



Visie- en beleidsplan Beveren

2018



Ingrid Schroyens
Pieter De Witte

IDEA Consult NV
Jozef II straat 40
B – 1000 Brussel

T: +32 2 282 17 10
F: +32 2 282 17 15
info@ideaconsult.be

www.ideaconsult.be



INHOUDSTAFEL

1/	Aanleiding van de studie	6
2/	Analyse	7
	2.1 Kwantitatieve analyse	7
	2.2 Kwalitatieve analyse	23
3/	SWOT - analyse	35
4/	Visie: Beveren 2030	39
5/	Strategische doelstellingen	41
6/	Operationele doelstellingen en acties	43
	6.1 Transparante en ondernemingsvriendelijke dienstverlening.	43
	6.2 Inzetten op nieuw, innovatief ondernemerschap.	46
	6.3 Beveren winkeldorp voor alle deelgemeenten	52
	6.4 Vitale deekernen met een eigen positionering	57
	6.5 Geoptimaliseerde uitstraling van en samenwerking op de bedrijventerreinen	59
	6.6 Ruimte voor bedrijvigheid	62



CONTENTS

1/	Aanleiding van de studie	6
2/	Analyse	7
	2.1 Kwantitatieve analyse	7
	2.2 Kwalitatieve analyse	23
3/	SWOT - analyse	35
4/	Visie: Beveren 2030	39
5/	Strategische doelstellingen	41
6/	Operationele doelstellingen en acties	43
	6.1 Transparante en ondernemingsvriendelijke dienstverlening.	43
	6.2 Inzetten op nieuw, innovatief ondernemerschap.	46
	6.3 Beveren winkeldorp voor alle deelgemeenten	52
	6.4 Vitale deekernen met een eigen positionering	57
	6.5 Geoptimaliseerde uitstraling van en samenwerking op de bedrijventerreinen	59
	6.6 Ruimte voor bedrijvigheid	62
Bijlagen		
1/	Vragenlijst enquêtes	65
	1.1. Vragenlijst Handel	65
	1.2. Vragenlijst Bedrijven	80



LIJST VAN FIGUREN

Figuur 1: Tewerkstelling en aantal zelfstandigen in de detailhandel en de horeca in Beveren	7
Figuur 2: m ² netto winkelvloeroppervlakte per productgroep	8
Figuur 3: aantal panden per productgroep	9
Figuur 4: Leeftijd van de leegstand (uitgedrukt in % van het aantal leegstaande panden)	9
Figuur 5: Filialisering in de gemeente Beveren	9
Figuur 6: Verdeling van het detailhandelsaanbod per deelgemeente	10
Figuur 7: Ruimtelijke spreiding van de winkelpunten binnen de productgroep 'Dagelijkse Goederen'	11
Figuur 8: Ruimtelijke spreiding van de winkelpunten binnen de productgroep 'Periodieke Goederen'	12
Figuur 9: Ruimtelijke spreiding van de winkelpunten binnen de productgroep 'Uitzonderlijke Goederen'	13
Figuur 10: Resultaten koopstromenonderzoek voor Beveren per productgroep	14
Figuur 11: Verzorgingsgebied Beveren - Dagelijkse Goederen	14
Figuur 12: Verzorgingsgebied Beveren - Periodieke Goederen	15
Figuur 13: Verzorgingsgebied Beveren - Uitzonderlijke Goederen: In & Om Woning	16
Figuur 14: Verzorgingsgebied Beveren - Uitzonderlijke Goederen: Bruin- en Witgoed	17
Figuur 15: Verzorgingsgebied Beveren - Uitzonderlijke Goederen: Doe-het-zelf	18
Figuur 16: Evolutie van het aantal ondernemingen in Beveren	19
Figuur 17: Relatieve evolutie van het aantal rechtspersonen en natuurlijke personen in Beveren	19
Figuur 18: Evolutie van het aantal jobs en de jobratio in Beveren	20
Figuur 19: Tewerkstelling en aantal inrichtingen per sector te Beveren	21
Figuur 20: Sectorale verdeling van het ruimtegebruik op bedrijventerreinen in Beveren	22
Figuur 21: De 10 grootste bedrijventerreinen in Beveren naar oppervlakte en aantal vestigingen	23



1/ Aanleiding van de studie

“Beveren beschikt over heel wat economische troeven. Deze brengen een sterke dynamiek teweeg die wij als gemeentebestuur ten volle willen benutten.”

Bestuursakkoord Beveren 2013-2018.

Beveren is een economisch sterke gemeente met o.a. een uitgesproken winkelapparaat (‘Beveren, het grootste winkeldorp van Vlaanderen’) en een sterke ondernemersdynamiek op de diverse bedrijventerreinen. Nochtans beschikt de gemeente vooralsnog niet over een uitgewerkt economisch beleidsplan.

Het bestuur wil daar iets aan doen. Samen met de raad voor Lokale Economie die in 2015 werd opgericht, grijpt het de kans om een sterke economische visie te ontwikkelen voor de komende jaren, waarbij o.a. wordt ingegaan op:

- ▶ de detailhandel, met o.a. de afbakening van een kernwinkelgebied;
- ▶ KMO-ontwikkeling;
- ▶ mobiliteit en bereikbaarheid binnen de gemeente;
- ▶ dienstverlening aan ondernemers;
- ▶ samenwerking en kruisbestuiving tussen bedrijven;
- ▶ nieuwe economische dynamiek en verjonging van het ondernemersweefsel;

De lokale economische strategie zal vanzelfsprekend worden afgestemd met de globale visie van het bestuur en deelvisies op verwante domeinen zoals de citymarketingstrategie die op dit moment in opbouw is.





2/ Analyse

De studie start met een uitgebreide analysefase. Dit helpt ons om een goed beeld te vormen van de huidige situatie in Beveren. De analyse bestaat uit een combinatie van kwantitatieve en kwalitatieve analyse. De verschillende stappen die werden doorlopen zullen in dit hoofdstuk worden weergegeven.

2.1 Kwantitatieve analyse

Voor de kwantitatieve analyse maakten we gebruik van de beschikbare data. De analyse werd echter opgedeeld in een analyse van de detailhandel en van de bedrijventerreinen. Deze opdeling houden we ook aan in deze rapportage.

2.1.1 Kwantitatieve analyse van de detailhandel

De Vlaamse provincies samen brengen sinds 2014 jaarlijks een feitenfiche uit per gemeente waarin alle informatie met betrekking tot de detailhandel wordt gebundeld. De resultaten uit dit hoofdstuk werden overgenomen uit deze feitenfiches.

2.1.1.1 Werkgelegenheid in de detailhandel

Onderstaande figuur geeft de tewerkstelling en het aantal zelfstandigen weer voor de sectoren Detailhandel en Horeca in Beveren. Volgens de meest recente data zijn er in het totaal 1.222 mensen werkzaam in de Detailhandel en 643 in de Horecasector.

De detailhandel tekende een groei op van 4% in de periode 2008-2015. Het laatste jaar was er echter een kleine terugval op te tekenen. De positieve evolutie voor de sector in haar geheel verhuld wel twee duidelijk verschillende trends. De tewerkstelling in de sector steeg zeer sterk (+19,7%) maar parallel hieraan ging het aantal zelfstandigen in de sector achteruit met ruim 10%.

Ook in de Horeca zien we twee tegenovergestelde bewegingen die tesamen leiden tot een quasi constant gebleven aantal mensen werkzaam in de sector. In tegenstelling tot de detailhandel steeg het aantal zelfstandigen met 6,7% en verminderde de tewerkstelling met ruim 4%. De daling van de tewerkstelling was tot 2014 echter nog sterker maar het laatste jaar schoot de tewerkstelling opnieuw de hoogte in, vermoedelijk onder invloed van invoering van het witte kassa systeem (verplicht vanaf 2016).

Figuur 1: Tewerkstelling en aantal zelfstandigen in de detailhandel en de horeca in Beveren

Detailhandel	2008	2014	2015	Evolutie
Tewerkstelling	569	693	681	19,7%
Zelfstandigen	606	558	541	-10,7%
Totaal	1 175	1 251	1 222	4,0%
Horeca	2008	2014	2015	Evolutie
Tewerkstelling	371	326	355	-4,3%
Zelfstandigen	270	281	288	6,7%
Totaal	641	607	643	0,3%

Bron: Feitenfiche 2017 o.b.v. RSZ, gedecentraliseerde statistieken per 31/12/2015. RSVZ, statistieken per 31/12/2015..



T.o.v. de VRIND-klasse¹ is het aantal mensen werkzaam in de sectoren detailhandel en horeca bovengemiddeld.

2.1.1.2 Functiemix

Aan de hand van de Locatusdata kan men een gedetailleerd beeld bekomen van de m² netto winkelvloeroppervlakte in Beveren. Onderstaande figuur geeft dit weer. Opmerkelijk is de sterke toename van het aanbod tussen 2008 en 2016. Dit is onder meer te wijten aan de komst van de Warande maar zelfs tussen 2016 en 2017 is er nog ruim 3.000m² netto winkelvloeroppervlakte bijgekomen en dit voor elke productgroep buiten de periodieke goederen. De sterkste toename is er, zowel voor de periode 2008-2017 als voor de periode 2016-2017, voor de leegstand. Vandaag de dag staat namelijk 13,4% van de m² winkelvloeroppervlakte in Beveren leeg. Dit cijfer ligt hoger dan het Vlaamse gemiddelde van ongeveer 10%.

Figuur 2: m² netto winkelvloeroppervlakte per productgroep

Productgroep	2008	2016	2017	Evolutie
Dagelijkse goederen	17 472	21 482	21 877	25,2%
Periodieke goederen	12 523	18 461	17 450	39,3%
Uitzonderlijke goederen	27 511	36 879	39 527	43,7%
Overige detailhandel	1 340	1 802	1 912	42,7%
Leegstand	5 261	11 274	12 519	138,0%
Totaal	64 107	89 898	93 285	45,5%

Bron: Feitenfiche 2017 op basis van LOCATUS (april 2017)

Wanneer we dezelfde oefening herhalen voor het aantal panden per productgroep dan zien we een ander verhaal. Waar de netto winkelvloeroppervlakte zeer sterk toenam, is het omgekeerde waar voor het aantal panden. Dit wil logischerwijs ook zeggen dat de gemiddelde oppervlakte per pand groter is geworden. Dit laatste is in lijn met de algemene trend naar schaalvergroting. Ook nu is er echter een zeer sterke toename van het aantal leegstaande panden. In de periode tussen 2008 en 2017 kwamen er 30 leegstaande panden bij, zes daarvan tijdens het laatste jaar. De totale leegstand in Beveren uitgedrukt in aantal panden is 8,7%.

¹ Vlaamse Regionale Indicatoren oftewel VRIND. Beveren behoort tot de VRIND-klasse 'Kleinstedelijk provinciaal'. In de provincie Oost-Vlaanderen behoren ook Wetteren, Geraardsbergen, Ninove, Temse en Zottegem tot deze klasse.



Figuur 3: aantal panden per productgroep

Productgroep	2008	2016	2017	Evolutie
Dagelijkse goederen	148	135	132	-10,8%
Periodieke goederen	110	81	78	-29,1%
Uitzonderlijke goederen	101	83	83	-17,8%
Overige detailhandel	7	12	12	71,4%
Leegstand	42	66	72	71,4%
Horeca	141	133	139	-1,4%
Cultuur	11	11	11	0,0%
Transport en brandstoffen	60	63	68	13,3%
Ontspanning	8	18	19	137,5%
Diensten	220	209	212	-3,6%
Totaal	848	811	826	-2,6%

Bron: Feitenfiche 2017 op basis van LOCATUS (april 2017)

Op basis van de Locatus data kunnen we eveneens een indicatie geven over de leeftijd van de leegstand. Zoals uit onderstaande figuur blijkt dan zien dat er een duidelijke toename is van het aandeel panden dat structureel leeg staat. Dit zijn dus panden die reeds meer dan 3 opeenvolgende jaren als leegstaand worden geclassificeerd. Dit is geen wenselijke evolutie

Figuur 4: Leeftijd van de leegstand (uitgedrukt in % van het aantal leegstaande panden)

Leeftijd Leegstand	2016	2017	Evolutie
Aanvang (<1 jaar)	45,5%	30,6%	-14,9%
Langdurig (1-3 jaar)	31,8%	31,9%	0,1%
Structureel (>3 jaar)	22,7%	37,5%	14,8%

Bron: Feitenfiche 2017 op basis van LOCATUS (april 2017)

Bekijken we tot slot de filialisingsgraad² in Beveren dan zien we dat anno 2017 iets minder dan een kwart van de winkels behoort tot een formule of keten. Dit percentage is met 3,5% gestegen ten opzichte van 2008. Deze cijfers en de evolutie ervan loopt mooi samen met de Vlaamse gemiddeldes.

Figuur 5: Filialisering in de gemeente Beveren

Filialisering	2008	2016	2017	Evolutie
% Formule	19,7%	24,8%	23,2%	3,5%
% Niet-formule	80,3%	75,2%	76,8%	-3,5%

Bron: Feitenfiche 2017 op basis van LOCATUS (april 2017)

2.1.1.3 Verhouding Kern-Deelgemeenten

Voorgaande cijfers behandelen allen Beveren in haar totaliteit. Er zijn echter duidelijke verschillen tussen de kern van Beveren en de deelgemeenten. Daarom is het aangewezen om ook hier duidelijkheid over te krijgen. Onderstaande figuur geeft dit weer.

² Filialisingsgraad geeft de verhouding weer van het aantal formules ten opzichte van het aantal niet-formules. Locatus beschouwt een winkel als een formule of keten wanneer er 7 of meer vestigingen zijn in Europa.



Figuur 6: Verdeling van het detailhandelsaanbod per deelgemeente

Deelgemeente	Panden	m ² wvo	% leeg (m ²)	% DG (m ²)	%PG (m ²)	%UG (m ²)
Beveren	526	63 705	11,5%	20,6%	26,6%	40,6%
Melsele	131	18 237	14,0%	23,2%	1,8%	53,3%
Kieldrecht	57	5 036	9,2%	37,0%	4,1%	49,7%
Vrasene	53	2 164	29,8%	41,9%	-	28,3%
Haasdonk	46	1 918	5,2%	58,0%	-	36,8%
Kallo	30	615	36,6%	57,7%	-	5,7%
Verrebroek	23	1 610	73,3%	19,6%	-	7,1%
Doel	2	0	-	-	-	-
Totaal	868	93 285	13,4%	23,5%	18,7%	42,4%

Bron: Feitenfiche 2017 op basis van LOCATUS (april 2017)

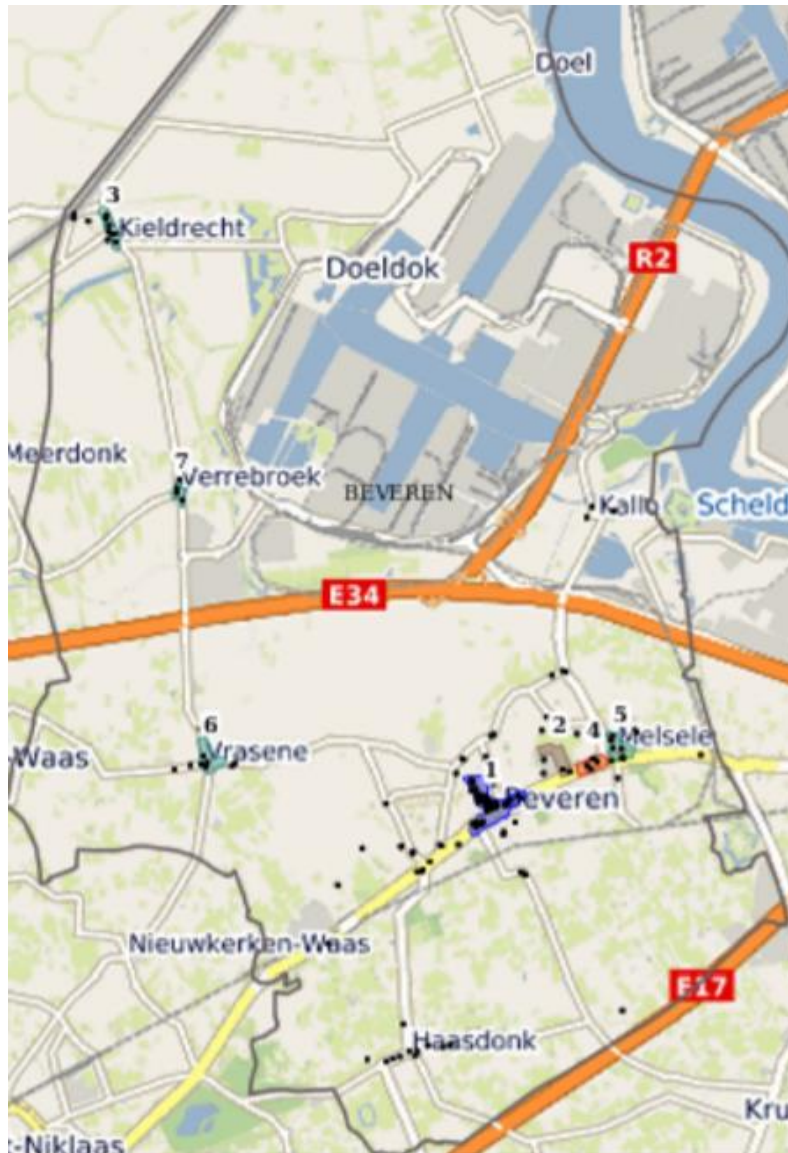
Op basis van deze cijfers kunnen we duidelijk stellen dat het zwaartepunt van de detailhandel in de deelgemeente Beveren te vinden is. Zowel in aantal panden als in aantal m² winkelvloeroppervlakte spant deze deelgemeente de kroon. Dit is weinig verbazend aangezien het centrum inclusief de Warande in deze deelgemeente ligt alsook het Pareinpark. Ruim 60% van het aantal panden en 68% van het aantal m² winkelvloeroppervlakte is gevestigd in Beveren. Op ruime achterstand volgt de deelgemeente Melsele met respectievelijk 15,1% van het aantal panden en bijna 20% van het aantal m² winkelvloeroppervlakte. De overige deelgemeenten vertegenwoordigen elk slechts een fractie van het Beverse aanbod. Samen zijn ze goed voor 24% van het aantal panden en amper 12% van het aantal m² winkelvloeroppervlakte.

Het zwaartepunt van Beveren wordt extra duidelijk bij de periodieke goederen. Enkel in Beveren als deelgemeente is er een aanzienlijk deel van het aanbod ingevuld door deze productgroep, de typische shopping goederen. De overige deelgemeenten zijn hoofdzakelijk ingevuld door dagelijkse goederen en uitzonderlijke goederen. Het aandeel leegstaande m² winkelvloeroppervlakte verschilt sterk per deelgemeente met hoge waarden in Verrebroek, Kieldrecht en Vrasene. Er dient wel opgemerkt te worden dat dit percentages zijn van het aantal m² wvo en niet van het aantal panden.

Uit de feitenfiche kunnen we ook enkele visuele weergaven halen die de spreiding van het aanbod weergeven per productgroep. Deze figuren zijn hieronder weergegeven.



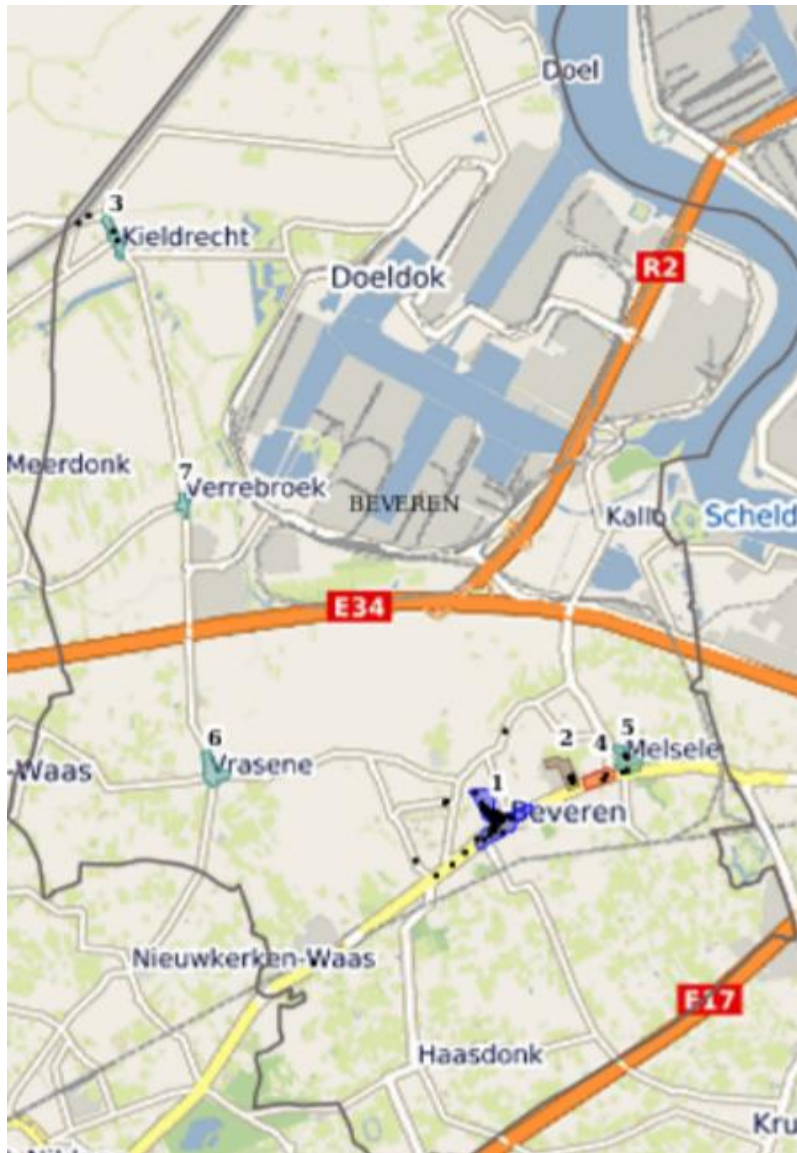
Figuur 7: Ruimtelijke spreiding van de winkelpunten binnen de productgroep 'Dagelijkse Goederen'



Bron: Feitenfiche 2017 op basis van LOCATUS (april 2017)



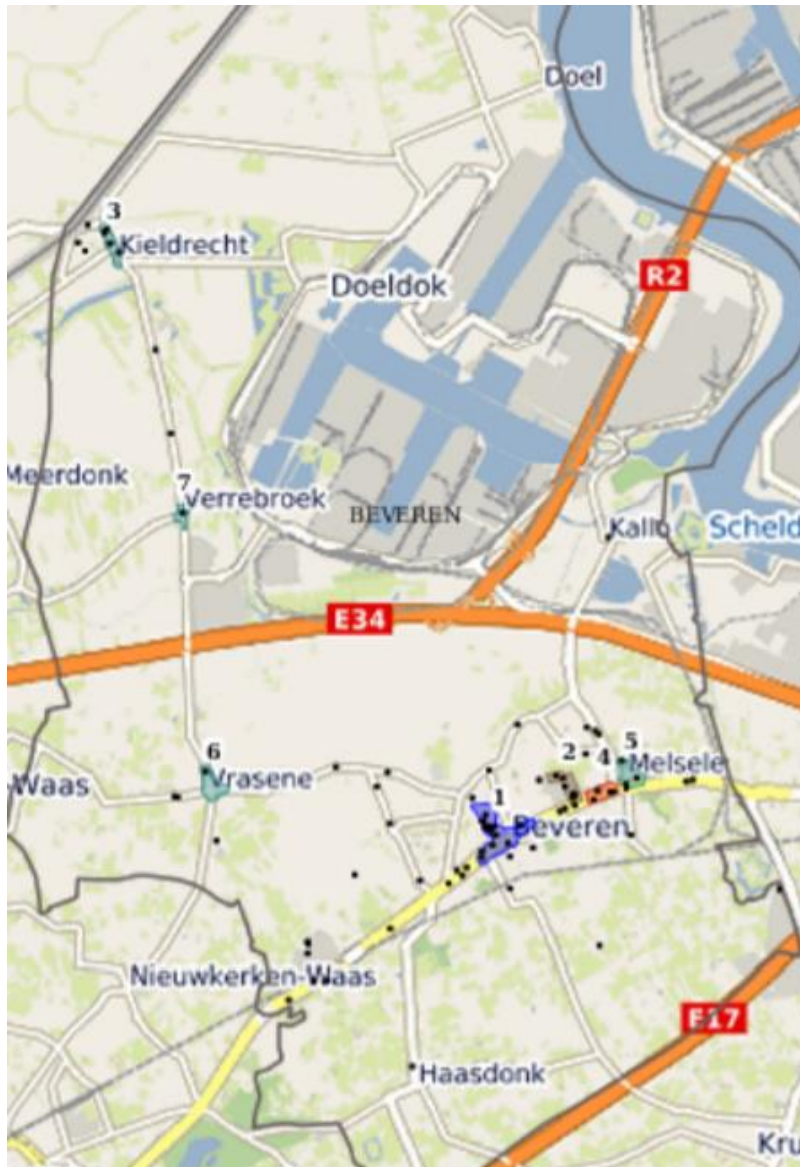
Figuur 8: Ruimtelijke spreiding van de winkelpunten binnen de productgroep 'Periodieke Goederen'



Bron: Feitenfiche 2017 op basis van LOCATUS (april 2017)



Figuur 9: Ruimtelijke spreiding van de winkelpunten binnen de productgroep 'Uitzonderlijke Goederen'



Bron: Feitenfiche 2017 op basis van LOCATUS (april 2017)

2.1.1.4 Koopstromenonderzoek

Als laatste onderdeel van de kwantitatieve analyse van de detailhandel bespreken we de koopstromen uit het koopstromenonderzoek uitgevoerd door de provincie op basis van het RetailCompass.

Vertaald naar aantal FEQ is het verzorgingsgebied van Beveren het grootst voor de productgroep 'Dagelijkse Goederen'. Weinig verbazend komt ook het grootste deel van de consumenten uit de eigen gemeente. Het kleinste verzorgingsgebied is er voor de productgroep 'Bruin & Witgoed'. Het verzorgingsgebied is hier amper 14 616 FEQ groot of relatief ten opzichte van het aantal inwoners amper 30.7%. Voor elk van de productgroepen is het aandeel consumenten uit de eigen gemeente groter dan het aandeel van buiten de eigen gemeente. Dit wijst op het sterke lokale karakter van de detailhandel in Beveren. Enkel voor de productgroep 'In & Om Woning' is het aandeel consumenten van buiten de eigen gemeente groter.



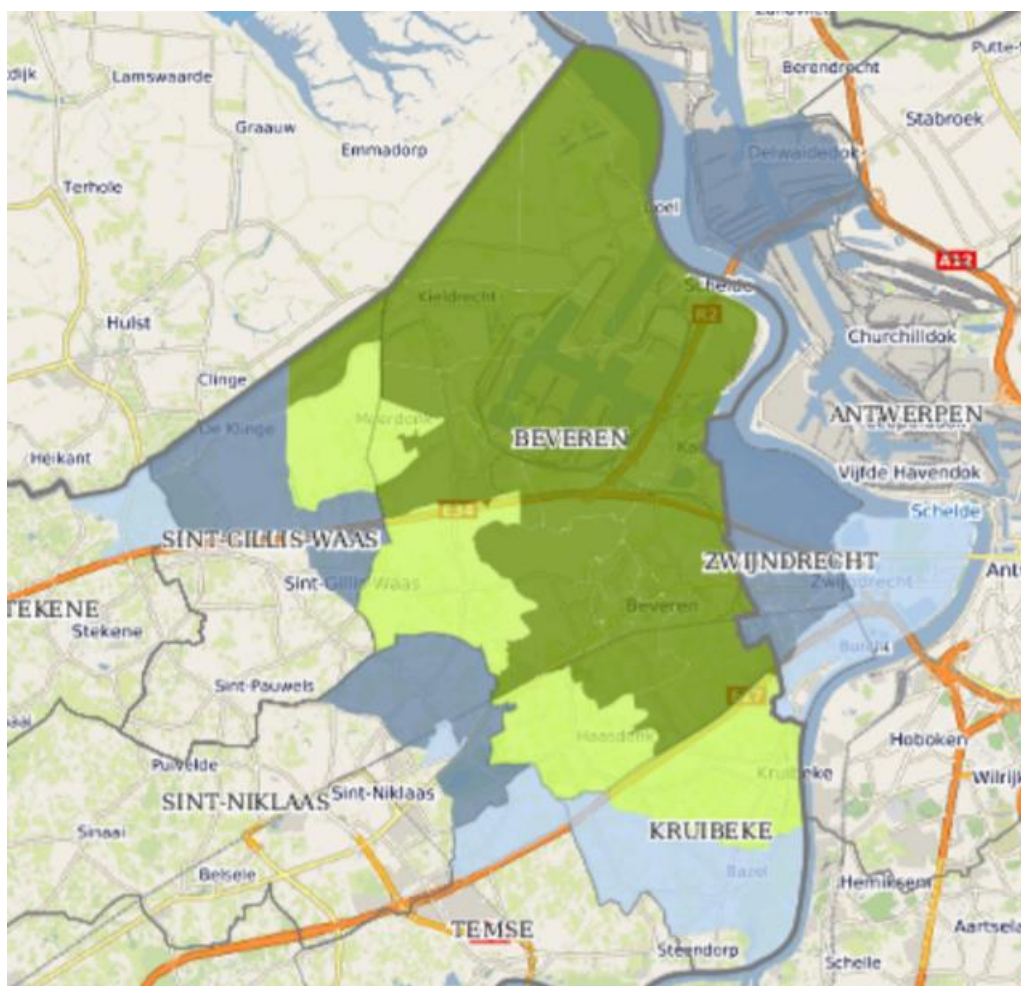
Figuur 10: Resultaten koopstromenonderzoek voor Beveren per productgroep

Productgroep	Verzorgingsgebied (FEQ)	Relatief verzorgingsgebied	Aandeel uit eigen gemeente	Aandeel van buiten eigen gemeente
Dagelijkse Goederen	42 093	88,5%	73,9%	26,1%
Periodieke goederen	30 285	63,7%	58,6%	41,4%
In & Om Woning (UG)	34 337	72,2%	46,1%	53,9%
Bruin- & Witgoed (UG)	14 616	30,7%	62,6%	37,4%
Doe-het-zelf (UG)	36 315	76,3%	66,2%	33,8%

Bron: Feitenfiche 2017 op basis van RetailCompass

In de feitenfiches worden deze verzorgingsgebieden ook ruimtelijk weergegeven. Dit geeft een goede indicatie van de herkomst van de consumenten en de concurrentiepositie van Beveren. De kaarten zijn hieronder opgenomen in het rapport.

Figuur 11: Verzorgingsgebied Beveren - Dagelijkse Goederen

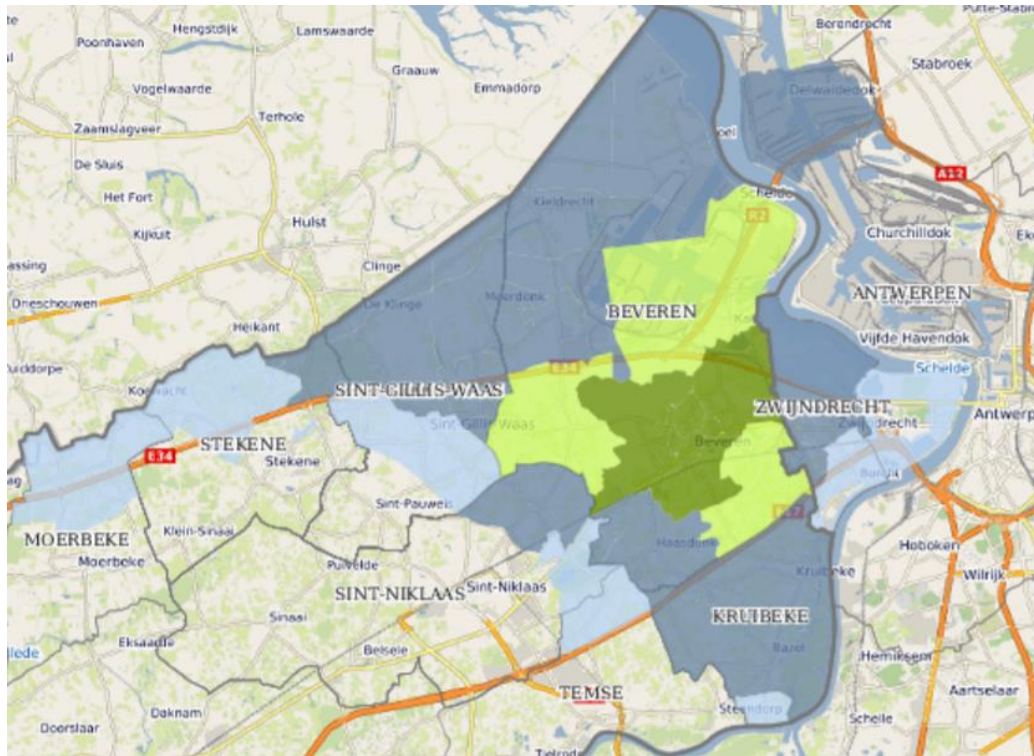


Bron: Feitenfiche 2017 op basis van RetailCompass

Voor de Dagelijkse Goederen is het verzorgingsgebied zeer lokaal. Gezien de aard van de producten is dit weinig verwonderlijk. Van buiten de eigen gemeente worden voornamelijk consumenten aangetrokken uit Kruibeke en Sint-Gillis-Waas.



Figuur 12: Verzorgingsgebied Beveren - Periodieke Goederen

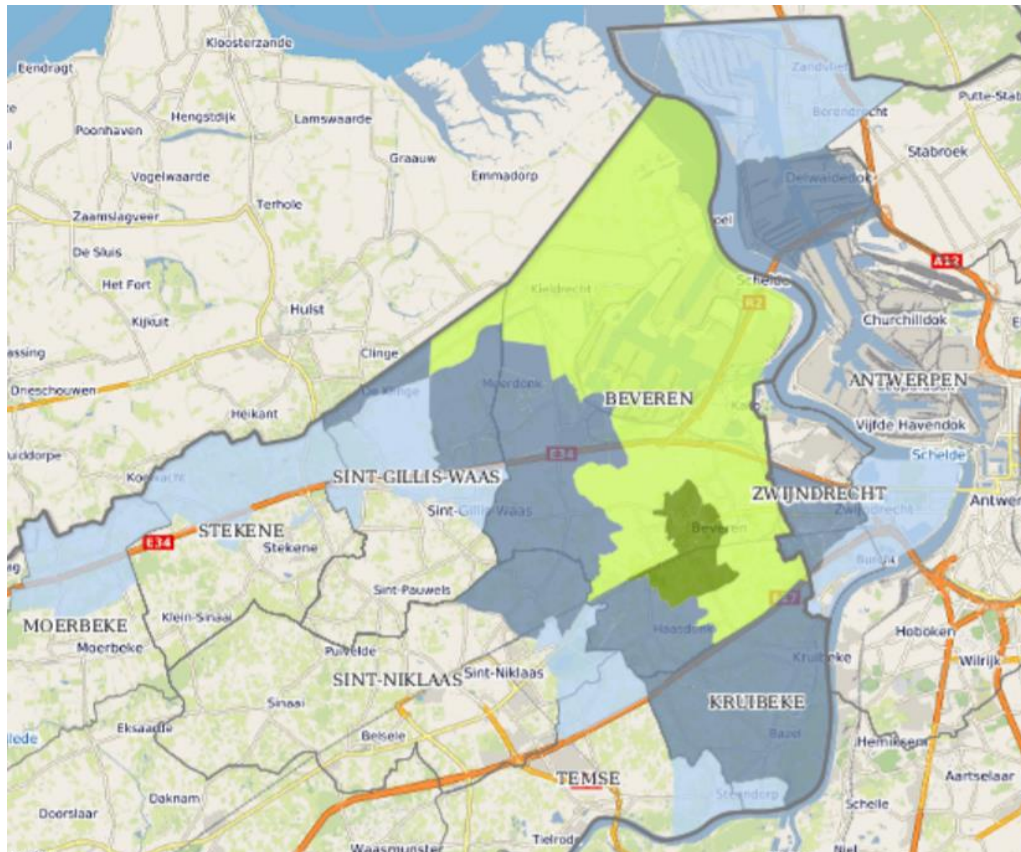


Bron: Feitenfiche 2017 op basis van RetailCompass

Zoals eerder al bleek uit de koopstroomcijfers is het verzorgingsgebied voor de periodieke goederen iets kleiner dan voor de dagelijkse goederen. Opmerkelijk is evenwel dat de gemeente er niet in slaagt om verzorgend te zijn voor de volledige gemeente. Zo slaagt de gemeente er volgens de gegevens uit het RetailCompass slechts beperkt in om de inwoners uit het noorden van de gemeente aan te trekken. Ook nu zijn Kruikeke en Sint-Gillis-Waas de gemeenten waarop Beveren het meeste invloed uitoefent, al is die invloed ook nu kleiner dan voor de Dagelijkse Goederen.



Figuur 13: Verzorgingsgebied Beveren - Uitzonderlijke Goederen: In & Om Woning

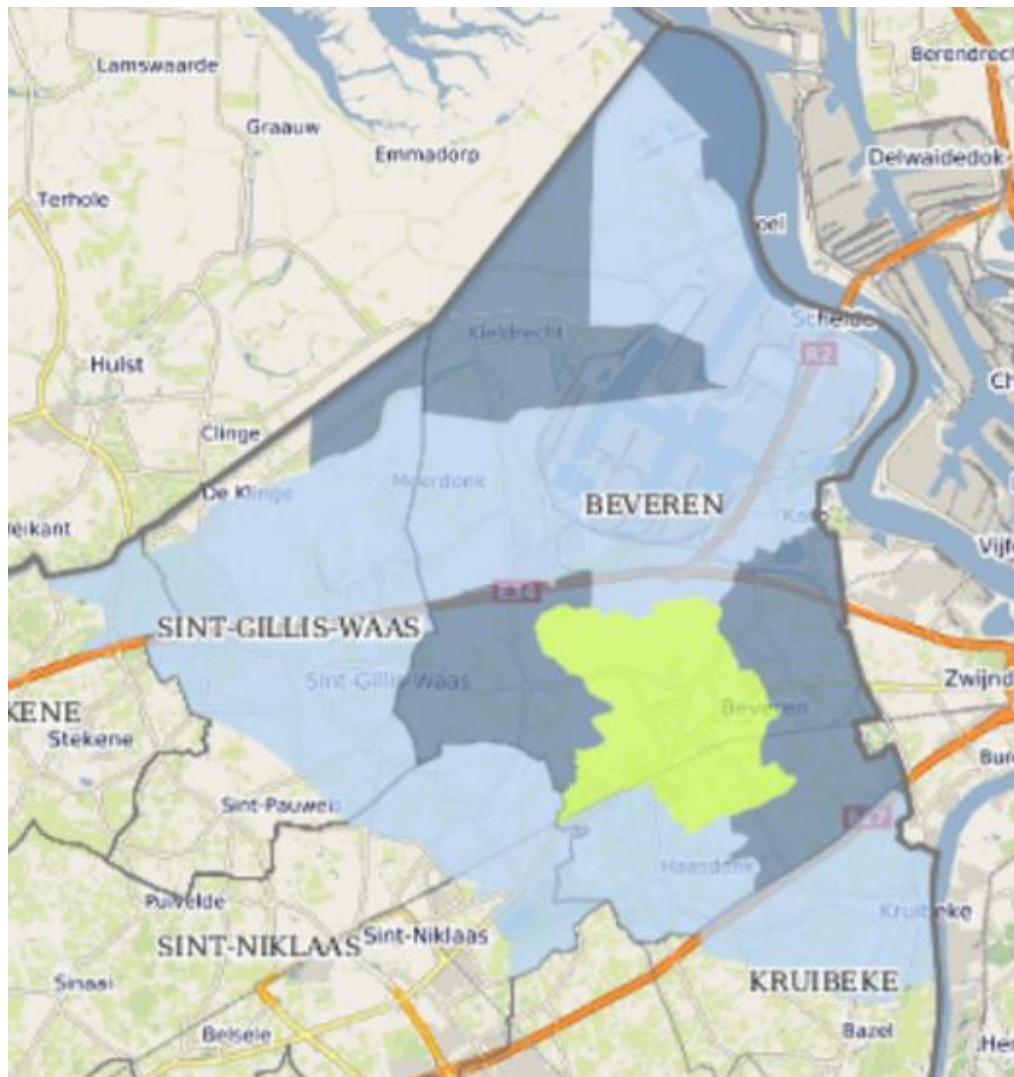


Bron: Feitenfiche 2017 op basis van RetailCompass

Een gelijkaardig beeld voor de productcategorie In & Om Woning (Uitzonderlijke Goederen). Ook nu is er een gedeelte van de eigen gemeente die slechts beperkt gebonden is aan de eigen gemeente. Aanvullend is er een beperkte aantrekkings op de buurgemeenten met in de eerste plaats Kruibeke.



Figuur 14: Verzorgingsgebied Beveren - Uitzonderlijke Goederen: Bruin- en Witgoed

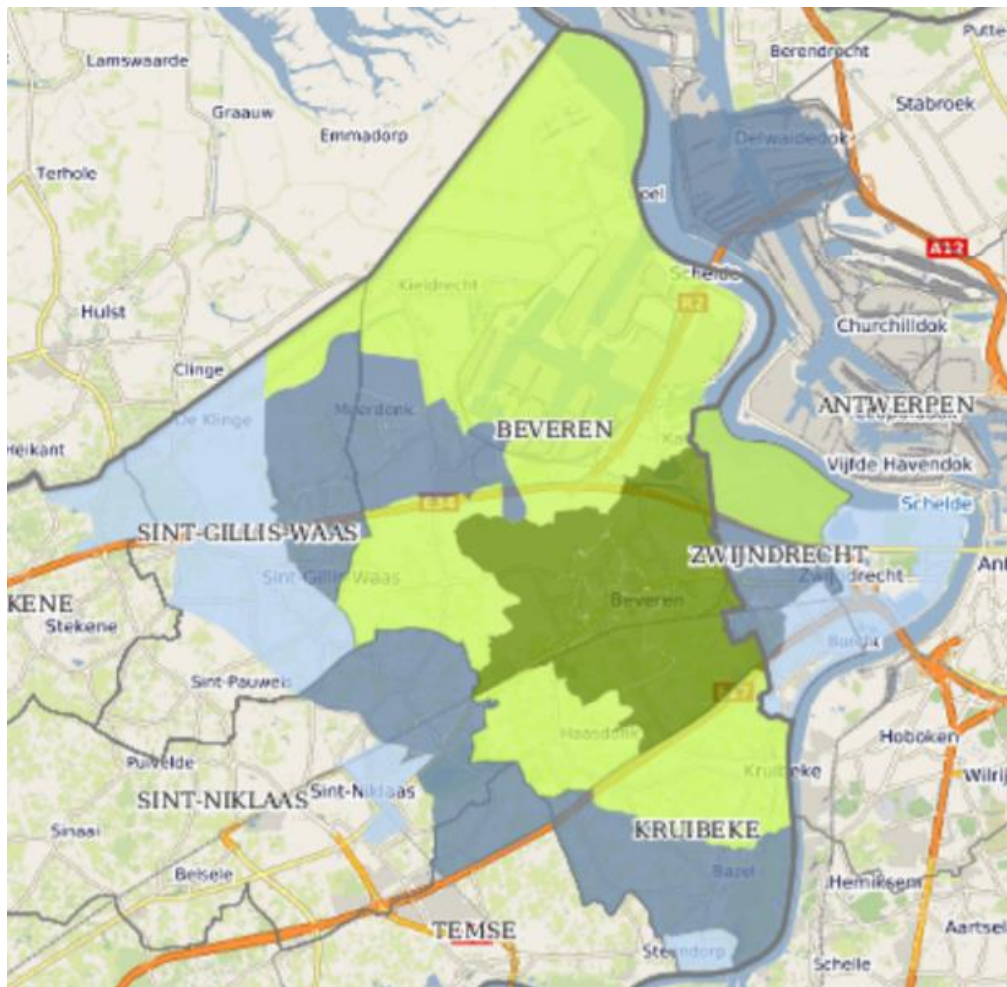


Bron: Feitenfiche 2017 op basis van RetailCompass

Zoals eerder aangehaald is het verzorgingsgebied duidelijk het kleinst voor de productcategorie Bruin en Witgoed (Uitzonderlijke Goederen). De aantrekking op de eigen gemeente is zeer beperkt. De aantrekking op de omliggende gemeenten nog kleiner. Het kleine verzorgingsgebied is vermoedelijk te wijten aan een beperkt aanbod in deze categorie.



Figuur 15: Verzorgingsgebied Beveren - Uitzonderlijke Goederen: Doe-het-zelf



Bron: Feitenfiche 2017 op basis van RetailCompass

Voor de laatste productcategorie Doe-het-zelf (Uitzonderlijke Goederen) slaagt de gemeente er weer beter in om een groot deel van de eigen inwoners aan te trekken. Daarnaast is er ook iets meer aantrekking op de inwoners van de omliggende gemeenten zoals Kruikebeke, Sint-Gillis-Waas en Zwijndrecht.

Naast de aantrekking van Beveren zijn er ten slotte ook gegevens over de koopvlucht uit Beveren. Dit geeft aan naar waar de Beverse inwoners trekken indien ze niet in Beveren gaan winkelen. De voornaamste bestemmingen zijn Antwerpen, Sint-Niklaas en Wijnegem.

2.1.2 Kwantitatieve analyse van de bedrijvigheid in Beveren

Naast de detailhandel is de scope van deze opdracht ook ruimer op alle bedrijvigheid in Beveren. daarom werden er aanvullend nog enkele extra analyses gedaan met betrekking tot de ondernemersdynamiek, tewerkstelling, ruimtegebruik op bedrijventerreinen en sectorale verdeling. De resultaten hiervan worden in dit hoofdstuk besproken.

2.1.2.1 Ondernemersdynamiek

In de periode 2006-2016 steeg het aantal ondernemingen volgens het VKBO van 2.804 tot 3.337 ondernemingen. Dit is een toename van ongeveer 19%. De groei is echter niet gelijk verdeeld tussen de natuurlijke en de



rechtspersonen. Zo bleef het aantal natuurlijke personen quasi gelijk in de periode. Het aantal BTW-plichtige rechtspersonen daarentegen nam toe met maar liefst 42% op tien jaar tijd. Anno 2016 zijn er evenveel rechtspersonen als natuurlijke personen in Beveren.

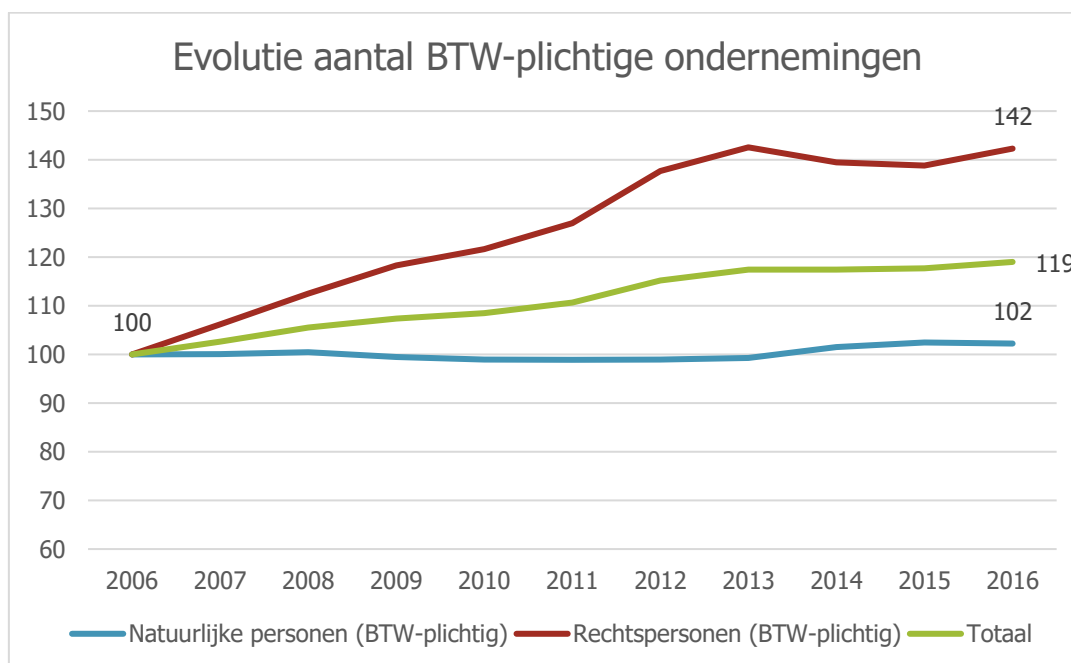
Figuur 16: Evolutie van het aantal ondernemingen in Beveren

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Natuurlijke personen (BTW-plichtig)	1 629	1 630	1 636	1 620	1 612	1 611	1 612	1 617	1 654	1 669	1 665
Rechtspersonen (BTW-plichtig)	1 175	1 248	1 322	1 390	1 429	1 492	1 618	1 675	1 639	1 631	1 672
Totaal	2 804	2 878	2 958	3 010	3 041	3 103	3 230	3 292	3 293	3 300	3 337

Bron: VKBO

Onderstaande figuur geeft het verschil in groeisnelheid van beide groepen weer in relatieve zin.

Figuur 17: Relatieve evolutie van het aantal rechtspersonen en natuurlijke personen in Beveren



Bron: VKBO

2.1.2.2 Tewerkstelling

De tewerkstelling in Beveren kende een duidelijke toename in de periode 2006-2014. Het aantal jobs steeg in deze periode volgens de data van het steunpunt Werk met bijna 15% tot 21.575 jobs. Een belangrijke impuls hierbij was de verdere ontwikkeling van de haven op het grondgebied van Beveren. De toename in aantal jobs is opmerkelijk in verhouding tot de evolutie van de bevolking op beroepsactieve leeftijd. Deze bleef in dezelfde periode nagenoeg constant. Het logische resultaat is dat de jobratio (aantal jobs ten opzichte van de bevolking op beroepsactieve leeftijd) eveneens sterk toenam. Door deze positieve evolutie van de jobratio beent de gemeente het Vlaams gemiddelde bij maar blijft er toch nog sprake van een zekere achterstand op steden en gemeenten van gelijkaardige grootte.



Figuur 18: Evolutie van het aantal jobs en de jobratio in Beveren

	2006	2008	2010	2012	2014	Evolutie
Aantal jobs	18 777	20 205	20 403	21 575	21 575	14,9%
Bevolking (20-64 jaar)	27 811	27 919	27 914	27 876	27 816	0,0%
Jobratio	67,5	72,4	73,1	77,4	77,6	10,0

Bron: Steunpunt Werk

2.1.2.3 Sectorale verdeling van de tewerkstelling en de inrichtingen

Op basis van de RSZ data kunnen we een beter zicht geven op de sectorale verdeling van de tewerkstelling en van het aantal inrichtingen in Beveren. Een belangrijk aandachtspunt is echter dat het hier louter data uit de RSZ-gegevens betreft en dus o.a. de zelfstandigen in Beveren buiten beschouwing laat.

De cijfers leren ons dat zowel de tewerkstelling (effectieven) als het aantal inrichtingen ook op basis van deze bron een positieve evolutie kenden tussen 2010 en 2015. Wanneer we meer in detail treden per sector dan zien we echter wel verschillende dynamieken die parallel aan elkaar spelen.

Inzake tewerkstelling is er zo bijvoorbeeld een negatieve evolutie in de secundaire sector (-6,6%). Dit verlies wordt echter ruimschoots gecompenseerd door de toename van de tewerkstelling in de quartaire (+12,8%) en vooral de tertiaire sector (+27,0%). De procentuele groei in de primaire sector is nog groter maar de sector blijft wel klein in verhouding tot de andere sectoren. Amper 1,5% van de totale tewerkstelling in Beveren is in de primaire sector.

De grootste tewerkstelling vinden we, weinig verbazend gezien de aanwezigheid van de haven, in de sector 'transport, logistiek en post' met 2.943 effectieven. Ook de bouwsector is een belangrijke sector met 2.227 effectieven. De top drie wordt vervolledigd door de sector 'uitzendbureaus en arbeidsbemiddeling' (1.911 effectieven). Deze laatste sector omvat echter ook de interimkrachten die officieel ingeschreven zijn bij een uitzendkantoor wat een sterk vertekend beeld geeft.

Het aantal inrichtingen is in elke sector constant gebleven (primaire sector) of toegenomen. Zelfs de secundaire sector kende dus ondanks een duidelijke afname van de tewerkstelling toch een (lichte) toename van het aantal inrichtingen. De sterkste groei zit nu in de quartaire sector (+16,3%). De tertiaire sector groeide met 2,6% maar blijft wel overduidelijk de grootste sector inzake aantal inrichtingen. Dalen we af naar de subsectoren dan is het grootste aantal inrichtingen terug te vinden in de 'groot- en kleinhandel'. 21,5% van de inrichtingen in Beveren behoren tot deze subsector. De top drie wordt vervolledigd door subsectoren die ook inzake tewerkstelling een prominente plaats innemen, namelijk 'bouw' en 'transport, logistiek en post'.



Figuur 19: Tewerkstelling en aantal inrichtingen per sector te Beveren

	2015				Evolutie 2010-2015	
	Eff.	Inr.	% Eff.	%Inr.	Eff.	Inr.
Primair	272	47	1,5%	4,1%	202,2%	0,0%
Secundair	6 410	265	34,7%	22,9%	-6,6%	0,4%
Bouw	2 277	164	12,3%	14,2%	0,2%	-5,2%
Bouwmaterialen	303	7	1,6%	0,6%	9,0%	75,0%
Chemie, rubber & kunststoffen	1 422	13	7,7%	1,1%	-2,0%	0,0%
Dranken, voeding & tabak	441	25	2,4%	2,2%	1,6%	-3,8%
Energie, water & afvalverwerking	1 513	21	8,2%	1,8%	-1,4%	31,3%
Grafische nijverheid	177	11	1,0%	0,9%	-22,7%	22,2%
Machines & toestellen	2	2	0,0%	0,2%	100,0%	100,0%
Metaal	242	14	1,3%	1,2%	-58,3%	0,0%
Overige industrie	4	2	0,0%	0,2%	33,3%	0,0%
Textiel & Kleding	11	5	0,1%	0,4%	-82,3%	25,0%
Transportmiddelen	18	1	0,1%	0,1%	-10,0%	-50,0%
Tertiair	7 961	682	43,1%	58,9%	27,0%	2,6%
Diensten aan personen	161	47	0,9%	4,1%	42,5%	-7,8%
Financiële diensten	172	48	0,9%	4,1%	-6,0%	0,0%
Groot- en kleinhandel	1 544	249	8,4%	21,5%	9,7%	-3,1%
Horeca & toerisme	384	83	2,1%	7,2%	-10,9%	-3,5%
Informatica, media & telecom	99	6	0,5%	0,5%	209,4%	0,0%
Transport, logistiek en post	2 943	118	15,9%	10,2%	36,6%	16,8%
Uitzendbureaus & arbeidsbemiddeling	1 911	26	10,3%	2,2%	37,4%	44,4%
Zakelijke dienstverlening	747	105	4,0%	9,1%	34,1%	7,1%
Quartair	3 844	164	20,8%	14,2%	12,8%	16,3%
Gezondheidszorg	291	25	1,6%	2,2%	54,8%	4,2%
Maatschappelijke dienstverlening	885	33	4,8%	2,8%	9,1%	57,1%
Onderwijs	1 346	49	7,3%	4,2%	-4,4%	8,9%
Openbare besturen	1 117	30	6,0%	2,6%	35,4%	30,4%
Overige dienstverlening	18	8	0,1%	0,7%	-21,7%	0,0%
Recreatie, cultuur & sport	187	19	1,0%	1,6%	21,4%	-5,0%
Totaal	18 487	1 158	100,0%	100,0%	11,1%	3,7%

Bron: RSZ gedecentraliseerde statistieken Q4 2015

2.1.2.4 Ruimtegebruik op bedrijventerreinen

Voor een analyse van de individuele bedrijventerreinen doen we een beroep op de gegevens uit het GIS Bedrijventerreinen. Deze databron laat echter geen evolutieberekeningen toe. Wel kunnen we de havengebieden filteren uit de analyses. Gezien de impact van de haven op de resultaten hebben we besloten om volgende zones niet mee te nemen bij de analyses:

- ▶ Waaslandhaven
- ▶ Logistieke zone Waaslandhaven
- ▶ Kerncentrale Doel



Wat overblijft is een totaal van 157,5 ha bedrijventerreinen³ en 268 vestigingen. Veruit het grootste gedeelte van deze ruimte wordt ingenomen door ondernemingen uit de secundaire en tertiaire sector. De primaire en quartaire sector nemen amper 3% van de ruimte op bedrijventerreinen in. Inzake ruimte inname zijn de secundaire en tertiaire sector even goed vertegenwoordigd met elk ongeveer 76 ha. Kijken we naar de subsectoren dan nemen de sectoren 'groot- en kleinhandel', 'bouw' en 'transport, logistiek en post' de meeste ruimte in. Dit zijn ook subsectoren die in aantallen sterk vertegenwoordigd zijn in Beveren (zie eerder). Toch valt het hoge aandeel voor groot- en kleinhandel op aangezien dit sectoren die in theorie gemakkelijk te verweven zijn met andere functies en dus strikt genomen weinig nood hebben aan specifieke ruimte voor bedrijvigheid. De gemiddelde oppervlakte per onderneming ligt op 0,6 ha. Dit cijfer ligt in lijn met de Vlaamse gemiddeldes. De grootste gemiddelde oppervlakte is terug te vinden in de secundaire sector. Inzake aantal ondernemingen op een bedrijventerrein is de tertiaire sector het belangrijkste, gevolgd door de secundaire sector.

Figuur 20: Sectorale verdeling van het ruimtegebruik op bedrijventerreinen in Beveren

	Totaal opp.	# Vestigingen	% Opp.	Gem. opp.
Primair	0,7	3	0,4%	0,2
primaire sector	0,7	3	0,4%	0,2
Secundair	76,0	115	48,2%	0,7
Bouw	32,3	72	20,5%	0,4
Bouwmaterialen	4,1	2	2,6%	2,0
Chemie, rubber & kunststoffen	13,4	8	8,5%	1,7
dranken, voeding & tabak	6,7	6	4,2%	1,1
Energie, water & Afvalverwerking	7,6	6	4,8%	1,3
Grafische nijverheid	2,7	7	1,7%	0,4
Houtindustrie	1,2	2	0,7%	0,6
Machines & toestellen	0,3	2	0,2%	0,2
Metaal	7,7	10	4,9%	0,8
Tertiair	76,5	142	48,6%	0,5
Diensten aan personen	1,3	5	0,8%	0,3
Financiële diensten	0,5	1	0,3%	0,5
Groot- en kleinhandel	33,4	76	21,2%	0,4
Horeca & toerisme	3,0	3	1,9%	1,0
Informatica, media & telecom	1,8	6	1,2%	0,3
Transport, logistiek & post	20,3	22	12,9%	0,9
Zakelijke dienstverlening	16,2	29	10,3%	0,6
Quartair	4,4	8	2,8%	0,5
Gezondheidszorg	0,8	2	0,5%	0,4
Onderwijs	0,0	1	0,0%	0,0
Openbare besturen	2,3	2	1,5%	1,2
Overige dienstverlening	0,1	1	0,0%	0,1
Recreatie, cultuur & sport	1,2	2	0,7%	0,6
Totaal	157,5	268	100,0%	0,6

Bron: GIS Bedrijventerreinen

³ Het betreft hier een netto oppervlakte die in gebruik is door bedrijvigheid en omvat geen oppervlakte die ingenomen wordt door infrastructuur, bufferzones, groenvoorziening, etc.



Zoomen we in op de individuele bedrijventerreinen zoals opgenomen in het GIS Bedrijventerreinen dan zien we dat er vier bedrijventerreinen zijn die samen ongeveer 67,4% van de totale oppervlakte op bedrijventerreinen en 78,7% van de ondernemingen op bedrijventerreinen voor hun rekening nemen. Deze bedrijventerreinen zijn, in volgorde van oppervlakte: Doornpark, E17 Schaarbeek/Hogenakkerhoek, Aven Ackers en Parein. Hierbij valt op dat de gemiddelde oppervlakte per bedrijf duidelijk hoger ligt op Aven Ackers en dat Parein gekenmerkt wordt door vele maar kleinere vestigingen. Dit laatste gaat eveneens op voor het Beverpark dat amper 6,1 ha groot is maar toch 19 ondernemingen huisvest.

Figuur 21: De 10 grootste bedrijventerreinen in Beveren naar oppervlakte en aantal vestigingen

	Totale opp.	# Vestigingen
Doornpark	33,2	63
E17 Schaarbeek/Hogenakkerhoek	31,2	55
Aven Ackers	21,0	28
Parein	20,7	65
Gasdam	11,4	8
Kreek	8,6	6
Fabriekstraat	7,6	3
Beverpark	6,1	19
Kieldrechtsebaan	4,0	4
Ebeslaan	2,1	1

Bron: GIS Bedrijventerreinen

2.2 Kwalitatieve analyse

De kwalitatieve analyse kan opgedeeld worden in drie onderdelen:

- ▶ Analyse van de dienstverlening, samenwerking en het economische weefsel
- ▶ Plaatsbezoeken (detailhandel en bedrijvigheid)
- ▶ Enquête bij ondernemers (detailhandel en bedrijvigheid)

In dit hoofdstuk zullen deze stap voor stap besproken worden.

2.2.1 Dienstverlening aan ondernemers

De dienstverlening aan ondernemers werd besproken met de leden van de economische raad tijdens een workshop en in een online bevraging bij zowel handel en horeca als bij bedrijven. In dit onderdeel bespreken we de resultaten uit de workshop met de leden van de economische raad. Voor de enquêteresultaten verwijzen we naar een later hoofdstuk

Tijdens de sessies met de economische raad werden volgende bedenkingen en noden geformuleerd met betrekking tot een kwaliteitsvolle dienstverlening.

2.2.1.1 Bereikbaarheid en toegankelijkheid

Ondernemers hebben nood aan één centraal aanspreekpunt:

- ▶ Wegwijzer voor ondernemers binnen structuur en dienstverlening gemeente
- ▶ Bemiddelaar in geval problemen/vragen – accountmanager
- ▶ Digitaal & fysiek
- ▶ Begeleiding van starters in het totaalpakket (ook vragen rond bv brandveiligheid, mobiliteit,)



2.2.1.2 Transparantie

- ▶ Onduidelijk voor wat je wel of niet bij de gemeente terecht kan, je moet mensen kennen
- ▶ Versnippering van de dienstverlening voor ondernemers over verschillende diensten maakt overzicht moeilijk
- ▶ Binnen diensten niet altijd dezelfde contactpersoon; geeft weinig voeling met verloop en stand van zaken van dossier (vooral stedenbouw)
- ▶ Onvoldoende toelichting van bepaalde beslissingen. Er kan meer begrip zijn als ondernemers beter ingelicht worden waarom iets niet kan of wijzigt (mobiliteit, netheid - veegplan, ruimtelijke planning – vergunningen/ bestemmingen)
- ▶ Organisatie en ondersteuning van evenementen geven duidelijke opvolging en communicatie

2.2.1.3 Betrouwbaarheid

- ▶ Informatie en advies over éénzelfde dossier kan verschillen afhankelijk van de contactpersoon (vooral stedenbouw)
- ▶ Vragen worden rechtstreeks aan de schepenen gesteld, omdat men de procedure niet kent of om het 'snel' te regelen
- ▶ Onduidelijke informatie over procedures en over wat wel/niet toegelaten is bemoeilijkt ondernemen

2.2.1.4 Ondernemersgerichtheid

- ▶ Dienst economie is zeer ondernemersgericht: aanspreekbaar, open en constructieve communicatie.
- ▶ Dienst economie verder versterken als brug om ondernemerschap uit te bouwen
- ▶ Ondersteuning naar detailhandel (centrum) sterker uitgewerkt dan bedrijvenbeleid. (Kan vorm van parkmanagement uitgebouwd worden?)
- ▶ Weinig initiatieven/ondersteuning voor starters. Vzw centrummanagement ontvangt mensen met vragen en toont leegstaande panden. Naar bedrijven is er niets.
- ▶ Vraag naar startersbegeleiding
- ▶ 'Onthaalfunctie' van de gemeente voor nieuwe ondernemers
- ▶ De economische raad is een forum om meer bottom-up te gaan werken, samenwerking te bevorderen, ideeën en ervaringen te delen, ondernemerschap te ondersteunen
- ▶ Sommige initiatieven zijn te weinig gekend bij ondernemers

2.2.1.5 Eenvoud en gemak

- ▶ Bepaalde formulieren (bv promotaks) kunnen gedigitaliseerd worden.
- ▶ De raad benadrukt het belang van een persoonlijk aanspreekpunt (fysiek) in combinatie met digitale dienstverlening.
- ▶ De website (zowel voor burger als ondernemer) mag interactiever.
- ▶ Databeheer – niet telkens opnieuw alle gegevens van de onderneming moeten doorgeven.

2.2.2 Resultaten van de plaatsbezoeken

Met het oog op deze studie werden ook plaatsbezoeken gedaan aan de verschillende kernen van Beveren alsook aan de verschillende bedrijventerreinen. Hieronder worden de voornaamste bevindingen van deze plaatsbezoeken aangegeven.



2.2.2.1 Detailhandel

Tijdens deze scan bezoeken we persoonlijk de verschillende kernen in Beveren en beoordelen deze aan de hand van een door IDEA Consult ontwikkeld schema.

De bevindingen worden hieronder gebundeld onder vier thema's:

- ▶ Winkelaanbod
- ▶ Ruimtelijke structuur en kwaliteit
- ▶ Marketing, communicatie en winkelbeleving
- ▶ Bereikbaarheid en parkeren

We wijzen wel op het feit dat deze bevindingen resultaten zijn van een momentopname.

Winkelaanbod

Beveren Centrum

- ▶ Warande heeft een groter aanbod ketenformules, de Vrasenestraat meer zelfstandigen en de Grote Markt een aanbod horeca. Samen vormen ze een evenwichtige kern met zowel een aanbod aan ketenformules (publiekstrekking) als zelfstandigen (onderscheidend vermogen).
- ▶ Zowel de Warande als de Vrasenestraat hebben een aantal leegstaande panden. Leegstand is niet problematisch, maar aandacht dat het een aaneengesloten geheel blijft.
- ▶ Wat is de identiteit van de N70, in het geheel?

Deelgemeenten

- ▶ Elke deelgemeente heeft haar eigenheid, met een aangepast aanbod winkels – voornamelijk lokaal verzorgend.
- ▶ Elke deelgemeente heeft eigen dienstverlening naar bib, administratie, ... hetgeen de levendigheid in de kernen versterkt.

Ruimtelijke structuur & kwaliteit

Beveren Centrum

- ▶ Duidelijke winkerkern Grote Markt, Warande, Vrasenestraat:
 - ◆ Grote Markt: ruimte en rust, aangename aankomstplaats voor bezoekers;
 - ◆ Vanop de Grote Markt is er 'letterlijk' een toegangspoort naar de Warande;
 - ◆ De Vrasenestraat vervolledigt de winkellus, maar behoort visueel niet tot het geheel.
- ▶ Vrasenestraat in schril contrast met Warande. Door uniformiteit van Warande voelt Vrasenestraat 'vuiler' en verouderd aan.
- ▶ Grote Markt schermt het doorgaand verkeer af van het winkelgebeuren.
- ▶ N70 is onbestemd gebied, winkels aanwezig, maar onduidelijke profilering van dat gebied

Deelgemeenten

- ▶ Elke deelgemeente heeft nog een 'dorp-skern', veelal rond de kerk.
 - ◆ Vrasene heeft minder duidelijke structuur/kern
 - ◆ Melsele is deels versnipperd door spreiding in gezellige kern + winkels langs Grote Baan
 - ◆ Kieldrecht heeft kern met meeste eigenheid



Marketing, communicatie en winkelbeleving

Beveren Centrum

- ▶ Beveren, het grootste winkeldorp van Vlaanderen: duidelijke en sterke profilering.
- ▶ Profilering sterk houden, aandacht voor vernieuwing en inhoudelijke invulling van het concept 'grootste winkeldorp van Vlaanderen' – link leggen naar evenementen/beleving.
- ▶ Opportuniteit om link te leggen naar algemene citymarketing en het nieuwe logo van Beveren.

Deelgemeenten

- ▶ Positionering van de deelgemeenten? Ambitie van de deelgemeenten?
- ▶ Eigen positionering (eigen logo) maar zonder verbinding met elkaar of naar Beveren? Kunnen we de verschillende deelgemeenten niet verbinden met Beveren, MET behoud van de eigenheid?

Bereikbaarheid en parkeren

Beveren Centrum

- ▶ N70 als centrale toegang voor het centrum, drukke verkeersas met bijhorende verkeersproblematieken
- ▶ Verschillende parkings in de omgeving van het centrum, duidelijk aangegeven.
- ▶ Station te ver verwijderd van het centrum

Deelgemeenten

- ▶ Lokaal verzorgende functie, bereikbaarheid en parkeergelegenheid gefocust voor bewoners
- ▶ Vrasene en Verrebroek kennen elk een drukkere dorpskern.

2.2.2.2 Bedrijvigheid

Voor de bedrijventerreinen is het minder evident om een juist aanvoelen te krijgen van de situatie dan bij de detailhandel. Op basis van het plaatsbezoek kan men dus minder afleiden. Toch hebben we ook hier enkele bevindingen gemaakt:

- ▶ Regionale bedrijventerreinen versus lokale bedrijventerreinen
 - ◆ Twee bedrijventerreinen met bovenregionale uitstraling: Aven Ackers & Keetberglaan. Deze zijn echter niet altijd een regionaal bedrijventerrein van initiële insteek.
 - ◆ Schaarbeek is wel een regionaal bedrijventerrein maar hier is het onderscheid niet zichtbaar naar site, signalisatie en naar invulling toe.
- ▶ Zeer beperkte ruimte tot uitbreiding. Vele bedrijventerreinen zijn volledig in gebruik. De capaciteit van Beveren om extra bedrijvigheid op te vangen buiten de havenzone is zeer beperkt.
 - ◆ Doornpark is recent aangelegd en heeft nog beperkt marge om extra bedrijvigheid te huisvesten.
 - ◆ Gasdam heeft theoretisch nog voldoende uitbreidingsmogelijkheden maar de inplanting van de zone leent zich niet optimaal voor bedrijvigheid.
- ▶ Beverpark is moeilijk bereikbaar. Nood aan een duidelijke signalisatie van en naar het bedrijventerrein.
- ▶ Gasdam ontbreekt de uitstraling van een bedrijventerrein.



2.2.3 Enquête bij ondernemers

De groep ondernemers actief in Beveren werd, als belangrijke stakeholder in dit verhaal, gepolst naar hun mening rond verschillende topics aan de hand van een enquête. De ondernemersgroep werd hiervoor opgesplitst in een groep 'detailhandel' en een groep 'bedrijvigheid'. De gebruikte vragenlijsten voor beide groepen zijn terug te vinden in bijlage. In wat volgt zullen we de voornaamste resultaten uit de enquête weergeven.

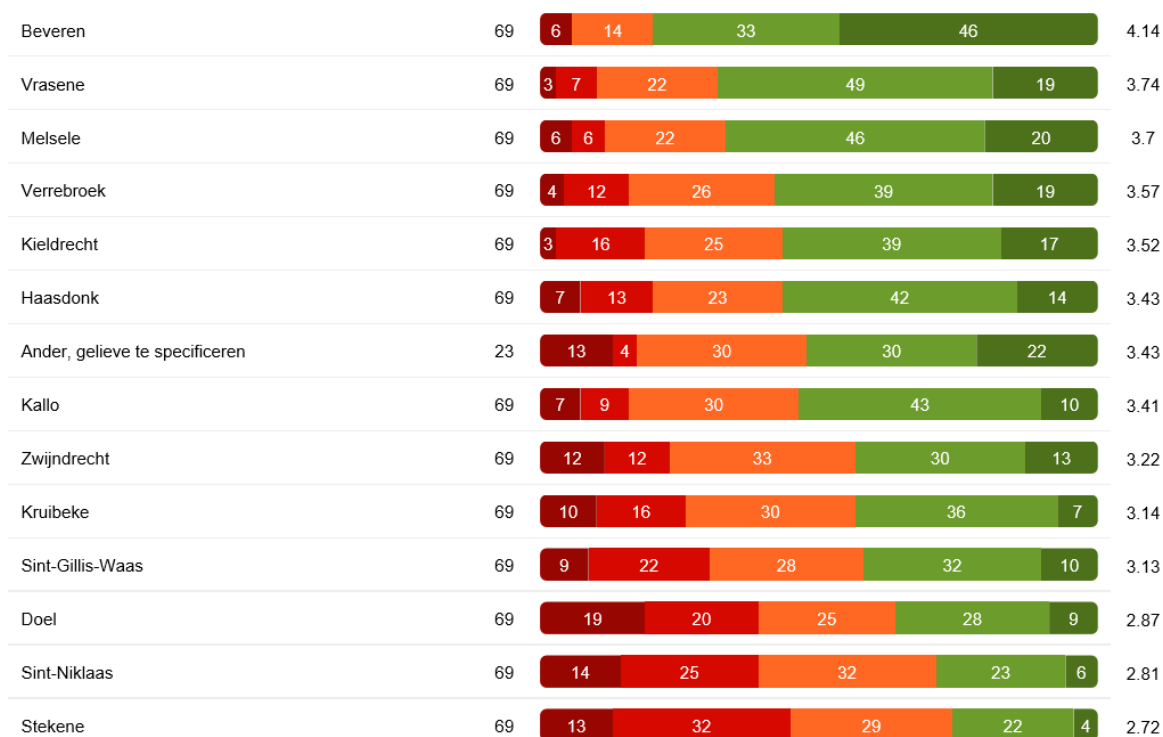
2.2.3.1 Enquête – Detailhandel

De enquête voor de handelaars werd ingevuld door 74 Beverse handelaars (waarvan 55 handelaars de enquête volledig doorlopen hebben).

Herkomst van de consument

Aan de handelaren werd gevraagd waar hun consumenten hoofdzakelijk vandaan komen. Weinig verbazend staan Beveren en de verschillende deelgemeentes bovenaan. Dit bevestigt andermaal de sterke lokale verankering van de detailhandel in Beveren alsook het lokaal verzorgende karakter. De voornaamste herkomstgebieden van buiten Beveren zijn volgens de handelaren Zwijndrecht, Kruibeke en Sint-Gillis-Waas. Dit stemt eveneens min of meer overeen met de resultaten uit het koopstromenonderzoek van de provincie. In het koopstromenonderzoek was de volgorde met Kruibeke, Sint-Gillis-Waas en Zwijndrecht wel anders.

Figuur 22: Resultaten vraag: Vanwaar komen uw klanten voornamelijk?



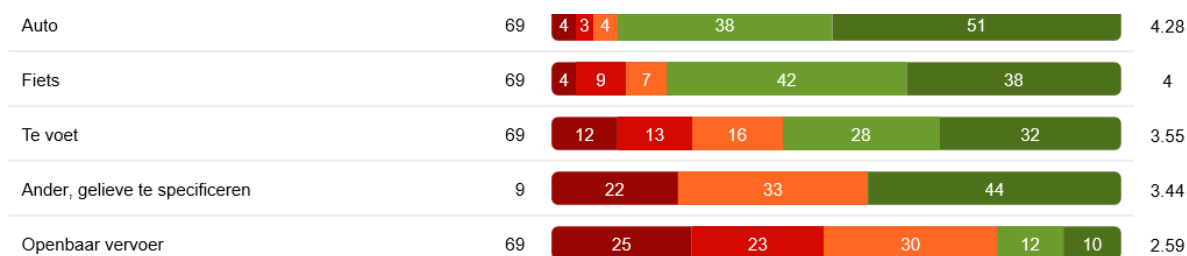
Bron: Enquête handelaars, eigen verwerking

Gebruikte transportmodus

Volgens de handelaars uit Beveren is de wagen met stip de meest gebruikte transportmodus door de consumenten. Toch liggen de scores voor 'Fiets' en 'Te voet' ook hoger dan in vele andere gemeentes. Openbaar vervoer wordt volgens de handelaren veel minder gebruikt door de consumenten in Beveren.



Figuur 23: Belang van de verschillende transportmodi voor de consumenten volgens de handelaars

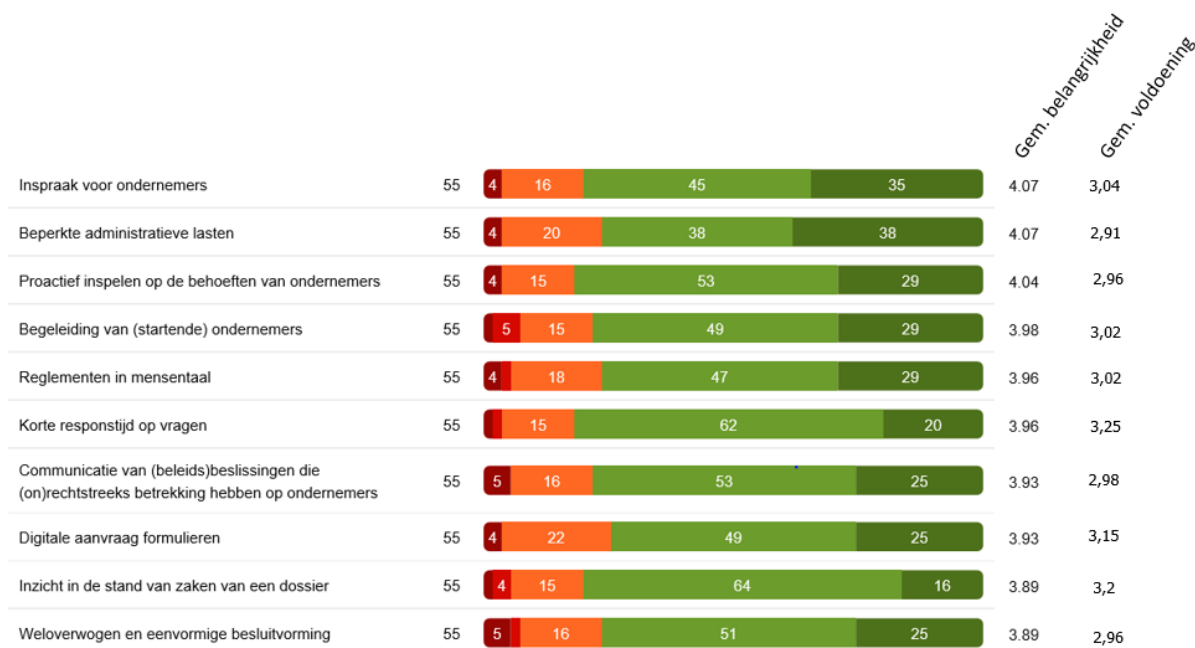


Bron: Enquête handelaars, eigen verwerking

Dienstverlening

De handelaars werd vervolgens gevraagd naar de vormen van dienstverlening die voor hen als het meest belangrijk werden beschouwd. Daarnaast konden ze ook aangeven in welke mate de gemeente Beveren hier vandaag de dag aan voldeed. Onderstaande figuur geeft de 10 belangrijkste aspecten van dienstverlening weer alsook de score die de gemeente Beveren kreeg op deze aspecten.

Figuur 24: Top 10 belangrijkste aspecten van dienstverlening volgens de handelaars in combinatie met de voldoening hierover



Bron: Enquête handelaars, eigen verwerking

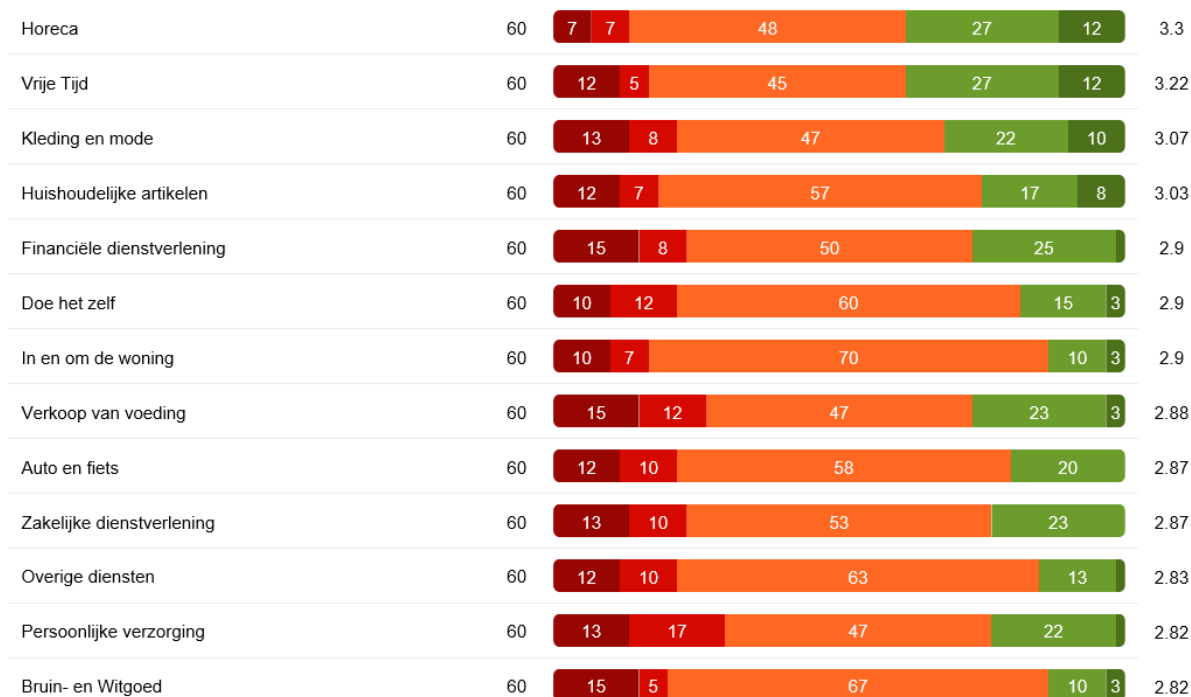
Wat opvalt is dat voor elk van de tien belangrijkste aspecten van dienstverlening de score van Beveren als gemeente eerder gemiddeld is (een score van 3 is het gemiddelde). De hoogste voldoening werd gehaald voor de 'korte responstijd op vragen', 'inzicht in de stand van zaken van een dossier' en 'digitale aanvraag formulieren'. Ook dient men op te merken dat niet elke vorm van dienstverlening enkel en alleen door de gemeente Beveren kan beïnvloed worden zoals bijvoorbeeld het beperken van de administratieve lasten. Toch staat dit element op een tweede plek inzake belangrijkheid. De lijst wordt aangevoerd door de inspraak voor ondernemers. De recent opgerichte Raad lokale economie is hier een stap in de goede richting.



Winkelaanbod

Gevraagd naar het ontbrekend winkelaanbod in Beveren valt op dat voor amper vier van de mogelijke branches de noodzaak bovengemiddeld is (een score van meer dan drie). Dit toont aan dat het aanbod vandaag de dag beschouwd wordt als reeds relatief volledig, althans toch door de handelaars zelf. De grootste noodzaak is er aan Horeca, gevolgd door aanbod in de segmenten 'Vrije Tijd' (media, sport, etc.), 'Kleding en Mode' en 'Huishoudelijke artikelen'.

Figuur 25: Ontbrekend winkelaanbod in Beveren volgens noodzaak



Bron: Enquête handelaars, eigen verwerking

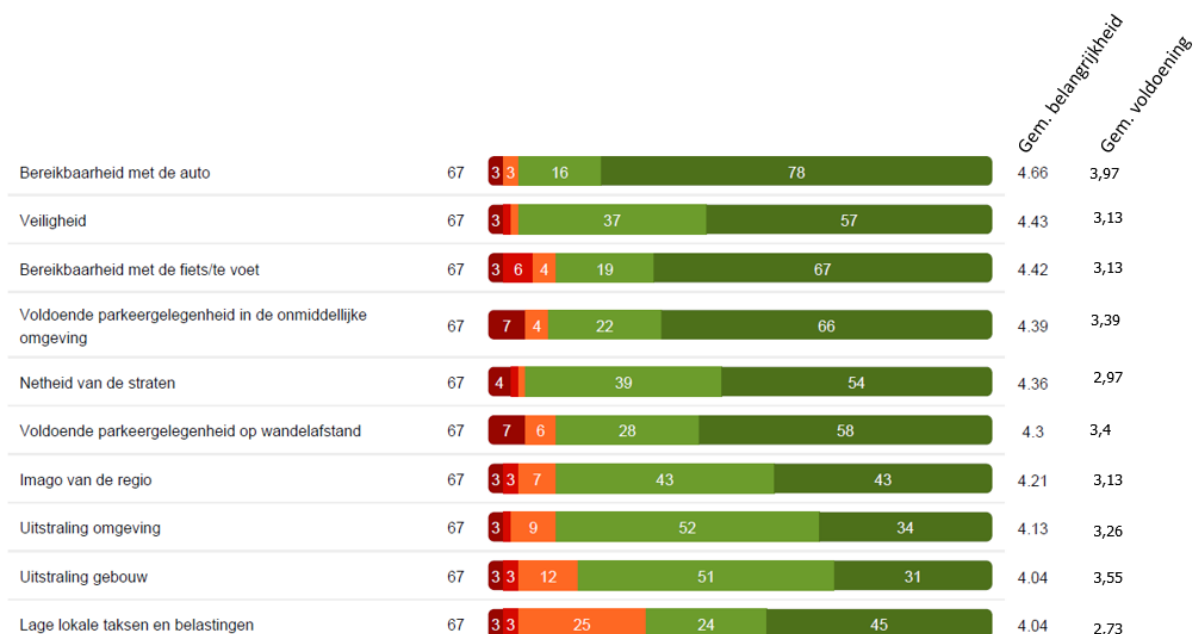
Locatiefactoren

Tot slot belichten we ook de antwoorden van de handelaars met betrekking tot de locatiefactoren die belangrijk zijn voor hen. Ook nu werd enerzijds gevraagd naar het belang van bepaalde locatiefactoren en anderzijds naar de mate waarin de gemeente Beveren hieraan voldoet.

De belangrijkste factor voor de handelaars is de bereikbaarheid van de handelszaak met de wagen. Bereikbaarheid met de fiets of te voet staat eveneens hoog genoteerd met een derde plek. Veiligheid is de tweede belangrijkste factor. Parkeergelegenheid, een logisch gevolg van autobereikbaarheid, vinden we terug op plekken 4 (onmiddellijke omgeving) en 6 (op wandelafstand). Eveneens in de top 10 staan factoren met een link naar uitstraling, netheid en imago.



Figuur 26: Top 10 belangrijkste locatiefactoren volgens de handelaars en hun voldoening hierover



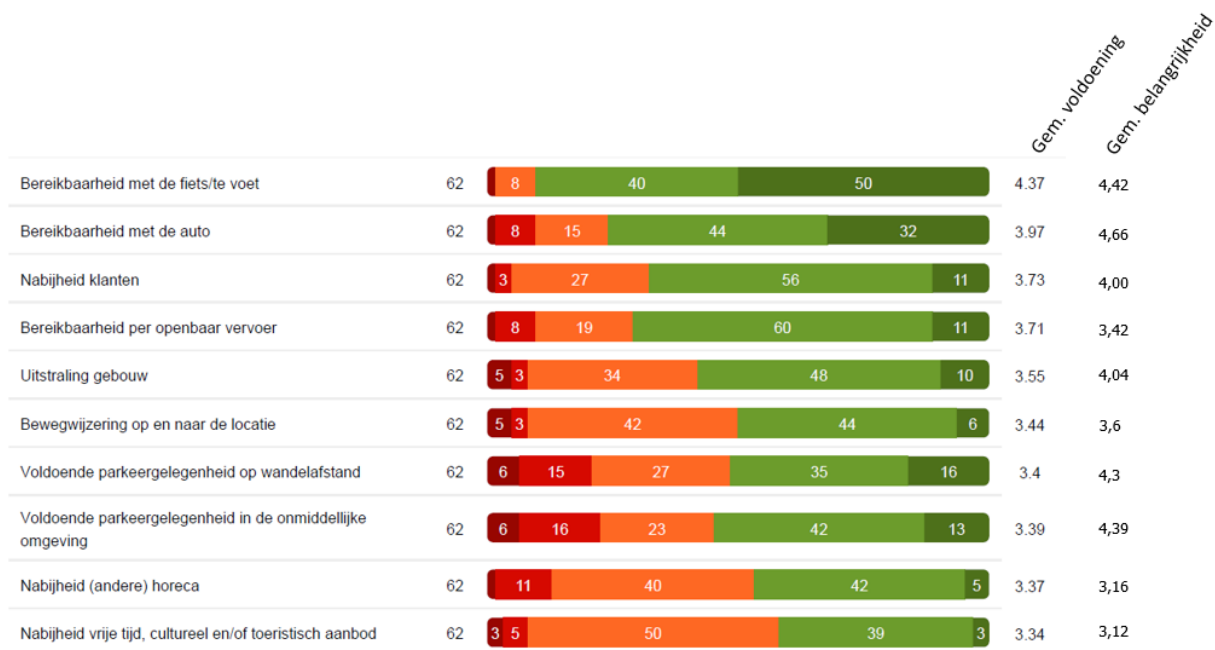
Bron: Enquête handelaars, eigen verwerking

Vergelijken we de top tien van belangrijkste locatiefactoren met de top tien van factoren met de hoogste voldoening. Dan zien we dat 5 locatiefactoren uit de top 10 van belangrijkheid ook terug te vinden zijn in de top 10 inzake voldoening. Het betreft 'Bereikbaarheid met de auto' (1^e plaats belang, 2^e plaats voldoening), 'Bereikbaarheid met de fiets/te voet' (3^e plaats belang, 1^e plaats voldoening), 'Voldoende parkeergelegenheid in de onmiddellijke omgeving' (4^e plaats belang, 8^e plaats voldoening), 'Voldoende parkeergelegenheid op wandelafstand' (6^e plaats belang, 7^e plaats voldoening) en 'Uitstraling gebouw' (9^e plaats belang en 5^e plaats voldoening). Dit zijn uiteraard mooie resultaten.

Andere elementen waarvoor de mate van voldoening in Beveren hoog is, zijn in de eerste plaats elementen die met 'nabijheid' te maken hebben. We denken hierbij enerzijds aan de nabijheid van klanten (lokale verankering!) en anderzijds aan de nabijheid van andere functies zoals bijvoorbeeld horeca. Aanvullend noteren we ook nog goede scores voor de bewegwijzering naar de locatie en de bereikbaarheid met het openbaar vervoer.



Figuur 27: De 10 locatiefactoren met de hoogste voldoening en hun belangrijk volgens de handelaren



Bron: Enquête handelaars, eigen verwerking

2.2.3.2 Enquête – Bedrijvigheid

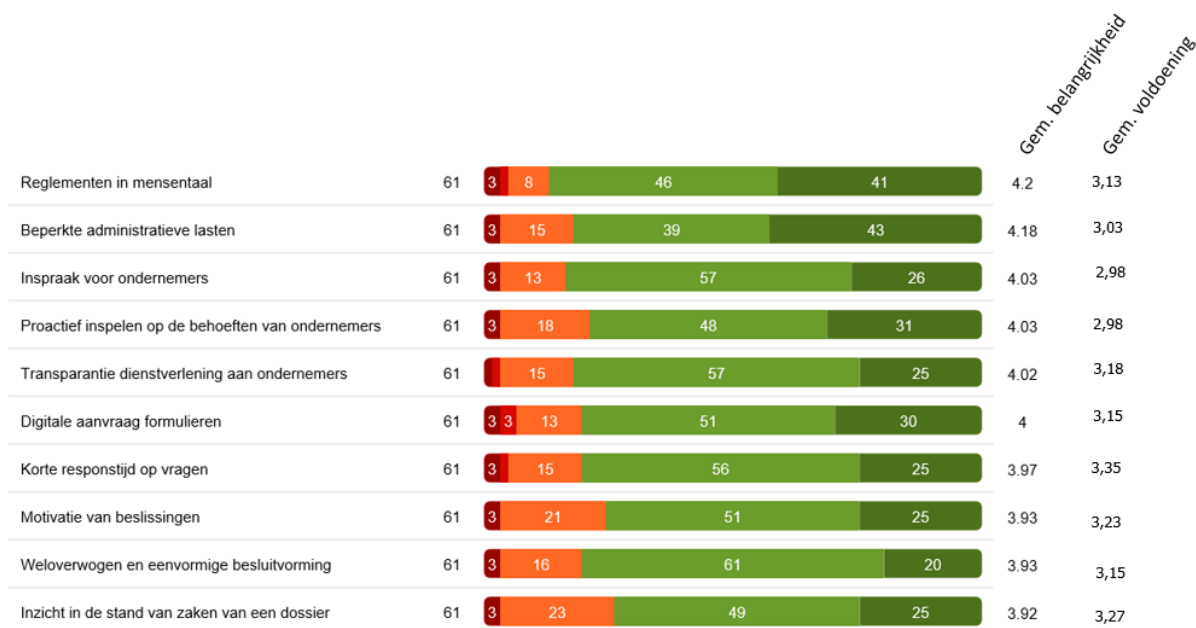
Naast de enquête bij de handelaars werd er ook een gelijkaardige (doch iets beperktere) enquête afgenomen bij de ondernemers op de bedrijventerreinen van Beveren. Deze enquête werd door 96 verschillende ondernemers ingevuld (waarvan 60 volledig). Hieronder worden de voornaamste resultaten besproken.

Dienstverlening

Net als aan de handelaars werd aan de overige ondernemers op een bedrijventerrein in Beveren gevraagd wat zij als belangrijke dienstverlenende elementen zien en vroegen we ook in welke mate Beveren hieraan voldoet. Onderstaande figuur geeft de tien belangrijkste aspecten van dienstverlening volgens de ondernemers weer.



Figuur 28: Top 10 belangrijkste aspecten van dienstverlening volgens de handelaars in combinatie met de voldoening hierover



Bron: Enquête bedrijvigheid, eigen verwerking

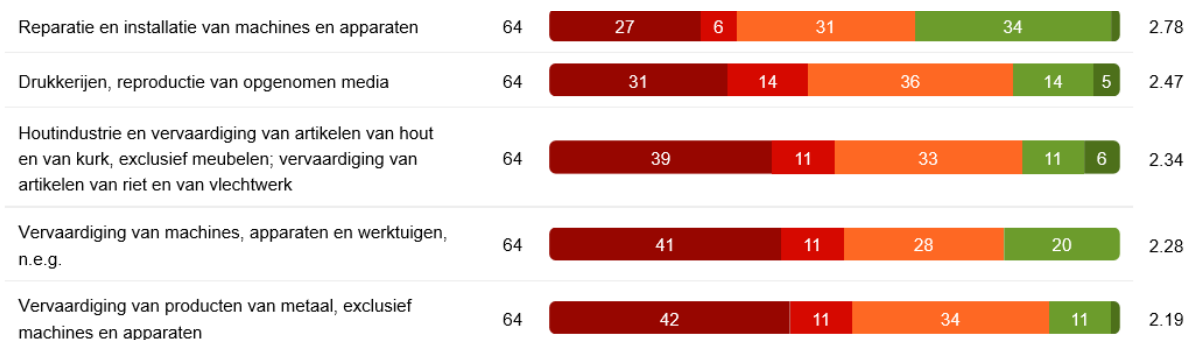
Ook nu vallen de eerder gemiddelde scores op voor de mate van voldoening al liggen de scores iets hoger dan bij de handelaars. De hoogste voldoening is er opnieuw voor de 'korte responstijd op vragen' gevolgd door 'inzicht in de stand van zaken van een dossier' en 'motivatie van beslissingen'. Er zijn dus grote gelijkenissen met de resultaten uit de handelaarsenquête.

De belangrijkste aspecten van dienstverlening volgens de ondernemers zijn 'reglementen in mensentaal', 'beperkte administratieve lasten' en 'inspraak voor ondernemers'.

Ontbrekend aanbod

Gepolst naar het ontbrekend aanbod, valt ook weer op dat de scores eerder laag liggen. De aanwezige ondernemers hebben dus slechts in beperkte mate nood aan aanvullende vormen van bedrijvigheid in de omgeving. Enkel de branche 'reparatie en installatie van machines en apparaten' scoort iets hoger.

Figuur 29: Ontbrekende branches in Beveren volgens noodzaak



Bron: Enquête bedrijvigheid, eigen verwerking

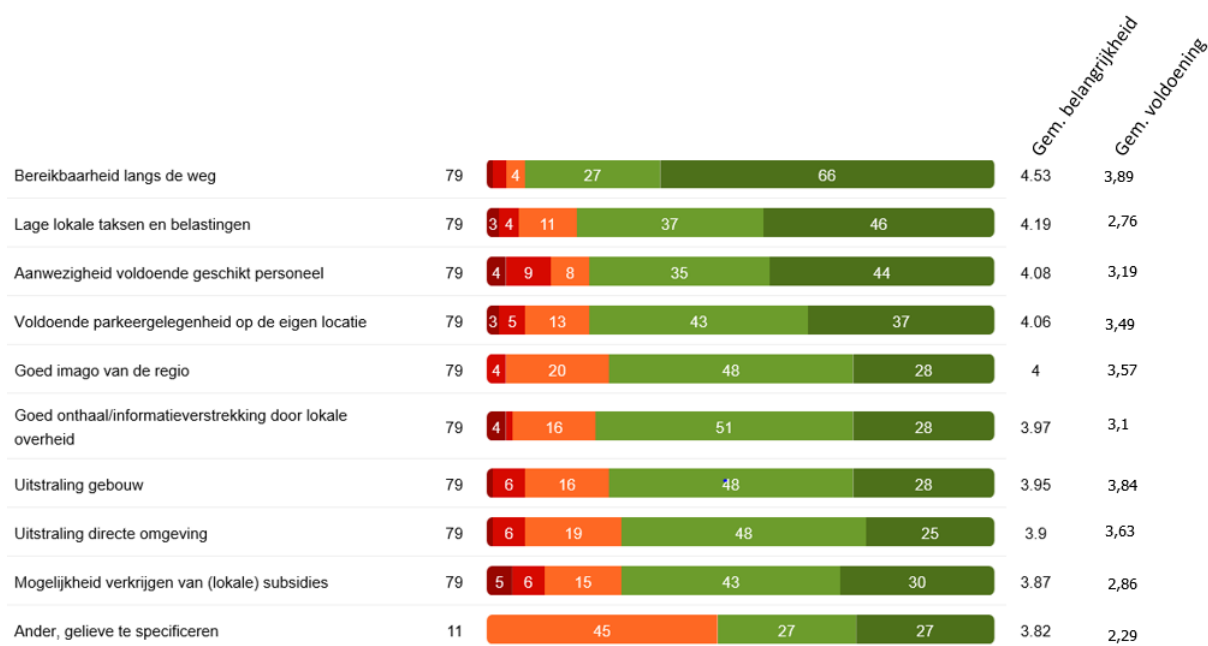


Locatiefactoren

Tot slot werd ook aan de ondernemers op de Beverse bedrijventerreinen gevraagd naar de voor hun belangrijkste locatiefactoren en de mate waarin hun huidige locatie hieraan voldeed.

Ook nu staat de bereikbaarheid langs de weg met stip op één. De top drie wordt vervolledigd met 'lage lokale taken en belastingen' en de 'aanwezigheid van geschikt personeel'. Dit zijn twee elementen die voor de handelaars minder van belang waren. Naast parkeergelegenheid en enkele elementen van dienstverlening wordt de top 10 ook nu aangevuld door factoren gekoppeld aan uitstraling en imago.

Figuur 30: Top 10 belangrijkste locatiefactoren volgens de ondernemers en hun voldoening hierover



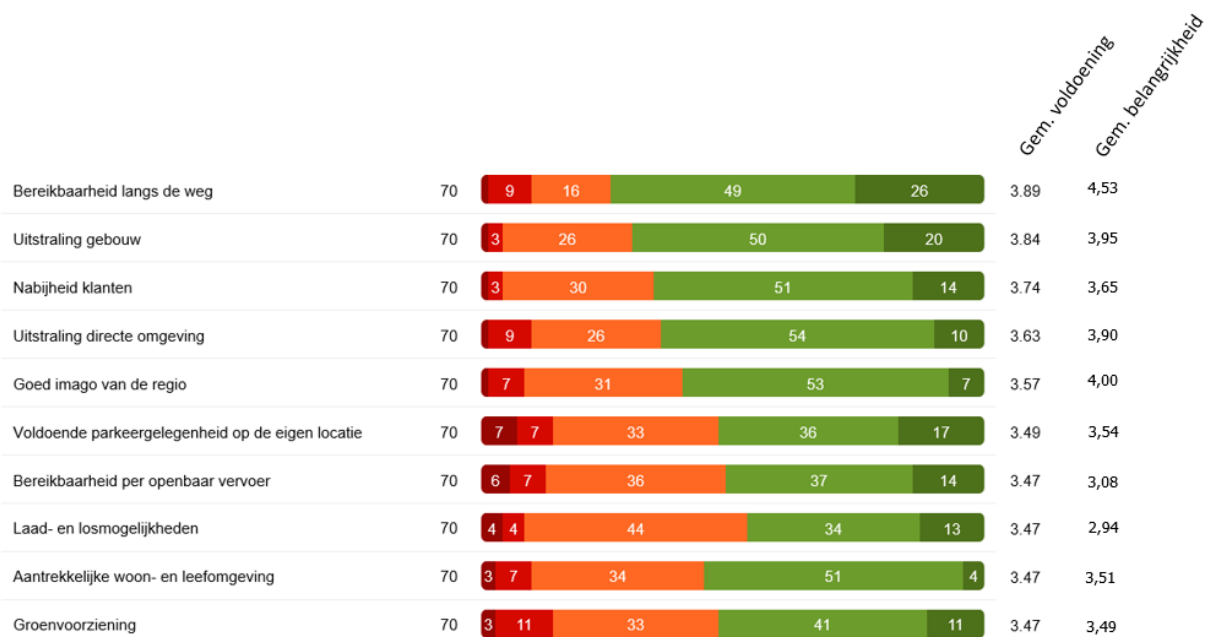
Bron: Enquête bedrijvigheid, eigen verwerking

Net als bij de handelaars vinden we ook nu vijf locatiefactoren uit de top 10 inzake belang terug bij de tien factoren met de hoogste mate van voldoening. Dit is opnieuw een mooi resultaat. Het betreft volgende factoren: 'Bereikbaarheid langs de weg' (1^e plaats belang, 1^e plaats voldoening), 'Voldoende parkeergelegenheid op de eigen locatie' (4^e plaats belang, 6^e plaats voldoening), 'Goed imago van de regio' (5^e plaats belang, 6^e plaats voldoening), 'Uitstraling gebouw' (7^e plaats belang, 2^e plaats voldoening) en 'Uitstraling directe omgeving' (8^e plaats belang, 4^e plaats voldoening).

'Nabijheid van klanten' scoort ook nu hoog inzake voldoening, alsook de bereikbaarheid per openbaar vervoer en de aanwezigheid van laad- en losmogelijkheden. Tot slot zijn de aantrekkelijke woon- werkomgeving en de aanwezige groenvoorziening pluspunten.



Figuur 31: De 10 locatiefactoren met de hoogste voldoening en hun belangrijk volgens de ondernemers



Bron: Enquête bedrijvigheid, eigen verwerking



3/ SWOT - analyse

De resultaten uit de analyse-fase worden nu samengebracht in een SWOT-analyse. In deze stap worden de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de detailhandel en bedrijvigheid in Beveren geformuleerd en verwerkt in de visie. Het geeft een duidelijk beeld van de uitdagingen ten aanzien van het economisch beleid voor Beveren..

Sterktes

Dienstverlening

- ▶ Ondernemers zijn tevreden over de responstijd op vragen vanuit de gemeente
- ▶ Ondernemers zijn tevreden over het inzicht in het verloop van hun dossier
- ▶ Bestaan van een Raad Lokale Economie met ondernemers en gemeente

Handel en horeca centrum Beveren

- ▶ Aanbod periodieke goederen is geconcentreerd in het centrum van Beveren.
- ▶ Aanbod dagelijkse goederen gecentraliseerd in de kernen van de verschillende deelgemeente in combinatie met een ruimer aanbod in het centrum van Beveren.
- ▶ Aanbod uitzonderlijke goederen voornamelijk gelokaliseerd in Beveren centrum en langs de N70 in Beveren en Melsele
- ▶ Beveren weet het grootste deel van de eigen bevolking aan zich te binden, vooral voor dagelijkse goederen.
- ▶ Beveren kent een koopattractie uit de omliggende gemeenten. Voor periodieke goederen voornamelijk uit Sint-Gillis-Waas, Kruibeke en Zwijndrecht.
- ▶ Duidelijke winkelkern Grote Markt, Warande, Vrasenestraat
- ▶ Wekelijkse markt zorgt voor een verhoogde aanwezigheid van (potentiële) consumenten in het centrum van de gemeente.

Handel en horeca deelgemeenten

- ▶ Elke deelgemeente heeft haar eigenheid met een aangepast aanbod winkels – voornamelijk lokaal verzorgend, aangevuld met administratieve diensten

Bedrijvigheid

- ▶ Beveren wordt gekenmerkt door een sterke ondernemersdynamiek waardoor het totaal aantal ondernemingen (rechtspersonen én natuurlijke personen) minstens sinds 2006 jaarlijks toeneemt.
- ▶ Aanwezige bedrijventerreinen kennen weinig leegstand en nieuwe bedrijventerreinen raken snel opgevuld.
- ▶ Beveren is zeer goed, multimodaal ontsloten.



Zwaktes

Dienstverlening

- ▶ Versnippering van de gemeentelijke dienstverlening aan ondernemers over verschillende diensten.
- ▶ Initiatieven voor ondernemers te weinig gekend
- ▶ Onvoldoende toelichting van bepaalde beslissingen
- ▶ Ondernemers zijn vragende partij voor een beperking van de administratieve lasten en wensen reglementen in mensentaal

Handel en horeca centrum Beveren

- ▶ Bereikbaarheid van het handelscentrum vanuit de deekernen met het openbaar vervoer

Handel en horeca deelgemeenten

- ▶ Winkels in Melsele eerder gelegen langs N70 en niet in de gevoelsmatige kern
- ▶ Vrasene heeft minder duidelijke structuur/kern
- ▶ Veel doorgaand verkeer in Vrasene en Verrebroek

Bedrijvigheid

- ▶ De totale tewerkstelling ten opzichte van de bevolking op beroepsactieve leeftijd is lager dan in vergelijkbare steden en gemeenten, zelfs inclusief de tewerkstelling in de haven.
- ▶ Zeer weinig bedrijventerreinen buiten de havenzone met een regionale uitstraling/functie. Bedrijventerreinen die voorzien zijn als regionaal zijn niet altijd zo ingevuld.
- ▶ Signalisatie naar en op de bedrijventerreinen is niet altijd optimaal. Zeker voor het Beverpark kan dit beter.



Kansen

Dienstverlening

- ▶ Dienst economie uitbreiden tot centraal aanspreekpunt voor ondernemers (fysiek en digitaal).
- ▶ Economische Raad verder uitbouwen als forum om bottom-up te werken, samenwerking te bevorderen, ideeën en ervaringen te delen, ondernemerschap te ondersteunen.
- ▶ Ondernemers vragen meer inspraak en een proactief beleid van de gemeenten om in te spelen op hun behoeften

Handel en horeca centrum Beveren

- ▶ Citymarketing Beveren Verbindt om extra consumenten naar Beveren te trekken

Handel en horeca deelgemeenten

- ▶ Eigenheid vertalen naar eigen positionering en onderling verbinden (delen van middelen, kennis en ervaring).
- ▶ Kallo is een sterk groeiende gemeente door de komst van vele nieuwe woningen.
- ▶ Beveren heeft een toeristisch potentieel dat de bestaande detailhandel en horeca kan versterken.

Bedrijvigheid

- ▶ Er is weinig kruisbestuiving tussen de bedrijvigheid in de havenzone en die erbuiten. Er zijn mogelijkheden om toeleveranciers aan te trekken.
- ▶ Mogelijkheden voor afvloeiing vanuit Antwerpen en in mindere mate Sint-Niklaas.
- ▶ Er is ruimte voor een versterkte samenwerking tussen de aanwezige bedrijven op bedrijventerreinen. De mogelijkheden hiervoor zijn beperkter bij reeds bestaande bedrijventerreinen maar hebben desondanks nog steeds een positief effect op de bedrijventerreinen (uitstraling, veiligheid, netwerken, ...)
- ▶ Zichtlocaties kunnen op bepaalde locaties sterker uitgespeeld worden. Hier is veel vraag naar.



Bedreigingen

Dienstverlening

- ▶ Weinig initiatieven en ondersteuning voor starters
- ▶ Gebrek aan duidelijke dossierbeheerder waardoor verwarring kan ontstaan
- ▶ Zowel bij de detailhandel & horeca als bij de andere ondernemingen ligt de voldoening betreffende de lokale taken en belastingen laag.

Handel en horeca centrum Beveren

- ▶ Belangrijke toename van de structurele leegstand, zowel in m² als in aantal panden.
- ▶ Voor periodieke goederen is de koopvlucht vooral naar Antwerpen, Sint-Niklaas en Wijnegem.
- ▶ N70 als centrale toegang voor het centrum, drukke verkeersas met bijhorende verkeersproblematieken
- ▶ Beveren, het grootste winkeldorp van Vlaanderen, profilering sterk houden, aandacht voor vernieuwing en inhoudelijke invulling van het concept.
- ▶ Vanuit de hoek van de projectontwikkelaars komt er druk om in het kernwinkelgebied handelspanden om te vormen tot panden met een louter residentiële functie.

Handel en horeca deelgemeenten

- ▶ Belangrijke toename van de structurele leegstand in bepaalde zones: centrum Vrasene, Dambrugstraat, Dorpsstraat Kieldrecht)

Bedrijvigheid

- ▶ Het aantal jobs groeit weliswaar maar deze groei zit relatief meer in de havenzone dan erbuiten. De bedrijvigheid in Beveren groeit dus met twee verschillende snelheden. De tewerkstelling exclusief de havenzone is in vergelijking met andere steden en gemeenten laag en groeit minder snel.
- ▶ Er is zeer weinig ruimte voor bedrijvigheid over op de huidige bedrijventerreinen. Dit zorgt voor een krapte aan aanbodzijde. Dit zal ongetwijfeld op termijn zorgen voor een (gedwongen) afvloeiing van bedrijven naar buurgemeenten indien daar wel ruimte voor handen is.
- ▶ Ontsluiting is goed maar er is een toenemende congestie zowel op de autosnelwegen, de invalswegen en het intern verkeer te Beveren.



4/ Visie: Beveren 2030

Dienstverlening

Modern ondernemerschap is in toenemende mate digitaal en flexibel. Deze kenmerken worden ook steeds meer verwacht van de gemeentelijke dienstverlening. Beveren anno 2030 is er op voorzien om de aanwezige ondernemers bij te staan, te begeleiden en te horen op de door de ondernemers gewenste manieren. Beveren is met andere woorden zowel digitaal als fysiek benaderbaar en heeft een sterker uitgebouwde dienst economie. De ondernemer kent het ondernemersloket en vindt de weg hiernaartoe blindelings. Het loket is het eerstelijns contact voor de ondernemers en ageert zelf wanneer mogelijk. In de andere gevallen zal het loket fungeren als connector tussen ondernemers en gemeentelijke diensten, tussen ondernemers onderling en tussen ondernemers en andere instanties.

Om de voeling met het werkveld niet te verliezen wordt blijvend een dialoog aangegaan met de aanwezige ondernemers in de gemeente. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van de raad lokale economie. Er wordt tijdens de vergaderingen een open dialoog gevoerd tussen gemeente en ondernemers waarbij de ondernemers input kunnen geven aan de gemeente en ook zelf ideeën kunnen formuleren. De vertegenwoordigers in de raad zorgen voor transparantie naar de ruimere achterban en gaan zelf proactief informatie verzamelen bij de verschillende ondernemers.

Detailhandel

Beveren 2030 heeft een sterk en compact handelscentrum dat erin slaagt om een sterke positie te behouden tussen de steden Sint-Niklaas en Antwerpen. Het aanwezige handelsaanbod focust zich in het handelscentrum in de eerste plaats op de inwoners van Beveren en al haar deelgemeenten met aanvullend bezoekers uit de omliggende gemeenten. Deze laatste worden extra benaderd door een doelgerichte, heldere en eenduidige communicatie. Het grootste winkeldorp van Vlaanderen is een dynamisch gegeven waarvan de communicatie en de inhoud steeds wordt bijgestuurd om in lijn te blijven met de verwachtingen van de hedendaagse consument.

De wekelijkse markt blijft een belangrijke component binnen het totale aanbod voor de inwoners en bezoekers aan Beveren. De markt is een ontmoetingsplaats waarvan de beleving een uitstraling heeft op het volledige centrum en die kruisbezoeken met andere functies versterkt.

Het aanbod in het handelscentrum bestaat hoofdzakelijk uit aanbod in de productcategorieën dagelijkse goederen en periodieke goederen, aangevuld met kwaliteitsvolle horeca. Uitzonderlijke goederen kunnen een plaats hebben in een handelscentrum indien er geschikte locaties aanwezig zijn. Leegstand in het handelscentrum wordt tot het minimum beperkt door actief in te zetten op (lokale) starters en innovatieve concepten. De gemeente samen met het centrummanagement hebben hierbij een actieve rol. Naast het stimuleren van nieuwe en vernieuwende zaken in het centrum zorgt het centrummanagement samen met de gemeente ook voor een duidelijke jaarplanning met acties en evenementen met een duidelijke detailhandelversterkende functie.

Het aanbod in de deekernen is in de eerste plaats gericht op de inwoners van de deekern opdat deze een lokaal verzorgende functie kunnen vervullen. De focus er ligt op het aanbod aan dagelijkse goederen.

Om de eigenheid van de verschillende deekernen te behouden en/of te versterken wordt voldoende ingezet op lokale acties en activiteiten die de leefbaarheid van de deekernen moeten versterken.

De verbinding tussen het handelscentrum en de deekernen wordt versterkt door een intensifiëring van kennisuitwisseling tussen de deekernen en het centrum. Op regelmatige basis zal de brug gemaakt worden tussen het centrum en de verschillende deekernen.

Bedrijvigheid

Anno 2030 is Beveren erin geslaagd om samen met hogere overheden en intercommunales zo veel mogelijk ruimte te creëren voor de aanwezige ondernemersdynamiek (buiten de havenzone) in de gemeente rekening houdende met de geldende ruimtelijke en beleidscontext. De aldus gecreëerde ruimte voor bedrijvigheid wordt zorgvuldig vrijgegeven voor economische activiteiten die een locatie op een bedrijventerrein nodig hebben (=niet-verweefbaar). Voor activiteiten die op een verweven locatie kunnen zitten, wordt een andere oplossing gezocht.

De zones voorzien voor bedrijvigheid hebben een duidelijk regionaal of lokaal karakter en dito uitstraling. De regionale bedrijventerreinen maken optimaal gebruik van de zeer gunstige ligging van Beveren ten opzichte van de



belangrijkste verkeersassen en de haven. Deze zones worden idealiter ingevulde door grotere ondernemingen met een bovenregionale uitstraling en toeleveranciers voor havenactiviteiten die zelf niet in de haven gehuisvest mogen zijn. Waar mogelijk wordt ingezet op zichtlocaties. De (lokale) KMO's vinden hun plaats eerder op de lokale bedrijventerreinen. Op deze lokale bedrijventerreinen wordt een mix voorzien aan ruimte typologieën om zowel voor de kleine als de grotere KMO's plaats te kunnen bieden.

De verschillende bedrijventerreinen buiten de havenzone zijn gemakkelijk te bereiken door personeel (openbaar en individueel vervoer), bezoekers en (toe)leveranciers. De bedrijventerreinen hebben uiteraard ook een goede, nette uitstraling met voldoende oog voor groenvoorziening en omgevingskwaliteit. Op de bedrijventerreinen wordt maximaal ingezet op samenwerking tussen de bedrijven en op collectieve acties. Om dit praktisch mogelijk te maken wordt er naar gestreefd om parkmanagement te installeren op de mogelijks nieuwe bedrijventerreinen en een mildere variant ervan op de reeds bestaande bedrijventerreinen. De versterkte samenwerking tussen de verschillende Beverse ondernemingen kan tevens ook zorgen voor een extra economische stimulans voor de bedrijven in kwestie alsook voor de Beverse economie in haar geheel.



5/ Strategische doelstellingen

Transparante en ondernemingsvriendelijke dienstverlening.

De gemeente Beveren werkt aan een geoptimaliseerde dienstverlening voor alle ondernemers. Deze verbeterde dienstverlening vertaalt zich, naast in verbeterde randvoorwaarden voor ondernemerschap, in de eerste plaats in een gemakkelijk terug te vinden ondernemersloket. Hierbij wordt gewerkt via het één loket-principe. Alle bestaande ondernemers kunnen hier terecht alsook de potentiële nieuwe ondernemers en starters. Het loket fungeert als het centrale aanspreekpunt voor alle vragen en is als het ware de schakel tussen de ondernemers en de verschillende gemeentediensten. Het loket zal zowel digitaal als via een fysiek loket uitgebouwd worden. Om er voor te zorgen dat de dienstverlening zo nauw mogelijk blijft aansluiten bij de noden en wensen van de ondernemers, wordt gebruikgemaakt van de Raad Lokale Economie. Deze raad dient als platform voor open communicatie en discussie tussen stad en ondernemers.

Beveren winkeldorp voor alle deelgemeenten.

Beveren profileert zich als het winkelcentrum voor in de eerste plaats alle inwoners van Beveren en haar deelgemeenten. Zowel voor dagelijkse goederen als periodieke goederen is het winkeldorp Beveren de voornaamste 'place to go'. Aanvullend zorgt de gemeente ook minstens voor het behoud van de huidige aantrekkingskracht op de buurgemeenten. Het is belangrijk dat ondernomen acties zich richten tot alle inwoners van Beveren én dat er voldoende uitwisseling komt tussen het centrum en de deekernen. Het winkeldorp vindt zijn fysieke vertaling in de reeds bestaande cluster rond de Grote Markt, Vrasenestraat en de Warande. Deze formeel afgebakende kern, via ruimtelijke plannen, vormt een visueel duidelijk aaneengesloten geheel van winkels, met voldoende afwisseling tussen ketens en lokale zelfstandigen. Naast de ruimtelijke verankering wenst de gemeente samen met haar partners in deze zone ook verder in te zetten op een sterk flankerend beleid ter ondersteuning van de detailhandel. Het winkelaanbod langs de N70 en op andere perifere locaties is complementair aan het winkelaanbod in de kern. De toekomstoriëntatie voor de steenweg buiten de kern wordt vastgelegd binnen het project 'Baanwinkels en gemeenten op één lijn'. Het behoud van het evenwicht tussen kern en steenweg N70 is een belangrijke afweging bij toekomstige ontwikkelingen in de clusterzone (Pareinpark).

Vitale deekernen met eigen positionering.

Er wordt blijvend gestreefd naar voldoende vitaliteit in de deekernen van Beveren. Deze deekernen krijgen ook een duidelijkere positionering binnen het Beverse geheel. De positie van een deekern is in overeenstemming met de eigen draagkracht van de kern doch wordt er een minimale leefbaarheid voorzien in elke kern (voorzieningen, activiteiten, acties,...). De eigen identiteit van de verschillende deekernen wordt versterkt door lokale initiatieven. De gemeente speelt hierbij een faciliterende rol. Als aanvulling op de lokale initiatieven wordt er tevens ook ingezet op de verbondenheid tussen de deekernen. Zo worden kennis en ervaring gedeeld tussen de verschillende deekernen.

Ruimte voor bedrijvigheid.

Beveren wordt gekenmerkt door een goede ondernemersdynamiek. Deze heeft uiteraard een ruimtelijke weerslag. Om ervoor te zorgen dat ondernemingen blijvend voor Beveren kiezen als locatie, wordt blijvend werk gemaakt van ruimte voor bedrijvigheid. Waar mogelijk zal gezocht worden naar potentiële nieuwe locaties voor bedrijvigheid en/of verdichting op bestaande bedrijventerreinen. Dit alles binnen de grenzen van de bestaande ruimtelijke en beleidscontext, inclusief het havengebied op grondgebied van de gemeente. Tevens wordt zorgvuldig omgesprongen met de nog beschikbare ruimte door de beschikbare ruimte te vrijwaren voor gepaste economische invullingen.

Geoptimaliseerde uitstraling van en samenwerking op de bedrijventerreinen.

De aanwezige bedrijventerreinen buiten de havenzone hebben een sterkere uitstraling. Dit omvat onder meer signalisatie naar en op de bedrijventerreinen, een aangepast openbaar domein met voldoende en uniforme groenvoorziening, een infrastructuur aangepast aan de specifieke noden en wensen, e.d. De sterkte van de uitstraling van de bedrijventerreinen gaat deels gepaard met een versterkte operationele samenwerking tussen de bedrijven op eenzelfde bedrijventerrein. Bij bestaande bedrijventerreinen worden de mogelijkheden tot park management of een gelijkaardige structuur onderzocht. Bij potentieel nieuwe ontwikkelingen wordt dit van bij aanvang geïntegreerd.



Inzetten op nieuw, innovatief ondernemerschap.

Zowel binnen de detailhandel, de horeca als de andere bedrijfssectoren is er continu nood aan nieuwe en verfrissende vormen van ondernemerschap. Deze zetten Beveren nog sterker op de kaart en hebben een duidelijk positief effect op de reeds aanwezige bedrijven. De gemeente Beveren zet daarom op een duurzame manier in op starters en ondernemingen met een vernieuwend karakter. Dit doet ze enerzijds door starters en nieuwe ondernemingen actief te begeleiden en proactief te benaderen en anderzijds door te zorgen voor de juiste randvoorwaarden en het geschikte kader voor deze ondernemingen om in te gedijen.



6/ Operationele doelstellingen en acties

6.1 Transparante en ondernemingsvriendelijke dienstverlening.

Eén centraal aanspreekpunt voor ondernemers met betrekking tot de gemeentelijke dienstverlening.

Dit centraal aanspreekpunt fungeert als front office van de dienst economie dat zowel fysiek als digitaal bereikbaar is voor zowel bestaande ondernemers als potentieel toekomstige ondernemers. Zij zorgen ervoor dat alle inkomende vragen van ondernemers op een correcte manier worden afgehandeld. De voornaamste taakstelling omvat:

- ▶ Eerste lijn advies met betrekking tot de dienstverlening van de gemeente.
- ▶ Volledige afhandeling van het dossier met betrekking tot alle economische producten.
- ▶ Doorverwijzen naar de best geplaatste persoon voor het behandelen van de vraag.
- ▶ Coördinatie tussen verschillende diensten om tot éénduidige besluitvorming te komen, indien nodig (dossiercoördinatie).
- ▶ Bemiddelaar in geval van onduidelijkheden/vragen (accountmanagement).
- ▶ Begeleiding van starters
- ▶ Doorverwijsfunctie naar andere belanghebbende actoren zoals besturen (informatie rond subsidiemaatregelen, hogere regelgeving, ...), ondernemersorganisaties (Voka, Unizo, ...)

<i>Stappenplan:</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p><i>Stap 1: Centralisatie 'economische' dienstverlening en eerstelijnsinformatie (Single Point Of Contact, SPOC)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Aanstelling van een ambtenaar economie (1FTE), die optreedt als uniek aanspreekpunt (SPOC).</i> ▶ <i>Centralisatie van de 'economische' dienstverlening bij het uniek aanspreekpunt (SPOC).</i> ▶ <i>Productencatalogus met overzicht van alle diensten van de gemeente en de verantwoordelijke</i> 	Hoog	KT	1 FTE op B-niveau
<p><i>Stap 2: Inbedding in de gemeentelijke organisatie</i></p> <p><i>Vragen van ondernemers kunnen via het uniek aanspreekpunt (SPOC) gesteld worden aan de gemeente of rechtstreeks aan de betrokken diensten. Ondernemers verwachten dat 'hun' aanspreekpunt op de hoogte is van de verschillende dossiers. Daarnaast heeft de SPOC ook</i></p>	Hoog	KT	nihil



een belangrijke rol te spelen naar dossiercoördinatie. Hiervoor is een intern traject met alle betrokken diensten noodzakelijk om hen te sensibiliseren naar deze nieuwe werkwijze zodat iedereen:

- ▶ Proactief de dienst economie op de hoogte brengt van nieuwe dossiers, mogelijke knelpunten in dossiers, ...
- ▶ Projectvergadering worden gepland die de eenvormige besluitvorming over beleidsdomeinen heen en dus ook de dossiercoördinatie vereenvoudigt.

De voorziene integratie van de dienst economie in het departement grond- en gebiedszaken past perfect binnen het traject van de inbedding in de gemeentelijke organisatie.

Stap 3: Creatie van fysiek en digitaal loket

Afspraken worden gemaakt naar bereikbaarheid van het fysieke loket (enkel op afspraak, openingsuren) en de vorm van het digitale loket (via formulieren of live chat of ...). De keuzes die hierin worden gemaakt gebeuren in nauw overleg tussen de gemeente en de Raad Lokale Economie.

Stap 4: Bekendmaking van het aanspreekpunt (SPOC) bij de ondernemers

Communicatieplan wordt opgesteld voor de promotie en bekendmaking van het unieke loket voor ondernemers. In afwachting van een 'loket' kan het bestaan van de SPOC al bekendgemaakt worden.

Medium	MLT	Digitaal: voorzien binnen digitalisering dienstverlening	Fysiek: voorzien binnen dienstenmarkt
Hoog (SPOC)	KT	2.500€	
Medium (loket)			



De raad lokale economie als platform om ondernemers te informeren, te beluisteren en te betrekken.

De raad lokale economie is belangrijk platform om:

- ▶ ondernemers op een goede manier te informeren over gemeentelijke beslissingen en relevante informatie.
- ▶ ervoor te zorgen dat de dienst economie voeling houdt met ondernemers en hun netwerken op het terrein.
- ▶ een adviesrol bij beleidsvoorbereidend werk met betrekking tot alle topics die een impact hebben op het welslagen van ondernemers: mobiliteit, ruimtelijke planning, openbaar domein, (city)marketing, evenementen, economie.

<i>Stappenplan:</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p><i>Stap 1: Inspraak van ondernemers</i></p> <p><i>Een formele adviesrol voor de Raad Lokale Economie bij beleidsvoorbereidend werk met betrekking tot alle topics die een impact hebben op het welslagen van ondernemers: mobiliteit, ruimtelijke planning, openbaar domein, (city)marketing, evenementen, economie. Bepaalde dossiers worden vooraf besproken op de Raad Lokale Economie zodat hun advies meegenomen kan worden in het besluitvormingsproces van de gemeente. Met aandacht voor een evenwichtige samenstelling tussen kern/deelgemeenten/handel horeca/bedrijven/</i></p>	Hoog	KT	nihil
<p><i>Stap 2: Opstart en beheer van een gegevensdatabank van ondernemers</i></p> <p><i>Voor een efficiënte informatieverstrekking aan alle ondernemers moet de gemeente beschikken over een accurate contactgegevens van ondernemers. Idealiter wordt er gewerkt met een centrale databank, idealiter gekoppeld aan de VKBO.</i></p>	Hoog	KT	Voorzien ikv project themisweb
<p><i>Stap 3: Actieve communicatie naar ondernemers</i></p> <p><i>Periodieke nieuwsbrieven aan ondernemers om hen te informeren rond beleidsbeslissingen en alle relevante informatie voor ondernemers. Op frequente basis het aanspreekpunt bij de gemeente bekendmaken.</i></p>	Hoog	MLT	Voorzien binnen budget raad lokale economie
<p><i>Stap 4: Netwerking</i></p> <p><i>Opdat de dienst economie voeling houdt met zijn doelgroep is het van belang dat zij actief deelnemen aan netwerkmomenten.</i></p>	Medium	MLT	Voorzien binnen budget raad lokale economie



6.2 Inzetten op nieuw, innovatief ondernemerschap.

Structurele ondersteuning van lokale starters

Ondernemerschap stimuleren gebeurt in de eerste plaats door het begeleiden en ondersteunen van lokale ideeën. Deze lokale ondernemers kennen een hogere mate van verankering in de gemeente en kunnen een duurzamere bijdrage leveren aan het lokale ondernemersklimaat. De focus ligt hierbij in de eerste plaats op jonge ondernemers maar kunnen even goed uitgerold worden naar (potentiële) ondernemers uit alle leeftijdscategorieën. Dit vraagt een structurele, langdurige aanpak met onder andere:

- ▶ Organiseren van thematische workshops op maat van (startende) ondernemers.
- ▶ Opstellen van een gids om startende ondernemers wegwijs te maken
- ▶ Ondernemerschap stimulerende evenementen en awards ('Ondernemer in de kijker').
- ▶ Het in contact brengen van lokale ondernemers door events en 'meet-ups'.
- ▶ Begeleiding en coaching mogelijkheden door gemotiveerde ervaringsdeskundigen.

<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p><i>Stap 1: Organiseren van thematische workshops op maat van de (startende) ondernemers</i></p> <p><i>Niet alleen startende ondernemers hebben heel wat vragen met betrekking tot het opstarten of overnemen van een onderneming, ook de reeds bestaande ondernemers worden steeds geconfronteerd met nieuwe uitdagingen en obstakels. Door op geregelde tijdstip een workshop te organiseren rond één thema kan men (een deel van) deze vragen wegnemen. Tevens komen de (startende) ondernemers zo in contact met andere (startende) ondernemers en kunnen ze tijdens de workshops leren uit de ervaringen van de andere aanwezigen. Voor de organisatie van de workshops kan samen gewerkt worden met ondernemersverenigingen zoals Unizo, Onderwijsinstellingen etc. Belangrijk is dat deze workshops zeer laagdrempelig zijn om een zo breed mogelijk publiek aan te spreken.</i></p>	Medium	MLT	5.000 €/workshop
<p><i>Stap 2: Opstellen van een digitale gids om startende ondernemers wegwijs te maken</i></p> <p><i>Startende ondernemers zitten met heel wat (praktische) vragen m.b.t. de opstart van een eigen zaak. Voor velen is het te doorlopen proces niet transparant en smooit het ondernemerschap in de kiem. Het opmaken van een startersgids die de startende ondernemers wegwijs maakt binnen de verschillende gemeentelijke diensten en andere instellingen, kan de drempel tot ondernemen verlagen.</i></p>	Hoog	KT	2.000€/editie (bekendmaking) Personeelsinzet Opmaak gids binnen bestaande budgetten



De startersgids is een digitale gids én een dynamisch gegeven dat continu bijgestuurd wordt wanneer nodig.

De verspreiding van de gids gebeurt langs verschillende kanalen die gebruikt worden door startende ondernemers: gemeentelijke diensten, banken, lokale ondernemersverenigingen ... Bv door middel van business kaartje SPOC met vermelding website en gids.

Stap 3: Lokaal ondernemerschap in de kijker zetten

Het is belangrijk om goede lokale ondernemers, starters én gevestigde waarden, in de kijker te zetten. Deze verhoogde zichtbaarheid komt niet alleen de ondernemer ten goede maar kan ook inspirerend werken voor andere potentiële ondernemers (economische ambassadeurs). Ten slotte geeft dit ook blijk van waardering aan de ondernemers in de gemeente.

Deze actie kan uitgerold worden door bijv. een vaste katern in het magazine 'Onze Gemeente' te wijden aan lokale ondernemers. Naast het magazine raden we ook aan om gebruik te maken van de bestaande online kanalen van de gemeente, handelsverenigingen e.d.

Jaarlijks of tweejaarlijks kan er ook een ondernemersaward uitgereikt worden aan één of meer ondernemers in de gemeente. Ook dit vormt een uitgelezen moment om de ondernemer in de publiciteit te krijgen.

Stap 4: Het in contact brengen van lokale ondernemers

Deze actie kan gemakkelijk gekoppeld worden aan de 'netwerking' die eerder als actie werd opgenomen bij 4.1 betreffende de Raad Lokale Economie.

Stap 5: Begeleiding en coaching mogelijkheden door gemotiveerde ervaringsdeskundigen

Ten slotte kan er in het kader van de ondersteuning van lokale starters een netwerk opgebouwd worden van gemotiveerde ervaringsdeskundigen die de nieuwe starters begeleiden en coachen om de starters zo wegwijs te maken en hen te helpen met het wegnemen van obstakels. Deze ervaringsdeskundigen kunnen reeds bestaande ondernemers zijn en/of ex-ondernemers die nog steeds nauw betrokken zijn bij de Beverse ondernemerswereld.

Medium	MLT	5.000€/editie
Medium	MLT	Nihil
Laag	LT	Nihil



Deze actie wordt idealiter opgenomen door een bestaande ondernemersvereniging (bijv. lokale UNIZO afdeling, Aangenaam Winkelen Beveren, ...). De rol van de gemeente beperkt zich hierbij tot het in contact brengen van starters met dit netwerk van ervaringsdeskundigen.

Proactief benaderen van innovatieve concepten

Nieuw en innovatief ondernemerschap dient niet enkel te komen van de starters maar kan ook gevonden worden bij reeds bestaande ondernemers die nog geen vestiging hebben in de gemeente Beveren. Het gaat hierbij in de eerste plaats over ondernemers en ondernemingen binnen de sectoren detailhandel, horeca en diensten en in mindere mate over ondernemingen in andere sectoren. Het spreekt voor zich dat de benaderde ondernemingen een duidelijke toegevoegde waarde moeten hebben ten aanzien van het reeds aanwezige aanbod in de gemeente.

<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p><i>Stap 1: Opstellen brochure 'Ondernemen in Beveren'</i></p> <p><i>De brochure zal gebruikt worden om innovatieve ondernemingen te 'overtuigen' om een vestiging te openen in Beveren. De brochure moet dus voldoende wervend (commercieel) zijn en het onderscheidend vermogen van Beveren in de verf zetten. Inhoudelijk behandelt de brochure bijvoorbeeld volgende elementen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Socio-economische kerncijfers</i> ▶ <i>Sectorspecifieke gegevens (bijv. aanbod handelszaken, passantentellingen, e.d.)</i> ▶ <i>Beleidsinformatie</i> ▶ <i>Ondernemersdynamiek</i> ▶ <i>Good practices</i> ▶ <i>...</i> 	Hoog	KT	3.000 €/editie
<p><i>Stap 2: Benaderen concepten (sterke zelfstandigen en formules)</i></p> <p><i>Het ontwikkelen van een brochure dient gepaard te gaan met een proactieve houding van de gemeente en het centrummanagement. Een goede balans houden in het detailhandelaanbod in Beveren vraagt om een continue opvolging van het bestaande aanbod én om het versterken van het bestaande aanbod met zelfstandigen en ketens die een meerwaarde zijn voor de winkelbeleving en het onderscheidend vermogen van de gemeente.</i></p>	Hoog	KT	Personeelsinzet



Een proactieve houding vereist dat centrummanagement en/of gemeente zelf zelfstandigen en formules gaat benaderen. Dit is geen eenvoudige oefening en relatief tijdsintensief. Het helpt echter om 'voorbereid' aan deze zoektocht te beginnen. Enerzijds is het zaak om goede en juiste informatie te verschaffen over Beveren (Brochure), anderzijds heeft men er baat bij om een gesprek te voeren over een concrete locatie of project (bijv. lijst van interessante, leegstaande panden).

Voor het aantrekken van zelfstandigen stellen we voor om zelfstandigen te benaderen die een eerste vestiging hebben in een gemeente op geringe afstand van Beveren maar ver genoeg opdat een potentiële tweede vestiging hun bestaande werkingsveld niet kannibaliseert.

Stap 3: Uitnodigen van concepten tijdens een plaatsbezoek

Een andere manier om nieuwe concepten naar de gemeente te halen, is door deze uit te nodigen op een plaatsbezoek in de gemeente (Retail Tour). Zo een plaatsbezoek bestaat doorgaans uit:

- ▶ *Een wandeling doorheen Beveren met haltes bij interessante ontwikkelingen, de troeven van het centrum, sterke ondernemers die een grote aantrekkingskracht hebben, ...*
- ▶ *Presentaties van het beleid omtrent de beleidsvisie alsook van ondernemers over de troeven van Beveren*
- ▶ *Netwerkevent met receptie*

Onder de genodigden zijn o.a. retailers, project ontwikkelaars, investeerders en vastgoedmakelaars.

Voor de organisatie dringt een samenwerking met Ceusters zich op. Zij beheren niet alleen de Warande, een cruciaal element in het centrum van Beveren, maar hebben ook het sterke netwerk nodig om deze retail tour tot een goed einde te brengen.

Medium	MLT	15.000€ plaatsbezoek
		+ 10.000€ promotiemateriaal (bv film)



Stimulerende ingroeimaatregelen

Om nieuwe ondernemingen een extra stimulans te geven kunnen zogeheten ingroeimaatregelen gebruikt worden. De bedoeling hiervan is om de opstap naar een eigen vestiging in Beveren te verkleinen. De gemeente kan hier zelf een belangrijke rol inspelen (vrijstellen taksen, uitdelen premies) maar kan evenzeer gesprekken aangaan met eigenaars inzake ingroeimogelijkheden. Voor Beveren stellen wij volgende elementen voor:

<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p><i>Stap 1: Tijdelijke vrijstelling gemeentelijke taksen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Startende ondernemingen worden het eerste jaar vrijgesteld van de promotaks. Bijkomend kan de gemeente overwegen hij nog bijkomende vrijstellingen te voorzien zoals bijvoorbeeld belasting op reclamefolders.</i> 	Medium	MLT	Nihil
<p><i>Stap 2: Gesprekken met eigenaars m.b.t. ingroeimaatregelen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Beveren kan actief het gesprek aangaan met eigenaars van leegstaande panden. Zij kunnen flexibele huurformules voorstellen of bij de start werken met omzet gerelateerde huurprijzen of starten met een lager huurtarief gedurende de eerste twee jaar.</i> ▶ <i>Eigenaars laten meewerken vraagt tijd en overredingskracht zodat zij de toegevoegde waarde ook voor zichzelf inzien. Een leegstandsbelasting is een belangrijke stok achter de deur om eigenaars te overreden mee te werken.</i> ▶ <i>Tot slot wijzen wij ook op de mogelijkheid om deze maatregelen te koppelen aan ruimtelijk afgebakende zones in de gemeente (bijv. verplichting tot handel/horeca in het centrum tegemoet komen met ingroeimaatregelen). Op die manier worden enkel starters gestimuleerd in die gebieden waar economische activiteiten gewenst zijn.</i> 	Hoog	KT	Personeelsinzet

Creëren van flexibele ruimte voor starters

Tot slot kan de gemeente er voor kiezen om het lokale ondernemerschap te ondersteunen door flexibele ruimtes aan te bieden op maat van jonge ondernemingen. Niet alleen vinden de ondernemers zo een fysieke ruimte om in te werken, ook komen ze zo in contact met andere ondernemers. Dit komt het 'community-gevoel' ten goede. Voor de gemeente Beveren is deze actie niet de voornaamste prioriteit maar indien er toch voor gekozen wordt, bestaan er verschillende externe partijen die de uitbating van dergelijke ruimtes op zich nemen. Voor deze actie dienen volgende stappen doorlopen te worden:



<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p><i>Stap 1: Selecteren van een geschikt pand of geschikte panden</i></p> <ul style="list-style-type: none">▶ <i>Starters worden afgeschrikt door de lange termijn engagements die zij onmiddellijk moeten aangaan bij de start van een nieuwe handel- of horecazaak. Het faciliteren van locaties waar zij kunnen starten zonder onmiddellijk gebonden te zijn aan de traditionele handelshuurcontracten, al dan niet gecombineerd met een lagere huurprijs, geeft hen de mogelijkheid om te testen. Een soort van proefperiode om de haalbaarheid van het concept te verifiëren, te onderzoeken of er voldoende voldoening uit de job te halen valt, ...</i>▶ <i>Ofwel kan men hiervoor een vast pand selecteren in de gemeente, waarbij de starter moet vertrekken eens hij zich permanent wil vestigen in Beveren. Ofwel worden deze mogelijkheden voorzien in diverse leegstaande panden waarbij men afspraken heeft gemaakt met de eigenaar van het pand. Het voordeel van deze laatste werkwijze is dat de starter niet moet verhuizen eens hij zich definitief wil vestigen, het geen opnieuw een drempel wegneemt.</i>▶ <i>Aanvullend wil de gemeente, in overleg met de pandeigenaars en de kandidaat starters, alternatieve vormen van pandverwerving bespreekbaar maken.</i>	Hoog	MLT	Personeelsinzet
<p><i>Stap 2: Contacteren externe organisaties voor uitbating</i></p> <p><i>Afspraken maken met eigenaars van panden, faciliteren tussen de ondernemer en de pandeigenaar, ... er komt veel administratie en overleg bij kijken. Ondertussen zijn er tal van bureaus gespecialiseerd in het beheren van locaties voor flex-werken (Bijv. Bar d'office), van 'tijdelijke invullingen' van winkelruimtes (bijv. 'The Box' in Genk/Gent/Mechelen) of kunnen er afspraken gemaakt worden met lokale immo-kantoren. Belangrijk is dat de juiste afspraken worden gemaakt zodat het gaat om testruimtes voor starters met doorgroeipotentieel naar een vaste vestiging en niet louter pop-ups. Bij pure pop-ups van reeds bewezen concepten ligt de maandelijkse huurprijs traditioneel hoger.</i></p>	Laag	MLT	Nihil



6.3 Beveren winkeldorp voor alle deelgemeenten

Vernieuwde communicatie en marketing 'Beveren Winkeldorp'

De huidige communicatie van evenementen en acties gekoppeld aan de detailhandel en horeca in Beveren verloopt te weinig gestroomlijnd. Zo worden bepaalde activiteiten gecommuniceerd vanuit de gemeente (Beveren Verbindt) en andere vanuit Beveren Winkeldorp. Daarnaast zijn er ook twee magazines die zich elk in de eerste plaats richten op de inwoners van de eigen gemeente: 'Beveren magazine' vanuit Beveren Winkeldorp (2x per jaar) en 'Onze gemeente' vanuit de gemeente Beveren (6x per jaar). IDEA Consult is van mening dat er efficiëntie en andere winsten gemaakt kunnen worden door beide magazines te integreren.

<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p><i>Stap 1: Integratie van bestaande communicatiekanalen</i></p> <p><i>De bestaande communicatiekanalen van de gemeente én van het centrummanagement worden op elkaar afgestemd zodat men komt tot een elkaar versterkend gegeven. De communicatie vanuit het centrummanagement/Beveren Winkeldorp behoudt zijn commerciële focus. De kanalen van de gemeente zullen gebruikt worden om ondernemerschap in de kijker te zetten. De insteek is hierbij minder commercieel en eerder informatief en inspirerend. Naast de bestaande digitale kanalen van de gemeente wordt ook de mogelijkheid onderzocht om in het magazine 'onze gemeente' een vast katern te integreren rond ondernemerschap (voor het volledige grondgebied van Beveren).</i></p>	Hoog	KT	Budgetneutraal
<p><i>Stap 2: Vitaliseren van de digitale communicatiekanalen</i></p> <p><i>Aanvullend aan de vernieuwde en geïntegreerde communicatie, kan ook extra aandacht besteed worden aan (look and feel' van de communicatie. De bestaande communicatie kanalen worden geoptimaliseerd om weer beter en nauwer aan te sluiten bij de noden en wensen van de consument/lezer.</i></p>	Medium	MLT	Budgetneutraal



Ruimtelijke afbakening handelszones voor het volledige grondgebied

In het kader van kernversterking en een duurzame ruimteboekhouding is het belangrijk dat de visies hieromtrent op termijn vertaald worden in instrumenten op maat van de gemeente. Dit kan variëren van louter visiedocumenten tot ruimtelijke instrumenten. Het is belangrijk dat hierbij vertrokken wordt van de huidige ruimtelijke context en geland wordt bij het de gewenste ruimtelijke context. We stellen volgend stappenplan voor:

<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Tijdsinzet door externe of dienst ruimte</i>
<p><i>Stap 1: Desk Research</i></p> <p><i>Als start van dit proces worden alle bestaande beleidsdocumenten grondig geanalyseerd, zowel op lokaal als op bovenlokaal en Vlaams niveau. Er komt met andere woorden een screening van de bestaande beleidsvisies, beleidsdocumenten, ruimtelijke plannen, etc. Bijkomend wordt bekeken welke impact de basisdoelstellingen van het decreet integraal handelsvestigingsbeleid en de visie van het Beleidsplan Ruimte Vlaanderen (in opmaak) met betrekking tot detailhandel hebben.</i></p>	Hoog	MLT	1 dag
<p><i>Stap 2: Analyse van de Ruimtelijke context + kleinhandelscontext</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Op basis van geldende bestemmingsplannen wordt een analyse gemaakt van de actuele ruimtelijke context en de huidige detailhandelsstructuur. Een laag met de huidige detailhandelslocaties (op basis van Locatus) wordt op de bestemmingsplannen gelegd. Op basis daarvan wordt een analyse gemaakt:</i> ▶ <i>Waar zijn huidige detailhandelsconcentraties (binnen en buiten stedelijk milieu);</i> ▶ <i>Waar wijken bestaande ruimtelijke plannen af van de effectieve ruimtelijke spreiding;</i> ▶ <i>Waar is de ontwikkeling van detailhandel mogelijk;</i> ▶ <i>...</i> 	Hoog	MLT	1,5 dag
<p><i>Stap 3: Ontwerpvisie Ruimte voor Kleinhandel</i></p> <p><i>In de ontwerpvisie wordt een eerste aanzet gegeven waar:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Beveren de ontwikkeling van kleinhandel wil stimuleren.</i> ▶ <i>Beveren de ontwikkeling van kleinhandel wil beperken.</i> ▶ <i>Beveren geen bijkomende maatregelen wil opleggen.</i> 	Hoog	MLT	1.5 dag



De ontwerpvisie wordt opgemaakt op basis van de aangegeven ambitie, bestaande plannen en doelstellingen van het integraal handelsvestgingsbeleid. De visie heeft betrekking op alle ontwikkelingen van kleinhandel, waar de kleinhandelsvergunning enkel betrekking heeft op kleinhandel > 400m².

Voor de perifere kleinhandel wordt reeds een visie opgemaakt in het kader van het project 'Baanwinkels en gemeenten op één lijn'.

Stap 4: Bepalen ruimtelijke plannen en instrumenten

Het traject wordt gefinaliseerd in een document dat volgende onderdelen omvat:

- ▶ *Plan met betrekking tot ruimte voor toekomstige detailhandelsontwikkelingen;*
- ▶ *Instrumenten ter realisatie van het vooropgestelde plan.*

Hoog	MLT	1.5 dag
------	-----	---------

Een verhoogd verblijfscomfort en een aantrekkelijk openbaar domein

De winkelbeleving wordt sterk beïnvloedt door het verblijfscomfort in het centrum alsook de aantrekkelijkheid van het openbaar domein. Vele elementen samen vormen het verblijfscomfort: netheid, aanwezige horeca, groenvoorziening, straatmeubilair, aanwezige rustpunten, etc. Het centrum van Beveren kan op verschillende van deze punten nog een stap vooruit zetten. Op termijn kan deze aanpak ook vertaald worden naar de deelgemeenten.

<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p>Stap 1: Netheidsplan met een aangepast kuisregime</p> <p><i>Het kuisregime wordt aangepast aan het gebruik van het openbaar domein. Concreet houdt dit in dat de openbare ruimte wordt gekuist na het intens gebruik ervan, zoals de markt of na schooleinde. Dit heeft tot gevolg dat met eenzelfde inspanning het openbaar domein langer proper blijft.</i></p>	Hoog	KT	Nihil
<p>Stap 2: Realisatie van een horecaplan</p> <p><i>Een horecaplan voortbouwend op de bevraging door Arteveldehogeschool.</i></p> <p><i>Horeca is ook een aantrekkingspool voor consumenten naar Beveren. Door het gevarieerde en kwalitatieve aanbod aan horeca worden extra bezoekers naar het centrum getrokken en is er kruisbestuiving met de winkels.</i></p>	Medium	MLT	10.000€



Stap 3: Uitwerken visie op de openbare ruimte in het centrum (beeldkwaliteitsplan)

De visie op de openbare ruimte geeft een beschrijving in woord en beeld met betrekking tot de esthetische aspecten van het openbaar domein. Dit heeft als doel dat het gebruikskomfort en de uitstaling verhoogt en de bezoeker langer in het centrum blijft. Deze visie doet onder meer uitspraken over:

- de locatie, de aard en het aantal van het straatmeubilair zoals banken, vuilbakken, voetgangersbewegwijzering.*
- materiaal, opstelling en uitstraling van de terrassen*
- visie rond groen in de straat*
- locatie, inkleeding en gebruik van rustpunten (bijvoorbeeld speeltuigen voor kinderen, gebruik van graszones voor picknick ruimte.*

Medium	MLT	30.000€
--------	-----	---------

Stap 4: Aanpassen van strategische locaties

Uitvoeren van de visie op de openbare ruimte.

Medium	MLT	In functie van de keuzes
--------	-----	--------------------------

Beveren Verbindt

De nieuwe slogan kan op vele wijzen worden gekoppeld aan het handelscentrum in Beveren. In de eerste plaats kan men de slogan letterlijk interpreteren door verder in te zetten op een goede verbinding tussen centrum en de kern met het openbaar vervoer. Ook kan men deze term gebruiken voor handelsversterkende activiteiten die het volledige grondgebied van Beveren beslaan. Aanvullend kan men deze term ook 'zachter' invullen door te focussen op het verbinden van mensen en functies en op de communicatie. Door Beveren te 'verbinden' wordt het centrum een centrum voor alle inwoners van Beveren.

<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p><i>Stap 1: Inzetten op een versterkte OV-verbinding tussen de kern en centrum</i></p> <p><i>De realisatie van deze stap vraagt een nauwe samenwerking met De Lijn. Vanuit de gemeente dienen gesprekken geïnitieerd te worden om samen met De Lijn de mogelijkheden te onderzoeken tot een verbeterde dienstregeling tussen de kern en het centrum.</i></p>	Hoog	MLT	Budgetneutraal
<p><i>Stap 2: Betrekken de kern in communicatie omtrent handel en horeca</i></p> <p><i>In het kader van de vernieuwde communicatie en marketing van Beveren Winkeldorp werd reeds aangetoond dat het magazine 'Onze gemeente' een parallel communicatiekanaal kan zijn om ondernemerschap in de kijker te zetten. De communicatie in het magazine 'Onze</i></p>	Hoog	KT	5.000€



gemeente' dient (i.t.t. de communicatie vanuit Beveren Winkeldorp) een weerspiegeling te zijn van ondernemerschap in Beveren in haar geheel en dus inclusief de handel en horeca in de deelgemeenten.

Stap 3: Bestendigen van de wekelijkse markt

De wekelijkse markt in Beveren is een belangrijke verbindende factor tussen functies in het centrum én tussen de consumenten. Er wordt dan ook blijvend ingezet op het bestendigen van de wekelijkse markt opdat deze haar aantrekkingskracht zou behouden. Er wordt ernaar gestreefd om een voldoende verscheiden aanbod te garanderen op de markt.

Stap 4: Uitwerken van een gemeentelijke klantenkaart

Het systeem van een gemeentelijke klantenkaart werkt verbindend verschillende wijzen. In de eerste plaats verbindt het de aanwezige handelaars in de gemeente in één systeem. Daarnaast stimuleert het de inwoners van Beveren om meer lokaal aan te kopen aangezien de gemeentelijke klantenkaart enkel geldig is voor handelszaken op het Bevers grondgebied. Op die manier verbindt het ook de inwoners en de lokale handelaars.

Stap 5: Organiseren van gebiedsdekkende acties en evenementen

De acties en evenementen die nu worden georganiseerd in het centrum van Beveren blijven te vaak beperkt tot het centrum. In de toekomst dient het centrum het belangrijkste brandpunt te blijven van handelsversterkende acties en evenementen. Toch zijn er mogelijkheden om ook de deekernen meer te betrekken bij deze acties en evenementen. Zo kunnen bepaalde thematieken (bijv. Halloween) makkelijk vertaald worden naar de handel en horeca in de deekernen. De mate waarin acties al dan niet worden doorgetrokken naar de deekernen is afhankelijk van actie tot actie en kan variëren van 'zachte' verbindende elementen zoals inkleding etalages, inkleding openbaar domein, affichage, etc. tot 'harde' verbindingen waarbij satelliet activiteiten worden georganiseerd in de deekernen.

Hoog	KT	Budgetneutraal
Hoof	KT	50.000€
Medium	KT	Budgetneutraal



Participatieve Trajecten

In het verlengde van 'Beveren Verbindt' stelt IDEA Consult ook voor om participatieve trajecten op te zetten waarbij burgers aan het woord worden gelaten met betrekking tot het centrum en de centrumbeleving. Op die manier kan het gemeentebestuur, het centrummanagement en de betrokken ondernemers een duidelijker beeld vormen van de wensen van de lokale inwoners. Deze participatieve trajecten kunnen met andere woorden de knelpunten en potenties van Beveren blootleggen.

Concreet denken we aan volgende participatieve trajecten:

- ▶ Aanbod: Wat ontbreekt in mijn gemeente? (eventueel via een bevraging door Arteveldehogeschool)
- ▶ Openbaar domein: 'Live' simulatie van gewenste aankleding van het openbaar domein

6.4 Vitale deekernen met een eigen positionering

Bestendigen lokaal verzorgende functie handelsapparaat

De ambitie van de gemeente is om de leefbaarheid van de deekernen te behouden. Dit impliceert dat de inwoners van de deekernen een minimum aanbod aan detailhandel (zijnde levensmiddelen) kunnen terugvinden in de eigen deekern. Op deze manier behouden de deekernen hun lokaal verzorgende karakter.

Het is hierbij geenszins de bedoeling om actief nieuwe concentraties te creëren, wel om een minimum aanbod te gaan garanderen. In het geval er nieuwe handelszaken zich willen vestigen in een deekern wordt dit evenwel niet tegen gehouden indien deze nieuwe inplanting in lijn is met de bestaande bestemmingsplannen.

Concreet kunnen we dus stellen dat in elke deekern minstens een buurtwinkel of buurtsupermarkt aanwezig moet zijn.

- ▶ Stap 1: Benaderen supermarkten inzake openen van buurtformules
- ▶ Stap 2: Vrijwaren van de mobiliteitsaspecten nodig voor doelgericht winkelen (o.a. kortparkeren)

<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p><i>Stap 1: Benaderen van supermarkten inzake het openen van buurtformules</i></p> <p><i>Wanneer het aanbod in de deekernen dreigt te verdwijnen, loont het om contact op te nemen met de bestaande supermarkt ketens. deze zetten steeds meer in op hun buurtformules (Carrefour express, Proxy Delhaize, ...). Door proactief gesprekken aan te gaan met de expansieverantwoordelijke kan men achterhalen welke eisen zij stellen aan hun locaties. Op die manier kan voor de deekern in kwestie een concreet 'project' uitgewerkt worden om voor te leggen aan de bestaande aanbieders.</i></p>	Medium	MLT	Personeelsinzet
<p><i>Stap 2: Vrijwaren van de nodige mobiliteitsaspecten voor doelgericht winkelen</i></p> <p><i>Het aanbod aan handel en horeca in de deekernen richt zich hoofdzakelijk op doelgericht winkelen. Dit stelt enkele eisen naar de mobiliteit in de deekernen. Deze lijken 'voor de hand</i></p>	Hoog	KT	Budgetneutraal



liggend' maar lijden vaak onder 'opsmuk' van centrale pleinen en straten. Een goed voorbeeld hiervan is de mogelijkheid tot gratis (kort)parkeren in de onmiddellijke omgeving van de aanwezige handel en horeca. De gemeente ziet erop toe dat dit gevrijwaard blijft bij mogelijke toekomstige openbare werken in de dealkernen (continueren van het gevoerde beleid).

Ondersteunen van lokale initiatieven

Lokale initiatieven dienen bottom-up te worden gevoed. Deze initiatieven zijn cruciaal voor de positionering van een dealkern. Dit wil echter niet zeggen dat de gemeente hierbij geen rol kan en/of moet spelen. De organisatie van de initiatieven ligt lokaal maar de gemeente kan hierbij wel faciliterend werken.

- ▶ Stap 1: Aanbieden procesmatige haalbaarheidstoets van lokale initiatieven
- ▶ Stap 2: Bundelen van ervaringen in een dynamisch draaiboek

<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p><i>Stap 1: aanbieden procesmatige haalbaarheidstoets van lokale initiatieven</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Vele lokale initiatieven stoppen reeds bij de opstart door een gebrekkige kennis van de organisatie van een dergelijk initiatief. De gemeente en het centrummanagement hebben deze kennis wel. Om lokale initiatieven een grotere kans op slagen te geven kan de gemeente en/of het centrummanagement een procesmatige haalbaarheidstoets aanbieden. Deze haalbaarheidstoets geeft dus geen informatie over de financiële haalbaarheid.</i> ▶ <i>In het kader van de procesmatige haalbaarheidstoets wordt gewezen op de potentiële obstakels, de geldende vergunnings- en meldingsplicht alsook op de verschillende manieren waarop de gemeente of andere organisaties bijstand kunnen verlenen.</i> 	Laag	LT	5.000€/jaar
<p><i>Stap 2: Bundelen van ervaringen in een dynamisch draaiboek</i></p> <p><i>Op basis van de verschillende georganiseerde initiatieven in de gemeente kan op termijn een draaiboek worden opgesteld. Dit boek bundelt de verschillende leereffecten en maakt de organisatoren wegwijs. Het draaiboek is 'dynamisch' in die zin dat het aangepast aan wijzigende wetgeving en beleid.</i></p>	Laag	LT	5.000€/editie



6.5 Geoptimaliseerde uitstraling van en samenwerking op de bedrijventerreinen

Signalisatie naar de bedrijventerreinen

Tijdens de fases voorafgaand aan de visievorming, kwam meermaals naar voor dat sommige bedrijventerreinen niet goed vindbaar zijn door leveranciers, klanten en bezoekers. Een goede bereikbaarheid is echter cruciaal voor de werking van een onderneming. Om de signalisatie naar de bedrijventerreinen te verbeteren stellen we volgende acties voor:

- ▶ Stap 1: Aanpassen GPS-gegevens waar nodig
- ▶ Stap 2: Uitwerken uniform signalisatieplan (i.s.m. AWW)

Stappenplan	Prioriteit	Timing	Budget
<p><i>Stap 1: Aanpassen GPS-gegevens waar nodig</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>Sommige bedrijven(terreinen) zijn niet of moeilijk vindbaar via de gangbare GPS-systemen. Er zijn enkele zaken die de gemeente kan doen om dit te verhelpen. In de eerste plaats is een correcte input van de adrespunten in het CRAB systeem een voorwaarde. Dit is een open databank die wordt gebruikt door bedrijven en nutsmaatschappijen. Ook werkt het CRAB aan een wegenregister. Dit wegenregister zou op termijn ook verrijkt moeten worden met elementen als routeringsfunctionaliteiten. De huidige stand van zaken laat echter nog geen gebruik voor commerciële doeleinden toe.</i> ▶ <i>Het CRAB en de hieraan gekoppelde toepassingen zijn weliswaar een open source maar dit geeft geen zekerheid dat de aanbieders van GPD-systemen de meeste recente gegevens hebben ingelezen in hun systeem. Daarom loont het ook de moeite om zelf het gesprek aan te gaan met de voornaamste aanbieders.</i> 	Hoog	KT	Budgetneutraal
<p><i>Stap 2: Uitwerken van een uniform signalisatieplan</i></p> <p><i>Aanvullend aan een aangepaste geleiding via de GPS-systemen, loont het de moeite voor de gemeente Beveren om werk te maken van een uniform signalisatieplan dat de bereikbaarheid van de bedrijventerreinen moet verhogen. Gezien de ligging van de bedrijventerreinen en de cruciale rol van gewestwegen hierbij is een samenwerking met het Agentschap Wegen en Verkeer aangewezen. De gemeente wacht de resultaten van het Interwaas pilootproject in Temse af om dit in samenwerking met Interwaas uit te rollen in Beveren.</i></p>	Hoog	MLT	Budgetneutraal



Signalisatie op de bedrijventerreinen

Naast de signalisatie naar de bedrijventerreinen, is een duidelijke en logische signalisatie op de bedrijventerreinen ook een meerwaarde. Op deze manier worden onnodige voertuigbewegingen gereduceerd en kunnen de aanwezige ondernemingen eenduidig communiceren naar toeleveranciers en klanten m.b.t. de bereikbaarheid.

<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p><i>Stap 1: Uitwerken intern signalisatiesysteem</i></p> <ul style="list-style-type: none">▶ <i>Een goed signalisatieplan stopt niet aan de grenzen van een bedrijventerrein maar 'leidt' de bezoeker tot aan het individuele bedrijf. Op die manier voorkomt men onnodig 'zwerfverkeer' op het bedrijventerrein. Voor een intern signalisatieplan kan men kiezen voor een 'harde' signalisatie, een 'zachte' signalisatie of een combinatie van beiden.</i>▶ <i>Onder 'harde' signalisatie verstaan we een eenvoudig en duidelijk lokaal bewegwijzeringssysteem met toepassing van kleuren, dat over heel het terrein logisch wordt opgevolgd en de bezoeker systematisch naar elk bedrijf, kantoor, ingang, gebouw of 'exit' leidt. De 'zachte' signalisatie focust zich op het gebruik van de juiste coördinaten om in te lezen in GPS-systemen.</i>▶ <i>Voor de uitvoering van deze stap kan de gemeente een samenwerking aangaan met private spelers. Belangrijk is evenwel om voldoende aandacht te besteden aan het 'up to date houden' van deze signalisatie.</i>	Hoog	KT	35.000€

Operationele samenwerking op bedrijventerreinen

We zien een trend naar een sterkere samenwerking tussen bedrijven op een bedrijventerrein. Meestal uit zich dit in de vorm van groepsaankopen, collectief beheer, interactiviteit tussen ondernemingen, marketing, lange termijn overeenkomsten met leveranciers, etc. Bij nieuwe bedrijventerreinen wordt steeds meer opgenomen in de koopvoorwaarden onder de noemer park management, bij bestaande bedrijventerreinen ontstaat dit enkel wanneer er voldoende draagvlak is onder de aanwezige ondernemingen.

Voor de gemeente Beveren wil de intercommunale Interwaas het concept Park Management uitrollen voor de bedrijventerreinen die ze in eigen beheer hebben. IDEA stelt voor dat zij hiervoor de kans krijgen en dat afhankelijk van de resultaten hiervan, er onderzocht wordt op welke andere bedrijventerreinen er voldoende voedingsbodemp is om dit verder uit te rollen.



<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p>Stap 1: Test case Interwaas</p> <ul style="list-style-type: none">▶ <i>De intercommunale Interwaas plant om park management te 'testen' op de bedrijventerreinen die zij in beheer hebben. In het geval van de gemeente Beveren zou het in de eerste plaats het bedrijventerrein Aven Ackers zijn waar het park management getest zal worden.</i>▶ <i>Het is belangrijk om aan de hand van deze test case enkele leereffecten te distilleren die op hun beurt meegenomen moeten worden bij een eventuele verdere uitrol van parkmanagement (zie stap 2)</i>	Hoog	MLT	Budgetneutraal
<p>Stap 2: Uitrollen park management naar andere bedrijventerreinen</p> <p><i>Op basis van de resultaten van de test case van Interwaas kan er gekozen worden om park management verder, gefaseerd, uit te rollen naar de andere bedrijventerreinen in Beveren.</i></p> <p><i>Het implementeren van park management op bestaande bedrijventerreinen is geen evidentie omdat dit gedragen moet worden door de aanwezige ondernemers. Wanneer het park management niet door alle ondernemingen gedragen wordt ontstaat het gevaar op vrijbuiters. Er bestaan mogelijkheden om park management te verplichten bijvoorbeeld door oprichting van een vzw (vergelijkbaar aan centrummanagement). Het werkingsgeld van deze vzw komt van de gemeente die op haar beurt een taks (vergelijkbaar met promotaks) int bij de aanwezige bedrijven. Dit lijkt enkel een optie wanneer een andere reeds bestaande taks (bijv. heffing op drijfkracht) wegvalt.</i></p>	Hoog	MLT	Budgetneutraal

Beveren Verbindt

Ook hier kunnen we aantakken op het concept van 'Beveren verbindt'. In het kader van de bedrijvigheid in Beveren willen we hierbij focussen op het verbinden van werkzoekenden (schoolverlaters en anderen) aan de lokale ondernemers. Zo willen we niet alleen werkzoekenden in contact brengen met de aanwezige bedrijven in Beveren maar ook op termijn de bestaande opleidingen beter laten aansluiten bij de noden en eisen van de lokale bedrijvigheid.

<i>Stappenplan</i>	<i>Prioriteit</i>	<i>Timing</i>	<i>Budget</i>
<p>Stap 1: Organisatie kennismakingsevent/jobbeurs</p> <ul style="list-style-type: none">▶ <i>Er is nood aan het in contact brengen van (potentiële) werkkrachten, opleidingscentra, interimkantoren en de lokale ondernemingen in Beveren. Het organiseren van een kennismakingsevent heeft verschillende voordelen:</i>	Laag	MLT	20.000€



hierbij is evenwel de ontsluiting van de bedrijventerreinen zodat een vlotte verkeersafhandeling mogelijk is.





BIJLAGE



1/ Vragenlijst enquêtes

1.1. Vragenlijst Handel



Identificatie van de onderneming (facultatief)

Naam onderneming

Ondernemingsnummer

*

Vestigingsadres

*

In welke sector is de onderneming hoofdzakelijk actief?

- Detailhandel
- Horeca
- Cultuur
- Transport en brandstoffen
- Ontspanning
- Financiële of zakelijke dienstverlening
- Vrije beroepen
- Overige diensten
- Ander, gelieve te specificeren
.....

*

U gaf aan dat de hoofdactiviteit van de onderneming 'detailhandel' is. Welke van onderstaande activiteiten past het best bij uw onderneming?

- Verkoop van voeding
- Persoonlijke verzorging
- Kleding en mode
- Vrije Tijd
- Huishoudelijke artikelen
- Bruin- en Witgoed
- In en om de woning
- Auto en fiets
- Doe het zelf
- Ander, gelieve te specificeren
.....



Identificatie contactpersoon (facultatief)

Naam van contactpersoon

Functie van contactpersoon

Bent u eigenaar van de onderneming of gerant

E-mail

Telefoonnummer

*

Kenmerken onderneming

Hoeveel werknemers (VTE) zijn tewerkgesteld in uw vestiging?

Is de vestiging te Beveren de enige vestiging van uw onderneming?

Is de vestiging te Beveren de hoofdzetel van uw onderneming?

Is uw onderneming eigenaar van de locatie of niet?



Locatiefactoren

*

Vanwaar komen uw klanten voornamelijk?

	Onbelangrijk	Minder belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Zeer belangrijk
Beveren
Kallo
Doel
Kieldrecht
Verrebroek
Vrasene
Melsele
Haasdonk
Kruibeke
Zwijndrecht
Sint-Gillis-Waas
Stekene
Sint-Niklaas
Ander, gelieve te specificeren

*

Hoe komen uw klanten voornamelijk?

	Onbelangrijk	Minder belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Zeer belangrijk
Auto
Fiets
Te voet
Openbaar vervoer
Ander, gelieve te specificeren



* **In welke mate zijn onderstaande factoren belangrijk voor u met betrekking tot de vestigingsplaats van uw zaak?**

	Onbelangrijk	Minder belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Zeer belangrijk
Bereikbaarheid met de auto
Bereikbaarheid met de fiets/te voet
Bereikbaarheid per openbaar vervoer
Bewegwijzering op en naar de locatie
Voldoende parkeergelegenheid in de onmiddellijke omgeving
Voldoende parkeergelegenheid op wandelafstand
Voldoende fietsenstallingen
Laad- en losmogelijkheden
Uitbreidingsmogelijkheden (op de locatie)
Uitstraling gebouw
Uitstraling omgeving
Aanwezigheid zitbanken
Aanwezigheid vuilbakken
Netheid van de straten
Veiligheid
Groenvoorziening
Imago van de regio
Marketingacties
Animatie/evenementen
Aantrekkelijke woon- en leefomgeving
Aanwezigheid voldoende geschikt personeel
Gekendheid met de regio/historische binding
Nabijheid klanten
Nabijheid toeleveranciers



Nabijheid (andere) horeca
Nabijheid (andere) winkels
Nabijheid vrije tijd, cultureel en/of toeristisch aanbod
Mogelijkheden tot delen van faciliteiten
Mogelijkheden tot samenwerken
Mogelijke vergunningen
Aantrekkelijke grond- of huurprijs
Lage lokale taken en belastingen
Mogelijkheid verkrijgen van (lokale) subsidies
Goed onthaal/informatieverstrekking door lokale overheid
Ander, gelieve te specificeren



*

In welke mate voldoet uw huidige vestigingsplaats aan onderstaande factoren?

	Voldoet helemaal niet	Voldoet niet	Neutraal	Voldoet	Voldoet prima
Bereikbaarheid met de auto
Bereikbaarheid met de fiets/te voet
Bereikbaarheid per openbaar vervoer
Bewegwijzering op en naar de locatie
Voldoende parkeergelegenheid in de onmiddellijke omgeving
Voldoende parkeergelegenheid op wandelafstand
Voldoende fietsenstallingen
Laad- en losmogelijkheden
Uitbreidingsmogelijkheden (op de locatie)
Uitstraling gebouw
Uitstraling omgeving
Aanwezigheid zitbanken
Aanwezigheid vuilbakken
Netheid van de straten
Veiligheid
Groenvoorziening
Imago van de regio
Marketingacties
Animatie/evenementen
Aantrekkelijke woon- en leefomgeving
Aanwezigheid voldoende geschikt personeel
Gekendheid met de regio/historische binding
Nabijheid klanten
Nabijheid toeleveranciers



Nabijheid (andere) horeca
Nabijheid (andere) winkels
Nabijheid vrije tijd, cultureel en/of toeristisch aanbod
Mogelijkheden tot delen van faciliteiten
Mogelijkheden tot samenwerken
Mogelijke vergunningen
Aantrekkelijke grond- of huurprijs
Lage lokale taksen en belastingen
Mogelijkheid verkrijgen van (lokale) subsidies
Goed onthaal/informatieverstrekking door lokale overheid
Ander, gelieve te specificeren



* **Welk type ondernemingen ontbreken in uw omgeving en kunnen een meerwaarde betekenen voor uw onderneming?**

	Onbelangrijk	Minder belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Zeer belangrijk
Landbouw
Winning van delfstoffen
Industrie
Energie
Bouw
Groothandel
Detailhandel
Logistiek/Transport
Garage
Zakelijke dienstverlening
Financiële dienstverlening
Overige diensten
Ander, gelieve te specificeren



* **Welke van onderstaande branches ontbreken in uw omgeving en kunnen een meerwaarde betekenen voor uw onderneming?**

	Onbelangrijk	Minder belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Zeer belangrijk
Verkoop van voeding
Persoonlijke verzorging
Kleding en mode
Vrije Tijd
Huishoudelijke artikelen
Bruin- en Witgoed
In en om de woning
Auto en fiets
Doe het zelf
Zakelijke dienstverlening
Financiële dienstverlening
Overige diensten
Horeca
Ander, gelieve te specificeren

* **Heeft uw onderneming specifieke noden met betrekking tot de locatie?**

--



* **Welke rol kan de gemeente Beveren hier volgens u bij spelen?**

Verhuisbewegingen

* **Denkt u dat deze vestiging in de komende drie jaar zal verhuizen, uitbreiden, sluiten, overname? Kan u de waarschijnlijkheid aangeven waarmee dat gebeurt?**

	Zeker	Waarschijnlijk	Zeker niet	Weet niet	Niet
De vestiging verhuist de komende drie jaar
Deze vestiging breidt ter plekke uit in de komende drie jaar
De komende drie jaar komen er nieuwe vestigingen bij (naast deze vestiging)
Op de huidige locatie komt ruimte vrij door een krimp van de huidige activiteiten

* **U gaf aan dat het waarschijnlijk is dat uw onderneming verhuist de komende drie jaar. Uw voorkeur gaat hierbij naar:**

- Verhuis binnen de gemeente
- Verhuis buiten de gemeente



* **Waarom wenst u niet langer gehuisvest te zijn in de gemeente Beveren?**

* **Heeft u al een concrete bestemming voor ogen voor een verhuis? (Dit hoeft nog geen specifieke locatie te zijn. Een bestemming kan even goed een bepaalde gemeente of groep van gemeenten zijn.)**



Dienstverlening

*

In welke mate is onderstaande dienstverlening belangrijk voor uw onderneming?

	Onbelangrijk	Minder belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Zeer belangrijk
Fysieke toegankelijkheid van de administratie (openingstijden, ...)
Digitale toegankelijkheid van de administratie
Korte responstijd op vragen
Inzicht in de stand van zaken van een dossier
Motivatie van beslissingen
Transparantie dienstverlening aan ondernemers
Initiatieven ter ondersteuning van ondernemerschap
Communicatie van (beleids)beslissingen die (on)rechtstreeks betrekking hebben op ondernemers
Weloverwogen en eenvormige besluitvorming
Uniforme en consequente toepassing van procedures en reglementen
Inspraak voor ondernemers
Proactief inspelen op de behoeften van ondernemers
Begeleiding van (startende) ondernemers
Organisatie van netwerkmomenten
Faciliteren van samenwerking tussen ondernemers
Coördinatie van gezamenlijke acties (evenementen, communicatie....)
Beperkte administratieve lasten
Reglementen in mensentaal
Digitale aanvraag formulieren
Ander, gelieve te specificeren



*

In welke mate voldoet de dienstverlening van de gemeente Beveren aan uw noden voor onderstaande factoren?

	Voldoet helemaal niet	Voldoet niet	Neutraal	Voldoet	Voldoet prima
Fysieke toegankelijkheid van de administratie (openingstijden, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Digitale toegankelijkheid van de administratie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Korte responstijd op vragen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Inzicht in de stand van zaken van een dossier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Motivatie van beslissingen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Transparantie dienstverlening aan ondernemers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Initiatieven ter ondersteuning van ondernemerschap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Communicatie van (beleids)beslissingen die (on)rechtstreeks betrekking hebben op ondernemers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Weloverwogen en eenvormige besluitvorming	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Uniforme en consequente toepassing van procedures en reglementen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Inspraak voor ondernemers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Proactief inspelen op de behoeften van ondernemers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Begeleiding van (startende) ondernemers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Organisatie van netwerkmomenten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Faciliteren van samenwerking tussen ondernemers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Coördinatie van gezamenlijke acties (evenementen, communicatie....)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Beperkte administratieve lasten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Reglementen in mensentaal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Digitale aanvraag formulieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲
Ander, gelieve te specificeren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	◀	▶	▲



Heeft u nog opmerkingen/aanvullingen bij deze bevraging?



1.2. Vragenlijst Bedrijven

Identificatie van de onderneming (facultatief)

Naam onderneming

Ondernemingsnummer

*

Vestigingsadres

*

In welke sector is de onderneming hoofdzakelijk actief?

- Landbouw
- Winning van delfstoffen
- Industrie
- Energie
- Bouw
- Groothandel
- Detailhandel
- Logistiek/Transport
- Garage
- Zakelijke dienstverlening
- Financiële dienstverlening
- Overige diensten
- Ander, gelieve te specificeren
.....



*

U gaf aan dat de hoofdactiviteit van de onderneming 'Industrie' is. Welke van onderstaande activiteiten past het best bij uw onderneming?

- Vervaardiging van voedingsmiddelen
- Vervaardiging van dranken
- Vervaardiging van tabaksproducten
- Vervaardiging van textiel
- Vervaardiging van kleding
- Vervaardiging van leer en van producten van leer
- Houtindustrie en vervaardiging van artikelen van hout en van kurk, exclusief meubelen; vervaardiging van artikelen van riet en van vlechtwerk
- Vervaardiging van papier en papierwaren
- Drukkerijen, reproductie van opgenomen media
- Vervaardiging van cokes en van geraffineerde
- aardolieproducten
- Vervaardiging van chemische producten
- Vervaardiging van farmaceutische grondstoffen en producten
- Vervaardiging van producten van rubber of kunststof
- Vervaardiging van andere niet-metaalhoudende minerale producten
- Vervaardiging van metalen in primaire vorm
- Vervaardiging van producten van metaal, exclusief machines en apparaten
- Vervaardiging van machines, apparaten en werktuigen, n.e.g.
- Vervaardiging en assemblage van motorvoertuigen, aanhangwagens en opleggers
- Vervaardiging van andere transportmiddelen
- Vervaardiging van meubelen
- Reparatie en installatie van machines en apparaten
- Overige industrie, gelieve te specificeren
.....



Identificatie contactpersoon (facultatief)

Naam van contactpersoon

Functie van contactpersoon

E-mail

Telefoonnummer



*

Kenmerken onderneming

Hoeveel werknemers (VTE) zijn tewerkgesteld in uw vestiging?

Is de vestiging te Beveren de enige vestiging van uw onderneming?

Is de vestiging te Beveren de hoofdzetel van uw onderneming?

Is uw onderneming eigenaar van de locatie of niet?

Locatiefactoren



*

In welke mate zijn onderstaande factoren belangrijk voor u met betrekking tot de vestigingsplaats van uw bedrijfsvestiging?

	Onbelangrijk	Minder belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Zeer belangrijk
Bereikbaarheid langs de weg
Bewegwijzering op en naar de locatie
Bereikbaarheid per openbaar vervoer
Voldoende parkeergelegenheid op de eigen locatie
Voldoende parkeergelegenheid in de omgeving
Nabijheid zeehaven
Nabijheid waterweg
Mogelijkheden voor goederenvervoer per trein
Laad- en losmogelijkheden
Nabijheid luchthaven
Nabijheid treinstation
Uitbreidingsmogelijkheden (op de locatie)
Uitstraling gebouw
Uitstraling directe omgeving
Groenvoorziening
Goed imago van de regio
Aantrekkelijke woon- en leefomgeving
Aanwezigheid voldoende geschikt personeel
Gekendheid met de regio/historische binding
Nabijheid klanten
Nabijheid toeleveranciers
Nabijheid andere (gelijkaardige) ondernemingen/bedrijven
Mogelijkheden tot delen van faciliteiten



Nabijheid onderzoeksinstellingen en universiteiten
Mogelijke vergunningen
Aantrekkelijke grond- of huurprijs
Lage lokale taken en belastingen
Mogelijkheid verkrijgen van (lokale) subsidies
Goed onthaal/informatieverstrekking door lokale overheid
Ander, gelieve te specificeren



*

In welke mate voldoet uw huidige vestigingsplaats aan onderstaande factoren?

	Voldoet helemaal niet	Voldoet niet	Neutraal	Voldoet	Voldoet prima
Bereikbaarheid langs de weg
Bewegwijzering op en naar de locatie
Bereikbaarheid per openbaar vervoer
Voldoende parkeergelegenheid op de eigen locatie
Voldoende parkeergelegenheid in de omgeving
Nabijheid zeehaven
Nabijheid waterweg
Mogelijkheden voor goederenvervoer per trein
Laad- en losmogelijkheden
Nabijheid luchthaven
Nabijheid treinstation
Uitbreidingsmogelijkheden (op de locatie)
Uitstraling gebouw
Uitstraling directe omgeving
Groenvoorziening
Goed imago van de regio
Aantrekkelijke woon- en leefomgeving
Aanwezigheid voldoende geschikt personeel
Gekendheid met de regio/historische binding
Nabijheid klanten
Nabijheid toeleveranciers
Nabijheid andere (gelijkaardige) ondernemingen/bedrijven
Mogelijkheden tot delen van faciliteiten



Nabijheid onderzoeksinstellingen en universiteiten
Mogelijke vergunningen
Aantrekkelijke grond- of huurprijs
Lage lokale taksen en belastingen
Mogelijkheid verkrijgen van (lokale) subsidies
Goed onthaal/informatieverstrekking door lokale overheid
Ander, gelieve te specificeren

*

Welk type ondernemingen ontbreken in uw omgeving en kunnen een meerwaarde betekenen voor uw onderneming?

	Onbelangrijk	Minder belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Zeer belangrijk
Landbouw
Winning van delfstoffen
Industrie
Energie
Bouw
Groothandel
Detailhandel
Logistiek/Transport
Garage
Zakelijke dienstverlening
Financiële dienstverlening
Overige diensten
Ander, gelieve te specificeren



*

Welke van onderstaande branches ontbreken in uw omgeving en kunnen een meerwaarde betekenen voor uw onderneming?

	Onbelangrijk	Minder belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Zeer belangrijk
Vervaardiging van voedingsmiddelen
Vervaardiging van dranken
Vervaardiging van tabaksproducten
Vervaardiging van textiel
Vervaardiging van kleding
Vervaardiging van leer en van producten van leer
Houtindustrie en vervaardiging van artikelen van hout en van kurk, exclusief meubelen; vervaardiging van artikelen van riet en van vlechtwerk
Vervaardiging van papier en papierwaren
Drukkerijen, reproductie van opgenomen media
Vervaardiging van cokes en van geraffineerde
aardolieproducten
Vervaardiging van chemische producten
Vervaardiging van farmaceutische grondstoffen en producten
Vervaardiging van producten van rubber of kunststof
Vervaardiging van andere niet-metaalhoudende minerale producten
Vervaardiging van metalen in primaire vorm
Vervaardiging van producten van metaal, exclusief machines en apparaten
Vervaardiging van machines, apparaten en werktuigen, n.e.g.
Vervaardiging en assemblage van motorvoertuigen, aanhangwagens en opleggers



Vervaardiging van andere transportmiddelen
Vervaardiging van meubelen
Reparatie en installatie van machines en apparaten
Overige industrie, gelieve te specificeren

* **Heeft uw onderneming specifieke noden met betrekking tot de locatie?**

* **Welke rol kan de gemeente Beveren hier volgens u bij spelen?**



Verhuisbewegingen

- * **Denkt u dat deze vestiging in de komende drie jaar zal verhuizen, uitbreiden, sluiten, overname? Kan u de waarschijnlijkheid aangeven waarmee dat gebeurt?**

	Zeker	Waarschijnlijk	Zeker niet	Weet niet	Niet
De vestiging verhuist de komende drie jaar
Deze vestiging breidt ter plekke uit in de komende drie jaar
De komende drie jaar komen er nieuwe vestigingen bij (naast deze vestiging)
Op de huidige locatie komt ruimte vrij door een krimp van de huidige activiteiten

- * **U gaf aan dat het waarschijnlijk is dat uw onderneming verhuist de komende drie jaar. Uw voorkeur gaat hierbij naar:**

Verhuis binnen de gemeente

Verhuis buiten de gemeente

- * **Waarom wenst u niet langer gehuisvest te zijn in de gemeente Beveren?**

- * **Heeft u al een concrete bestemming voor ogen voor een verhuis? (Dit hoeft nog geen specifieke locatie te zijn. Een bestemming kan even goed een bepaalde gemeente of groep van gemeenten zijn.)**



Dienstverlening

*

In welke mate is onderstaande dienstverlening belangrijk voor uw onderneming?

	Onbelangrijk	Minder belangrijk	Neutraal	Belangrijk	Zeer belangrijk
Fysieke toegankelijkheid van de administratie (openingstijden, ...)
Digitale toegankelijkheid van de administratie
Korte responstijd op vragen
Inzicht in de stand van zaken van een dossier
Motivatie van beslissingen
Transparantie dienstverlening aan ondernemers
Initiatieven ter ondersteuning van ondernemerschap
Communicatie van (beleids)beslissingen die (on)rechtstreeks betrekking hebben op ondernemers
Weloverwogen en eenvormige besluitvorming
Uniforme en consequente toepassing van procedures en reglementen
Inspraak voor ondernemers
Proactief inspelen op de behoeften van ondernemers
Begeleiding van (startende) ondernemers
Organisatie van netwerkmomenten
Faciliteren van samenwerking tussen ondernemers
Coördinatie van gezamenlijke acties (evenementen, communicatie....)
Beperkte administratieve lasten
Reglementen in mensentaal
Digitale aanvraag formulieren
Ander, gelieve te specificeren



*

In welke mate voldoet de dienstverlening van de gemeente Beveren aan uw noden voor onderstaande factoren?

	Voltoet helemaal niet	Voltoet niet	Neutraal	Voltoet	Voltoet prima
Fysieke toegankelijkheid van de administratie (openingstijden, ...)
Digitale toegankelijkheid van de administratie
Korte responstijd op vragen
Inzicht in de stand van zaken van een dossier
Motivatie van beslissingen
Transparantie dienstverlening aan ondernemers
Initiatieven ter ondersteuning van ondernemerschap
Communicatie van (beleids)beslissingen die (on)rechtstreeks betrekking hebben op ondernemers
Weloverwogen en eenvormige besluitvorming
Uniforme en consequente toepassing van procedures en reglementen
Inspraak voor ondernemers
Proactief inspelen op de behoeften van ondernemers
Begeleiding van (startende) ondernemers
Organisatie van netwerkmomenten
Faciliteren van samenwerking tussen ondernemers
Coördinatie van gezamenlijke acties (evenementen, communicatie...)
Beperkte administratieve lasten
Reglementen in mensentaal
Digitale aanvraag formulieren
Ander, gelieve te specificeren



Heeft u nog opmerkingen/aanvullingen bij deze bevraging?