten, worden hierin gebundeld.

Dergelijke informatie is essentieel om ondernemers een vlotte en geïnformeerde start te bieden. De gemeentelijke gegevens kunnen bovendien aangevuld worden met relevante provinciale en Vlaamse informatiekanalen voor ondernemers.

De inhoud van dergelijke brief bevat informatie die idealiter ook een vaste plek krijgt op de gemeentelijke website. Ook voor reeds gevestigde ondernemers kan deze informatie belangrijk zijn en hoe toegankelijker deze informatie, des te meer ze geraadpleegd kan worden.

- *Voorbeeld: Nazareth: elke startende ondernemer in Nazareth krijgt een onthaalbrief, dit kan worden opgeschaald naar de fusiegemeente.*
- *Voorbeeld: Lievegem: sinds het najaar van 2023 ontvangt elke startende ondernemer in Lievegem een welkomstbrief, ondertekend namens het schepencollege. De contactgegevens van deze starters worden verzameld via het gegevensdelingsplatform MAGDA (Digitaal Vlaanderen).*

Startersbrochure

Uitgebreider dan een startersbrief, kan ook een startersbrochure worden opgemaakt. Ter aanvulling van een gemeentelijke webpagina met allerhande nuttige informatie.

- Voorbeeld: Nazareth: brochure voor startende ondernemers op te schalen op niveau van de fusiegemeente.
De brochure ‘Wegwijs in Nazareth’ biedt ondernemers een eerste kennismaking met de bedrijvenzones en kernwinkelgebieden zoals omschreven in het detailhandelsplan. Naast algemene tips bevat de brochure ook een overzicht van relevante informatie over bijvoorbeeld vergunningen, retributies en gemeentelijke dienstverlening. Zo krijgen ondernemers snel inzicht in het lokaal ondernemersklimaat en de praktische zaken die bij een opstart komen kijken.



© Lokaal bestuur Nazareth-De Pinte

Investeringsbrochure

Om ondernemers aan te trekken, is het belangrijk dat Nazareth-De Pinte haar troeven uitdraagt. De centrale vraag “Waarom zou je als ondernemer starten in Nazareth-De Pinte?” verdient een duidelijk antwoord. Dit kan via een investeringsbrochure waarin de sterke punten van de gemeente — zoals ligging, bereikbaarheid, ondernemersklimaat en ondersteunende initiatieven — overzichtelijk en aantrekkelijk worden gepresenteerd.

In zo een brochure kan het bestuur Nazareth-De Pinte aangeven wat het allemaal te bieden heeft inzake begeleiding/ondersteuning, subsidies, welke ondernemersverenigingen actief zijn, ...). Zo een investeringsgids heeft tegelijk mee over welke troeven de gemeente beschikt om te ondernemen.

- Wat is het klantenpotentieel van de gemeente (bv. samenstelling van de bevolking)
- Wat is het spreekwoordelijke gat in de markt? Welke producten, diensten of concepten ontbreken nog in de gemeente?
- Wie zijn de collega-ondernemers?

– Voorbeelden: investeringsgidsen van Diksmuide en Merelbeke



© Lokaal bestuur Diksmuide



© Lokaal bestuur Merelbeke-Melle

Netwerking

Een sterker weefsel onder de ondernemers kan tot een groter engagement en/of samenwerking leiden.

Startende ondernemers in contact brengen met de gevestigde ondernemers en/of het lokaal bestuur is een belangrijke en waardevolle stap. Een **netwerkevent** kan aangewend worden om het lokaal economiebeleid en de gemeentelijke medewerkers voor een bredere groep van ondernemers voor te stellen. Bovendien – en vooral – is het een mogelijkheid voor de lokale ondernemers om elkaar beter te leren kennen.

Netwerken kan worden gecombineerd met een **infosessie**. Op zo een vormingsmoment is er bijvoorbeeld gelegenheid voor enkele ondernemers om zich voor te stellen aan de andere ondernemers. Dit kan via: een ‘doorschuifstelsel’ (pitchen), waarbij de ondernemers enkele minuten de tijd krijgen om zich aan elkaar voor te stellen; via enkele standen waarbij het product of dienst wordt voorgesteld.

Door deze kennismaking gaan sommige ondernemers samenwerken en acties opzetten. Dit bevordert de sfeer en dynamiek. Minstens even belangrijk is de kennismaking tussen de ondernemers en de medewerkers van het team omgeving – lokale economie. Informatie wordt gegeven over reglementen, beschikbare premies, enzovoort.

2.2 Actie 5: leegstandbestrijding

Gekoppeld aan het startersbeleid is er de leegstandsbestrijding. Leegstand is een blijvend onderdeel van het straatbeeld geworden, maar de negatieve gevolgen ervan moeten zoveel mogelijk worden beperkt. Het ontwikkelen van een actief startersbeleid is daarbij een eerste, zeer belangrijke stap. Door nieuwe ondernemers aan te trekken, kan leegstaande ruimte (idealiter) opnieuw ingevuld worden.

Bij leegstandsbestrijding ligt de nadruk op de kernwinkelgebieden. Juist daar moet leegstand zoveel mogelijk worden voorkomen en aangepakt, omdat de negatieve impact er het meest zichtbaar en voelbaar is. In de aanpak hanteren we het “principe van de wortel en de stok”: een combinatie van stimulerende en bestraffende maatregelen.

2.2.1 Bestickering leegstaande panden

Leegstaande handelspanden hebben vooral visueel een negatief effect op de omgeving. Door middel van het aanbrengen van stickers op de vitrines kan dit effect geminimaliseerd worden. Tegelijkertijd kan je via de bestickering informatie meegeven aan potentiële ondernemers: de kenmerken van het pand (winkelvloeroppervlakte, indeling van het pand), mogelijke invulling (wat mist de gemeente nog), contactgegevens van het team lokale economie en/of van het immokantoor. Of je kan ook op een eerder ludieke manier het ondernemerschap aanmoedigen via bijvoorbeeld het aanbrengen van een spiegelende folie en de tekst “Zie jezelf als ondernemer in dit pand”.

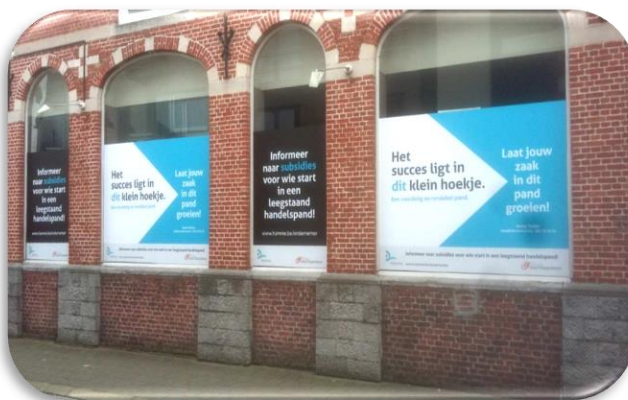
- Voorbeelden: zowel in Dendermonde, Zele als Hamme worden stickers aangeplakt op lege vitrines. Het ‘vervuilend effect’ van een leegstaand handelspand wordt weggewerkt, tegelijk weet de geïnteresseerde ondernemer wie te contacteren.



© Lokaal bestuur Dendermonde



© Lokaal bestuur Zele



© Lokaal bestuur Hamme

2.2.2 Pop-up

Het pop-up concept voor ondernemers is geen onbekende methode in het Vlaamse winkellandschap. Door een pop-up reglement uit te werken en hier ruchtbaarheid aan te geven, **kan het lokaal bestuur niet alleen leegstand bestrijden maar ook ondernemers aantrekken**. Een pop-up gaat traditioneel door in een leegstaande ruimte en geeft ondernemers de kans om een concept uit te testen. In een ideale wereld is dergelijke ‘test’ voldoende om door te stromen naar een definitieve handelsvestiging in de gemeente.

Een belangrijk aandachtspunt is de **complementariteit van pop-ups ten opzichte van de reguliere economie**. Pop-upconcepten moeten zoveel mogelijk een aanvulling vormen op het bestaande aanbod, en niet als versturende factor optreden. Vooral in de zomermaanden zien we vaak tijdelijke horecaconcepten die – ondanks goede bedoelingen – een negatieve impact hebben op de gevestigde horeca. Ondanks de goede bedoelingen kan dit een averechts effect hebben.

- *Voorbeeld: Ninove: lokaal bestuur Ninove heeft een leegstaand pand in het centrum gekocht, dat nu is ingericht als start upwinkel: potentiële ondernemers kunnen er hun concept testen aan een sterk verlaagde huurprijs. Op deze manier is een leeg winkelpand in het centrum opnieuw gevuld én maken geïnteresseerde ondernemers kennis met het winkelpubliek van Ninove: <https://www.ninove.be/start-upwinkel>*
- *Voorbeeld: Beveren: wedstrijd ‘Pop-up’: ondernemers die een pop-up wilden starten in een leegstaand winkelpand in Beveren (‘BV POP-UP’-project), konden meedingen via een wedstrijd voor een huurcontract van minstens vier maanden en een geldprijs van 2.000 euro. De ondernemers konden beroep doen op de Kringwinkel om hun meubilair tegen een voordelig tarief te huren.*
- *Voorbeeld: Leuven: lokaal bestuur Leuven gaf tijdens de coronaperiode een creatieve invulling aan zes lege vitrines, als onderdeel van de campagne ‘Beleef Het In Leuven’.*
- *Voorbeeld: Vilvoorde: in 2015 vulden handelaars de etalages van lege panden, met als doel van de Leuvensestraat in Vilvoorde opnieuw een aangename winkelstraat te maken.*

Draaiboek en pop-up reglement – Welke stappen te doorlopen en hoe een juiste match vinden tussen een pop-up ondernemer, een handelspand en de eigenaar?

- *Voor de praktische aanpak verwijzen we naar het [draaiboek voor tijdelijke invullingen](#).⁵*
- *Voorbeeld: Destelbergen: [pop-up reglement voor horeca](#)*

⁵ Werkboek ‘Van inventaris leegstand tot pop-up. Provincie Oost-Vlaanderen. April 2022.

Pop-up etalage – In het verlengde van een pop-up of bestickering kan de leegstaande vitrine ook benut worden. Het bestuur kan in overeenstemming met de eigenaar van het pand, de vitrine van een leegstaand pand laten invullen door andere aanwezige ondernemers. De ondernemers krijgen aldus een ‘extra’ vitrine waarin zij als collectief hun goederen/diensten kunnen promoten. Door middel van deze tijdelijke en gedeelde invulling, wordt een lege vitrine onttrokken aan het straatbeeld, wordt extra promotie gevoerd en tegelijkertijd een aangenaam winkelgevoel gecreëerd.

- *Voorbeeld: Kruisem en streekintercommunale Solva: verhuur etalage leegstaand handelspand ‘Moderna’*

Premie pop-up – Deze premie wordt toegekend om beginnende ondernemers te stimuleren een tijdelijke winkelruimte te openen. Een pop-up premie biedt de ondernemers de kans om een concept in de praktijk te testen, zonder de financiële en contractuele verplichtingen die gepaard gaan met een permanente vestiging. De premie is bedoeld om de opstartkosten, zoals huur en inrichting, gedeeltelijk te compenseren.

- *Voorbeeld: Lebbeke: van 1 maart 2022 tot 31 december 2025 kent het college van burgemeester en schepenen van lokaal bestuur Lebbeke een premie toe voor het vestigen van een pop-up handelszaak op het grondgebied van de gemeente. aanvraag premie pop-up handelszaak*

2.2.3 Dialoog met eigenaars

Een essentiële partner bij de behandeling van commerciële leegstand is de eigenaar van het lege pand. Het overleg met de eigenaar moet er finaal toe leiden dat de gemeentelijke administratie gerichte acties kan ondernemen om de leegstand weg te werken. Op zoek gaan naar én in overleg gaan met de eigenaars legt bovendien de basis voor een langdurige relatie tussen de administratie en de eigenaars.

Het is zeer interessant en nuttig om het toekomstperspectief van een pand te kennen.

- Door de **dialoog** aan te gaan met eigenaars en/of immokantoren verzamelt de administratie heel wat informatie over het betreffende pand. Deze dialoog kan rechtstreeks gebeuren en/of eventueel via een bevraging. Los van het gekozen medium, moet er ingegaan worden op zaken zoals: de reden van leegstand, de toekomstplannen van de eigenaar met het pand, de huurprijs, hebben er zich al ondernemers aangeboden, waarom is het nog niet tot een invulling gekomen, zijn er renovatieplannen, enzovoort.
 - Bij de dialoog, wederom los van het medium, moet ook ingezet worden op het **sensibiliseren** van de eigenaars. Hoe meer zij zich bewust worden van de negatieve impact van de leegstand, hoe waarschijnlijker het wordt dat zij zullen ingrijpen. Daarbij moet zeker ook aandacht gaan naar het onderhouden van de panden. Bevuilde of verwaarloosde panden zijn een doorn in het oog voor de klanten en voor de gevestigde handelaars. Net en proper onderhouden panden dragen bij tot de uitstraling van de winkelstraat én interesse vanwege potentiële ondernemers. Al te vaak wordt de uitstraling van leegstaande panden vergeten, met langdurige/structurele leegstand tot gevolg.
- *Voorbeeld: Merelbeke: lokaal bestuur Merelbeke heeft een korte bevraging uitgevoerd bij de eigenaars van langdurig en/of structureel leegstaande handelspanden.*

Aan deze dialoog kunnen ook **financiële incentives** gekoppeld worden: als een eigenaar mee wil werken voor en/of denken aan een nieuwe invulling, kan hij/zij buiten de leegstandsheffing vallen. Ook wanneer de eigenaar zal investeren in het betreffende pand, en dus de nodige renovatiewerken uitvoert, kan tijdelijke vrijstelling van leegstandsbelasting worden toegekend. In het omgekeerde geval zal de leegstandsheffing meteen ingevoerd worden.

- *Voorbeeld: Sint-Niklaas: het lokaal bestuur Sint-Niklaas zal in de toekomst deze dialoog meer en beter aangaan. Het bestuur wil afstappen van ‘enkel en alleen’ leegstandsheffing en wil, samen met de eigenaars, streven naar een positief verhaal.*

2.2.4 Matchmaking ondernemers en eigenaars (en/of pand)

Potentiële ondernemers en eigenaars kunnen via een actie fysiek worden samengebracht, waarbij het bestuur als een soort matchmaker kan optreden. Bij voorkeur gebeurt dit in samenwerking met de immomakelaar. De eigenaar polst naar de interesse en verwachtingen vanwege de ondernemer, de ondernemer krijgt op zijn/haar beurt de mogelijkheden van het pand te zien.

- *Voorbeeld: Aalst: lokaal bestuur Aalst richt ‘Immo Cupido’ in. Er wordt niet alleen een overzicht gegeven van alle leegstaande handelspanden in Aalst, de startende ondernemer heeft ook een ‘date’ met een van de medewerkers van de dienst Economie: <https://aalst.be/nieuws/vind-de-perfecte-ruimte-voor-jouw-onderneming-op-immo-cupido>*
- *Voorbeeld: Menen: lokaal bestuur Menen brengt eigenaars van lege panden en geïnteresseerde ondernemers samen: <https://www.menen.be/etalage-aanbieden-invullen>*

2.2.5 Financiële incentives

Ten slotte **kan het bestuur, indien het budget dit toelaat, financiële incentives voorzien — zowel stimulerend (de ‘wortel’) als ontmoedigend (de ‘stok’).**

Verhuispremie – Met deze premie wil het bestuur ondernemers verleiden om zich – bij voorkeur – in de kernwinkelgebieden te vestigen. Een ondernemer die van buiten de kernwinkelgebieden naar een kernwinkelgebied trekt zou aanspraak kunnen maken op zo een premie.

- De hoogte van de premie en/of de gehanteerde formule (of regels) kan het bestuur zelf bepalen.
 - De premie kan ook ruimer toegankelijk zijn (buiten de kernwinkelgebieden), maar dan wel wanneer de toegekende premie in de kernwinkelgebieden hoger is dan die voor de niet-kernwinkelgebieden.
 - Bij het opstellen van het reglement betreffende de verhuispremie moet goed nagedacht worden over het type handelszaak er wel/niet in aanmerking komt.
- *Voorbeeld: Sint-Niklaas: de verhuispremie heeft als doel bestaande ondernemers, die aansluiten bij de gewenste ondernemers- en belevingsmix, te stimuleren om hun zaak te verplaatsen van buiten het focusgebied naar het focusgebied of naar de dorpskernen van de deelgemeenten: <https://www.ondernemeninsintniklaas.be/premies-en-subsidies/verhuispremie>*

Renovatiepremie – Sommige lege panden voldoen echter niet aan de huidige normen, scoren slecht als het gaat over netheid, inrichting en duurzaamheid. Waardoor de verkoop- of verhuurbaarheid van deze panden daalt, naarmate ze langer leegstaan. De renovatiepremie kan hier soelaas bieden.

- Overleg tussen het bestuur en de eigenaar hoe het pand economisch aantrekkelijk te maken is in deze context zeker een optie. Dit kan eventueel gepaard gaan met advies via een externe partner over de toegankelijkheid van het pand, optimale ruimte-indeling, heldere vitrines, enzovoort.

Starterspremie – In het kader van het startersbeleid kan ook een starterspremie voorzien worden om nieuwe ondernemers aan te trekken en hen een duwtje in de rug te geven.

- Ook hier moet de focus op de kernwinkelgebieden liggen. Daarbuiten kan ook maar onder dezelfde voorwaarden zoals omschreven bij de verhuispremie.
 - Voorbeeld: *Buggenhout: bedoeling van de starterspremie in Buggenhout is nieuwe handelszaken aan te trekken in de afgebakende winkelgebieden in het centrum van Buggenhout, in Opdorp en in Opstal: <https://www.buggenhout.be/starterspremie>*

Leegstandsheffing – Naast de talrijke premiemogelijkheden is er ook een repressieve maatregel zoals de leegstandsheffing. Deze heffing moet van toepassing zijn op de kernwinkelgebieden van de gemeente, aangezien leegstand daar maximaal bestreden moet worden.

Om de slagkracht van deze maatregel te verhogen, is het wenselijk om de leegstandsheffing progressief in de tijd te maken. Bij een progressie leegstandsbelasting stijgt het bedrag van de heffing naarmate het pand langer leegstaat.

- Aanvullend op deze restrictieve maatregel kan het lokaal bestuur wel de nodige flexibiliteit voorzien: indien een eigenaar (of ondernemer) initiatief toont om tot een nieuwe invulling te komen, maar hier desondanks niet in slaagt, kan hij/zij voor het eerste jaar een vrijstelling van de leegstandsheffing bekomen.
- Aanvullend is het voor de invoering van deze maatregel essentieel om in dialoog te gaan met de collega's vanuit andere gemeentelijke diensten. Een afstemming i.v.m. de gehanteerde definities rond leegstand en bijhorende inventarisatie is noodzakelijk om (juridische) problemen te voorkomen.

2.3 Actie 6: bereikbaarheid kernen

Kernversterking en mobiliteit zijn nauw met elkaar verbonden. Hoe beter een dorpskern bereikbaar is — via verschillende vervoersmiddelen zoals fiets, openbaar vervoer en auto — hoe aantrekkelijker ze wordt voor inwoners, bezoekers/klanten en ondernemers.

Voor het gemeentebestuur van Nazareth-De Pinte zijn er enkele concrete acties die uitgevoerd kunnen worden. Eén daarvan is reeds vermeld: **de herwaardering van het kerkplein in Eke**, een belangrijke stap in het versterken van de lokale beleving en bereikbaarheid.

2.3.1 Blauwe zone Nazareth-centrum

De vraag naar de invoering van een blauwe zone – en controle daarop – was reeds aanwezig in het vorige detailhandelsplan. Die actie is nog niet uitgevoerd en wordt in het geactualiseerde beleidsplan herhaald.

Op basis van de gesprekken met de ondernemers is de invoering nog steeds een concrete wens, maar wil men ook het parkeerplan verder optimaliseren. De tijdelijke opstelling naar aanleiding van de heraanleg van de Drapstraat heeft nieuwe inzichten (en wensen) met zich meegebracht die gecapteerd kunnen worden in deze actie.

2.3.2 Consumentengeleiding

Een consument die zijn of haar weg niet (of moeilijk) kan vinden, zal afhaken. Daarom is de geleiding van consumenten een essentieel onderdeel van de bereikbaarheid van de kernwinkelgebieden. Met de fusie in het achterhoofd is deze actie des te belangrijk geworden: ook een betere toeleiding van de inwoners/klanten naar de verschillende kernen van de fusiegemeente, is een must.

In het kader van de geleiding zijn er meerdere acties waarop ingezet kan worden.

Bewegwijzering – De geleiding van consumenten begint bij een goede en heldere bewegwijzering over de verschillende delen van een traject en ook op maat van de verschillende vervoersmodi.

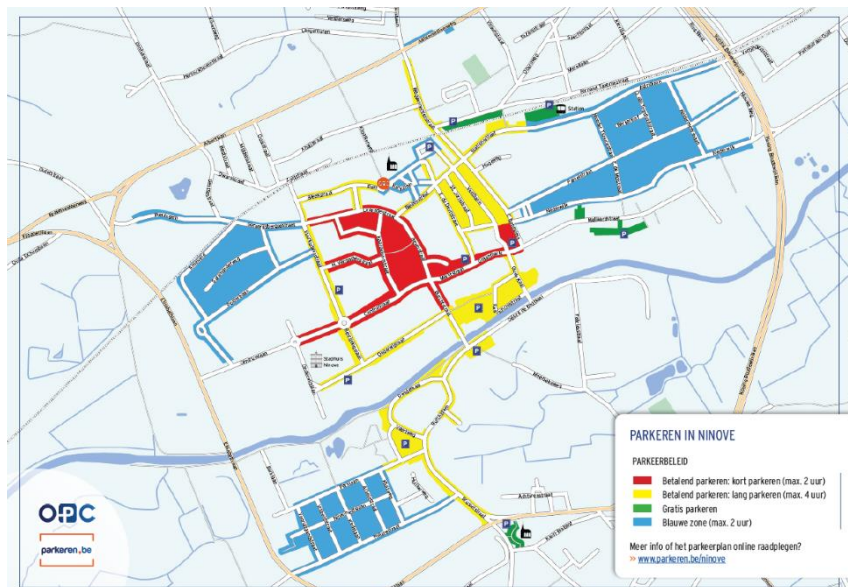
- Automobilisten voorzien van een duidelijke geleiding naar een kern en de parkeerfaciliteiten die gekoppeld zijn aan de kern. De belangrijkste verkeersaders en/of invalswegen moeten de bereikbaarheid van de kern zichtbaar maken.
- De geleiding van fietsers zal grotendeels samenvallen met de geleiding van automobilisten. Aanvullend daarop moet er rekening gehouden worden met de recreatieve component van het fietsverkeer. Heel wat fietsroutes doorkruisen de gemeente en op dergelijke routes moet de geleiding naar de kernen ook duidelijk zichtbaar zijn. Het capteren van dergelijke consumentenstroom wordt vaak vergeten
- Voor voetgangers moet hoofdzakelijk gekeken worden naar de belangrijkste routes die zij nemen (bv. vanaf de parkeerfaciliteiten, vanaf de sporthal/school, ...). Kortom, op die locaties waar het voetverkeer hoog en de link met het centrum sterk is (afstand beperkt).



– Voorbeeld: Lievegem: in Zomergem-centrum vind je aanduidingen hoeveel minuten stappen de dichtstbijzijnde randparking is.

Parkeerplan – Opmaak van een duidelijk parkeerplan en communicatie daarover. Vaak leeft het beeld dat er te weinig parkeerplaats is. Dit probleem is meestal te herleiden tot (1) onwetendheid over de parkeermogelijkheden en/of (2) een correct gebruik van de parkeerfaciliteiten. Door een duidelijk parkeerplan op te maken, wordt aan beide problemen tegemoet gekomen.

- Bij de communicatie over het parkeerplan (of de parkeerfaciliteiten) moet ook ingezet worden op de bewustwording bij de inwoners/consumenten. Een goede rotatie van de parkeerfaciliteiten is noodzakelijk voor de ondernemers en dus is correct gebruik van de parkings essentieel.
 - Voorbeeld: Ninove: het parkeerplan van Ninove is terug te vinden op de gemeentelijk website.



© Lokaal bestuur Ninove

2.3.3 Verkeersveiligheid

Verkeersveiligheid valt niet rechtstreeks onder de bevoegdheid van lokale economie, maar is er wel nauw mee verbonden. Een kern of toegangsweg die verkeersonveilig is, maakt de kern minder aantrekkelijk en moeilijker bereikbaar. Daarom is het essentieel om de verkeersveiligheid in de hele gemeente te verbeteren en knelpunten weg te werken.

Uit de gesprekken met de lokale ondernemers blijkt dat verkeersveiligheid, en in het bijzonder die voor fietsers, een belangrijk aandachtspunt is.

2.3.4 Behoud parkeerfaciliteiten

Tijdens de participatiemomenten gaven de aanwezige ondernemers een zeer duidelijk signaal op het vlak van de parkeerfaciliteiten: “**deze moeten behouden blijven**”. De drie kernwinkelgebieden en ook de kernondersteunende gebieden van Nazareth-De Pinte zijn allen voorzien van een aanzienlijk aantal parkeerplaatsen. De aanwezige parkings maken de respectievelijke zones (zeer) bereikbaar. Bijgevolg treden we de vraag – of de wens – van de ondernemers bij.

Gekoppeld aan het behoud is er uiteraard ook het correct gebruik van de parkeerfaciliteiten. Dit aandachtspunt kwam eerder al aan bod, maar werd ook door de ondernemers bevestigd: het correct gebruik moet beter.

2.3.5 Maatregelen in geval van wegenwerken

Wegenwerken zijn nodig om het openbaar domein en de verkeersinfrastructuur te onderhouden of te vernieuwen. Vaak hebben deze werken een verstorend effect op de lokale economie zoals hinder, verlaagde passage, minder beleving, ... Ingrijpende (wegen)werken en de duurtijd ervan bemoeilijken het ondernemen.

Daartegenover staat dat de administratie een aantal stappen kan zetten om de tijdelijke negatieve impact te minimaliseren. Met de afschaffing van de hinderpremie zijn flankerende maatregelen en een goede opvolging van de wegenwerken des te belangrijker geworden.

Communicatie over wegenwerken – Communiceer op maat in geval van centrumingrepen zoals wegenwerken en verkeersaanpassingen.

- *Voorbeeld: Nazareth: tijdens het tweede participatiemoment prezen de ondernemers zowel de gemeentelijke communicatie-aanpak van de heraanleg van de Drapstraat als het resultaat van de wegenwerken. Bij aanvang van de wegenwerken werd het projectverloop in het gemeentelijk blad 't Magezien gepubliceerd. Op de werf zelf was er een verwijzing inzake bereikbaarheid en veiligheid tijdens de werken.*



Dialoog met de aannemer/werfleider – Wegenwerken beperken zich niet alleen tot de desbetreffende straat of werf. Vaak zijn deze werken ook te voelen in de omgeving (vrachtwagens geparkeerd voor vitrines, werfafspanning, vuil door de werf). Dergelijke verstoring is grotendeels onvermijdelijk, maar de gemeentelijke administratie kan wel in dialoog gaan met de aannemer/werfleider om deze negatieve impact tot een minimum te herleiden. Deze taak wordt opgenomen door de dienst Mobiliteit en Openbare werken. Het is een must ook de deskundige lokale economie te informeren over het verloop van de wegenwerken.

Evenementen – Het lokaal bestuur Nazareth-De Pinte kan ondersteunende acties ondernemen, zoals het organiseren van een tijdelijke campagne (bijvoorbeeld een spaaractie), om consumenten aan te moedigen lokaal te winkelen. Zulke initiatieven trekken niet alleen meer bezoekers aan, maar zorgen ook voor een positieve impuls voor de ondernemers.

- *Voorbeeld: Kruisem: doel van de actie 'De Gouden Klinker' in Kruisem was het belonen van klanten die ondanks wegenwerken toch de moeite deden om te winkelen bij de lokale handelszaken. Dit naar aanleiding van de heraanleg van het centrum van Kruishoutem; de wegenwerken duurden in totaal 22 maanden. Door prijzen te verloten onder de klanten, werd het winkelen bij de getroffen ondernemers aangemoedigd. Deze winkeliers kregen bovendien duidelijke zichtbaarheid tijdens de campagne: via een poster werd de 'handelaar van de maand' gepromoot, diezelfde handelaar mocht de Gouden Klinker een maand in de winkel etaleren: <https://randeevoe.be/artikels2/categorieen/samenleving/de-gouden-klinker/>*
- *Voorbeeld: Gent: gratis shopping shuttlebus: tijdens eindejaar 2024 was er in het weekend een gratis e-shuttle tussen het station Gent-Sint-Pieters en het centrum van Gent. Omwille van de wegenwerken aan de Petercelle-as, kon de tram er niet rijden. Elk kwartier reed er een shuttle, klanten of bezoekers van het centrum hoefden niks te betalen; gewoon opstappen zonder ticket.*

2.4 Actie 7: communicatie

Het communicatiebeleid van de gemeente beïnvloedt alle beleidsdomeinen, waaronder ook lokale economie en detailhandel. **Bij het opstellen of verfijnen van het economisch beleid moet communicatie met, over en voor ondernemers een vaste pijler zijn.** Uit de input van de ondernemers blijkt dat de communicatie met de schepen en de deskundige lokale economie als positief wordt ervaren, al is er steeds ruimte voor verbetering — of voor enkele leuke extra's.

De communicatie met ondernemers zal hoofdzakelijk behandeld worden in het thema over **samenwerking tussen bestuur en ondernemers**. In hetgeen volgt wordt dieper ingegaan op de communicatie over en voor de ondernemers.

Vooraleer we enkele communicatieacties voorstellen, moet het belang van een **overzichtelijk en gestructureerd communicatieplan** benadrukt worden. En dus kan het lokaal bestuur de effectiviteit en het bereik beter opvolgen en aanpassen waar nodig.

Ieder lokaal bestuur, zo ook dat van Nazareth-De Pinte, heeft nood aan dergelijk plan om doeltreffend en efficiënt te communiceren met de verschillende stakeholders. Met zo een plan of strategie:

- is er minder ruis op de verschillende communicatiekanalen (welk medium wanneer in te zetten),
- worden specifieke doelgroepen meer en beter bereikt,
- wordt een overdaad aan communicatie vermeden, waardoor nuttige informatie ook effectief de doelgroep bereikt.

De communicatieacties die we hieronder formuleren staan of vallen dus bij de opmaak van zo een communicatieplan.

2.4.1 Communiceren over de ondernemers (zichtbaarheid)

Het lokaal bestuur van Nazareth-De Pinte beschikt over diverse communicatiekanalen die ingezet kunnen worden om het gemeentelijk aanbod zichtbaar te maken. Daarbij is het belangrijk om de kernwinkelgebieden en het ondernemerschap centraal te stellen, zonder te vervallen in commerciële reclame.

Gelet op de veelheid aan communicatiekanalen zijn er logischerwijze ook enkele concrete acties mogelijk.

Digitale handelsgids

Gift2Give beheert de *KoopLokaalBon*. Een digitaal platform (webshop) is opgemaakt met de lokale ondernemers die de gemeentelijke cadeaubon aanbieden: <https://shop.gift2give.be/nazarethdepinte>

Momenteel beschikt lokaal bestuur Nazareth-De Pinte nog niet over een digitale handelsgids, een eenvoudig overzicht van de aanwezige handelszaken en bedrijven. Dit overzicht wordt aangevuld met relevante informatie zoals contactgegevens, openingsuren, eventueel het logo en uiteraard de locatie van de zaak. De opmaak van dergelijke handelsgids zal de toegankelijkheid van de ondernemers verhogen, geeft deze meer zichtbaarheid en kan het bestuur van gegevens voorzien die het voordien nog niet had.

Om de handelsgids zo actueel mogelijk te houden, opteren we voor een digitale versie. De inhoud verandert vaak en snel, wat vraagt om een flexibel medium. Een digitale gids biedt die flexibiliteit en is daarom het meest geschikt. Bovendien **kan de handelsgids integraal op de gemeentelijke website geplaatst worden**, waardoor het aanbod van de gemeente ook via dat communicatiekanaal duidelijk zichtbaar is.

- Voorbeeld: www.shoppingmerelbeke.be: een volledig overzicht van winkels en bedrijven in Merelbeke-Melle.
- Voorbeeld: <https://www.buggenhout.be/bedrijven>: digitale bedrijvengids van Buggenhout

Gemeentelijke cadeaubon

Om lokaal kopen te stimuleren, is de gemeentelijke cadeaubon niet meer weg te denken. Net als vele andere steden en gemeenten beschikt ook Nazareth-De Pinte over zo'n bon: de **KoopLokaalBon**. Daarmee is een belangrijke eerste stap gezet, maar het is minstens even belangrijk om deze bon actief te promoten en zichtbaar te maken. In dit kader stellen we enkele gerichte acties voor.

- Geef de cadeaubon meer zichtbaarheid in het straatbeeld. Door middel van een eenvoudige raamsticker is duidelijk welke ondernemers de cadeaubon aanvaarden.



- Voorbeeld: [Lievegem](http://www.lievegem.be): met een oogopslag zie je in Lievegem welke winkels en horecazaken de gemeentelijke cadeaubon aanvaarden.

- Communiceer over de handelszaken die de cadeaubon aanvaarden: momenteel is deze informatie beschikbaar op de webpagina van de leverancier van deze bon (*Gift2Give*). Het zou interessanter en meer toegankelijk zijn, moest deze informatie ook op de gemeentelijke website staan: (hoe minder men moet doorklikken, hoe beter).
- Naar aanleiding van de fusie is het aangewezen om de gemeentelijke cadeaubon te promoten met een extra campagne. Een herlancering is zeker zinvol, zowel om inwoners te informeren als om ondernemers actief te betrekken.

Koop lokaal acties

Communicatie over het handelsaanbod en het stimuleren van inwoners om lokaal te kopen, gaan vaak hand in hand. Door middel van ‘koop lokaal’ acties zal er niet alleen meer geconsumeerd worden binnen de gemeente, maar krijgen de ondernemers ook extra zichtbaarheid — wat neerkomt op een vorm van reclame. Tijdens de overlegmomenten met ondernemers werd herhaaldelijk gewezen op het belang van dergelijke acties, waardoor ze een plaats krijgen in dit actieplan.

Concreet hadden de ondernemers van Nazareth-De Pinte veel interesse in de opmaak en uitrol van een **stickerboekactie**. Om het stickerboek te vullen, moeten de consumenten lokaal kopen. Per lokale aankoop kan men dan een stapeltje stickers bekomen. Inhoudelijk kan het stickerboek een portret bieden van de lokale ondernemers — de mensen achter de zaak —, of een stukje gemeentegeschiedenis meegeven. Kortom, een boek dat het unieke karakter van de gemeente en haar ondernemers zichtbaar maakt.

- *Voorbeeld: Sint-Gillis-Waas: ‘Het Sint-Gillisse stickerboek’ met unieke foto’s van de gemeente, van vroeger en nu. Daarmee hebben de handelaars van Sint-Gillis-Waas meer klanten naar hun winkel gelokt lokken. De actie werd afgesloten met een ruilbeurs.*
- *Voorbeeld: Zele: stickeractie ‘De verloren schat van Jan Praet’: per aankoopsticket van minstens 10 euro konden de klanten stickers van Jan Praet verzamelen. Een volledige spaarkaart gaf kans op het winnen van een Zeelse geschenkbond ter waarde van 25 euro.*

Zet de **etalage** in als middel om elkaar te promoten en zo het lokaal aanbod extra zichtbaarheid te geven. Dit kan bijvoorbeeld door elkaars visitekaartjes of folders te tonen, of door actief naar elkaar te verwijzen via affiches of displays in de etalage. Zo kan een kledingwinkel reclame maken voor een nabijgelegen kapsalon, en omgekeerd. Ook startende ondernemers kunnen op die manier een plekje krijgen in de vitrine van een gevestigde zaak.

- *Voorbeeld: Aalst: ‘Supercombiné geeft startende ondernemers zonder eigen locatie de kans om hun producten en diensten te tonen in bestaande handelszaken. Zo ontstaat een verrassende mix van jong talent en vakmanschap, verspreid over meer dan 30 locaties. Denk aan juwelen bij de bakker, truien in de brillenwinkel, wijn in de bloemenzaak en cupcakes in de schoenenwinkel.*

Verdere uitrol publibonnen

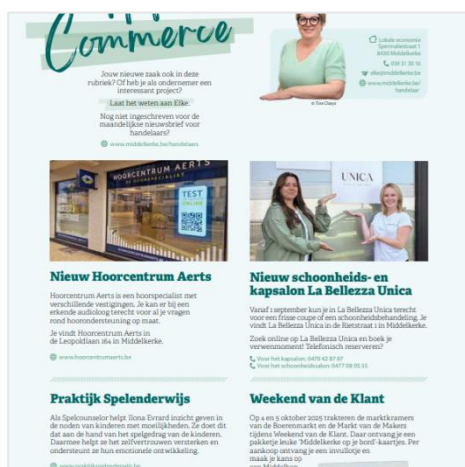
De *Publibox* is een kortingsdoosje dat ook wordt verspreid onder de inwoners van Nazareth-De Pinte. Het bevat aanbiedingen van lokale handelaars, zowel voor fysieke winkels als online. Op deze manier ontvangen de inwoners kortingen, terwijl handelaars op een voordelige manier hun doelgroep kunnen bereiken.

Zowel het lokaal bestuur als de ondernemers pleiten voor een verdere uitrol van deze publibonnen. De lokale handelszaken krijgen meer zichtbaarheid bij de inwoners, zowel bij nieuwe als huidige inwoners. En dus vergroot het klantenpotentieel.

Gemeentelijk infomagazine

Een van de belangrijkste communicatiekanalen van het lokaal bestuur is het gemeentelijk infoblad 't *Magezien*. Ook dit magazine kan aangewend worden om te communiceren over de ondernemers.

- Verschillende lokale besturen hebben een pagina in het gemeentemagazine specifiek rond ondernemerschap. Zo kan er gecommuniceerd worden over nieuwe starters, aankomende acties/events en over het beleid van het bestuur.



– Voorbeeld: Middelkerke: evenementen, startende ondernemers, contactgegevens ambtenaar lokale economie, enzovoort worden gepubliceerd via het gemeentemagazine. Zowel de ondernemers als de bevoegde gemeentelijke dienst “krijgen een smoel”.

© Lokaal bestuur Middelkerke

- Op de ondernemerspagina kan ook de contactinformatie staan van de deskundige lokale economie, wat de toegankelijkheid van het bestuur/de administratie kan verbeteren.
- Op vraag van de ondernemers kan het gemeentemagazine ook aangewend worden om de verlofregeling tussen ondernemers tijdens de zomermaanden te publiceren. Zo weten de consumenten waar ze in Nazareth-De Pinte kunnen blijven aankopen.
- Sommige besturen voorzien een pagina in het magazine om een ondernemer en zijn/haar verhaal in de kijker te zetten. Wederom is dit geen commerciële boodschap, maar een manier van zichtbaarheid geven en ook een verhaal koppelen achter een handelszaak.



– Voorbeeld: Wilrijk: maandelijks zet het lokaal bestuur Middelkerke een ondernemer in de kijker.

© Lokaal bestuur Wilrijk

Koppeling met andere beleidsdomeinen

Lokale economie vertoont **een sterke samenhang met de beleidsdomeinen recreatie en toerisme**. Voor een effectieve en efficiënte communicatie is het dan ook zinvol om de krachten te bundelen. Zeker omdat Nazareth-De Pinte op het vlak van beleving en toeristische troeven heel wat te bieden heeft.

- Vanuit beide beleidsdomeinen worden verschillende communicatieacties en/of activiteiten opgezet waarbij er een link gelegd kan worden met de lokale economie.
 - Een fietsroutekaart kan bijvoorbeeld gekoppeld worden aan de lokale horeca: waar stap je tijdens je route af voor een hapje en drankje?
- In het kader van toerisme is de koppeling met lokale streekproducten eveneens snel gemaakt.
 - Welke lokale producten zijn de moeite waard om af te zakken naar Nazareth-De Pinte?
- De gemeente beschikt over talrijke recreatieve troeven die nauw verbonden zijn met de lokale economie.
 - Zo is het kernondersteunend gebied Sterrenbos volledig opgebouwd rond deze koppeling. Daarnaast zijn er nog andere recreatieve plekken in Nazareth-De Pinte met een groot consumentenpotentieel, die eveneens kansen bieden voor lokale ondernemers.

2.4.2 Communiceren voor de ondernemers

De communicatie voor ondernemers omhelst **hoofdzakelijk de communicatie die essentieel is voor een ondernemer om zijn of haar zaak uit te kunnen baten**. In het verlengde hiervan hoort ook de communicatie over het beleid van het lokaal bestuur Nazareth-De Pinte.

Duidelijk aanspreekpunt lokale economie

Een aanspreekpunt voor lokale economie – Een duidelijk aanspreekpunt voor lokale economie is essentieel. Ondernemers moeten snel en eenvoudig terecht kunnen bij het lokaal bestuur. Hoe meer moeite ze moeten doen om de juiste persoon te vinden of een antwoord te krijgen, hoe groter de kans op frustratie en misverstanden. Eén herkenbaar aanspreekpunt voorkomt deze problemen en verhoogt de toegankelijkheid van het bestuur.

Tijdens bijvoorbeeld de participatiemomenten en een marktbezoek is gebleken dat de deskundige lokale economie goed gekend is bij de lokale ondernemers en de marktkramers.

Interne communicatie tussen diensten – Ondernemers stellen vaak vragen die buiten het beleidsdomein lokale economie vallen, maar toch bij dat aanspreekpunt terechtkomen. Daarom is een goede interne communicatie tussen gemeentelijke diensten cruciaal. Zo kunnen vragen efficiënt worden doorverwezen en correct beantwoord, zonder dat de ondernemer van het kastje naar de muur wordt gestuurd.

Aandachtspunt bij fusie – In het kader van de fusie is de interne afstemming tussen diensten een belangrijk aandachtspunt. Het is mogelijk dat bepaalde processen nog niet optimaal verlopen. Daarom is het nodig om deze interne werking verder te stroomlijnen, zodat ook de communicatie met ondernemers vlot en professioneel blijft verlopen.

Communicatie over wegenwerken

Communicatie over wegenwerken en over andere infrastructuurwerken kwam eerder in dit detailhandelsplan aan bod, wanneer het ging over maatregelen in geval van wegenwerken. We hernemen nog een aantal voorstellen van communicatie-acties.

- Duidelijke communicatie gericht op de getroffen ondernemers.
 - In eerste instantie moet er een volledig en actueel overzicht zijn van de geplande werken (locatie, duurtijd, toegankelijkheid, ...). In geval van vragen/klachten/problemen moet er steeds een duidelijk aanspreekpunt zijn.
 - In tweede instantie moet er vanuit de administratie een actieve opvolging zijn van de werken. In geval van vertragingen e.d. moet dit meteen gecommuniceerd worden (bijvoorbeeld via mail, WhatsApp). Dit vereist afstemming tussen het team Mobiliteit en Openbare werken, de groendienst en de aannemer/werfleider.
 - In derde instantie is het belangrijk dat de communicatie over de werken uitsluitend over de werken gaat en dus niet wordt opgenomen in een bredere communicatie, of op zijn minst duidelijk zichtbaar is.
- Communicatie naar de inwoners en consumenten: Zij moeten ook voldoende geïnformeerd worden over de bereikbaarheid van de winkels en horeca. Zorg voor een duidelijke toeleiding in de straat.

Communicatie over het gemeentelijk beleid

Het is belangrijk dat het lokaal bestuur het beleid rond lokale economie zo duidelijk mogelijk communiceert. Op die manier weten ondernemers waar ze aan toe zijn, worden realistische verwachtingen gecreëerd en ontstaat er een duidelijk kader voor samenwerking. Transparantie versterkt het vertrouwen en stimuleert betrokkenheid bij het beleid.

Bij het vorige beleidsplan werd dit al goed aangepakt: de gemeente communiceerde het plan actief en plaatste het ook op de website. Dit zorgde niet alleen voor een helder en toegankelijk beleidskader voor lokale stakeholders zoals ondernemers, pandeneigenaars en vastgoedontwikkelaars, maar bood ook intern een referentiepunt voor verdere besluitvorming en afstemming.

- *Voorbeeld: De Panne: lokaal bestuur De Panne informeert haar ondernemers over economiebeleid, subsidiemogelijkheden, nieuwe reglementen, ... via een ondernemersbrief.*



© Lokaal bestuur De Panne

Adressenbestand

Binnen de communicatiestrategie is gerichte, persoonlijke communicatie van groot belang. Om ondernemers rechtstreeks te kunnen bereiken, heeft het lokaal bestuur nood aan een actueel adressenbestand. Hoewel een volledig en foutloos bestand wellicht onhaalbaar is, betekent dit niet dat er geen stappen gezet kunnen worden. Zowel het bestuur als de ondernemers kunnen bijdragen aan het verbeteren en aanvullen van deze gegevens, zodat communicatie doelgerichter en efficiënter verloopt.

Communiceren met elkaar is een gedeelde verantwoordelijkheid. Enerzijds moeten ondernemers die geïnformeerd willen worden zelf het initiatief nemen om zich aan te melden voor de communicatie vanuit het bestuur. Anderzijds kan de administratie op verschillende manieren adressen verzamelen en updaten.

- Aanmeldingspagina op de gemeentelijke website voor startende ondernemers.
- Minstens een keer per jaar een oproep aan ondernemers om wijzigingen in contactadressen door te geven.
- Fysiek adressen ophalen bij evenementen, bijvoorbeeld via invulformulier op een infoavond.
- Jaarlijkse updates op basis van onder andere het VKBO.

2.5 Actie 8: samenwerking tussen bestuur en ondernemers

Het laatste thema van dit actieplan focust op de samenwerking tussen het lokaal bestuur en de lokale ondernemers. Uit de ondernemersmomenten blijkt dat deze samenwerking vandaag al sterk is. Bovendien heeft het bestuur in het kader van de fusie reeds belangrijke stappen gezet om deze relatie verder te verbeteren.

Ondanks de **positieve feedback** en de reeds vlotte samenwerking tussen bestuur en ondernemers, blijven er enkele aandachtspunten bestaan. De ondernemers gaven aan dat bepaalde bestaande initiatieven zeker behouden — of zelfs versterkt — kunnen worden. Het is dus belangrijk om niet alleen te verbeteren waar nodig, maar ook te investeren in wat goed werkt.

Door ondernemers actief te betrekken bij de opmaak en uitrol van het beleid, ontstaat een **breed draagvlak**. Deze betrokkenheid verhoogt de kans op een succesvolle uitvoering van het beleid via concrete acties.

Format van samenwerking in samenspraak met de ondernemer

Samenwerking op maat en met resultaat vereist afstemming van de behoeften/vragen vanwege het lokaal bestuur en de ondernemers. Te vaak verzandt overleg in vrijblijvende gesprekken zonder opvolging. Om dit te vermijden, is het belangrijk dat het bestuur — in dialoog met de ondernemers — een duidelijk format aanreikt voor samenwerking, met heldere afspraken en doelstellingen.

Tijdens de ondernemersmomenten kwamen verschillende aandachtspunten naar voren die richting kunnen geven aan dit format.

- Structurele manier van samenwerking door middel van bv. een **middenstandsraad** met een duidelijke agenda (bv. het detailhandelsplan). Dit structureel orgaan zou instaan voor de opvolging van het lokaal beleid, door als gesprekspartner op te treden en ook mee acties te ontwikkelen.
 - In dit kader kan het lokaal bestuur ook werkingsmiddelen voorzien om zo de samenwerking verder te ondersteunen. Mits een duidelijk kader en verantwoording kan de middenstandsraad deze middelen aanwenden om acties op te zetten.

- **Thematische werkgroepen** zijn tijdelijk en gaan door in functie van bepaald event of actie zoals bv. een spaar- of zomeractie. De werkgroepen zijn met andere woorden zeer concreet: opmaken, uitvoeren, evalueren en eventueel bijsturen van specifieke acties. Na afloop van de actie of het project, wordt de werkgroep stopgezet. Ook voor deze vorm van samenwerking is engagement vanwege de ondernemers nodig, maar omwille van de tijdelijke aard is die voor sommige ondernemers meer behapbaar.
- Naast de middenstandsraad en eventuele oprichting van werkgroepen, is er in Nazareth-De Pinte ook nog de werking van **Econa**. Econa gaat ruimer dan 'handel en horeca', ook belangengroepen van de bedrijventerreinen Nazareth-De Pinte zijn vertegenwoordigd. Econa is eerder gericht op beleid en strategie, adviesverlening over bijvoorbeeld energie, afval en mobiliteit.

Helder beeld van de samenwerkingsmogelijkheden

Econa is momenteel het adviesorgaan voor lokale economie, maar bij ondernemers leeft onduidelijkheid over wat het precies doet, wie erin zetelt en voor wie het bedoeld is. Zo werd ook bevestigd tijdens de participatiemomenten.

Die verwarring is vooral ontstaan door de fusie: voor ondernemers uit De Pinte is Econa een onbekend begrip, en ook in Nazareth en Eke is de rol van Econa niet helder. Daardoor functioneert Econa niet optimaal als brug tussen bestuur en 'alle' lokale ondernemers.

Als het lokaal bestuur van Nazareth-De Pinte de rol van Econa als adviesorgaan wil behouden én het volledige potentieel ervan wil benutten, is het noodzakelijk om de huidige verwarring weg te nemen. Het bestuur moet duidelijk communiceren wat Econa precies doet, wie er deel van uitmaakt en voor wie het bedoeld is.

- Om dit helder te maken, kan het bestuur niet alleen zelf de rol en werking van Econa toelichten binnen het gemeentelijk kader, maar ook gebruikmaken van een getuigenis van een lokale ondernemer die al actief deelneemt aan het overlegorgaan. Zo wordt de werking meer concreet en krijgt Econa een herkenbaar gezicht voor andere ondernemers.

Opmaak jaarkalender met activiteiten

Onder het motto "goede afspraken maken goede vrienden" is het opstellen van een jaarkalender met activiteiten een belangrijke stap. Doorheen het jaar organiseren verschillende lokale stakeholders initiatieven die ondernemers kunnen ondersteunen; een overdaad aan activiteiten kan daarentegen hinderlijk zijn. Een **gezamenlijke jaarkalender maakt het mogelijk om deze activiteiten beter op elkaar af te stemmen**, overlap te vermijden.

Stimuleren ondernemersklimaat

Ten slotte is het belangrijk dat het lokaal bestuur actief inzet op het stimuleren van een gezond ondernemersklimaat. De eerder voorgestelde acties dragen hier al aan bij, maar het is cruciaal om nogmaals te benadrukken dat netwerking een sleutelrol speelt.

Door ondernemers en lokaal bestuur met elkaar in contact te brengen, ontstaan nieuwe samenwerkingen, is er kennisdeling. Netwerking is dus geen bijkomstigheid, maar een essentieel onderdeel van een duurzaam economisch beleid.

Zeker in het kader van de fusie is het zinvol om extra initiatieven op te zetten die ondernemers de kans geven elkaar beter te leren kennen. Een voorbeeld hiervan is een **retailsafari**: een laagdrempelige activiteit waarbij ondernemers op ontdekkingsstocht gaan doorheen de gemeente en elkaars zaak bezoeken. Ondernemers maken kennis met elkaar, wat kan leiden tot nieuwe samenwerkingen en een beter lokaal netwerk.

Uiteraard is er voor de ondernemers zelf ook een belangrijke rol weggelegd. Het bestuur kan samenwerking en netwerking niet afdwingen, maar wel een stimulerend kader aanbieden waarin dit op een natuurlijke en laagdrempelige manier kan ontstaan.

2.6 Actie 9: openbare markten en ambulante handel

Als aanvulling op het reguliere aanbod ("stenen winkels") is er ook een belangrijk aandeel ambulante handel in Nazareth-De Pinte. De **wekelijkse donderdagmarkt in Nazareth** en de **boerenmarkt in De Pinte** zijn vaste waarden die voor veel inwoners.

In het kader van kernversterking en consumentenbinding vormen de openbare markten een cruciale schakel. Ze brengen mensen samen, stimuleren lokaal kopen en versterken de levendigheid van de verschillende kernen. Het lokaal bestuur van Nazareth-De Pinte moet daarom, binnen de beschikbare mogelijkheden, de markten actief ondersteunen. Dit kan via **promotie, logistieke ondersteuning, samenwerking met marktkramers en het creëren van een aantrekkelijke marktbeleving**.

Promotie van de markten

Het lokaal bestuur Nazareth-De Pinte kan inzetten op de promotie van haar markten.

Eenzijds door de donderdagmarkt en boerenmarkt te betrekken in '**koop lokaal**' acties van de gemeente, door deel te nemen aan grotere campagnes zoals de 'Maand van de Markt' (wat reeds het geval is). Acties of campagnes zoals deze stimuleren consumenten om naar de markt te gaan en er te consumeren.

- Bij dergelijke acties moet het bestuur zo veel mogelijk de **kruisbestuiving** tussen de ambulante en reguliere economie stimuleren. Bijvoorbeeld geeft een aankoop op de markt recht op tas koffie bij de lokale horeca. Of omgekeerd, kan een aankoop bij een reguliere ondernemer tot een korting (of promo) leiden bij een marktkramer

Anderzijds kan het bestuur ook rechtstreeks inzetten op de **zichtbaarheid van de markt**: wat heeft de wekelijkse markt te bieden? Hoe kan ik vlot naar de markt komen? Een marktkramer kan in de kijker gezet worden in het gemeenteblad.

Ambulante handel als antwoord op leefbaarheid

Ambulante handel valt hoofdzakelijk samen met de wekelijkse markt en boerenmarkt, maar hoeft zich daartoe niet te beperken. Verschillende gemeenten in Vlaanderen voorzien ruimte voor **ambulante activiteiten doorheen de week – of op een specifieke dag**: een groentekraam op zaterdag, een kippenkraam op zondag, enzovoort. Deze vormen van ambulante handel komen zeer frequent voor en zijn een belangrijk aspect van het leefbaarheidsvraagstuk in sommige kernen en/of gehuchten.

Het voorzien van ruimte voor ambulante handel is een piste die Nazareth-De Pinte zeker kan verkennen. **In woonkernen zoals Zevergem en het gehucht Landuit is er nauwelijks nog commerciële activiteit, waardoor inwoners aangewezen zijn op het aanbod in andere kernen van de gemeente.** Een ambulante voorziening — zoals een mobiele winkel of marktkraam — kan in beperkte mate bijdragen aan de leefbaarheid van deze kernen.

Marktkramers Ann Cocquyt en Jo De Smet staan nu elke zondag voormiddag aan het rondpunt met hun groenten en fruit marktwagen. Je kan verse groenten en fruit kopen tussen 7 uur tot 12:30 uur, wekelijks serveren wij de beste kwaliteit voor jullie! De lokaalmarkt is meer en meer in. Steeds meer en meer mensen verkiezen te winkelen op een lokaalmarkt.

– *Voorbeeld: Oosterzele: in deelgemeente Balegem staat elk weekend een groeten- en fruitkraam ter aanvulling van het zeer beperkte reguliere voedingsaanbod in de kern.*

Verwant aan de ambulante handel is de aanwezigheid van **automaten met voedingsproducten**. Dergelijke voedingsautomaten en soms zelfs automatenwinkels zitten sterk in de lift. Onder meer ingegeven door de toenemende aandacht voor korte keten producten, maar ook door het commerciële potentieel ervan. Het lokaal bestuur van Nazareth-De Pinte kan, indien het dat wenst, ook ruimte voorzien voor dergelijke voorzieningen. Daarbij zijn een aantal aspecten van groot belang.

- De aangeboden goederen in de automaten zijn afkomstig van lokale ondernemers en/of producenten. Ook hier trekken we de koop lokaal lijn door.
- Het bestuur moet een duidelijke visie en reglement hebben voor automaten. Bij de komst van een eerste automaat zullen er meerdere volgen, waardoor een achterliggende strategie/visie noodzakelijk is.
 - Minimale impact op de omgeving: de automaten mogen geen overlast veroorzaken op vlak van geluid, bevoorrading of mobiliteit.
 - Goede bereikbaarheid: de gekozen locaties moeten vlot toegankelijk zijn voor verschillende vervoersmiddelen, zoals te voet, met de fiets of met de wagen.
 - Het aanbod moet inspelen op het leefbaarheidsvraagstuk en dus gericht zijn op dagelijkse basisbehoeften (m.a.w. zou een frisdrankautomaat uitgesloten worden).



– *Voorbeeld: Beveren-Kruibeke-Zwijndrecht: in deelgemeente Verrebroek is een automatenwinkel die hoofdzakelijk voorziet in een dagdagelijks aanbod.*

Bijlage – Subsidiewijzer en nuttige links

Vanuit de Vlaamse overheid worden er in het kader van kernondersteunende maatregelen momenteel geen nieuwe subsidieoproepen gelanceerd. De Vlaamse forfaitaire hinderpremie van € 2.000 wordt afgeschaft vanaf 1 januari 2026. De sluitingspremie, die ondernemingen kunnen aanvragen indien ze gedurende langere tijd moeten sluiten, blijft wel bestaan.

Onderstaande subsidiewijzer beperkt zich dan ook tot provinciale oproepen gelinkt aan kernversterking, lokaal ondernemerschap en mobiliteit.

Subsidies Provincie Oost-Vlaanderen

Provinciale subsidie ter ondersteuning van de detailhandel, middenstand en horeca voor de Oost-Vlaamse besturen

<https://oost-vlaanderen.be/werken-en-ondernemen/ondernemen/subsidies/subsidie-voor-steden-en-gemeenten-voor-de-ondersteuning-van-de-d.html>

Provinciale subsidie voor toeristische evenementen in Oost-Vlaanderen

<https://oost-vlaanderen.be/ontspannen/oost-vlaanderen-ontdekken/subsidie-voor-toeristische-evenementen-in-oost-vlaanderen.html>

Provinciale subsidie voor de promotie van Oost-Vlaamse streekproducten

<https://oost-vlaanderen.be/ontspannen/Oost-Vlaamse%20hoeve-%20en%20streekproducten/subsidie-voor-de-promotie-van-oost-vlaamse-streekproducten.html>

Provinciale subsidies voor projecten die mee worden gefinancierd door de Europese Unie

<https://oost-vlaanderen.be/internationaal-samenwerken/europa/europese-programmas/Subsidie%20voor%20projecten%20die%20mee%20worden%20gefinancierd%20door%20de%20Europese%20Unie.html>

Provinciale subsidies voor duurzame mobiliteit

<https://oost-vlaanderen.be/wonen-en-leven/mobiliteit/subsidies/subsidie-voor-projecten-voor-duurzame-mobiliteit.html>

Provinciale subsidies voor regulier onderhoud van fietssnelwegen

<https://oost-vlaanderen.be/wonen-en-leven/mobiliteit/subsidies/subsidie-voor-regulier-onderhoud-van-fietssnelwegen.html>

Provinciale subsidies voor fietsvoorzieningen op het bovenlokaal functioneel fietsroutenetwerk

<https://oost-vlaanderen.be/wonen-en-leven/mobiliteit/subsidies/subsidie-voor-fietsvoorzieningen-op-het-bovenlokaal-functioneel-.html>

Provinciale subsidies voor fietsvoorzieningen op het lokaal functioneel fietsroutenetwerk

<https://oost-vlaanderen.be/wonen-en-leven/mobiliteit/subsidies/subsidie-voor-fietsvoorzieningen-op-het-lokaal-functioneel-fiets.html>

Provinciale subsidies voor grondinnames van fietssnelwegen

<https://oost-vlaanderen.be/wonen-en-leven/mobiliteit/subsidies/subsidie-voor-grondinnames-van-fietssnelwegen.html>

Bijkomende informatie

Agentschap Innoveren en Ondernemen – Leegstaande of vrijkomende handelspanden en bedrijfsruimten

<https://www.vlaio.be/nl/vlaio-netwerk/leegstaande-vrijkomende-handelspanden-en-bedrijfsruimten>

Info over ambulante handel/markten

<https://oost-vlaanderen.be/werken-en-ondernemen/publicaties/brochure-openbare-markten.html>

<https://www.vvsg.be/werken-en-ondernemen/economie/ambulante-handel>

Reclame langs gewestwegen. Wat is mogelijk, regelgeving en vergunningen

<https://wegenenverkeer.be/veelgestelde-vragen/regelgeving/ik-wil-publiciteit-plaatsen-waarmee-moet-ik-rekening-houden>

Reactiveren van leegstaande bedrijfsruimten

[Inventaris leegstaande en verwaarloosde bedrijfsruimten | \(vlaanderen.be\)](#)

Contactgegevens

Dienst Ondernemen & Innovatie

Provincie Oost-Vlaanderen

32 9 267 86 84

detailhandel@oost-vlaanderen.be