

Evaluatiemethode voor centrumbeheer

Facetten van West-Vlaanderen

uitgegeven door

WES Onderzoek & Advies

Baron Ruzettelaan 33

B-8310 Assebroek/Brugge

www.wes.be

WES versterkt de beleids- en managementprocessen van openbare besturen en private organisaties in binnen- en buitenland door doelgericht onderzoek en advies. De onderzoeken en adviezen zijn het resultaat van de integratie van onze expertise op vijf domeinen, met name:

- milieu
- ruimtelijke planning
- sociaal-economisch beleid
- toerisme
- training

© WES Onderzoek & Advies

Niets uit deze uitgave mag worden overgenomen of openbaar gemaakt zonder voorafgaandelijke schriftelijke toestemming van de uitgever.

Wettelijk depot: D/2003/0624-2

Grafische verwerking:

WES Onderzoek & Advies

Drukkerij Deman N.V., Poperinge

Kaft en ontwerp lay-out:

Johan Mahieu, Brugge

Evaluatiemethode voor centrumbeheer: een meetinstrument ter beoordeling van het beheer van een centrum of kern van een stad of gemeente

Tanja Termote

Studie uitgevoerd in opdracht van het Provinciebestuur West-Vlaanderen
(in het kader van het provinciaal project "aanspreekpunt lokale economie")

December 2003

INHOUDSTAFEL

INLEIDING:	
UITDAGINGEN VAN EEN CENTRUM VAN EEN STAD OF GEMEENTE	6
HOOFDSTUK 1:	
DEFINITIE EN DOELSTELLINGEN VAN CENTRUMBEHEER	7
1. DEFINITIE VAN CENTRUMBEHEER	7
2. ACTIVITEITENDOMEINEN	7
3. DOELSTELLINGEN VAN CENTRUMBEHEER	8
3.1. Inhoudelijke doelstellingen	8
3.2. Organisatorische, procesgerichte doelstellingen	10
4. ORGANISATIESTRUCTUUR	10
5. PARTNERS	10
6. FINANCIERING VAN CENTRUMBEHEER	10
7. RESULTATEN VAN CENTRUMBEHEER	11
8. KRITISCHE SUCCESFACTOREN	11
9. TOEPASSING BINNEN VLAANDEREN: MERCURIUSCENTRUMMANAGEMENT	11
9.1. Situering Mercuriusproject	11
9.2. Van Mercurius naar centrummanagement	13
10. DOEL VAN ONZE OPDRACHT	18
HOOFDSTUK 2:	
ONTWIKKELEN VAN EEN MEETINSTRUMENT TER BEOORDELING VAN CENTRUMBEHEER	19
1. EVALUATIE VAN DE PROCESGERICHTE DOELSTELLINGEN	19
2. EVALUATIE VAN DE INHOUDELIJKE DOELSTELLINGEN	22
2.1. Overzicht van de indicatoren	22
2.2. Overzicht van de enquêtevragen	24
2.3. Indicatorenfiches	35
HOOFDSTUK 3:	
SAMENVATTING EN BESLUIT	72
Bijlage	

UITDAGINGEN VAN EEN CENTRUM VAN EEN STAD OF GEMEENTE

Steden en gemeenten dienen er steeds voor te zorgen dat de aantrekkingskracht van hun centrum of centra op inwoners, handelaars, bedrijven en bezoekers behouden blijft of versterkt wordt. Het nastreven van de leefbaarheid van de centra is een delicate oefening die van een hele reeks factoren afhangt zoals winkelaanbod, bereikbaarheid, inrichting van het openbaar domein, veiligheid, promotie, ... De handelsactiviteit in de gemeenten kent bovendien meer en meer concurrentie van grootschalige handelsactiviteiten die zich aan de rand van de stad of gemeente komen vestigen.

Om te vermijden dat een kern van een gemeente er economisch en sociaal op achteruit gaat, is het noodzakelijk dat de gemeente een beleidsvisie en aangepaste maatregelen uitwerkt ter versterking van die kern. Ze dienen met andere woorden hun centrum te 'managen'. In sommige gemeenten of steden gebeurt dit management van het centrum via een structureel samenwerkingsverband tussen publieke en private partijen. Bepaalde gemeenten konden de voorbije drie jaar zelfs rekenen op overheidssteun voor dit 'centrummanagement' (zie hoofdstuk 1, paragraaf 9). Bij andere, meestal kleinere gemeenten, gebeurt het managen van het centrum op een minder gestructureerde manier. Toch tracht elke gemeente haar centra zo aantrekkelijk mogelijk te maken.

Voorliggend onderzoek heeft als doel een meetinstrument te ontwikkelen ter beoordeling van het beheer van een centrum of kern van een stad of gemeente. In het rapport zullen we dit management of beheer van het centrum uitdrukken als '**centrumbeheer**'. In Nederland hanteert men meer de term 'centrummanagement'. We willen deze term bewust zoveel moge-

lijk vermijden, omdat in Vlaanderen de term centrummanagement te veel geassocieerd wordt met de subsidiemaatregel die werd uitgewerkt door de Vlaamse Gemeenschap en die enkel van toepassing was op grote steden. In voorliggend onderzoek is het de bedoeling dat elke gemeente, van welke omvang ook, met dit meetinstrument de ontwikkelingen op het vlak van het beheer van het centrum, en de effectiviteit van dit beheer, op een relatief eenvoudige manier kan nagaan.

De opbouw van het rapport is als volgt. In een eerste hoofdstuk geven we een omschrijving van centrumbeheer en geven we de voornaamste doelstellingen van het managen van een centrum van een stad of gemeente weer. We hebben hier ook aandacht voor het concept Mercuriuscentrummanagement dat door de Vlaamse Gemeenschap werd uitgewerkt en gesubsidieerd en een toepassing is van centrumbeheer in de grote Vlaamse steden.

In een tweede hoofdstuk zullen we een meetinstrument ontwikkelen ter beoordeling van het centrumbeheer van een gemeente. Dit instrument biedt een evaluatie van zowel de procesgerichte als de inhoudelijke doelstellingen van centrumbeheer.

Hoofdstuk 3, tenslotte, geeft een korte samenvatting en enkele conclusies van het onderzoek weer.

De inhoud van dit onderzoek werd inhoudelijk gestuurd door de dienst Economie van de Provincie West-Vlaanderen en de leden van de werkgroep brainstorming van de vergadering lokale economie. We willen al deze personen danken voor hun inbreng.

HOOFDSTUK 1

DEFINITIE EN DOELSTELLINGEN VAN CENTRUMBEHEER

In dit hoofdstuk zullen we centrumbeheer omschrijven. Hierbij komen de definitie, activiteitendomeinen, doelstellingen, organisatiestructuur, partners, financiële middelen, resultaten en kritische succesfactoren van centrumbeheer aan bod. Daarnaast geven we ook een omschrijving en evaluatie van het Mercurius- en centrummanagementproject van de Vlaamse Gemeenschap. Tot slot vatten we de voornaamste vaststellingen uit dit hoofdstuk samen en geven we de opzet van ons verder onderzoek mee.

1.

DEFINITIE VAN CENTRUMBEHEER

In de literatuur worden verschillende omschrijvingen gegeven van centrumbeheer¹. Meestal komt het neer op een **structureel samenwerkingsverband van publieke en private partijen in een binnenstad of in een centrum of kern van een gemeente om de aantrekkingskracht en het economisch functioneren van dit centrum of die kern te versterken**. Daarnaast wordt ook een verbetering van de leefbaarheid van de binnenstad of het centrum van de gemeente als doel vooropgezet.

Door het vergroten van de aantrekkingskracht van het centrum tracht men meer bezoekers naar het centrum te lokken, hogere bestedingen te genereren en de verblijfsduur in het centrum te verlengen, echter zonder dat dit ten koste gaat van de leefbaarheid en veiligheid in dit centrum².

Aan de basis van centrumbeheer ligt de idee dat een centrum pas efficiënt kan beheerd en uitge-

bouwd worden indien er samenwerking en overleg totstandkomt tussen de diverse actoren in dit centrum: het gemeentebestuur, de handelaars, de toeristische en culturele organisaties, de inwoners...

Via centrumbeheer creëert men een kader dat inhoud moet geven aan de continue kwaliteitsverbetering en vernieuwing die noodzakelijk is binnen het centrum van een stad of gemeente. Het betekent bovendien een overstap van bilaterale contacten - van de gemeente met de verschillende partijen, los van elkaar - naar een netwerk. Dit leidt tot beter overleg en een betere afstemming tussen de verschillende partijen actief in of betrokken bij het centrum van de gemeente³.

2.

ACTIVITEITENDOMEINEN

De activiteiten van centrumbeheer zijn ruim en steunen op twee pijlers, namelijk het **versterken van de economische ontwikkeling, enerzijds, en het versterken van de leefbaarheid** in de binnenstad of kern van de gemeente, anderzijds. Beide pijlers hebben diverse takken. Tot de economische aspecten behoren bijvoorbeeld detailhandel, toerisme en recreatie en horeca; onder leefbaarheid situeren zich onder meer de domeinen wonen, openbaar domein en verkeer (**zie figuur 1**). Het economisch en handelsaspect wordt evenwel aanzien als ruggengraat voor het centrumbeheer⁴.

Centrumbeheer is dus ruimer dan winkelstraatmanagement. Winkelstraatmanagement richt zich bijna uitsluitend op de winkelactiviteit, ter-

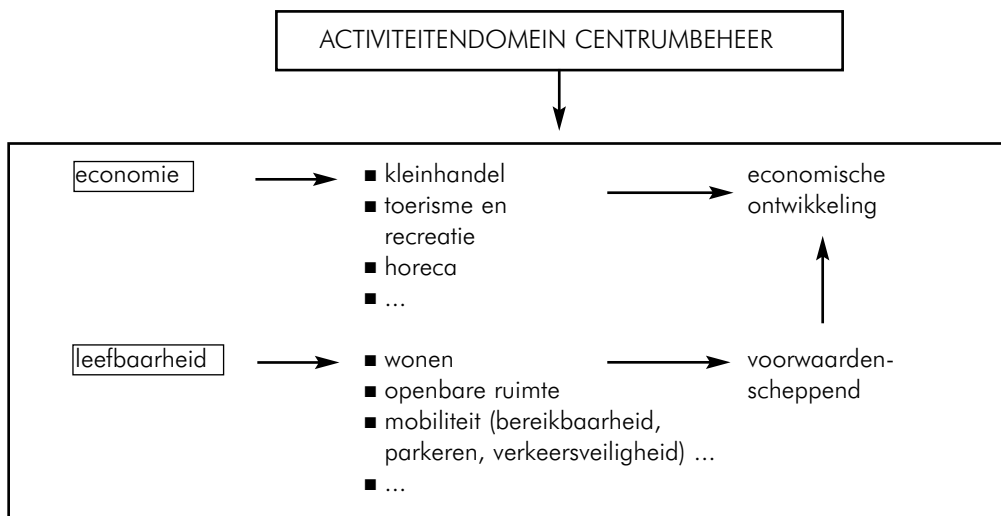
¹ Vaak wordt ook gesproken van centrummanagement, binnenstadmanagement of city centre management

² <http://www.polyground.nl/rescentrum.htm>

³ van Dinteren J.H.J., 'Binnenstedelijke produktverbetering en centrummanagement', Kolpron Consultants BV, januari 1994.

⁴ Vlaamse Gemeenschap, Toelichtingsnota

Figuur 1: Het activiteitsveld van centrumbeheer



wijl centrumbeheer ook rekening houdt met mobiliteit, openbaar domein, veiligheid, bereikbaarheid, parkeren, ...

Winkelstraatmanagement kan dan ook eerder worden aanzien als ondersteunend voor het centrumbeheer bij het uitwerken van concrete projecten.

Centrumbeheer wijkt volgens de hier gehanteerde definitie niet veel af van het begrip citymarketing. Citymarketing wijst echter nadrukkelijk op marketing, en aanvankelijk werd de klemtoon bij citymarketing te eenzijdig gelegd op het promoten van de stad. Promotie is echter slechts één aspect van marketing. Momenteel kunnen marketing en management of beheer niet meer los van elkaar worden gezien. Marketing is een middel om de doelstellingen die voortvloeien uit het centrumbeheer af te stemmen op de behoeften van de diverse doelgroepen. Vandaar dat we kunnen stellen dat stads- of centrummarketing het bestaan van centrumbeheer impliceert.

Centrummarketing moet voor centrumbeheer de informatie opleveren op grond waarvan besluiten kunnen worden genomen over wat er moet gebeuren en waar het moet gebeuren¹.

3. DOELSTELLINGEN VAN CENTRUMBEHEER

We kunnen de doelstellingen van centrumbeheer grosso modo opsplitsen in twee categorieën, namelijk:

- inhoudelijke doelstellingen;
- organisatorische, procesgerichte doelstellingen.

3.1. Inhoudelijke doelstelling

De inhoudelijke doelstellingen werden in de vorige paragraaf reeds vermeld. De hoofddoelstelling van centrumbeheer is het **stimuleren van het economisch functioneren** van een centrum of kern van de gemeente. Daarnaast dient aandacht geschonken te worden aan het **verhogen van de leefbaarheid** van dat centrum.

Deze hoofddoelstellingen vertalen zich in subdoelstellingen.

Op het vlak van economie worden volgende subdoelstellingen geformuleerd:

- bevorderen van handel en horeca in het centrum (belangrijkste subdoelstelling van centrumbeheer);

¹ van Dinteren J.H.J., 'Binnenstedelijke produktverbetering en centrummanagement', Kolpron Consultants BV, januari 1994, blz. 6-7.

- bevorderen van toerisme en recreatie in het centrum.

De subdoelstellingen op het vlak van leefbaarheid zijn:

- aantrekkelijker maken van het wonen in het centrum;
- bevorderen van de mobiliteit en de verkeersveiligheid in het centrum;
- bevorderen van de aantrekkelijkheid van de openbare ruimte.

De belangrijkheid van de verschillende subdoelstellingen kan verschillend zijn van gemeente tot gemeente.

De doelstellingen kunnen verder geconcretiseerd worden door het formuleren van prioriteiten en concrete acties en projecten. Voorbeelden van prioriteiten zijn (niet-limitatieve opsomming):

- oplossingen zoeken voor de leegstand in het centrum;
- voorkomen van die leegstand;
- stimuleren van wonen boven winkels;

- aantrekken van nieuwe winkels, horecazaken;
- verbeteren openbaar domein (aanleg straten, groen, lichtreclame, ...);
- zorgen voor een aantrekkelijke looproute in het winkelgebied;
- bevorderen van bereikbaarheid en parkeren;
- aanpak onveiligheid in het centrum;
- zorgen voor netheid in het winkelgebied;
- promotie van het winkelgebied;
- informatieverstrekking;
- ...

Hoewel het bevorderen van de werkgelegenheid meestal niet expliciet als doelstelling of prioriteit wordt geformuleerd, is het wel een logisch gevolg van de andere doelstellingen.

Een voorbeeld van een concreet project in de gemeente Anzegem wordt aan de hand van onderstaande kadertekst toegelicht.

Centrumbeheer in Anzegem: toelichting van een concrete actie: "Een vlucht in de lucht"

In Anzegem werd een gemeentelijke werkgroep lokale economie en handel opgericht. Ter ondersteuning van het lokale economisch leven werd vanuit de werkgroep en met medewerking van het Gemeentebestuur van Anzegem een commerciële actie uitgewerkt. Met "Een vlucht in de lucht" werd een verkoopactie georganiseerd bij de plaatselijke handelaars. 26 winkeliers en handelaars van Ingooigem, Tiegem en Kaster namen deel aan het initiatief en financierden het project door het aankopen van de uit te reiken spaarpunten. Door hun bestedingen bij de deelnemers konden de klanten punten sparen. 200 punten gaven recht op een helikoptervlucht van 10 minuten boven de eigen gemeente en regio. Uiteindelijk gingen 180 personen de lucht in. Ook de handelaars hebben deze actie positief ervaren. Verschillende deelnemers aan de actie zagen hun omzetcijfer stijgen. De klanten kochten wel bewust in functie van het verzamelen van de punten. Er ontstond ook als het ware een "kruisbestuiving" tussen de verschillende handelaars/winkeliers door uitwisseling van klanten op zoek naar de nodige punten om een helikoptervlucht te bekomen.

Wat ook belangrijk was voor de handelaars was het feit dat deze actie kon met een absoluut minimum aan administratieve rompslomp. De helikoptervluchten werden op een zondagnamiddag uitgevoerd met drie toestellen door een plaatselijke firma gespecialiseerd in luchtvervoer van personen. Door alles te concentreren op een namiddag kreeg de actie meteen ook een 'slotmanifestatie' met de nodige animo.

Patrick Vandeputte, dienst lokale economie, Anzegem

3.2. Organisatorische, procesgerichte doelstellingen

Tot de organisatorische doelstellingen rekenen we:

- het professioneel aanpakken van het beheer van het centrum van een stad of gemeente, waarbij men een strategie en visie ontwikkelt voor dit centrum, en waarbij men werkt aan gezamenlijke en samenhangende doelstellingen;
- het bevorderen van de communicatie, het overleg en de samenwerking tussen de diverse actoren in het centrum van de gemeente.

Deze organisatorische doelstellingen blijken in de praktijk vaak even belangrijk te zijn als de inhoudelijke doelstellingen van centrumbeheer.

Uitgangspunt bij centrumbeheer is professionaliteit. Zes kenmerken zijn bepalend voor deze professionaliteit¹:

- samenwerking tussen de partners op basis van gelijkwaardigheid;
- geen belangenbehartiging, het centrumbeheer treedt op als onafhankelijke organisatie;
- structurele aanpak, gericht op middellange en lange termijn;
- integrale benadering van het centrum waarbij de wensen van de consument centraal staan;
- beleid én uitvoering;
- gericht op het economisch functioneren en de leefbaarheid van het centrum van de gemeente.

4. ORGANISATIESTRUCTUUR

Er zijn diverse vormen van management van het centrum van een stad of gemeente:²

- met of zonder centrummanager;
- in de vorm van een organisatie of als regulier overleg;
- informeel of formeel;
- breed of smal van opzet;
- beleids- of uitvoeringsgericht.

Iedere gemeente maakt zelf haar keuze in verband met de vorm van het centrumbeheer. Het opzetten van een centrumbeheer vraagt immers om maatwerk. De lokale situatie is in elke gemeente anders en afhankelijk van deze situ-

atie kan ook een andere organisatievorm gekozen worden.

Hoe de structuur eruit ziet, is niet zo belangrijk. Wel van belang is de manier waarop het overleg gebeurt, en hoe de doelstellingen worden bereikt. Goed werkende plaatselijke overleg- en samenwerkingsstructuren kunnen dus even goed hun centrum managen als een nieuw opgezet samenwerkingsverband, al dan niet met een centrummanager.

5. PARTNERS

De belangrijkste partijen die bij het managen van het centrum van een gemeente dienen betrokken te worden zijn:

- de stad of gemeente;
- vertegenwoordigers van de detailhandel, horeca, ambulante handel, toeristische en culturele verenigingen;
- vertegenwoordigers van vastgoedeigenaars, bijvoorbeeld de immobiëlesector actief in het centrum.

Daarnaast kunnen ook andere partijen betrokken worden, zoals projectontwikkelaars, financiële dienstverleners, bewonersorganisaties, onderzoeks- en adviesbureaus, openbare vervoersmaatschappijen, ...

6. FINANCIERING VAN CENTRUMBEHEER

Uit voorbeelden van centrumbeheer, centrummanagement of binnenstadsmanagement in binnen- en buitenland blijkt dat het vinden van de nodige financiële middelen voor het managen van het centrum en het uitwerken van concrete acties meestal niet evident is, vooral niet in de startfase, wanneer nog geen resultaten zichtbaar zijn. Vaak neemt de gemeente het grootste deel van de startfinanciering voor haar rekening, waarna na verloop van tijd een gezamenlijke verdeelsleutel wordt bepaald. Toch wordt vastgesteld dat een gebrek aan financiële middelen het voortbestaan van veel organisaties voor centrumbeheer onzeker maakt.

De financiering van centrumbeheer gebeurt ook meestal op vrijwillige basis, waardoor

¹ Hoofdbedrijfschap Detailhandel en Platform Detailhandel.nl 'Binnenstadsmanagement. Een praktische handleiding', 2001, blz. 11-12.

² Hoofdbedrijfschap Detailhandel en Platform Detailhandel.nl 'Binnenstadsmanagement. Een praktische handleiding', 2001, blz. 10.

'freeriders' profiteren van de resultaten, zonder bij te dragen tot de realisatie ervan.

7.

RESULTATEN VAN CENTRUMBEHEER

Er zijn reeds veel positieve resultaten geboekt met centrumbeheer. Ten eerste tracht men via centrumbeheer te werken vanuit een **geza-**
menlijke doelstelling, vanuit gezamenlijke belangen. Er wordt gecommuniceerd en onderling overlegd over de richting waar men naartoe wil met het centrum en er wordt hiervoor een draagvlak gecreëerd.

Men vertrekt bovendien vanuit **een visie, een**
gezaamenlijk beleid. Besluiten worden hierdoor vlugger genomen en acties sneller uitgevoerd.

Ten derde komt men via centrumbeheer ook tot **concrete resultaten** van projecten die gezamenlijk zijn gerealiseerd en die door afzonderlijke partijen niet zouden zijn uitgevoerd. De meerwaarde van centrumbeheer ligt ook in een gezamenlijke inzet van middelen (zowel financiële als niet-financiële), wat leidt tot een toename van de efficiëntie en tot kostenbesparingen. Projecten kunnen ook een multiplicatoreffect met zich meebrengen: in gemeenten waar concrete projecten met succes worden gerealiseerd, worden snel nieuwe projecten opgestart. Investerings kunnen hierdoor een hoger rendement opleveren doordat ze elkaar versterken.

8.

KRITISCHE SUCCESFACTOREN

Kritische succesfactoren bij het opzetten van centrumbeheer zijn onder meer:

- duidelijke communicatie;
- gelijkwaardigheid van alle betrokken partijen;
- duidelijke afbakening van eigen en gemeenschappelijke doelstellingen;
- samenwerkingsbereidheid tussen de verschillende partijen;
- financiële bijdragen van de verschillende partijen moeten bij toetreding duidelijk zijn;
- alle partijen dienen middelen in te brengen om de gemeenschappelijke doelstellingen te

bereiken;

- de resultaten dienen meetbaar gemaakt te worden;
- adequate projectorganisatie;
- heldere taakverdeling;
- vooraf afgesproken spelregels.

9.

TOEPASSING BINNEN VLAANDEREN: MERCURIUSCENTRUMMANAGEMENT¹

9.1. Situering Mercuriusproject

In het kader van de begrotingsopmaak van 1997 werd voorzien in het "Mercurius"-project, een maatregel die specifiek gericht was op het stimuleren van de handelsactiviteit in de binnensteden. De doelstellingen van Mercurius waren²:

- de lokale besturen ertoe aanzetten om een toekomstvisie voor hun commerciële centra uit te werken;
- de bestaande commerciële centra aantrekkelijker maken;
- de verplaatsing van de commerciële centra naar open ruimten buiten het stedelijke gebied afremmen;
- verkommerde commerciële centra met groeikansen en verwaarloosde commerciële panden integreren in het commercieel beleid van de stad of gemeente;
- de verruiming van het commercieel gebied van een stad of gemeente met regionale en/of internationale uitstraling.

In de eerste fase van het Mercuriusproject diende de stad of gemeente, in overleg met de middenstandsorganisaties, een strategisch-commercieel plan op te stellen dat een geïntegreerde toekomstvisie op het handelsapparaat van de stad of gemeente inhield. Een strategisch-commercieel plan moest minstens volgende aspecten bevatten³:

- een inventaris van socio-economische gegevens over de stad als handelscentrum;
- een sterkte-zwakte- of SWOT-analyse van het handelsapparaat;
- een toekomstvisie voor het handelsapparaat;

¹ Voor deze paragraaf baseren we ons voornamelijk op teksten van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, Administratie Economie

² Vlaamse Gemeenschap, Toelichtingsnota

³ www2.vlaanderen.be/ned/sites/economie/Mercuriusjuli%202003.doc

Tabel 1**Overzicht van de gemeenten die een commercieel-strategisch plan hebben ingediend (a)**

Grootsteden (2)	Steden met regionale uitstraling (10)	Structuurondersteunende steden (21)	Kernsteden op provinciaal niveau (23)	Buitengebied gemeenten (5)
Antwerpen Gent X	Brugge X Genk X Hasselt X Kortrijk X Leuven Mechelen X Oostende X Roeselare Sint-Niklaas X Turnhout X	Aarschot X Deinze Dendermonde Diest X Eeklo X Geel X Halle X Herentals X Ieper X Knokke-Heist Lier X Lokeren X Mol X Oudenaarde X Ronse X Sint-Truiden X Tielt Tienen Tongeren X Vilvoorde X Waregem X	Asse X Beveren Bilzen X Blankenberge X Boom X Bree X Diksmuide X Geraardsbergen X Heist-op-den-Berg Hoogstraten Leopoldsburg Lommel X Maaseik X Maasmechelen Menen Neerpelt Ninove Overpelt Poperinge X Torhout Veurne X Wetteren X Zottegem X	Bornem Nieuwpoort Peer Willebroek Zomergem

(a) Van de gemeenten met een kruisje naast hun naam werd het commercieel-strategisch plan goedgekeurd.

- een schematisch ontwikkelingsplan voor de commerciële centra met groeipotentialiteiten.

In totaal werden 61 plannen ingediend, waarvan er 39 gunstig werden geëvalueerd door de technische stuurgroep (**zie tabel 1**). Vijftien West-Vlaamse gemeenten dienden een strategisch-commercieel plan in, namelijk Brugge, Kortrijk, Oostende, Roeselare, Knokke-Heist, Ieper, Tielt, Waregem, Blankenberge, Diksmuide, Menen, Poperinge, Torhout, Veurne en Nieuwpoort. Tien van deze plannen werden goedgekeurd. De plannen van Roeselare, Knokke-Heist, Tielt, Menen en Nieuwpoort werden niet weerhouden.

In totaal werd voor een bedrag van 781.048 euro aan subsidies uitgekeerd.

In de tweede fase moesten de geselecteerde strategisch-commerciële plannen een concrete invulling krijgen. 37 steden en gemeenten - enkel Torhout en Herentals dienden geen projectdossier in - hebben hiervoor 271 resultaat-gerichte projectdossiers ingediend. Hiervan konden uiteindelijk 38 dossiers, verspreid over 22 steden en gemeenten, rekenen op steun van de Vlaamse overheid. In totaal werden de subsidies

voor deze projecten geraamd op bijna 21,4 miljoen euro.

Opsplitsing van de projecten volgens hun doelstellingen levert het volgende:

- 9 (her)inrichtingsprojecten van het openbaar domein;
- 3 projecten die de relatie met het water versterken;
- 6 herbestemmingsprojecten van industriële gebouwen en monumenten;
- 6 inbreidingsprojecten;
- 2 projecten betreffende aanleg van parkings;
- 5 projecten met als doel leegstandbestrijding (wonen boven winkels, handelspandenfonds, ...);
- 4 projecten in verband met winkelstraatmanagement;
- 3 overige projecten.

Voor wat de West-Vlaamse gemeenten betreft, konden vijf steden en gemeenten rekenen op steun voor in totaal zeven projecten. In Blankenberge betreft het een herinrichtingsproject, in Brugge een inbreidingsproject en een project 'wonen boven winkels', in Diksmuide

twee inbreidingsprojecten, in Kortrijk een project rond stadsmanagement en in Veurne de uitbouw en valorisatie van de jachthaven.

9.2. Van Mercurius naar centrummanagement

In de begroting van 1999 werd voorgesteld om Mercurius op één of andere manier verder te zetten. Het Mercuriusproject had immers een belangrijke bijdrage in onder meer:

- * het versterken van de handelsactiviteit in de Vlaamse binnensteden;
- * het stimuleren van het strategisch denken en het overleg tussen gemeentebesturen en handelaarsverenigingen.

Toch wijst men erop dat een aantal gemeenten in grootstedelijk en regionaalstedelijk gebied uit de boot zijn gevallen voor steun in de tweede fase van het Mercuriusproject ondanks het feit dat het Mercuriusproject in deze steden wel degelijk tegemoet had kunnen komen aan een bestaande behoefte. De autonome technische stuurgroep mocht haar beslissingen in verband met het selecteren van projecten immers enkel nemen op basis van de ingediende strategisch-commerciële plannen, en niet op basis van de ruimtelijke hiërarchie en/of gegevens over de bestaande toestand waarover zij kennis hadden maar waarvan geen sprake was in het strategisch-commerciële plan.

Voor deze steden moest dus een oplossing worden uitgewerkt, met name het concept van Mercuriuscentrummanagement: een professioneel management voor de Vlaamse stedelijke handelscentra. Dit centrummanagement dient zich dan professioneel bezig te houden met het uitwerken van concrete projectvoorstellen en met het uitvoeren en opvolgen van deze projecten.

9.2.1. Doelgroep centrummanagement

Het initiatief richtte zich enkel op de grootsteden, de steden met een regionale uitstraling, de structuurondersteunende steden, de kernsteden op provinciaal niveau en vijf andere gemeenten die in het kader van het Mercuriusproject een strategisch-commerciële plan hebben ingediend¹. In totaal kwamen 63 Vlaamse steden en gemeenten in aanmerking voor steun in het kader van centrummanagement, waarvan er 30 hebben deelgenomen aan het initiatief. Twee gemeenten stelden een samenwerkingsverband voor.

Er werden dus 29 projectvoorstellen ingediend. Uiteindelijk werd aan 24 centrummanagementorganisaties in 25 steden en gemeenten steun toegekend. Voor West-Vlaanderen was dit het geval voor Blankenberge, Diksmuide, Ieper, Poperinge en Roeselare².

9.2.2. Doelstellingen centrummanagement

De basisdoelstelling van centrummanagement werd in een toelichtingsnota van de Vlaamse Gemeenschap als volgt gedefinieerd:

‘Voor het volledig commerciële centrum van een stad of gemeente een globaal strategisch-commerciële plan en concrete projecten uitwerken teneinde:

- de competitiviteit van het commerciële aanbod te versterken (variëteit van het aanbod en het onthaal van de klanten verbeteren, creatie van een identiteit voor het commerciële centrum via aangepaste promotie, organisatie van publiekstreckende evenementen);
- het beheer van het publiek en privé-domein te verbeteren (uitzicht en onderhoud van de straten en de winkels verbeteren, veiligheid verbeteren, leegstand verhelpen);

¹ Grootsteden: Antwerpen en Gent;

Steden met een regionale uitstraling: Aalst, Brugge, Hasselt, Genk, Kortrijk, Leuven, Mechelen, Oostende, Sint-Niklaas, Roeselare en Turnhout; Structuurondersteunende steden: Aarschot, Deinze, Dendermonde, Diest, Eeklo, Geel, Halle, Herentals, Ieper, Knokke-Heist, Lier, Lokeren, Mol, Oudenaarde, Ronse, Sint-Truiden, Tielt, Tienen, Tongeren, Vilvoorde en Waregem;

Kernsteden op provinciaal niveau: Asse, Beveren, Bilzen, Blankenberge, Boom, Bree, Diksmuide, Geraardsbergen, Heist-op-den-Berg, Hoogstraten, Leopoldsburg, Lommel, Maaseik, Maasmechelen, Menen, Neerpelt, Ninove, Overpelt, Poperinge, Temse, Torhout, Veurne, Wetteren en Zottegem;

Andere gemeenten die in het kader van Mercurius een strategisch-commerciële plan hebben ingediend: Nieuwpoort, Willebroek, Bornem, Peer en Zomergem.

² De overige steden en gemeenten zijn: Antwerpen, Bilzen, Boom, Bree, Diest, Geel, Gent, Halle, Herentals, Leuven, Lommel, Mechelen, Mol, Neerpelt en Overpelt, Sint-Niklaas, Tienen, Tongeren, Turnhout en Wetteren.

- de behoeften van alle gebruikers van het commercieel centrum te bevredigen (projecten definiëren en een actieplan uitstippelen);
- voormelde doelstellingen in overeenstemming brengen met de commerciële visie van de initiatiefnemende gemeente.'

Het centrummanagement diende het gestructureerde verlengstuk te worden van de handelsplatformen die in het kader van Mercurius werden gecreëerd. Het Mercuriusproject had immers in verschillende gemeenten gezorgd voor een goede samenwerking tussen de lokale overheid en de handelaars. Het was dan ook

van belang dat deze ontstane samenwerking op een meer gestructureerde manier werd verder gezet.

Centrummanagement zorgt dus voor een gepland en gecoördineerd programma van beleidsmaatregelen en acties. Deze maatregelen en acties hebben tot doel een succesvol binnenstedelijk winkelgebied tot stand te brengen, te beheren en verder uit te bouwen in nauwe samenwerking tussen lokale overheid, ondernemers, projectontwikkelaars en andere bij de binnenstad betrokken actoren op het gebied van planning, promotie en financiering.

Centrummanagement in Ieper: toelichting van een concrete actie

Net als in de meeste Vlaamse steden werd de aanzet voor het Ieperse centrummanagement gegeven door het Mercuriusproject van 1997. Onder meer dankzij de steun van de Vlaamse overheid kon daarna het centrummanagement worden opgericht. In Ieper gaat het om een samenwerkingsverband tussen de Ieperse horeca, de Kamer voor Handel en Nijverheid, de Werkgroep Ieperse handelaars (vereniging van straatcomités), Unizo en de Stad Ieper, die geregeld samenkomen in de Stuurgroep Centrummanagement.

In die vergaderingen wordt onder meer nagedacht over acties die Ieper als inkoopstad kunnen helpen promoten. Zo werden reeds enkele eindejaarsacties georganiseerd, twee acties met krabloten waarbij een helikoptervlucht kon worden gewonnen, werd er reclame gevoerd op een aantal buslijnen in Zuid-West-Vlaanderen, ... enzovoort.

Eén van de problemen waar we net als in de meeste steden mee te kampen krijgen, is echter het motiveren van de handelaars om aan acties deel te nemen. Vanuit het centrummanagement doen we ons best om de handelaars zelf actief in het uitwerken van commerciële acties te betrekken, maar het blijft heel moeilijk om hen over de streep te halen. De meeste zelfstandigen willen dat

er een onmiddellijke return staat tegenover participatie, en dat is niet evident bij elke actie. Een voorbeeld van een actie die we inmiddels reeds driemaal met (relatief) succes hebben hernomen, vindt u hieronder. In samenspraak met de Ieperse horeca werd de haalbaarheid onderzocht om placemats aan te maken, met daarop de Ieperse activiteitenkalender. Het centrummanagement zou zorgen voor het ontwerp, terwijl de horeca de placemats zou aankopen tegen kostprijs. Op die manier wordt Ieper gepromoot, terwijl het centrummanagement geen extra investering hoeft te doen. En de horeca-uitbaters kunnen meteen tegen een concurrentiële prijs uitpakken met speciale placemats.

Via de Ieperse dienst voor toerisme beschikken we over een activiteitenkalender. En na wat speurwerk via andere kanalen slaagden we erin om een zo volledig mogelijk jaarprogramma op te maken.

In het stedelijk archief vonden we voor de eerste editie een geschikt in het oog springend beeld om de placemat te laten opvallen, namelijk een bekend schilderij uit het rijke Ieperse verleden, met een tafereel van een kermis op het marktplein. Onze 'interne huisdrukker' zorgde voor een aantrekkelijke lay-out en nam al het technische werk voor zijn rekening, zodat we met een afge-

werkt product op cd-rom naar de drukkerij konden stappen.

Voor de eerste editie werd in 2002 gestart met een bescheiden oplage van 15.000 exemplaren, verdeeld over negen horecazaken.

In 2003 werd op vraag van de horeca geopteerd voor twee versies, namelijk één voor het voorjaar en één voor de zomer- en najaarsactiviteiten. De totale oplage bedroeg 90.000 stuks.

Voor 2004 wordt nu de mogelijkheid onderzocht om ook een Engelstalige versie te maken, hierbij rekening houdend met het grote aantal Engelse toeristen in de stad.

Met deze cijfers zouden we tevreden kunnen zijn, maar eigenlijk vinden we de oplage nog steeds aan de lage kant. Ieper beschikt over heel wat horecazaken die kunnen rekenen op een constante stroom aan toeristen. Een groot deel van hen neemt na hun bezoek een exemplaar van de placemats mee. Dit is meteen het bewijs dat ons initiatief wordt geapprecieerd, en dat onze activiteitenkalender ook effectief aan de man wordt gebracht.

Daarom zijn we van plan om in overleg met de Ieperse horeca te proberen de oplage voor de volgende jaren gestadig te verhogen.

Jan Guillemont,
dienst lokale economie, Ieper

Uitgangspunt bij het opzetten van centrummanagement is dat noch de gemeente, noch de ondernemersvereniging onafhankelijk van elkaar alle facetten van de binnenstad goed kunnen beheren en ontwikkelen. Samenwerking, overleg en coördinatie zijn noodzakelijk. Naastliggende kadertekst biedt een concreet voorbeeld van hoe centrummanagement kan werken. Een concrete actie die werd ondernomen in leper wordt toegelicht.

9.2.3. Overheidstussenkomst

Voor de eerste drie jaar van het centrummanagement werd voorzien in een subsidie die gekoppeld werd aan een eigen financiële inbreng van de centrummanagementorganisaties. Het centrummanagement diende uiterlijk op 1 juli 2000 geïnstalleerd te zijn en de gemeente moest garanderen dat het centrummanagement ten minste gedurende drie jaar actief zou zijn. De subsidies werden als volgt berekend:

- jaar 1: 50% subsidie, 50% eigen inbreng;
- jaar 2: eenderde subsidie en twee derden eigen inbreng;
- jaar 3: 25% subsidie en 75% eigen inbreng.

9.2.4. Evaluatie van het project centrummanagement

De stuurgroep centrummanagement van de Vlaamse gemeenschap heeft eind 2002 zelf een uitgebreide evaluatie gemaakt van haar subsidiemaatregel aan de hand van enquêtes die werden verstuurd naar de colleges van burgemeester en schepenen, de handelaars en de centrummanagers. De vragen hadden onder meer betrekking op de verwachtingen die men had bij aanvang van het centrummanagement, de organisatie van het centrummanagement, de doelstellingen, de samenwerking met de verschillende belanghebbenden, de financiering en voortzetting van het centrummanagement na de subsidieperiode. Hieronder geven we de belangrijkste conclusies van deze evaluatie weer.

9.2.4.1. Evaluatie door het college van burgemeester en schepenen

De lokale besturen verwachtten bij aanvang van het centrummanagement:

- (meer) samenwerking tussen stad en hande-

laars en interne communicatie (60% van de ondervraagden);

- het stimuleren van de handel (50%);
- concrete acties en/of projecten (45%).

In 95% van de gevallen werden deze verwachtingen volledig of gedeeltelijk ingelost.

Bijna twee derden van de ondervraagden is van mening dat het lokale overheidsbeleid veranderd is sinds de oprichting van het centrummanagement. De veranderingen situeren zich vooral op het vlak van meer samenwerking en overleg en meer visie inzake beleid.

Door onder andere meer overleg en persoonlijke contacten en/of het maken van een nieuwsbrief is de communicatie naar de individuele handelaars sinds de komst van het centrummanagement in 84% van de gevallen in positieve zin geëvolueerd.

Daarnaast kunnen we onder meer volgende conclusies trekken (**zie ook tabel 2**):

- drie vierden van de ondervraagde lokale besturen is van mening dat centrummanagement voldoende voordelen heeft opgeleverd voor de verschillende partijen;
- 84% van de ondervraagde lokale besturen is het helemaal of eerder eens met de stelling dat het centrummanagement een nuttig instrument is om de handel te stimuleren;
- twee derden van de ondervraagden vindt dat het centrummanagement door haar acties meer passanten naar het commercieel centrum heeft kunnen aantrekken;
- 80% is het helemaal of eerder eens met de stelling dat het centrummanagement ervoor gezorgd heeft dat het contact met de individuele handelaars is verbeterd, alle ondervraagden zeggen bovendien dat het contact met de handelsverenigingen is verbeterd;
- 87% van de ondervraagden zegt dat het centrummanagement ervoor gezorgd heeft dat de snelheid van realisatie van de acties is verhoogd.

Meer dan 40% van de lokale besturen beschikt evenwel niet over gegevens die kunnen aantonen dat het centrummanagement een positieve invloed heeft op het binnenstedelijk winkelgebied. Ons inziens kan het aanreiken van een

Tabel 2**De mate waarin het college van burgemeester en schepenen het helemaal eens of eerder eens is met volgende stellingen rond centrummanagement (in %)**

Stelling	% helemaal eens of eerder eens
Het centrummanagement heeft door haar acties meer passanten naar het commercieel centrum kunnen aantrekken	65
Het centrummanagement heeft acties ondernomen die op middellange termijn een positief effect zullen hebben	78
Het centrummanagement heeft ervoor gezorgd dat de snelheid van realisatie van de acties verhoogd is	87
Het centrummanagement is een nuttig instrument om de handel in de commerciële binnenstad te stimuleren	84
Het centrummanagement heeft bij het bepalen van haar acties voldoende overleg gepleegd met de handelaars	95
Het centrummanagement heeft voldoende rekening gehouden met suggesties van de handelaars	100
Het centrummanagement heeft bij het bepalen van haar acties voldoende overleg gepleegd met het lokale bestuur	95
Het centrummanagement heeft voldoende rekening gehouden met suggesties van het lokale bestuur	94
Het centrummanagement heeft voldoende voordelen opgeleverd voor de verschillende partners	76

BRON: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, Stuurgroep Centrummanagement, evaluatie centrummanagement, resultaten vragenlijst voor college van burgemeester en schepenen.

meetinstrument - de opzet van ons onderzoek - dus effectief een meerwaarde betekenen voor de lokale besturen.

In de meeste gemeenten die werden bevestigd, werd er eind 2002 reeds nagedacht over het verder zetten van het centrummanagement. Hoe dit concreet zal worden ingevuld na het wegval- len van de subsidiëring door de Vlaamse over- heid, was op dit moment evenwel bij de meeste lokale besturen nog niet duidelijk.

9.2.4.2. Evaluatie door de centrummanager

Bij de vraag wat de centrummanager aanvanke- lijk dacht te bereiken met centrummanagement, antwoordde 71% meer samenwerking tussen stad en handelaars en interne communicatie. 62% van de centrummanagers wou ook samen- werking tussen de handelaars (verenigingen) bereiken en 43% een aantrekkelijker stadscent- rum. Alle centrummanagers zeggen dat ze deze doelstellingen gedeeltelijk hebben kunnen bereiken.

Slechts de helft van de centrummanagers is van mening dat de handelsverenigingen opgetogen waren over de komst van het centrummanage- ment en slechts 38% van de centrummanagers vindt dat de handelsverenigingen het centrum- management actief bij hun leden promoten.

De helft van de centrummanagers vindt evenwel dat de samenwerking met de lokale overheid in positieve zin is geëvolueerd in de loop van de tijd; de samenwerking met de handelaars is er in drie vierden van de gevallen op vooruitgegaan. Andere oordelen van de centrummanager zijn terug te vinden in **tabel 3**. Uit deze tabel blijkt onder meer dat ongeveer 90% van de centrum- managers van mening is dat het centrumma- nagement voldoende voordelen heeft opgele- verd voor de verschillende partners. 95% zegt dat het centrummanagement op korte termijn al resultaten heeft geboekt.

9.2.4.3. Evaluatie door de handelaars

De handelaars hadden, net zoals de lokale besturen en de centrummanagers, verschillende verwachtingen van het centrummanagement:

- samenwerking tussen de stad en de hande- laars, inclusief interne communicatie;
 - een aantrekkelijker stadscentrum;
 - het stimuleren van de handel;
 - structurele projecten;
 - samenwerking tussen handelaars (verenigingen).
- 80% van de ondervraagde handelaars vindt dat de verwachtingen geheel of gedeeltelijk werden ingelost.

Ongeveer 58% van de handelaars vindt dat de lokale overheid sinds de komst van het centrum-

Tabel 3**De mate waarin de centrummanager het helemaal eens of eerder eens is met volgende stellingen rond centrummanagement (in %)**

Stelling	% helemaal eens of eerder eens
Het centrummanagement heeft door haar acties meer passanten naar het commercieel centrum kunnen aantrekken	53
Het centrummanagement heeft voldoende voordelen opgeleverd voor de verschillende partners	89
Het centrummanagement overlegt geregeld met de handelsverenigingen	30
Het centrummanagement heeft op korte termijn al resultaten geboekt	95
Het centrummanagement heeft acties genomen die nog niet eerder werden gedaan	96
Het centrummanagement maakt bepaalde taken van de handelsverenigingen overbodig	43
Het centrummanagement organiseert geregeld overleg over bepaalde dossiers tussen het lokaal bestuur en de handelsverenigingen	76
Het centrummanagement heeft het wederzijds vertrouwen tussen het lokaal bestuur en de handelaars kunnen versterken	34
Het centrummanagement betreft andere belangengroeperingen	76

BRON: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, Stuurgroep Centrummanagement, evaluatie centrummanagement, resultaten vragenlijst voor de centrummanager.

management meer aandacht heeft voor de problematiek van de handelaars (zie ook **tabel 4** op pag.18). Slechts 47% van de handelaars vindt dat de lokale overheid de communicatie naar de handelaars over het economisch beleid heeft verbeterd.

72% van de handelaars vindt wel dat het centrummanagement acties heeft ondernomen die op middellange termijn een positief effect zullen hebben. 91% van de ondervraagden is het helemaal of eerder eens met de stelling dat het centrummanagement een nuttig instrument is om de handel in de commerciële binnenstad te stimuleren.

De overgrote meerderheid van de handelaars is ook van mening dat het centrummanagement na drie jaar werking moet verder gezet worden. Twee derden van de ondervraagde handelaars zegt bereid te zijn om een bijdrage te betalen voor de werking van het centrummanagement. Meer dan de helft van de handelaars vindt hierbij een verplichte jaarlijkse bijdrage voor de werking van het centrummanagement en de acties de beste financieringsmethode.

Tabel 4**De mate waarin de handelaars het helemaal eens of eerder eens zijn met volgende stellingen rond centrummanagement (in %)**

Stelling	% helemaal eens of eerder eens
Het centrummanagement heeft voldoende acties ondernomen om de handel te stimuleren	60
Het centrummanagement heeft door haar acties meer passanten naar het commercieel centrum kunnen aantrekken	55
Het centrummanagement heeft acties ondernomen die op middellange termijn een positief effect zullen hebben	72
Het centrummanagement heeft ervoor gezorgd dat de snelheid van realisatie van de acties verhoogd is	61
Het centrummanagement heeft mij de noodzaak tot samenwerking met de lokale overheid doen inzien	61
Het centrummanagement is een nuttig instrument om de handel in de commerciële binnenstad te stimuleren	91
Het centrummanagement heeft bepaalde taken van de handelsverenigingen overgenomen	56
De lokale overheid heeft meer aandacht voor de problematiek van de handelaars	58
De lokale overheid betreft de handelaars bij het lokaal overheidsbeleid via het centrummanagement	53
De lokale overheid heeft haar economisch beleid aangepast	31
De lokale overheid heeft de communicatie naar de handelaars over het economisch beleid verbeterd	47
De centrummanager is makkelijk bereikbaar	75
De centrummanager staat open voor nieuwe ideeën	85
De centrummanager organiseert regelmatig overleg met de handelsverenigingen	70
De centrummanager heeft mijn vertrouwen ten aanzien van het lokale bestuur vergroot	47
De centrummanager hield voldoende rekening met de suggesties van de handelaars	70
De centrummanager brengt regelmatig een bezoek aan de handelaars	49

BRON: Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, Stuurgroep Centrummanagement, evaluatie centrummanagement, resultaten vragenlijst voor de handelaars.

10.**DOEL VAN ONZE OPDRACHT**

Rekening houdend met de informatie uit de vorige paragrafen, dienen we een meetinstrument te ontwikkelen om het beheer van een centrum of kern van een stad of gemeente te evalueren. Met dit meetinstrument moet het ook mogelijk zijn om kernen van deelgemeenten of deelcentra te beoordelen op de effectiviteit van hun management. Het meetinstrument is dus niet enkel bedoeld voor de steden die in het kader van het centrummanagementproject van de Vlaamse overheid werden betoelaagd, maar dient eveneens in de andere gemeenten van toepassing te kunnen zijn.

We definiëren centrumbeheer hierbij als het beheer dat gericht is op het versterken van de

economische ontwikkeling, enerzijds, en het versterken van de leefbaarheid in de binnenstad of in een kern van de gemeente, anderzijds. Hierbij wordt vooral de nadruk gelegd op het stimuleren van de handel in het centrum of de kern. Andere subdoelstellingen zijn het bevorderen van de horeca, het stimuleren van toerisme en recreatie, het aantrekkelijker maken van het wonen in het centrum, het bevorderen van de mobiliteit en de verkeersveiligheid in het centrum en het bevorderen van de aantrekkelijkheid van de openbare ruimte.

In het volgende hoofdstuk zal een instrument worden ontwikkeld om dit centrumbeheer te beoordelen.

ONTWIKKELEN VAN EEN MEETINSTRUMENT TER BEOORDELING VAN CENTRUMBEHEER

In deze fase ontwikkelen we een meetinstrument dat ons toelaat het managen van een centrum te beoordelen. Vermits centrumbeheer in elke gemeente anders wordt ingevuld - de lokale situatie is immers overal verschillend - zal het hierbij noodzakelijk zijn om het meetinstrument op een zodanige manier te ontwikkelen dat het toepasbaar is in de diverse situaties. Om dit te garanderen, is het werken met indicatoren op het niveau van de prioriteiten en concrete acties onmogelijk, maar zal er gewerkt moeten worden met een evaluatieset die zich hoofdzakelijk situeert op impactniveau: wat is de impact van bepaalde concrete projecten op de diverse subdoelstellingen van centrumbeheer?

Het is dus de bedoeling een vrij algemene 'checklist' te ontwikkelen met de diverse items, vragen of indicatoren die je kunt overlopen om de stand van zaken met betrekking tot het centrum in een gemeente te leren kennen.

Onafhankelijk van de manier waarop de gemeente haar centrum beheert, moet het meetinstrument de lokale besturen toelaten om na te gaan hoe het met het economisch functioneren van, en de leefbaarheid in een centrum van de gemeente is gesteld en hoe het centrum op dit vlak is geëvolueerd in vergelijking met vroegere jaren. Het meetinstrument moet bovendien feedback mogelijk maken en moet voor de gemeenten een hulpmiddel betekenen om toekomstige beleidskeuzes in verband met het managen van het centrum te maken, te motiveren en/of bij te sturen.

Het meetinstrument is uitermate nuttig als benchmarkinstrument. Het laat gemeenten immers toe om hun resultaten onderling te vergelijken, zodat de sterke en zwakke punten van centrumbeheer naar voren komen en zodat men het eigen centrumbeheer kan verbeteren na toetsing aan de ervaringen van andere gemeenten (= zich vergelijken om zich te verbeteren). Het meetinstrument kan ook dienst doen als

communicatie-instrument. Eenvoudige indicatoren vormen immers de vertaling van een complexe realiteit en laten dan ook toe dat alle actoren die betrokken zijn bij het centrum van een stad of gemeente op relatief eenvoudige wijze in kennis kunnen worden gesteld van de evolutie van het economisch functioneren van en de leefbaarheid in het centrum.

Dit hoofdstuk is als volgt ingedeeld: in een eerste paragraaf worden een aantal algemene vragen voorgesteld die de gemeenten moeten toelaten om de organisatorische, procesgerichte doelstellingen van centrumbeheer te evalueren. Vervolgens geven we een instrument dat moet toelaten een evaluatie te maken van de inhoudelijke doelstellingen. Dit gebeurt aan de hand van een lijst van indicatoren die betrekking hebben op de hoofd- en subdoelstellingen van centrumbeheer (bevorderen handel en horeca, toerisme en recreatie, aantrekkelijk maken van het wonen in het centrum, bevorderen van de mobiliteit en de verkeersveiligheid in het centrum, bevorderen van de aantrekkelijkheid van de openbare ruimte). Een aantal van deze indicatoren dient ingevuld te worden aan de hand van een bevraging van de winkelende bezoekers, de inwoners, de immobiliënssector of de handelaars. Een vragenlijst die gericht is naar elk van deze groepen wordt meegegeven. Tenslotte bevat dit hoofdstuk een fiche per indicator waarop onder meer aangegeven wordt hoe alle indicatoren die we hebben vooropgesteld het best kunnen worden ingevuld.

1. EVALUATIE VAN DE PROCESGERICHTE DOELSTELLINGEN

Ter evaluatie van de organisatorische, procesgerichte doelstellingen van centrumbeheer wordt een checklist opgesteld die de gemeenten toelaat om een zelfanalyse/zelfevaluatie uit te voeren.

CHECKLIST GEMEENTEN

- 1. Is er een langetermijnvisie/strategie met betrekking tot de gewenste toekomstige ontwikkeling van het centrum van de gemeente?** (deze visie kan bijvoorbeeld opgenomen zijn in een strategisch-commercieel plan dat opgesteld werd ten tijde van Mercurius, of in een onderzoek naar de kleinhandel in de gemeente, ...)
 Ja
 Neen (ga naar vraag 6)
- 2. Is deze visie opgenomen in het structuurplan?**
 Ja
 Neen
- 3. Werd deze visie enkel door het lokale bestuur uitgewerkt of was er samenwerking en overleg met andere belanghebbenden?**
 Visie werd enkel uitgewerkt door de gemeente
 Visie werd ook met andere belanghebbenden uitgewerkt, namelijk
 handelaars
 horeca-uitbaters
 vastgoedsector
 projectontwikkelaars
 culturele en/of toeristische verenigingen
 andere, namelijk
- 4. Welke diensten binnen het lokaal bestuur waren er betrokken bij het uitwerken van de strategie?**
 Er was slechts één dienst bij betrokken, namelijk
 Er was samenwerking tussen verschillende diensten die met het beheer van het centrum te maken hebben, namelijk
.....
- 5. Wordt de strategie regelmatig geëvalueerd, bijgestuurd?**
 Ja
 Neen
- 6. Is er in de gemeente overleg tussen het lokale bestuur en één of meerdere private partijen over initiatieven/concrete acties in het centrum?**
 Neen, geen overleg (ga naar vraag 10)
 Soms
 Meestal
 Altijd

- 7. Met welke partijen wordt overleg gepleegd?**
 Handelaars
 Horeca-uitbaters
 Vastgoedsector
 Projectontwikkelaars
 Culturele en/of toeristische verenigingen
 Andere, namelijk
- 8. Hoe gebeurt dit overleg?**
 Bilateraal overleg, de gemeente overlegt telkens slechts met één partij
 Het overleg gebeurt steeds gezamenlijk met alle belanghebbende partijen
- 9. Hoe verloopt de communicatie tijdens de uitvoering van concrete projecten?**
 Er is een vlotte communicatie tussen de uitvoerende partijen en alle andere belanghebbende partijen, projecten worden nauwkeurig opgevolgd en iedereen blijft op de hoogte van de vorderingen in de uitvoering ervan
 De communicatie is bevredigend, maar kan nog beter
 Er is onvoldoende projectcommunicatie
- 10. Worden de individuele handelaars in de gemeente op één of andere manier geïnformeerd over het lokaal economisch beleid?**
 Ja, via
 een nieuwsbrief
 website
 regelmatig overleg
 andere, namelijk
.....
 Neen
- 11. Als er in het centrum concrete acties, projecten worden uitgewerkt, krijgt u dan voldoende steun van de handelaars?**
 De meeste handelaars zijn heel gemotiveerd om mee te werken aan initiatieven ter verbetering van het centrum. Zij nemen in grote getale deel aan de acties
 Er zijn weinig handelaars gemotiveerd om mee te werken aan initiatieven ter verbetering van het centrum
- 12. Zijn de handelaars bereid een financiële inbreng te doen om concrete acties, projecten die worden uitgewerkt ter verbetering van het centrum financieel te steunen?**
 Ja, de meerderheid van de handelaars is hiertoe bereid
 Neen, de meeste handelaars zijn niet bereid om acties ter verbetering van het centrum financieel te steunen

13. Welke van onderstaande oorzaken verhinderen dat het commerciële centrum momenteel haar potentieel bereikt? Vergelijk daarna met de toestand twee à drie jaar geleden.

Oorzaak	Huidige toestand			Toestand in vergelijking met 2 à 3 jaar geleden		
	Ja, is in belangrijke mate een oorzaak	Ja, is oorzaak, maar eerder in beperkte mate	Neen, is geen oorzaak	Verbetering	Zelfde toestand	Verslechtering
• Structurele leegstand	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Verspreiding van de handelszaken in de straat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Weinig aantrekkelijke inrichting van de centrumstraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Verlaten aanblik na sluitingstijd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Te beperkt aanbod, te eenzijdig aanbod	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Afwezigheid van horeca	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Gebrek aan investeerders, handelaars	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Weinig publiek, invloedssfeer is te klein	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Geen voetgangerscircuit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Veel leegstaande woningen boven winkels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Onaangepast parkeeraanbod	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Slechte bereikbaarheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Verkeersdrukke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Concurrentie van baanwinkels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Criminaliteit, vandalisme	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Aanwezigheid van imagoverlagende winkels/panden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Andere, namelijk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Welke acties zouden er in de gemeente nog ondernomen moeten worden om de aantrekkelijkheid van het centrum verder te verhogen?

- Vergroten en versterken van het winkelaanbod
- Concrete acties om de leegstand aan te pakken
- Acties op het vlak van bereikbaarheid
- Acties op het vlak van parkeren
- Verhogen van de aantrekkelijkheid van het openbaar domein
- Verhogen van de winkelsfeer en -acties
- Werken aan een sterkere organisatiestructuur
- Acties op het vlak van communicatie en promotie
- Andere, namelijk

2.

EVALUATIE VAN DE INHOUDELIJKE DOELSTELLINGEN

Vertrekkende vanuit figuur 1 (activiteitsveld centrumbeheer), geven we per (sub)doelstelling van het 'beheer van een centrum' een aantal indicatoren weer die deze doelstellingen meetbaar trachten te maken. Hierbij werd gezocht naar een evenwicht tussen het aantal indicatoren per subdoelstelling en het belang van de subdoelstellingen.

Bepaalde indicatoren zullen pas kunnen worden ingevuld na enquêtering van consumenten, inwoners, handelaars, ... Op deze enquêtevragen wordt in paragraaf 2.2 verder ingegaan. Vervolgens wordt per indicator een indicatorfiche opgenomen die beschrijft hoe de indicator kan worden ingevuld (via welke bron), hoe die dient geïnterpreteerd te worden, wat eventueel de nadelen zijn (bijvoorbeeld enkel op niveau van de totale gemeente beschikbaar, ...), ...

Voor indicatoren waar het mogelijk is, kan een evolutie worden bekeken over de laatste vijf jaar. Voor bepaalde indicatoren zal nog geen evolutie kunnen bepaald worden en is een nulmeting noodzakelijk.

We willen ook opmerken dat niet alle indicatoren van toepassing zijn op alle centra of kernen (zowel grote als kleine). Zo zullen de indicatoren die betrekking hebben op het bevorderen van toerisme en recreatie in het centrum niet dienen te worden ingevuld voor centra die weinig toeristische aantrekkingskracht hebben. Daarnaast zijn een aantal indicatoren eerder voor kleinere kernen belangrijk. De indicator 'aanwezigheid minimale en aanvullende voorzieningen in het centrum/de kern' (zie verder) is hiervan een voorbeeld.

Een laatste opmerking die we willen maken is dat er geen sociale indicatoren (bijvoorbeeld evolutie werkloosheid, evolutie aantal personen met een leefloon in het centrum, ...) worden opgenomen in het meetinstrument. Hoewel deze indicatoren ook heel belangrijke informatie verschaffen aan lokale besturen, ligt de nadruk bij centrumbeheer vooral bij het economisch functioneren (handel en horeca, toerisme) van een centrum en bij de voorwaarden die dienen vervuld te zijn om dat economisch functioneren te bevorderen (aantrekkelijke woonomgeving, aantrekkelijke openbare ruimte, mobiliteit en verkeersveiligheid). Het is dan ook vanuit deze doelstellingen van centrumbeheer dat de keuze van de indicatoren is gemaakt.

2.1. Overzicht van de indicatoren

DOELSTELLING 1:

BEVORDEREN VAN HET ECONOMISCH FUNCTIONEREN IN HET CENTRUM

Subdoelstelling 1.1: BEVORDEREN HANDEL EN HORECA IN HET CENTRUM

1. evolutie van het aantal jobs in de detailhandel en de horeca
2. evolutie van de verhouding 'tewerkstelling in detailhandel en de horeca op de totale tewerkstelling'
3. evolutie van het aantal detailhandelszaken en het aantal horecazaken in het centrum
4. evolutie van de variëteit in het handelsaanbod
5. evolutie aantal leegstaande handelspanden (met onderscheid detailhandel en horeca) in het centrum
6. evolutie aantal m² winkelverkoopvloeroppervlakte in het centrum
7. evolutie van het aantal afgeleverde socio-economische vergunningen in het centrum
8. evolutie van de prijsevolutie per m² van de handelspanden
9. evolutie omzet in de detailhandel en de horeca
10. evolutie invloedssfeer van de detailhandel
11. waardering van het winkel- en horeca-aanbod door de winkelende bezoekers en/of inwoners en door de handelaars

Subdoelstelling 1.2: BEVORDEREN TOERISME EN RECREATIE IN HET CENTRUM

12. evolutie van het logiesaanbod in het centrum
13. evolutie van het aantal verblijftoeristen, van het aantal overnachtingen en van de bezettingsgraad in de verschillende logiesvormen in het centrum
14. evolutie van het aantal bezoekers aan attracties, evenementen, bioscopen, musea, ... gelegen in het centrum
15. evolutie van het aantal bezoekers aan de balie van de dienst voor toerisme of het VVV-kantoor
16. evolutie van het aantal informatieaanvragen bij de dienst voor toerisme of het VVV-kantoor (= zowel aan de balie, als telefonisch, als via e-mail, ...)
17. evolutie van het aantal verkochte kaarten voor wandel- en fietsroutes die in het centrum passeren
18. waardering van het toeristisch-recreatief centrum door bezoekers

DOELSTELLING 2: BEVORDEREN VAN DE LEEFBAARHEID IN HET CENTRUM

Subdoelstelling 2.1: AANTREKKELIJK MAKEN VAN HET WONEN IN HET CENTRUM

19. evolutie van het aantal inwoners in het centrum
20. evolutie van de verhouding 'aantal inwoners in het centrum op totaal aantal inwoners'
21. evolutie van de leeftijdsstructuur van de bevolking in het centrum en vergelijking met de evolutie van de leeftijdsstructuur van de bevolking in de gemeente
22. evolutie van het gemiddeld inkomen per aangifte in het centrum en vergelijking met de evolutie van het gemiddeld inkomen per aangifte in de gemeente
23. evolutie van het aantal afgeleverde bouwvergunningen voor nieuwbouwwoningen of voor renovatie van woningen in het centrum
24. evolutie van het aantal leegstaande woningen in het centrum
25. evolutie van de gemiddelde verkoopprijs van de woningen
26. aanwezigheid van minimale en aanvullende voorzieningen in het centrum/de kern (voor evaluatie kleinere woonkernen)

Subdoelstelling 2.2: BEVORDEREN VAN DE MOBILITEIT EN VERKEERSVEILIGHEID IN HET CENTRUM

27. waardering van de bereikbaarheid van het centrum met de auto
28. waardering van de bereikbaarheid van het centrum met het openbaar vervoer
29. waardering van de bereikbaarheid van het centrum te voet of met de fiets
30. waardering van de parkeermogelijkheden in het centrum
31. waardering van de fietsenstallingen in het centrum
32. waardering van de verkeersveiligheid in het centrum
33. evolutie van het aantal verkeersslachtoffers in het centrum

Subdoelstelling 2.3: BEVORDEREN VAN DE AANTREKKELIJKHEID VAN DE OPENBARE RUIMTE

34. waardering van de inrichting van het openbaar domein (wegen, voetpaden, pleinen, parken) in het centrum (= beoordeling materiaal, straatmeubilair, verlichting, groen, affichering en signalisatie)
35. waardering van het onderhoud en de netheid van de openbare ruimte in het centrum
36. waardering van de veiligheid (+ nagaan elementen van invloed op het subjectief onveiligheidsgevoel) in het centrum
37. investeringen in nieuwe of in de aanpassing van bestaande openbare ruimte

2.2. Overzicht van de enquêtevragen

Via enquêtes kunnen onder meer volgende zaken achterhaald worden:

- invloedssfeer van de detailhandel (van waar komt men winkelen in het centrum van de gemeente?);
- waardering van het winkel- en horeca-aanbod;
- waardering van de bereikbaarheid met de auto;
- waardering van de bereikbaarheid met het openbaar vervoer;
- waardering van de parkeermogelijkheden;
- waardering van de fietsstallingen;
- waardering van de verkeersveiligheid;
- waardering van de kwaliteit van de wegen, voetpaden, pleinen, parken, in het centrum;
- waardering van het onderhoud en de netheid van de openbare ruimte;
- waardering van de veiligheid;
- evolutie van de verkoopprijzen van handels- en woonhuizen in het centrum;
- ...

We stellen hiertoe volgende enquêtes voor:

- **Enquête bij de winkelende bezoeker aan het centrum van de gemeente en/of bij de inwoners van de gemeente;**
- **Enquête bij de handelaars in het centrum van de gemeente;**
- **Enquête bij de immobiële sector actief in het centrum van de gemeente.**

Eventueel kan er ook een tevredenheidsenquête worden gehouden bij de toeristen in het centrum, om een waardering te krijgen van het toeristisch-recreatief centrum. Deze enquête komt hier evenwel niet verder aan bod. De nadruk bij centrumbeheer ligt immers in de eerste plaats op het bevorderen van de handel en horeca in het centrum, en slechts op de tweede plaats op het bevorderen van toerisme en recreatie. We zijn daarom van oordeel dat de indicatoren op het vlak van toerisme, zoals hierboven voorgesteld, moeten volstaan om een evaluatie te maken van de doelstellingen rond toerisme. Indien een gemeente evenwel beschikt over resultaten van dergelijke tevredenheidsenquêtes bij toeristen,

kunnen ze uiteraard gebruikt worden als bijkomende informatie voor het beoordelen van het toeristisch-recreatief centrum. Vooral in gemeenten waar toerisme heel belangrijk is, kan dergelijke informatie over de tevredenheid van toeristen heel nuttig zijn.

2.2.1. **Enquête bij de winkelende bezoeker en/of bij de inwoners van de gemeente**

Het doel is een inzicht te krijgen in de invloedssfeer van de detailhandel (van waar zijn de bezoekers afkomstig?) en in de mate waarin men de diverse aspecten van het winkelaanbod - in zijn ruime betekenis - in het centrum beoordeelt. Volgende vragenlijst betreft dus een 'minimale vragenlijst' die nodig is om een antwoord te vinden op deze aspecten. Naargelang de behoeften van de gemeente of stad, kan deze vragenlijst uitgebreid worden met bijkomende vragen, bijvoorbeeld vragen rond het koopgedrag van de winkelende bezoeker (waar koopt men diverse categorieën van dagelijkse goederen, niet-dagelijkse goederen, ... , waarom koopt men die producten in een bepaalde gemeente, hoe frequent koopt men deze producten, wat zijn de meest aantrekkelijke winkels in het centrum van de gemeente, welke winkels of producten mist men, ...?), vragen rond de mate waarin men het winkelen combineert met andere activiteiten, ...

Slechts een aantal vragen zijn niet strikt noodzakelijk om een beoordeling te krijgen. Het zijn echter vragen die de gemeente of het centrumbeheer inzicht verschaffen in de redenen waarom iets beter of slechter gaat (bijvoorbeeld vragen 7 en 8), en in de mogelijke instrumenten om bepaalde aspecten te verbeteren (vraag 17). We achten deze vragen daarom nuttig om mee op te nemen in de enquête.

Interessant is om naast de winkelende bezoekers ook een steekproef van eigen inwoners (kopers en niet-kopers) te bevragen. Niet alle inwoners gaan immers in de eigen gemeente winkelen. Om ook hun mening over het centrum van de gemeente te leren kennen, is het nuttig ook hen erbij te betrekken. De verspreiding van de enquête onder de inwoners kan bijvoorbeeld gebeuren via opname van de vragenlijst in het

gemeentelijk infoblad. De enquête bij de winkelende bezoeker kan gebeuren via mondelinge enquêtering in de winkelstraten. Een andere mogelijkheid is dat de vragenlijsten worden verspreid via de plaatselijke winkeliers, zodat de winkelaars de enquête thuis kunnen invullen en terugsturen naar de gemeente. Hiertoe is wel medewerking van de plaatselijke detailhandelaars vereist.

We achten een combinatie van enquêtering zowel bij de winkelende bezoekers als bij eigen inwoners enkel nuttig indien het centrum van de gemeente over een relatief groot verzorgingsgebied beschikt. Voor kleinere gemeentekernen,

die hoofdzakelijk voorzien in de behoeften van de eigen inwoners, en relatief weinig winkelende bezoekers van buiten de gemeente hebben, volstaat een enquête onder de inwoners. De populatie 'winkelende bezoekers' bestaat in die kernen immers bijna uitsluitend uit eigen inwoners.

Hieronder wordt een mogelijke lijst met vragen voorgesteld die kunnen voorgelegd worden aan zowel de winkelende bezoekers als aan de inwoners. Opdat de steekproef voldoende groot zou zijn, stellen we voor dat per centrum of kern die wordt onderzocht, minstens 100 personen bevroegd worden.

ENQUÊTE BIJ DE WINKLENDE BEZOEKERS EN/OF DE INWONERS
1. In welke mate vindt u volgende aspecten belangrijk bij het winkelen?

Aspect	Zeer belangrijk	Tamelijk belangrijk	Weinig belangrijk	Niet belangrijk
Grote keuze aan winkels en goederen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van grote en gekende winkels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van exclusieve en gespecialiseerde winkels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van budgetvriendelijke winkels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Horecavoorzieningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gezellige winkelsfeer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Winkelacties die worden ondernomen (bijvoorbeeld spaaractie, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activiteiten die worden georganiseerd (bijvoorbeeld kerstmarkt, braderie, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wekelijkse markt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kindvriendelijkheid (speelpleintje, speelhoek, kinderopvang, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Goede bereikbaarheid met het openbaar vervoer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Goede bereikbaarheid met de auto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Goede bereikbaarheid te voet of met de fiets	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gemakkelijk om te parkeren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mooie en aangename inrichting van de centrumstraten en pleinen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nette winkelstraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weinig verkeersdrukke	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkeersveiligheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lange openingsuren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Hoe beoordeelt u het centrum van de gemeente op elk van deze aspecten, en ervaart u een verbetering of verslechtering in vergelijking met twee à drie jaar geleden?

Aspect	Huidige beoordeling					Situatie in vergelijking met twee à drie jaar geleden				
	Zeer goed	Goed	Middelmatig	Zwak	Zeer zwak	Weet niet	Verbering	Zelfde situatie	Verslechtering	Weet niet
Grote keuze aan winkels en goederen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van grote en gekende winkels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van exclusieve en gespecialiseerde winkels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aanwezigheid van budgetvriendelijke winkels	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Horecavoorzieningen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Winkelsteer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Winkelacties die worden ondernomen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Activiteiten die worden georganiseerd	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wekelijkse markt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kindvriendelijkheid (speelpleintje, speelhoek, kinderopvang, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bereikbaarheid met het openbaar vervoer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bereikbaarheid met de auto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bereikbaarheid te voet of met de fiets, fietsvriendelijkheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parkeermogelijkheden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inrichting van de centrumstraten, voetpaden, pleinen, parken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Netheid winkelstraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkeersdrukke in de winkelstraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verkeersveiligheid in de winkelstraten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Openingsuren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
TOTAALORDEEL VAN HET CENTRUM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. In welke mate komt u naar het handelscentrum van ... voor de aanschaf van dagelijkse goederen zoals voeding?

- vaak, ik koop de meeste dagelijkse goederen in dit handelscentrum
- soms, ik koop af en toe mijn dagelijkse goederen in dit handelscentrum
- zelden of nooit + geef reden waarom?
.....

4. In welke mate komt u naar het handelscentrum van ... voor de aanschaf van periodieke goederen zoals kleding, schoenen, persoonsverzorgingsartikelen?

- vaak, ik koop de meeste periodieke goederen in dit handelscentrum
- soms, ik koop af en toe mijn periodieke goederen in dit handelscentrum
- zelden of nooit + geef reden waarom?
.....

5. In welke mate komt u naar het handelscentrum van ... voor de aanschaf van uitzonderlijke goederen, zoals juwelen, decoratieartikelen, ... ?

- vaak, ik koop de meeste uitzonderlijke goederen in dit handelscentrum
- soms, ik koop af en toe mijn uitzonderlijke goederen in dit handelscentrum
- zelden of nooit + geef reden waarom?
.....

6. Als u vergelijkt met een jaar of drie geleden, koopt u nu meer, evenveel of minder in HET CENTRUM VAN ... dan vroeger?

- meer ———> ga verder met vraag 7
- evenveel ———> ga verder met vraag 9
- minder ———> ga verder met vraag 8

7. Welke zijn de redenen waarom u nu MEER dan vroeger koopt in het CENTRUM VAN ...?

(MEERDERE ANTWOORDEN ZIJN MOGELIJK)

- grotere keuze aan winkels en goederen
- meer grote en gekende winkels
- meer exclusieve en gespecialiseerde winkels
- meer budgetvriendelijke winkels
- meer aantrekkelijke winkels
- aangenaam en mooi kader, mooiere inrichting winkelstraten
- gezelliger winkelsfeer
- meer horecavoorzieningen

- aantrekkelijke wekelijkse markt
- speciale markten
- meer kindvriendelijkheid
- goede bereikbaarheid te voet of met de fiets
- goede bereikbaarheid met de auto
- goede bereikbaarheid met het openbaar vervoer
- veel parkeermogelijkheden
- gratis/goedkoop parkeren
- veel fietsenstallingen
- betere verkeersveiligheid
- minder verkeersdrukke
- veel activiteiten en acties
- veel informatie en reclame over aanbiedingen en winkelacties
- nabijheid; kortere afstand winkelen-wonen
- langere openingsuren
- andere reden(en), namelijk:
.....

8. Welke zijn de redenen waarom u nu MINDER dan vroeger koopt in het CENTRUM VAN...?

(MEERDERE ANTWOORDEN ZIJN MOGELIJK)

- kleinere keuze aan winkels en goederen
- minder grote en gekende winkels
- minder exclusieve en gespecialiseerde winkels
- minder budgetvriendelijke winkels
- minder aantrekkelijke winkels
- weinig aantrekkelijke winkelstraten
- gebrek aan winkelsfeer
- minder horecavoorzieningen
- geen wekelijkse markt of minder aantrekkelijke wekelijkse markt
- minder kindvriendelijkheid
- minder goede bereikbaarheid te voet of met de fiets
- minder goede bereikbaarheid met de auto
- minder goede bereikbaarheid met het openbaar vervoer
- minder parkeermogelijkheden
- duurder parkeermogelijkheden
- minder fietsenstallingen
- minder verkeersveiligheid
- meer verkeersdrukke
- minder activiteiten en acties
- minder informatie en reclame over aanbiedingen en winkelacties
- verhoogde aantrekkingskracht van andere steden/gemeenten, namelijk:
.....
- is verhuisd, woont er niet meer (afstand tot het centrum is groter geworden)
- andere reden(en), namelijk:
.....

9. Met welk transportmiddel bent u vandaag naar gekomen (of, indien enquête niet ter plaatse wordt afgenomen, maar schriftelijk: met welk transportmiddel komt u meestal naar het centrum van ...)?

- auto —> ga verder met vraag 10
- fiets/bromfiets —> ga verder met vraag 13
- te voet —> ga verder met vraag 14
- openbaar vervoer (trein, bus) —> ga verder met vraag 14
- andere, welke:
- > ga verder met vraag 14

10. Hebt u vandaag gemakkelijk parkeerplaats gevonden (of, vindt u meestal gemakkelijk een parkeerplaats)?

- ja neen

11. Hoelang hebt u moeten zoeken om een parkeerplaats te vinden (of, hoelang moet u gemiddeld zoeken naar een parkeerplaats)?

- minder dan 1 minuut
- 1 - 5 minuten
- 6 - 10 minuten
- 11 - 15 minuten
- 16 - 20 minuten
- meer dan 20 minuten

12. Vindt u dat u voldoende dicht geparkeerd stond bij de plaats waar u wou winkelen (of, vindt u dat u meestal voldoende dicht geparkeerd staat)?

- ja neen
- > ga nu verder met vraag 14

13. Zijn er voldoende fietsstallingen in het centrum?

- ja neen

14. Indien er een speciale actie plaatsheeft in het centrum (bijvoorbeeld eindejaarsactie, "met belgerinkel naar de winkel", ...) koopt u dan speciaal bij de deelnemers van deze actie?

- ja neen

15. Voelt u zich veilig in het centrum?

- ja —> ga verder met vraag 17
- neen —> ga verder met vraag 16

16. Welke elementen vormen een probleem, dienen aangepakt te worden opdat het onveiligheidsgevoel zou

verdwijnen?

.....
.....
.....

17.a.

Wat moet het CENTRUM VAN ... u meer bieden of wat zou u er verberd willen zien opdat u toch of meer zou gaan kopen in het CENTRUM VAN ...?

(MEERDERE ANTWOORDEN ZIJN MOGELIJK)

- grotere keuze aan winkels en goederen
- meer grote en gekende winkels
- meer exclusieve en gespecialiseerde winkels
- meer budgetvriendelijke winkels
- meer aantrekkelijke winkels
- aangenamer en mooier kader, mooiere inrichting van de winkelstraten
- gezelliger winkelsfeer
- meer horecavoorzieningen
- meer kindvriendelijkheid
- betere bereikbaarheid te voet of met de fiets
- betere bereikbaarheid met de auto
- betere bereikbaarheid met het openbaar vervoer
- meer parkeermogelijkheden
- meer fietsstallingen
- betere verkeersveiligheid
- minder verkeersdruk
- meer activiteiten en acties
- meer informatie en reclame over aanbiedingen en winkelacties;
- langere openingstijden
- andere verbeteringen, namelijk:
-
-

17.b.

Specificeer uw antwoorden:

(bijvoorbeeld: als u meer grote en gekende winkels wenst: welke? of als u meer parkeermogelijkheden wenst: waar?, ...)

.....
.....
.....

IDENTIFICATIEGEGEVENS

18. In welke (deel)gemeente woont u?

(lijst opgeven met de verschillende deelgemeenten en de buurgemeenten)

19. Wat is uw geslacht?

- man vrouw

20. Wat is uw leeftijd?

- 15-17 jaar
- 18-24 jaar
- 25-34 jaar
- 35-44 jaar
- 45-54 jaar
- 55-64 jaar
- 65 jaar en ouder

21. Wat is de huidige samenstelling van het gezin?

- alleenwonende
- gezin zonder thuiswonende kinderen
- gezin met thuiswonend(e) kind(eren), waarvan het jongste kind jonger dan 6 jaar
- gezin met thuiswonend(e) kind(eren), waarvan het jongste kind tussen 6 en 12 jaar
- gezin met thuiswonend(e) kind(eren), waarvan het jongste kind tussen 13 en 17 jaar
- gezin met thuiswonend(e) kind(eren), waarvan het jongste kind 18 jaar of ouder

22. Tot welke categorie behoort het gezinshoofd?

- arbeiders
- bedienden
- kaderpersoneel, hogere leidinggevende functie
- onderwijzend personeel
- land- en tuinbouwers
- zelfstandige handelaars of ambachtsslui
- ondernemers in handel, financiën, industrie
- vrije beroepen
- studenten
- huisvrouw/-man
- werkzoekenden
- bruggepensioneerden/gepensioneerden
- andere, namelijk
-

1

We geven er de voorkeur aan om alle kleinhandelaars in het centrum de kans te geven om deel te nemen aan de enquête. Indien het om een schriftelijke enquête gaat, is dit relatief eenvoudig. Kiest de gemeente voor een face-to-face bevraging, dan vraagt dit vooral voor grote handelscentra veel inspanningen. Eventueel kan er dan voor geopteerd worden om bijvoorbeeld slechts de helft of een vierde van de handelaars te bevragen. Hierbij dient rekening gehouden te worden met de spreiding van de handelszaken over de diverse centrumstraten, en met de verdeling van de handelszaken over de verschillende branches.

2.2.2. Enquête bij de handelaars in het centrum van de gemeente

Om een idee te krijgen van de visie van de kleinhandelaars op het centrum, kan ook een bevraging worden georganiseerd bij een steekproef van (of bij alle) kleinhandelaars¹ in het centrum. Hierbij is het niet de bedoeling om te peilen naar kenmerken van de individuele handelszaak, zoals evolutie van de omzet, tewerkstelling, aantal klanten,... Handelaars zijn immers niet vlug geneigd om deze informatie bloot te geven. Het is wel de bedoeling een evaluatie te krijgen door de kleinhandelaars van het centrum: wat zijn sterke en zwakke punten van de detailhandel in het centrum, wat zijn de grootste noden en behoeften, welke acties dienen genomen te worden om het centrum als handelscentrum aantrekkelijker te maken, ...

ENQUÊTE HANDELAARS

1. Tot welke branch (voeding, kleding, ...) behoort uw handelszaak?
.....
.....
.....
2. In welke straat is uw handelszaak gelegen?
.....
.....

3.a. Hoe zou u de straat waarin uw handelszaak gevestigd is het best omschrijven?

- zeer aangenaam om te winkelen
- aangenaam om te winkelen
- noch aangenaam, noch onaangenaam
- onaangenaam om te winkelen
- zeer onaangenaam om te winkelen

3.b. Specifieer uw antwoord (waarom zeer aangenaam, waarom onaangenaam, ...)

.....
.....
.....
.....

4.a. Hoe beoordeelt u de ligging van uw handelszaak?

- zeer goed
- goed
- noch goed, noch slecht
- slecht
- zeer slecht

4.b. Specifieer uw antwoord (waarom goed, waarom slecht, ...)

.....
.....
.....
.....

5. Als u het handelscentrum van ... bekijkt, wat zijn de sterke punten?

Bekijk de detailhandel hiervoor in al zijn aspecten (winkelaanbod, bereikbaarheid en parkeren, inrichting van de winkelstraten, winkelsfeer, organisatie van de handelaars, promotie, ...). Geef maximum drie sterke punten.

.....
.....
.....
.....

6. Als u het handelscentrum van ... bekijkt, wat zijn de zwakke punten?

Geef maximum drie zwakke punten.

.....
.....
.....

8. Vindt u dat er in de gemeente voldoende overleg is tussen het lokale bestuur en de handelaars over initiatieven/concrete acties die de detailhandel in het centrum aanbelangen?

- Er is geen overleg
- Er is overleg, maar ik vind dit onvoldoende
- Er is voldoende overleg

9. Vindt u dat u als handelaar voldoende geïnformeerd wordt over het lokaal economisch beleid in de gemeente?

- Ja, ik word voldoende geïnformeerd, namelijk via:
 - een nieuwsbrief
 - website
 - regelmatig overleg
 - andere, namelijk:
- Neen, ik word onvoldoende geïnformeerd over het beleid van de gemeente

10. Als er in het centrum concrete acties, projecten ter bevordering van het commercieel gebeuren worden uitgewerkt, steunt u deze acties dan via actieve deelname?

- Ja, ik neem meestal deel aan de acties
- Soms
- Neen, ik werk zelden of nooit actief mee aan initiatieven ter verbetering van het commerciële centrum

11. Bent u bereid een financiële inbreng te doen om concrete acties, projecten die worden uitgewerkt ter verbetering van het centrum financieel te steunen?

- Ja, ik ben hier meestal toe bereid
- Soms, voor bepaalde specifieke acties, namelijk
- Neen, ik ben meestal niet bereid om acties ter verbetering van het centrum financieel te steunen

12. Werden er in het voorbije jaar acties ondernomen die een positief effect hadden op de handel en dewelke u zeker opnieuw wenst te steunen?

- Ja, namelijk:
- Neen

13.a. Wat zou het CENTRUM VAN ... meer moeten bieden of wat zou u er verbeterd willen zien opdat de aantrekkelijkheid van het CENTRUM VAN ... zou vergroten?

(MEERDERE ANTWOORDEN ZIJN MOGELIJK)

- grotere keuze aan winkels en goederen
- meer grote en gekende winkels
- meer exclusieve en gespecialiseerde winkels
- meer budgetvriendelijke winkels
- meer aantrekkelijke winkels
- aangenamer en mooier kader, mooiere inrichting van de winkelstraten
- gezelliger winkelsfeer
- meer horecavoorzieningen
- meer kindvriendelijkheid
- betere bereikbaarheid te voet of met de fiets
- betere bereikbaarheid met de auto
- betere bereikbaarheid met het openbaar vervoer
- meer parkeermogelijkheden
- meer fietsenstallingen
- betere verkeersveiligheid
- minder verkeersdrukte
- meer gezamenlijke activiteiten en acties
- meer promotie van het handelscentrum
- meer samenwerking tussen de handelaars (bij promotie, acties, activiteiten, ...)
- meer betrokkenheid van de handelaars bij concrete acties en activiteiten
- langere openingstijden
- andere verbeteringen, namelijk:

13.b. Specificeer uw antwoorden: (bijvoorbeeld: als u meer grote en gekende winkels wenst: welke? of als u meer parkeermogelijkheden wenst: waar?, ...)

.....
.....
.....
.....

14. Welke taak is er nog weggelegd voor de gemeente om de handel in het centrum te stimuleren?

.....
.....
.....
.....

2.2.3. Enquête bij de immobiliënsector actief in het centrum van de gemeente

De enquête bij de immobiliënsector is specifiek bedoeld om een aantal van de vooropgestelde indicatoren te kunnen invullen, namelijk:

- evolutie van de prijs per m² van de handelspanden in het centrum;

- evolutie van de gemiddelde verkoopprijs van de woningen in het centrum.

Deze indicatoren kunnen ook ingevuld worden door gegevens van Stadim (zie verder in de indicatorenfiches). Deze gegevens zijn echter enkel voor de volledige gemeente, en niet voor het centrum beschikbaar. Vandaar dat het allicht wenselijker is om via een beperkte bevraging van de immobiliënsector actief in het centrum een zicht te krijgen op deze indicatoren.

ENQUÊTE IMMOBILIËNSECTOR

1. Om een idee te krijgen van de **evolutie van de prijzen per m² van de handelspanden in het centrum** van de gemeente, zouden we u willen vragen om onderstaande tabel in te vullen. Let op, de gegevens dienen betrekking te hebben op het centrum. Dit centrum omvat volgende straten: (in te vullen door de gemeente).

Jaar	Aantal verkochte handelspanden in het centrum	Gemiddelde oppervlakte in m ² van die handelspanden	Gemiddelde verkoopprijs (in EUR)
2001			
2002			
2003			

2. Eenzelfde overzicht zouden we willen krijgen voor de **verkochte woonhuizen in het centrum**.

Jaar	Aantal verkochte woonhuizen in het centrum	Gemiddelde oppervlakte in m ² van die woonhuizen	Gemiddelde verkoopprijs (in EUR)
2001			
2002			
2003			

2.3. Indicatorenfiche

In deze paragraaf geven we per indicator die we hebben vooropgesteld in paragraaf 2.1 een indicatorenfiche weer. Deze is als volgt opgebouwd:

- **NUMMER EN TITEL VAN DE INDICATOR**
- **DOELSTELLING:** de doelstelling die aan de hand van deze indicator wordt geëvalueerd.
- **SUBDOELSTELLING:** de subdoelstelling die aan de hand van deze indicator wordt geëvalueerd.
- **OMSCHRIJVING:** duidelijke definitie van de indicator en bespreking van de eventuele verschillende samenstellende componenten.
- **BRON:** primaire gegevensbron waar de gegevens beschikbaar zijn.
- **GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ:** de instantie waar de gegevens het eenvoudigst kunnen opgevraagd worden. Deze instantie kan gelijk zijn aan de 'bron', maar kan ook een secundaire gegevensbron zijn (bijvoorbeeld de GOM - West-Vlaanderen die socio-economische gegevens verzamelt die afkomstig zijn van diverse instanties (NIS, RSZ, RSVZ, ...) en die deze ook verspreidt). Als **bijlage 1** wordt een lijst gegeven met de coördinaten van de belangrijkste instanties die gegevens ter beschikking stellen.
- **NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:**
(1: beschikbaar op dit niveau, 0: niet beschikbaar op dit niveau).
Het is wenselijk dat de informatie beschikbaar is op het niveau van het centrum zoals afgebakend door de gemeente. Dit is evenwel niet het geval bij statistische gegevens opgemaakt door het NIS, de RSZ, enz. Bepaalde statistische gegevens zijn wel beschikbaar tot op het niveau van de statistische sector, zodat gegevens kunnen opgevraagd worden voor de statistische sector 'centrum van (deel)gemeente X'. Deze afbakening van het centrum valt echter niet steeds samen met de afbakening die de gemeente maakt van haar centrum. Het is dus aangewezen om steeds na te gaan hoe de afbakening van het centrum (welke straten) op basis van statistische sectoren is gebeurd.

Andere niveaus waarop informatie beschikbaar kan zijn, zijn: de deelgemeente, de gemeente, het arrondissement. Informatie die echter enkel beschikbaar is op arrondissementeel niveau wordt niet nuttig geacht om opgenomen te worden in dit meet-instrument.
- **FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:** maandelijks, jaarlijks of andere frequentie (1: beschikbaar, 0: niet beschikbaar).
- **TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:** via het tijdsverloop tussen de telling en de beschikbaarheid van de gegevens kan op elk moment nagegaan worden welke de meest recente data zijn.
- **OPMERKINGEN:** specifieke opmerkingen per indicator.

INDICATOR 1:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL JOBS IN DE DETAILHANDEL EN DE HORECA

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de handel en horeca in het centrum

OMSCHRIJVING: som van de loontrekkende en zelfstandige werkgelegenheid (zelfstandigen en helpers exclusief zelfstandigen in bijberoep) in de detailhandel en de horeca.

Detailhandel: NACE-BEL 52.

Horeca: NACE-BEL 55.

BRON: RSZ en RSVZ.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: GOM - West-Vlaanderen
(voor alle West-Vlaamse gemeenten).

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 0
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 1
- arrondissement: 1

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 1
- andere, namelijk: 0

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

De gegevens over de loontrekkende tewerkstelling op 30 juni van het jaar t zijn beschikbaar in september/oktober van het jaar t+1.

De gegevens over de zelfstandige tewerkstelling op 31 december van het jaar t zijn beschikbaar in juli van het jaar t+1.

OPMERKINGEN: het aantal zelfstandigen, opgesplitst naar NACE-BEL-code, is enkel beschikbaar vanaf het jaar 2000. Voordien werd een andere classificatie toegepast. De evolutie van bovenstaande indicator wordt dan ook het best vanaf het jaar 2000 bekeken.

De gegevens zijn alleen beschikbaar voor de volledige gemeente. Vooral voor gemeenten die veel handels- en/of horecazaken buiten het centrum tellen, is het mogelijk dat deze indicator geen juist beeld geeft van de evolutie in het centrum.

INDICATOR 2:

EVOLUTIE VAN DE VERHOUDING 'TEWERKSTELLING IN DE DETAILHANDEL EN DE HORECA OP DE TOTALE TEWERKSTELLING'

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de handel en horeca in het centrum

OMSCHRIJVING: som van de loontrekkende en zelfstandige werkgelegenheid (zelfstandigen en helpers exclusief zelfstandigen in bijberoep) in de detailhandel en de horeca gedeeld door de totale loontrekkende en zelfstandige werkgelegenheid (= indicator 1 / totale tewerkstelling).

Deze indicator toont hoe de tewerkstelling die zich hoofdzakelijk in het centrum situeert (handel en horeca), evolueert ten opzichte van de totale tewerkstelling. Een toename van het aantal jobs in de detailhandel en de horeca is op zich een positieve evolutie, maar deze evolutie wordt iets minder positief indien de totale tewerkstelling sterker zou toenemen, wat zich zou uiten in een kleiner aandeel van de tewerkstelling in de detailhandel en de horeca op de totale tewerkstelling. Vandaar dat deze indicator, naast indicator 1, wordt opgenomen in het meetinstrument.

BRON: RSZ en RSVZ.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: GOM - West-Vlaanderen (voor alle West-Vlaamse gemeenten).

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 0
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 1
- arrondissement: 1

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 1
- andere, namelijk: 0

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

De gegevens over de loontrekkende tewerkstelling op 30 juni van het jaar t zijn beschikbaar in september/oktober van het jaar t+1.

De gegevens over de zelfstandige tewerkstelling op 31 december van het jaar t zijn beschikbaar in juli van het jaar t+1.

OPMERKINGEN: idem als voor indicator 1.

INDICATOR 3:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL DETAILHANDELS-ZAKEN EN HET AANTAL HORECAZAKEN

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de handel en horeca in het centrum

OMSCHRIJVING: telling van het aantal vestigingen voor detailhandel en horeca aan de hand van een inventarisatie in het centrum. Hierbij kan de telling per straat of deelcentrum gebeuren.

BRON: inventaris handelspanden in het centrum van de gemeente.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het zou wenselijk zijn om deze inventaris minstens jaarlijks te actualiseren

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum één maand).

OPMERKINGEN: niet alle gemeenten maken systematisch een inventaris op van de handelspanden in het centrum. Om het beheer van het centrum te meten en te evalueren, is het evenwel wenselijk om dergelijke inventaris op te maken en up-to-date te houden. Het biedt immers een overzicht van welke handelszaken er in het centrum aanwezig zijn, waar bepaalde branches gesitueerd zijn, in welke straten de handelsactiviteiten toenemen en in welke ze afnemen... Tijdens deze inventarisatie kunnen ook indicatoren 4, 5 en 6 gemeten worden.

Voor gemeenten die nog niet beschikken over een inventaris, betreft het hier een nulmeting en kan nog geen evolutie bekeken worden.

INDICATOR 4:

EVOLUTIE VAN DE VARIËTEIT VAN HET HANDELSAANBOD

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de handel en horeca in het centrum

OMSCHRIJVING: telling van het aantal vestigingen voor detailhandel per subbranche. Deze indicator is belangrijk aangezien de aantrekkelijkheid van een handelscentrum in sterke mate wordt bepaald door de variëteit in het aanbod.

De kleinhandelzaken kunnen onderverdeeld worden in de volgende subbranches:

- warenhuis;
- elektrische huishoudapparaten, audio- en videoapparatuur;
- meubelen, verlichting, woninginrichting;
- voeding, genotmiddelen;
- boeken, kranten, tijdschriften, kantoorartikelen;
- kledij, schoenen, lederwaren;
- personal care (parfumerie, cosmetica, geneesmiddelen, opticien, ...);
- hobby en vrije tijd (sport, speelgoed, souvenirs, ...);
- overige kleinhandel.

Eventueel kunnen deze subbranches nog verder verfijnd worden.

BRON: inventaris handelspanden in het centrum van de gemeente.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ:

gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het zou wenselijk zijn om deze inventaris minstens jaarlijks te actualiseren

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum één maand).

OPMERKINGEN: idem indicator 3. De inventarisatie handelspanden, opgesplitst naar branche, dient samen te gebeuren met de meting van indicatoren 3, 5 en 6.

Voor gemeenten die nog niet beschikken over een inventaris, betreft het hier een nulmeting en kan nog geen evolutie bekeken worden.

INDICATOR 5:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL LEEGSTAANDE HANDELSPANDEN (MET ONDERSCHIED DETAILHANDEL EN HORECA) IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de handel en horeca in het centrum

OMSCHRIJVING: telling van het aantal vestigingen voor detailhandel en horeca die momenteel leeg staan. Dit kan gebeuren aan de hand van een inventarisatie in het centrum. Hierbij kan de telling per straat of deelcentrum gebeuren.

BRON: inventaris handelspanden in het centrum van de gemeente.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het zou wenselijk zijn om deze inventaris minstens jaarlijks te actualiseren

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum één maand).

OPMERKINGEN: idem indicator 3. De inventarisatie van de leegstaande handelspanden dient samen te gebeuren met de meting van indicatoren 3, 4 en 6.

Voor gemeenten die nog niet beschikken over een inventaris, betreft het hier een nulmeting en kan nog geen evolutie bekeken worden.

INDICATOR 6:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL M² WINKELVERKOOPVLOEROPPERVLAKTE IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de handel en horeca in het centrum

OMSCHRIJVING: telling van het aantal m² winkelverkoopvloeroppervlakte in de detailhandelszaken. Dit kan gebeuren aan de hand van een inventarisatie in het centrum. Hierbij kan de telling per straat of deelcentrum gebeuren.

Om de verkoopvloeroppervlakte in de winkels te leren kennen, kan men per winkel navraag doen over deze oppervlakte. Wil men niet meewerken, of kennen de winkelverantwoordelijken de oppervlakte niet, dan kan zelf een inschatting gemaakt worden van de oppervlakte (eventueel door afstappen van de winkel).

BRON: inventaris handelspanden in het centrum van de gemeente.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het zou wenselijk zijn om deze inventaris minstens jaarlijks te actualiseren

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum één maand).

OPMERKINGEN: idem indicator 3. De inventarisatie van de winkelverkoopvloeroppervlakte dient samen te gebeuren met de meting van indicatoren 3, 4 en 5.

Voor gemeenten die nog niet beschikken over een inventaris van de vloeroppervlakten, betreft het hier een nulmeting en kan nog geen evolutie bekeken worden

INDICATOR 7:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL AFGELEVERDE SOCIO-ECONOMISCHE VERGUNNINGEN IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de handel en horeca in het centrum

OMSCHRIJVING: wanneer een winkel zich ergens wil vestigen met een voor publiek toegankelijke oppervlakte van minstens 400 m², dan dient een socio-economische vergunning afgeleverd te worden. De evolutie van het aantal afgeleverde socio-economische vergunningen in het centrum geeft een beeld van de aantrekkelijkheid van een centrum voor middelgrote en grote winkels. De evolutie kan bijvoorbeeld bekeken worden over de laatste vijf jaar.

BRON: gemeente.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: dienst stedenbouw van de gemeente.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 1
- fusiegemeente: 1
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1, informatie is permanent beschikbaar

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: geen tijdsverloop.

INDICATOR 8:

EVOLUTIE VAN DE PRIJSEVOLUTIE PER M² VAN DE HANDELSPANDEN

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de handel en horeca in het centrum

OMSCHRIJVING: evolutie van de gemiddelde verkoopprijs per m² van handelshuizen in de gemeente.

BRONNEN:

- Stadim (Studie & Advies Immobiliën), voor gegevens op gemeentelijk niveau;
- enquête bij de immobiliënsector actief in het centrum van de gemeente: voor gegevens op het niveau van het centrum.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: internetdiensten van Stadim (www.stadim.be/default2.htm) of immobiliënsector.

Via de internetdiensten van Stadim is het momenteel mogelijk om per gemeente en per type onroerend goed (alle woonhuizen, kleine en middelgrote woonhuizen, grotere woonhuizen, appartementen, opbrengsthuizen, handelshuizen, bouwgronden, landbouwgronden, bossen) een prijzevolutie te berekenen vanaf het jaar 1988 tot 2001. Op de internetsite wordt uitgebreid en duidelijk uiteengezet hoe je de selectie kunt maken. De gemiddelde verkoopprijs wordt berekend na eliminatie van de 25% goedkoopste en de 25% duurste verkopen. Om de gemiddelde verkoopprijs van handelshuizen per m² te berekenen, deel je de gemiddelde verkoopprijs van de handelshuizen door de oppervlakte.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1, indien enquêtering van de immobiliënsector
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 1, indien enkel gebruik wordt gemaakt van de gegevens van Stadim
- arrondissement: 1, indien gebruik wordt gemaakt van de gegevens van Stadim

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 1 (gegevens Stadim)
- andere, namelijk: 1 (bij enquêtering immobiliënsector) afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: circa twee jaar voor gegevens van Stadim (momenteel (2003) zijn de gegevens van 2001 beschikbaar).

Bij het enquêteren van de immobiliënsector is het tijdsverloop veel beperkter.

OPMERKINGEN:

de kostprijs voor het eenmalig opvragen van dit gegeven bij Stadim bedraagt 7,5 euro.

INDICATOR 9:

EVOLUTIE VAN DE OMZET IN DE DETAILHANDEL EN DE HORECA

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de handel en horeca in het centrum

OMSCHRIJVING: evolutie over de laatste vijf jaar van de omzet in de kleinhandel en de horeca. De cijfergegevens zijn opgesteld in werkelijke prijzen. Om de reële evolutie van de omzet te kennen, is het nodig deze gegevens te corrigeren voor inflatie (aan de hand van het indexcijfer der consumptieprijzen).

BRON: NIS, BTW-statistieken per gemeente en Nationale Bank van België (voor indexcijfer der consumptieprijzen).

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: GOM - West-Vlaanderen (voor alle West-Vlaamse gemeenten).

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 0
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 1
- arrondissement: 1

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 1
- andere, namelijk: 0

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: de gegevens zijn met één jaar vertraging beschikbaar.

OPMERKINGEN:

- De cijfergegevens betreffende de omzet worden voorlopig nog altijd opgemaakt in de oude NACE-code, waarbij de kleinhandel ook de reparatie van verbruiksgoederen en voertuigen omvat. Dit in tegenstelling tot de nieuwe NACE-BEL-code (die we bij de evolutie van de tewerkstelling gebruiken) die de auto's en motorrijwielen niet meerekent in de kleinhandel.
- Evolutie over de laatste vijf jaar is mogelijk.
- De gegevens zijn enkel beschikbaar voor de volledige gemeente. Vooral voor gemeenten die veel handels- en/of horecazaken buiten het centrum tellen, is het mogelijk dat deze indicator geen juist beeld geeft van de evolutie van de omzet in de kleinhandel en horeca in het centrum.
- We willen erop wijzen dat de BTW-aangiften per onderneming en niet per vestiging worden ingevuld. Dit betekent dat een onderneming met vestiging in meer dan één gemeente het geheel van haar activiteiten aangeeft in de gemeente waar de maatschappelijke zetel is gevestigd. Zo zal de omzet van de ketenwinkels in een gemeente niet in rekening worden gebracht in de kleinhandelsomzet van die gemeente als de zetel van die ketenwinkels niet in die gemeente is gevestigd. De indicator geeft dus vooral een beeld van de omzetevolutie van de onafhankelijke, lokale detailhandel.

INDICATOR 10:

EVOLUTIE VAN DE INVLOEDSSFEER VADE DETAILHANDEL

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de handel en horeca in het centrum

OMSCHRIJVING: de invloedssfeer van de detailhandel in het centrum toont van waar de winkelende bezoekers afkomstig zijn. Komen er relatief veel mensen van buiten de gemeente naar het centrum om te winkelen, dan is de aantrekkingskracht of invloedssfeer van het centrum groot. Komen de meeste winkelende bezoekers vanuit de eigen gemeente, dan is de invloedssfeer relatief beperkt.

BRON: enquête bij de winkelende bezoeker. Antwoorden op vraag nr. 18 (in welke deelgemeente woont u). Bereken de procentuele aandelen van de verschillende gemeenten in het totaal.

Een verdere verfijning kan bekomen worden door het koppelen van de antwoorden op vraag 18 (woonplaats) aan de antwoorden op vragen 3, 4 en 5 (in welke mate komt u naar het handelscentrum voor de aanschaf van dagelijkse goederen, periodieke goederen, uitzonderlijke goederen). Op die manier kan achterhaald worden van waar de mensen afkomstig zijn die vaak dagelijkse goederen kopen in het handelscentrum, die vaak periodieke goederen kopen in het handelscentrum en die vaak uitzonderlijke goederen kopen in het handelscentrum. U kunt ook bekijken van waar de mensen komen die enkel dagelijkse goederen kopen in het centrum, of enkel periodieke, enz.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Er moet telkens een nieuwe enquêteering gebeuren om de evolutie van de invloedssfeer na te gaan. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum drie maanden).

OPMERKINGEN:

Een andere bron om de commerciële invloedssfeer te achterhalen, is een onderzoek van het instituut voor sociale en economische geografie van de KU Leuven. Op basis van een enquête, uitgevoerd in 1994-95 bij 30.000 huishoudens verspreid over heel België, werd het koopgedrag geanalyseerd. Gevraagd werd welk centrum in binnen- of buitenland men het meest bezoekt voor drie soorten aankopen: dagelijkse aankopen (voeding, ...), niet-dagelijkse aankopen (kleding, schoenen, ...) en dagelijkse diensten (bankdiensten, droogkuis, ...).

De gegevens kunnen opgevraagd worden bij de afdeling sociale en economische geografie van de KU Leuven. De gegevens voor één gemeente kosten ongeveer 620 euro en worden geleverd via e-mail (excel-tabellen). De gegevens zijn evenwel niet voor alle (bijvoorbeeld kleinere) gemeenten beschikbaar. Daar het onderzoek bovendien dateert uit de eerste helft van de jaren negentig, tonen de cijfers momenteel allicht geen juist beeld meer van de huidige invloedssfeer en is het beter om deze invloedssfeer na te gaan via een nieuwe enquête bij de winkelende bezoeker. Ook andere indicatoren (zie bijvoorbeeld indicator 11) zullen immers via dergelijke enquête gemeten moeten worden.

INDICATOR 11:

WAARDERING VAN HET WINKEL- EN HORECA-AANBOD DOOR DE WINKELLENDE BEZOEKERS EN/OF DE INWONERS EN DOOR DE HANDELAARS

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de handel en horeca in het centrum

OMSCHRIJVING: beoordeling van het centrum (+ vergelijking met situatie twee à drie jaar geleden) op volgende aspecten:

- grote keuze aan winkels en goederen;
- aanwezigheid van grote en gekende winkels;
- aanwezigheid van exclusieve en gespecialiseerde winkels;
- aanwezigheid van budgetvriendelijke winkels;
- horecavoorzieningen;
- winkelsfeer;
- winkelacties die worden ondernomen;
- activiteiten die worden georganiseerd;
- wekelijkse markt;
- kindvriendelijkheid (aanwezigheid van een speelpleintje, een speelhoek in de winkels, kinderopvang tijdens het winkelen, ...);
- totaaloordeel van het centrum.

BRONNEN:

- Enquête bij de winkelende bezoeker en/of bij de inwoners, antwoorden op de eerste tien aspecten van het winkelaanbod in vraag 2 en antwoorden op het 'totaaloordeel van het centrum' in vraag 2. De oordelen van de respondenten op deze aspecten van het winkelaanbod kunnen ook in relatie gebracht worden met het belang dat gehecht wordt aan deze aspecten. Dit is af te leiden uit vraag 1.
- Enquête bij de handelaars, antwoorden op de eerste tien aspecten van het winkelaanbod in vraag 7 en antwoorden op het 'totaaloordeel van het centrum' in vraag 7.

Bijkomende informatie over de waardering van het winkel- en horeca-aanbod door de winkelende bezoeker en/of de inwoners kan gehaald worden uit vragen 6, 7, 8 en 17 van de enquête bij de winkelende bezoeker en/of de inwoners, met name:

- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze meer dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven één of meerdere van volgende redenen hiervoor op:
 - grotere keuze aan winkels en goederen;
 - meer grote en gekende winkels;
 - meer exclusieve en gespecialiseerde winkels;
 - meer budgetvriendelijke winkels;
 - meer aantrekkelijke winkels;
 - gezelliger winkelsfeer;
 - meer horecavoorzieningen;
 - aantrekkelijke wekelijkse markt;
 - speciale markten;
 - meer kindvriendelijkheid;
 - veel activiteiten en acties;
 - veel informatie en reclame over aanbiedingen en winkelacties.

- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze minder dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven één of meerdere van volgende redenen hiervoor op:
 - kleinere keuze aan winkels en goederen;
 - minder grote en gekende winkels;
 - minder exclusieve en gespecialiseerde winkels;
 - minder budgetvriendelijke winkels;
 - minder aantrekkelijke winkels;
 - gebrek aan winkelsfeer;
 - minder horecavoorzieningen;
 - minder activiteiten en acties;
 - geen wekelijkse markt of minder aantrekkelijke wekelijkse markt;
 - minder kindvriendelijkheid;
 - minder informatie en reclame over aanbiedingen en winkelacties.

- Welk percentage van de respondenten geeft één of meerdere van volgende antwoorden op de vraag 'Wat moet het centrum u meer bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat u toch of meer zou gaan kopen in het centrum?':
 - grotere keuze aan winkels en goederen;
 - meer grote en gekende winkels;
 - meer exclusieve en gespecialiseerde winkels;
 - meer budgetvriendelijke winkels;
 - meer aantrekkelijke winkels;
 - gezelliger winkelsfeer;
 - meer horecavoorzieningen;
 - meer kindvriendelijkheid;
 - meer activiteiten en acties;
 - meer informatie en reclame over aanbiedingen en winkelacties.

Bijkomende informatie over de waardering van het winkel- en horeca-aanbod door de handelaars kan gehaald worden uit vragen 3, 5, 6, 12 en 13 van de enquête bij de handelaars, met name:

- Hoe zou u de straat waarin uw handels zaak gevestigd is het best omschrijven?
(de antwoorden op deze vraag geven enkel een oordeel over de straat waarin de handelaar is gevestigd, vaak zal dit oordeel echter bepalend zijn voor het totaalbeeld dat de handelaar heeft over het centrum).
- Wat zijn de sterke punten van het handelscentrum?
- Wat zijn de zwakke punten van het handelscentrum?
- Werden er in het voorbije jaar acties ondernomen die een positief effect hadden op de handel?
- Welk percentage van de respondenten geeft één of meerdere van volgende antwoorden op de vraag 'Wat zou het centrum meer moeten bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat de aantrekkelijkheid van het centrum zou vergroten?':
 - grotere keuze aan winkels en goederen;
 - meer grote en gekende winkels;
 - meer exclusieve en gespecialiseerde winkels;
 - meer budgetvriendelijke winkels;
 - meer aantrekkelijke winkels;
 - gezelliger winkelsfeer;
 - meer horecavoorzieningen;
 - meer kindvriendelijkheid;
 - meer activiteiten en acties;
 - meer informatie en reclame over aanbiedingen en winkelacties.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum drie maanden).

OPMERKINGEN: door in de enquête ook te vragen om de huidige situatie te vergelijken met de situatie twee à drie jaar geleden, kan een evolutie in de waardering worden nagegaan (verbetering, status-quo of verslechtering in vergelijking met twee à drie jaar geleden).

INDICATOR 12:

EVOLUTIE VAN HET LOGIESAANBOD IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van toerisme en recreatie in het centrum

OMSCHRIJVING: inventaris van het aanbod van de verschillende logiesvormen in het centrum en vergelijking met het aanbod in de afgelopen vijf jaar.

BRON: dienst voor toerisme van de gemeente.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: dienst voor toerisme van de gemeente.

NIVEAU WAAROP

INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE

INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1, permanent

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

geen tijdsverloop.

INDICATOR 13:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL VERBLIJFTOERISTEN, VAN HET AANTAL OVERNACHTINGEN EN VAN DE BEZETTINGSGRAAD IN DE VERSCHILLENDE LOGIESVORMEN IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van toerisme en recreatie in het centrum

OMSCHRIJVING: evolutie van het aantal verblijftoeristen, van het aantal overnachtingen en van de bezettingsgraad in de verschillende logiesvormen in het centrum zoals opgenomen in indicator 12.

BRON: de diverse logiesvormen in het centrum.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: de logiesvormen zelf. In sommige gemeenten is een overzicht van de informatie voor deze indicator beschikbaar bij de dienst voor toerisme.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE

BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE

INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 1
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 0

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

weinig of geen tijdsverloop (maximum één maand).

INDICATOR 14:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL BEZOEKERS AAN ATTRACTIES, EVENEMENTEN, BIOSCOPEN, MUSEA, ... GELEGEN IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van toerisme en recreatie in het centrum

OMSCHRIJVING: het aantal bezoekers aan attracties, evenementen, bioscopen, musea in het centrum en vergelijking met het aantal in de afgelopen vijf jaar.

BRON: de diverse attracties, evenementen, bioscopen, musea, ... in het centrum.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: de diverse attracties, evenementen, bioscopen, musea, ... in het centrum. In sommige gemeenten is een overzicht van de informatie voor deze indicator beschikbaar bij de dienst voor toerisme.

NIVEAU WAAROP

INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE

INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 1
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 0

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

weinig of geen tijdsverloop (maximum één maand).

INDICATOR 15: EVOLUTIE VAN HET AANTAL BEZOEKERS AAN DE BALIE VAN DE DIENST VOOR TOERISME OF HET VVV-KANTOOR

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van toerisme en recreatie in het centrum

OMSCHRIJVING: het aantal bezoekers aan de balie van de dienst voor toerisme of VVV-kantoor en vergelijking met de afgelopen vijf jaar.

BRON: dienst voor toerisme of VVV-kantoor.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: dienst voor toerisme of VVV-kantoor.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS: niet van toepassing.

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1, permanent

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

weinig of geen tijdsverloop (maximum één maand).

INDICATOR 16:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL INFORMATIEAANVRAGEN BIJ DE DIENST VOOR TOERISME OF HET VVV-KANTOOR

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van toerisme en recreatie in het centrum

OMSCHRIJVING: het aantal informatieaanvragen bij de dienst voor toerisme of het VVV-kantoor, zowel aan de balie, telefonisch als via e-mail, en vergelijking met de afgelopen vijf jaar.

BRON: dienst voor toerisme of VVV-kantoor.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: dienst voor toerisme of VVV-kantoor.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS: niet van toepassing.

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1, permanent

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

weinig of geen tijdsverloop (maximum één maand).

INDICATOR 17:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL VERKOCHTE KAARTEN VOOR WANDEL- EN FIETSRUTES DIE IN HET CENTRUM PASSEREN

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van toerisme en recreatie in het centrum

OMSCHRIJVING: aantal verkochte kaarten per wandel- en fietsroute die in het centrum passeert en vergelijking met de toestand in de afgelopen vijf jaar.

BRON: dienst voor toerisme of VVV-kantoor.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: dienst voor toerisme of VVV-kantoor.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 1
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 0

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

weinig of geen tijdsverloop.

INDICATOR 18:

WAARDERING VAN HET TOERISTISCH-RECREATIEF CENTRUM DOOR BEZOEKERS

DOELSTELLING: Bevorderen van het economisch functioneren in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van toerisme en recreatie in het centrum

OMSCHRIJVING: waardering van alle elementen die het centrum op het vlak van toerisme en recreatie te bieden heeft.

BRON: deze gegevens kunnen aan de hand van enquêtering bij bezoekers in het centrum bekomen worden. Aangezien de nadruk bij centrumbeheer in de eerste plaats wordt gelegd op het bevorderen van de handel en horeca in het centrum, en slechts op de tweede plaats op het bevorderen van toerisme en recreatie, wordt hier geen standaard vragenlijst voor het bevragen van toeristen in het centrum voorgesteld. Indien een gemeente beschikt over resultaten van dergelijke enquête, kunnen ze uiteraard gebruikt worden om deze indicator in te vullen.

INDICATOR 19:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL INWONERS IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Aantrekkelijk maken van het wonen in het centrum

OMSCHRIJVING: deze indicator bekijkt hoe het bevolkingsaantal in het centrum is geëvolueerd. Deze evolutie kan bekeken worden over de laatste vijf jaar.

BRON: NIS, Rijksregister.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: GOM - West-Vlaanderen (voor alle West-Vlaamse gemeenten); de gegevens zijn beschikbaar tot op het niveau van de statistische sector. Dezelfde gegevens zijn ook beschikbaar bij het Steunpunt Sociale Planning van de Provincie West-Vlaanderen.

De gegevens kunnen ook worden opgevraagd bij de dienst bevolking van de gemeente. Deze dienst kan een overzicht geven van de inwoners die wonen in het centrum zoals afgebakend door de gemeente zelf. Deze afbakening kan immers verschillen van de afbakening van het centrum volgens statistische sectoren.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1 (gegevens normalerwijze beschikbaar bij de gemeente zelf, niet beschikbaar bij de GOM -West-Vlaanderen)
- statistische sector: 1 (gegevens ook beschikbaar bij de GOM - West-Vlaanderen en het Steunpunt Sociale Planning)
- deelgemeente: 1
- fusiegemeente: 1
- arrondissement: 1

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 1
- andere, namelijk: 0

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: toestand op 1 januari van het jaar t, is beschikbaar bij het NIS en de GOM - West-Vlaanderen in november van het jaar t. De gemeenten beschikken normalerwijze vlugger over deze gegevens.

OPMERKINGEN:

- Evolutie over de laatste vijf jaar is mogelijk.
- Met de socio-economische enquête van oktober 2001 werden ook de statistische sectoren herwerkt en gewijzigd (opname nieuwe wijken, ...). Daarom laten de recentste gegevens op het niveau van de statistische sectoren iets langer op zich wachten. De gegevens uit de socio-economische enquête met betrekking tot de statistische sectoren zouden tegen eind 2003 beschikbaar moeten zijn.

INDICATOR 20:

EVOLUTIE VAN DE VERHOUDING 'AANTAL INWONERS IN HET CENTRUM OP TOTAAL AANTAL INWONERS'

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Aantrekkelijk maken van het wonen in het centrum

OMSCHRIJVING: deze indicator bekijkt hoe het bevolkingsaantal in het centrum is geëvolueerd in relatie tot de totale bevolkingsevolutie in de gemeente (= indicator 19 / totale bevolking in de gemeente).

Een toename van het aantal inwoners in het centrum is op zich een positieve evolutie, maar deze evolutie wordt iets minder positief indien de procentuele toename in de volledige gemeente veel groter zou zijn, wat zich zou uiten in een kleiner aandeel van de bevolking in het centrum op de totale bevolking. Vandaar dat deze indicator, naast indicator 18, wordt opgenomen in het meetinstrument.

BRON: NIS, Rijksregister.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: GOM - West-Vlaanderen (voor alle West-Vlaamse gemeenten); de gegevens zijn beschikbaar tot op het niveau van de statistische sector. Dezelfde gegevens zijn ook beschikbaar bij het Steunpunt Sociale Planning van de Provincie West-Vlaanderen.

De gegevens kunnen ook worden opgevraagd bij de dienst bevolking van de gemeente. Deze dienst kan een overzicht geven van de inwoners die wonen in het centrum zoals afgebakend door de gemeente zelf. Deze afbakening kan immers verschillen van de afbakening van het centrum volgens statistische sectoren.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1 (gegevens normalerwijze beschikbaar bij de gemeente zelf, niet beschikbaar bij de GOM - West-Vlaanderen)
- statistische sector: 1 (gegevens ook beschikbaar bij de GOM - West-Vlaanderen en het Steunpunt Sociale Planning)
- deelgemeente: 1
- fusiegemeente: 1
- arrondissement: 1

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 1
- andere, namelijk: 0

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: toestand op 1 januari van het jaar t, is beschikbaar bij het NIS en de GOM - West-Vlaanderen in november van het jaar t. De gemeenten beschikken normalerwijze vlugger over deze gegevens.

OPMERKINGEN: idem indicator 19.

INDICATOR 21:

EVOLUTIE VAN DE LEEFTIJDSTRUCTUUR VAN DE BEVOLKING IN HET CENTRUM EN VERGELIJKING MET DE EVOLUTIE VAN DE LEEFTIJDSTRUCTUUR VAN DE BEVOLKING IN DE GEMEENTE

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Aantrekkelijk maken van het wonen in het centrum

OMSCHRIJVING: evolutie van het procentueel aandeel van de bevolking jonger dan 20 jaar, tussen 20 en 39 jaar, tussen 40 en 59 jaar en van 60 jaar en ouder in de totale bevolking van het centrum. Deze evolutie dient vergeleken te worden met de evolutie van het procentueel aandeel van de bevolking jonger dan 20 jaar, tussen 20 en 39 jaar, tussen 40 en 59 jaar en van 60 jaar en ouder in de totale bevolking van de gemeente.

Vergelijking tussen het centrum en de volledige gemeente laat zien op welke leeftijdscategorieën het centrum relatief gezien de grootste aantrekkingskracht uitoefent.

BRON: NIS, Rijksregister.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: GOM - West-Vlaanderen (voor alle West-Vlaamse gemeenten); de gegevens zijn beschikbaar tot op het niveau van de statistische sector. Deze gegevens zijn ook beschikbaar bij het Steunpunt Sociale Planning van de Provincie West-Vlaanderen.

De gegevens kunnen ook worden opgevraagd bij de dienst bevolking van de gemeente. Deze dienst kan een overzicht geven voor het centrum zoals afgebakend door de gemeente zelf. Deze afbakening kan immers verschillen van de afbakening van het centrum volgens statistische sectoren.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1 (gegevens normalerwijze beschikbaar bij de gemeente zelf, niet beschikbaar bij de GOM - West-Vlaanderen)
- statistische sector: 1 (gegevens ook beschikbaar bij de GOM - West-Vlaanderen en het Steunpunt Sociale Planning)
- deelgemeente: 1
- fusiegemeente: 1
- arrondissement: 1

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 1
- andere, namelijk: 0

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: toestand op 1 januari van het jaar t , is beschikbaar bij het NIS en de GOM - West-Vlaanderen in november van het jaar t . De gemeenten beschikken normalerwijze vlugger over deze gegevens.

OPMERKINGEN: idem indicator 19.

INDICATOR 22:

EVOLUTIE VAN HET GEMIDDELD INKOMEN PER AANGIFTE IN HET CENTRUM EN VERGELIJKING MET DE EVOLUTIE VAN HET GEMIDDELD INKOMEN PER AANGIFTE IN DE GEMEENTE

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Aantrekkelijk maken van het wonen in het centrum

OMSCHRIJVING: evolutie van het gemiddeld inkomen per aangifte in het centrum (afgebakend aan de hand van statistische sectoren) en vergelijking met de evolutie van het gemiddeld inkomen per aangifte in de volledige gemeente. De cijfers zijn gebaseerd op de aangiften in de personenbelasting.

Een evolutie van het gemiddeld inkomen per aangifte in het centrum toont aan hoe het inkomen van de bevolking die in het centrum woont, is geëvolueerd. Een vergelijking van dit inkomen met het gemiddeld inkomen per aangifte in de volledige gemeente laat zien op welke inkomenscategorieën (hoge of lage) het centrum relatief gezien de grootste aantrekkingskracht uitoefent.

BRON: NIS, Fiscale statistieken.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: GOM - West-Vlaanderen (voor alle West-Vlaamse gemeenten); de gegevens zijn beschikbaar tot op het niveau van de statistische sector.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 0
- statistische sector: 1
- deelgemeente: 1
- fusiegemeente: 1
- arrondissement: 1

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 1
- andere, namelijk: 0

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

gegevens over de inkomens in het jaar t (aanslagjaar $t+1$) zijn normalerwijze beschikbaar in september van het jaar $t+2$.

OPMERKINGEN: het is onduidelijk of deze gegevens in de toekomst nog op het niveau van de statistische sectoren beschikbaar zullen zijn. Momenteel zijn de meest recente cijfers op het niveau van de statistische sector deze van 1999 (aanslagjaar 2000). De meest recente cijfers van het inkomen per aangifte op het niveau van de gemeente dateren van 2001 (aanslagjaar 2002).

INDICATOR 23:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL AFGELEVERDE BOUWVERGUNNINGEN VOOR NIEUWBOUWWONINGEN OF VOOR RENOVATIE VAN WONINGEN IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Aantrekkelijk maken van het wonen in het centrum

OMSCHRIJVING: evolutie van het aantal afgeleverde bouwvergunningen voor nieuwbouwwoningen of voor renovatie van woningen in het centrum. Deze indicator geeft een zicht op het aantal woningen dat nieuw wordt gebouwd in het centrum en op het aantal renovaties van woningen in het centrum. De indicator geeft een beeld van de mate waarin het woningenbestand wordt uitgebreid en/of vernieuwd.

BRON: gemeente.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: dienst stedenbouw van de gemeente.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 1
- deelgemeente: 1
- fusiegemeente: 1
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: permanent

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

weinig of geen tijdsverloop.

INDICATOR 24:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL LEEGSTAANDE WONINGEN IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Aantrekkelijk maken van het wonen in het centrum

OMSCHRIJVING: evolutie van het aantal leegstaande woningen in het centrum.

BRON: aantal dossiers voor heffing van de belasting op langdurig (meer dan 1 jaar) leegstaande en verkrotte woningen. In principe moet het mogelijk zijn om de dossiers voor het centrum afzonderlijk te tellen.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 1
- deelgemeente: 1
- fusiegemeente: 1
- arrondissement: 1

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: permanent

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

weinig of geen tijdsverloop.

OPMERKINGEN: woningen staan minstens één jaar leeg vooraleer ze worden opgenomen als dossier voor heffing van de belasting op langdurig leegstaande en verkrotte woningen.

INDICATOR 25:

EVOLUTIE VAN DE GEMIDDELDE VERKOOPPRIJS VAN DE WONINGEN

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Aantrekkelijk maken van het wonen in het centrum

OMSCHRIJVING: evolutie van de gemiddelde verkoopprijs per m² van woonhuizen in de gemeente of in het centrum.

BRONNEN:

- Stadim (Studie & Advies Immobiliën), voor gegevens op gemeentelijk niveau.
- Enquête bij de immobiliënssector actief in het centrum van de gemeente: voor gegevens op het niveau van het centrum.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: internetdiensten van Stadim (www.stadim.be/default2.htm) of immobiliënssector.

Via de internetdiensten van Stadim is het momenteel mogelijk om per gemeente en per type onroerend goed (alle woonhuizen, kleine en middelgrote woonhuizen, grotere woonhuizen, appartementen, opbrengsthuizen, handelshuizen, bouwgronden, landbouwgronden, bossen) een prijzevolutie te berekenen vanaf het jaar 1988 tot 2001. Op de internetsite wordt uitgebreid en duidelijk uiteengezet hoe je de selectie kunt maken. De gemiddelde verkoopprijs wordt berekend na eliminatie van de 25% goedkoopste en de 25% duurste verkopen. Om de gemiddelde verkoopprijs van woonhuizen per m² te berekenen, deel je de gemiddelde verkoopprijs van de woonhuizen door de oppervlakte.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1, indien enquêtering van de immobiliënssector
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 1, indien enkel gebruik wordt gemaakt van de gegevens van Stadim
- arrondissement: 1

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 1 (gegevens Stadim)
- andere, namelijk: 1 (bij enquêtering immobiliënssector) afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: circa twee jaar voor gegevens van Stadim (momenteel (2003) zijn de gegevens van 2001 beschikbaar). Bij het enquêteren van de immobiliënssector is het tijdsverloop veel beperkter.

OPMERKINGEN: de kostprijs voor het eenmalig opvragen van dit gegeven bij Stadim bedraagt 7,5 euro.

INDICATOR 26:

AANWEZIGHEID VAN MINIMALE EN AANVULLENDE VOORZIENINGEN IN HET CENTRUM/DE KERN

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Aantrekkelijk maken van het wonen in het centrum

OMSCHRIJVING: deze indicator is van toepassing op de kleinere kernen. Uit leefbaarheidsonderzoeken blijkt dat om een dorpsgemeenschap leefbaar te houden minstens een aantal minimale voorzieningen aanwezig moeten zijn in de kern of het centrum:

- één klas voor kleuteronderwijs;
- één klas voor lager onderwijs;
- één socio-culturele vereniging;
- één café;
- één bakker;
- één beenhouwer;
- één algemene voedingswinkel.

Volgende aanvullende voorzieningen worden ook belangrijk geacht om het minimale voorzieningenniveau aan te vullen:

- een plaats voor een sportactiviteit;
- een postservice;
- een (afdeling van een) lokaal dienstencentrum;
- een zaal voor socio-culturele activiteiten;
- een (filiaal van een) bibliotheek;
- een bank/verzekeringsfiliaal.

De additionele aanwezigheid van een dokter en apotheker in het dorp versterkt dit pakket.

Vooraf voor de kleinere kernen in een gemeente is het belangrijk dat het 'centrumbeheer' erin slaagt deze minimale en aanvullende voorzieningen in de kern te krijgen of te behouden. De aanwezigheid van deze voorzieningen trekt immers inwoners aan, wat belangrijk is voor het functioneren van de handel in deze kernen.

BRON: inventaris van minimale en aanvullende voorzieningen die aanwezig zijn in het centrum/de kern.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- | | |
|------------------------|---|
| • centrum: | 1 |
| • statistische sector: | 0 |
| • deelgemeente: | 0 |
| • fusiegemeente: | 0 |
| • arrondissement: | 0 |

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- | | |
|---------------------|---|
| • maandelijks: | 0 |
| • jaarlijks: | 0 |
| • andere, namelijk: | 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het zou wenselijk zijn om deze inventaris minstens jaarlijks te actualiseren |

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum één maand).

INDICATOR 27:

WAARDERING VAN DE BEREIKBAARHEID VAN HET CENTRUM MET DE AUTO

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de mobiliteit en de verkeersveiligheid in het centrum

OMSCHRIJVING: beoordeling van het centrum op de bereikbaarheid met de auto.

BRONNEN:

- Enquête bij de winkelende bezoeker en/of bij de inwoners, antwoord op het aspect 'bereikbaarheid met de auto' in vraag 2.
- Enquête bij de handelaars, antwoord op het aspect 'bereikbaarheid met de auto' in vraag 7.

Bijkomende informatie over de bereikbaarheid met de auto kan gehaald worden uit vragen 7, 8 en 17 van de enquête bij de winkelende bezoeker en/of de inwoners, met name:

- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze meer dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'goede bereikbaarheid met de auto' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze minder dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'minder goede bereikbaarheid met de auto' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten antwoordt 'betere bereikbaarheid met de auto' op de vraag 'Wat moet het centrum u meer bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat u toch of meer zou gaan kopen in het centrum?'.

Bijkomende informatie kan ook gehaald worden uit vraag 13 van de enquête bij de handelaars, met name: welk percentage van de respondenten antwoordt 'betere bereikbaarheid met de auto' op de vraag 'Wat zou het centrum meer moeten bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat de aantrekkelijkheid van het centrum zou vergroten?'.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum drie maanden).

OPMERKINGEN: door in de enquête ook te vragen om de huidige situatie te vergelijken met de situatie twee à drie jaar geleden, kan een evolutie in de waardering worden nagegaan (verbetering, status-quo of verslechtering in vergelijking met twee à drie jaar geleden).

INDICATOR 28:

WAARDERING VAN DE BEREIKBAARHEID VAN HET CENTRUM MET HET OPENBAAR VERVOER

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de mobiliteit en de verkeersveiligheid in het centrum

OMSCHRIJVING: beoordeling van het centrum op de bereikbaarheid met het openbaar vervoer.

BRONNEN:

- Enquête bij de winkelende bezoeker en/of bij de inwoners, antwoord op het aspect 'bereikbaarheid met het openbaar vervoer' in vraag 2.
- Enquête bij de handelaars, antwoord op het aspect 'bereikbaarheid met het openbaar vervoer' in vraag 7.

Bijkomende informatie over de bereikbaarheid met het openbaar vervoer kan gehaald worden uit vragen 7, 8 en 17 van de enquête bij de winkelende bezoeker en/of de inwoners, met name:

- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze meer dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'goede bereikbaarheid met het openbaar vervoer' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze minder dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'minder goede bereikbaarheid met het openbaar vervoer' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten antwoordt 'betere bereikbaarheid met het openbaar vervoer' op de vraag 'Wat moet het centrum u meer bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat u toch of meer zou gaan kopen in het centrum?'.

Bijkomende informatie kan ook gehaald worden uit vraag 13 van de enquête bij de handelaars, met name: welk percentage van de respondenten antwoordt 'betere bereikbaarheid met het openbaar vervoer' op de vraag 'Wat zou het centrum meer moeten bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat de aantrekkelijkheid van het centrum zou vergroten?'.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum drie maanden).

OPMERKINGEN: door in de enquête ook te vragen om de huidige situatie te vergelijken met de situatie twee à drie jaar geleden, kan een evolutie in de waardering worden nagegaan (verbetering, status-quo of verslechtering in vergelijking met twee à drie jaar geleden).

INDICATOR 29:

WAARDERING VAN DE BEREIKBAARHEID VAN HET CENTRUM TE VOET OF MET DE FIETS

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de mobiliteit en de verkeersveiligheid in het centrum

OMSCHRIJVING: beoordeling van het centrum op de bereikbaarheid te voet of met de fiets.

BRONNEN:

- Enquête bij de winkelende bezoeker en/of bij de inwoners, antwoord op het aspect 'bereikbaarheid te voet of met de fiets, fietsvriendelijkheid' in vraag 2.
- Enquête bij de handelaars, antwoord op het aspect 'bereikbaarheid te voet of met de fiets' in vraag 7.

Bijkomende informatie over de bereikbaarheid met de fiets kan gehaald worden uit vragen 7, 8 en 17 van de enquête bij de winkelende bezoekers en/of de inwoners, met name:

- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze meer dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'goede bereikbaarheid te voet of met de fiets' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze minder dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'minder goede bereikbaarheid te voet of met de fiets' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten antwoordt 'betere bereikbaarheid te voet of met de fiets' op de vraag 'Wat moet het centrum u meer bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat u toch of meer zou gaan kopen in het centrum?'.

Bijkomende informatie kan ook gehaald worden uit vraag 13 van de enquête bij de handelaars, met name: welk percentage van de respondenten antwoordt 'betere bereikbaarheid met de fiets' op de vraag 'Wat zou het centrum meer moeten bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat de aantrekkelijkheid van het centrum zou vergroten?'.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

geen of zeer weinig tijdsverloop(maximum drie maanden).

OPMERKINGEN: door in de enquête ook te vragen om de huidige situatie te vergelijken met de situatie twee à drie jaar geleden, kan een evolutie in de waardering worden nagegaan (verbetering, status-quo of verslechtering in vergelijking met twee à drie jaar geleden).

INDICATOR 30:

WAARDERING VAN DE PARKEERMOGELIJKHEDEN IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de mobiliteit en de verkeersveiligheid in het centrum

OMSCHRIJVING: beoordeling van het centrum op de parkeermogelijkheden.

BRONNEN:

- Enquête bij de winkelende bezoeker en/of bij de inwoners, verwerking van de antwoorden op:
 - Vraag 2, aspect 'parkeermogelijkheden';
 - Vraag 10: 'vindt u meestal gemakkelijk een parkeerplaats';
 - Vraag 11: 'hoelang moet u gemiddeld zoeken naar een parkeerplaats';
 - Vraag 12: 'vindt u dat u meestal voldoende dicht geparkeerd staat bij de plaats waar u wilt winkelen'.
- Enquête bij de handelaars, verwerking van de antwoorden op vraag 7, aspect 'parkeermogelijkheden'.

Bijkomende informatie over de parkeermogelijkheden kan gehaald worden uit vragen 7, 8 en 17 van de enquête bij de winkelende bezoekers en/of inwoners, met name:

- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze meer dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'veel parkeermogelijkheden' en/of 'gratis/goedkoop parkeren' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze minder dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'minder parkeermogelijkheden' en/of 'duurdere parkeermogelijkheden' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten antwoordt 'meer parkeermogelijkheden' op de vraag 'Wat moet het centrum u meer bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat u toch of meer zou gaan kopen in het centrum?'.

Bijkomende informatie kan ook gehaald worden uit vraag 13 van de enquête bij de handelaars, met name: welk percentage van de respondenten antwoordt 'meer parkeermogelijkheden' op de vraag 'Wat zou het centrum meer moeten bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat de aantrekkelijkheid van het centrum zou vergroten?'.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen.

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum drie maanden).

OPMERKINGEN: door in de enquête ook te vragen om de huidige situatie te vergelijken met de situatie twee à drie jaar geleden, kan een evolutie in de waardering van de parkeermogelijkheden worden nagegaan (verbetering, status-quo of verslechtering in vergelijking met twee à drie jaar geleden).

INDICATOR 31:

WAARDERING VAN DE FIETSENSTALLINGEN IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de mobiliteit en de verkeersveiligheid in het centrum

OMSCHRIJVING: beoordeling van het centrum op het vlak van de fietsenstallingen.

BRON: enquête bij de winkelende bezoeker en/of bij de inwoners, verwerking van de antwoorden op vraag 13: 'zijn er voldoende fietsenstallingen in het centrum'.

Bijkomende informatie over de fietsenstallingen kan gehaald worden uit vragen 7, 8 en 17 van de enquête, met name:

- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze meer dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'veel fietsenstallingen' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze minder dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'minder fietsenstallingen' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten antwoordt 'meer fietsenstallingen' op de vraag 'Wat moet het centrum u meer bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat u toch of meer zou gaan kopen in het centrum?'.

Bijkomende informatie kan ook gehaald worden uit vraag 13 van de enquête bij de handelaars, met name: welk percentage van de respondenten antwoordt 'meer fietsenstallingen' op de vraag 'Wat zou het centrum meer moeten bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat de aantrekkelijkheid van het centrum zou vergroten?'.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen.

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS: geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum drie maanden).

INDICATOR 32:

WAARDERING VAN DE VERKEERSVEILIGHEID IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de mobiliteit en de verkeersveiligheid in het centrum.

OMSCHRIJVING: beoordeling van het centrum op verkeersveiligheid.

BRONNEN:

- Enquête bij de winkelende bezoeker en/of bij de inwoners, antwoord op de aspecten 'verkeersdrukte' en 'verkeersveiligheid' in vraag 2.
- Enquête bij de handelaars, verwerking van de antwoorden op vraag 7, aspecten 'verkeersdrukte' en 'verkeersveiligheid'.

Bijkomende informatie over de verkeersveiligheid in het centrum kan gehaald worden uit vragen 7, 8 en 17 van de enquête bij de winkelende bezoekers en/of inwoners, met name:

- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze meer dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'minder verkeersdrukte' en/of 'betere verkeersveiligheid' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze minder dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'meer verkeersdrukte' en/of 'minder verkeersveiligheid' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten antwoordt 'minder verkeersdrukte' en/of 'betere verkeersveiligheid' op de vraag 'Wat moet het centrum u meer bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat u toch of meer zou gaan kopen in het centrum?'.

Bijkomende informatie kan ook gehaald worden uit vraag 13 van de enquête bij de handelaars, met name: welk percentage van de respondenten antwoordt 'minder verkeersdrukte' en/of 'betere verkeersveiligheid' op de vraag 'Wat zou het centrum meer moeten bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat de aantrekkelijkheid van het centrum zou vergroten?'.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum drie maanden).

OPMERKINGEN: door in de enquête ook te vragen om de huidige situatie te vergelijken met de situatie twee à drie jaar geleden, kan een evolutie in de waardering van de verkeersdrukte en/of verkeersveiligheid worden nagegaan (verbetering, status-quo of verslechtering in vergelijking met twee à drie jaar geleden).

INDICATOR 33:

EVOLUTIE VAN HET AANTAL VERKEERSSLACHTOFFERS IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de mobiliteit en de verkeersveiligheid in het centrum

OMSCHRIJVING: evolutie van het aantal verkeersslachtoffers in het centrum, opgesplitst naar aard van de verwondingen (lichtgewond, zwaargewond, overleden).

BRON: lokale politie.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: lokale politie.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 1
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 0

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

afhankelijk van gemeente tot gemeente, gegevens moeten normalerwijze binnen een relatief korte tijdsspanne beschikbaar zijn.

OPMERKINGEN: de gegevens van het aantal verkeersslachtoffers voor de totale gemeente kunnen ook opgevraagd worden bij het NIS of bij de Administratie Planning en Statistiek van de Vlaamse Gemeenschap (APS). Gegevens van het jaar t zijn beschikbaar in het jaar t+2.

INDICATOR 34:

WAARDERING VAN DE INRICHTING VAN HET OPENBAAR DOMEIN (WEGEN, VOETPADEN, PLEINEN, PARKEN) IN HET CENTRUM (= BEOORDELING MATERIAAL, STRAATMEUBILAIR, VERLICHTING, GROEN, AFFICHERING EN SIGNALISATIE)

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de aantrekkelijkheid van de openbare ruimte

OMSCHRIJVING: beoordeling van het centrum op de kwaliteit van de wegen, voetpaden, pleinen en parken.

BRONNEN:

- Enquête bij de winkelende bezoeker en/of bij de inwoners, antwoord op het aspect 'inrichting van de centrumstraten, voetpaden, pleinen en parken' in vraag 2.
- Enquête bij de handelaars, antwoord op het aspect 'inrichting van de centrumstraten, voetpaden, pleinen en parken' in vraag 7.

Bijkomende informatie over de waardering van de kwaliteit van de wegen, voetpaden, pleinen en parken in het centrum kan gehaald worden uit vragen 7, 8 en 17 van de enquête bij de winkelende bezoekers en/of inwoners, met name:

- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze meer dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'aangenaam en mooi kader, mooiere inrichting winkelstraten' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten die antwoorden dat ze minder dan vroeger komen winkelen in het centrum, geven 'weinig aantrekkelijke winkelstraten' als reden hiervoor op?
- Welk percentage van de respondenten antwoordt 'aangenamer en mooier kader, mooiere inrichting van de winkelstraten' op de vraag 'Wat moet het centrum u meer bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat u toch of meer zou gaan kopen in het centrum?'

Bijkomende informatie kan ook gehaald worden uit vraag 13 van de enquête bij de handelaars, met name: welk percentage van de respondenten antwoordt 'aangenamer en mooier kader, mooiere inrichting van de winkelstraten' op de vraag 'Wat zou het centrum meer moeten bieden of wat zou u verbeterd willen zien opdat de aantrekkelijkheid van het centrum zou vergroten?'

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- | | |
|------------------------|---|
| • centrum: | 1 |
| • statistische sector: | 0 |
| • deelgemeente: | 0 |
| • fusiegemeente: | 0 |
| • arrondissement: | 0 |

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- | | |
|---------------------|--|
| • maandelijks: | 0 |
| • jaarlijks: | 0 |
| • andere, namelijk: | 1 - afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen |

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum drie maanden).

OPMERKINGEN: door in de enquête ook te vragen om de huidige situatie te vergelijken met de situatie twee à drie jaar geleden, kan een evolutie in de kwaliteit van de wegen, voetpaden, pleinen en parken in het centrum worden nagegaan (verbetering, status-quo of verslechtering in vergelijking met twee à drie jaar geleden).

INDICATOR 35:

WAARDERING VAN HET ONDERHOUD EN DE NETHEID VAN DE OPENBARE RUIMTE

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de aantrekkelijkheid van de openbare ruimte

OMSCHRIJVING: beoordeling van het centrum op het onderhoud en de netheid van de openbare ruimte.

BRONNEN:

- Enquête bij de winkelende bezoeker en/of bij de inwoners, antwoord op het aspect 'netheid winkelstraten' in vraag 2.
- Enquête bij de handelaars, antwoord op het aspect 'netheid winkelstraten' in vraag 7.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ:

gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1, afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen.

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum drie maanden).

OPMERKINGEN: door in de enquête ook te vragen om de huidige situatie te vergelijken met de situatie twee à drie jaar geleden, kan een evolutie in de waardering van het onderhoud en de netheid van de openbare ruimte worden nagegaan (verbetering, status-quo of verslechtering in vergelijking met twee à drie jaar geleden).

INDICATOR 36:

WAARDERING VAN DE VEILIGHEID IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de aantrekkelijkheid van de openbare ruimte

OMSCHRIJVING: beoordeling van het centrum op het aspect veiligheid.

BRON: enquête bij de winkelende bezoeker en/of bij de inwoners, antwoord op vraag 15 'Voelt u zich veilig in het centrum?'.
Verdere informatie kan gehaald worden uit vraag 16 'Welke elementen vormen een probleem, dienen aangepakt te worden opdat het onveiligheidsgevoel zou verdwijnen?'.

Verdere informatie kan gehaald worden uit vraag 16 'Welke elementen vormen een probleem, dienen aangepakt te worden opdat het onveiligheidsgevoel zou verdwijnen?'.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente dient in te staan voor de gegevensverzameling.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1, afhankelijk van gemeente tot gemeente. Het herhalen van de enquête om de twee à drie jaar lijkt aangewezen

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

geen of zeer weinig tijdsverloop (maximum drie maanden).

INDICATOR 37:

INVESTERINGEN IN NIEUWE OF IN DE AANPASSING VAN BESTAANDE OPENBARE RUIMTE IN HET CENTRUM

DOELSTELLING: Bevorderen van de leefbaarheid in het centrum

SUBDOELSTELLING: Bevorderen van de aantrekkelijkheid van de openbare ruimte

OMSCHRIJVING: overzicht van de omvang van de investeringen in nieuwe of in de aanpassing van bestaande openbare ruimte die in de afgelopen vijf jaar zijn gebeurd in het centrum.

BRON: gemeentelijke begroting.

GEGEVENS KUNNEN OPGEVRAAGD WORDEN BIJ: gemeente.

NIVEAU WAAROP INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- centrum: 1
- statistische sector: 0
- deelgemeente: 0
- fusiegemeente: 0
- arrondissement: 0

FREQUENTIE WAARMEE INFORMATIE BESCHIKBAAR IS:

- maandelijks: 0
- jaarlijks: 0
- andere, namelijk: 1, permanent beschikbaar

TIJDSVERLOOP TUSSEN TELLING EN BESCHIKBAARHEID GEGEVENS:

geen of zeer weinig tijdsverloop.

OPMERKINGEN: de waardering van deze investeringen kan afgeleid worden uit andere indicatoren, bijvoorbeeld uit indicator 34 (waardering kwaliteit van de wegen, voetpaden, pleinen en parken in het centrum) indien de investeringen betrekking hadden op straten, voetpaden, pleinen of parken, of bijvoorbeeld uit de waardering van de winkelsfeer (zie onder meer indicator 11), indien de investeringen betrekking hadden op aanpassing van de verlichting in de straten, ..., of uit de waardering van de bereikbaarheid, indien de investeringen gericht waren op een verbetering van de bereikbaarheid.

SAMENVATTING EN BESLUIT

Voorliggend onderzoek had als doel een meetinstrument te ontwikkelen ter beoordeling van het beheer van een centrum of kern van een stad of gemeente.

Centrumbeheer werd hierbij gedefinieerd als een structureel samenwerkingsverband van publieke en private partijen in een binnenstad of in een centrum of kern van een gemeente om de aantrekkingskracht en het economisch functioneren van dit centrum of die kern te versterken. Daarnaast wordt ook een verbetering van de leefbaarheid van de binnenstad of het centrum van de gemeente als doel vooropgezet.

De activiteiten van centrumbeheer steunen inhoudelijk dus op twee pijlers, namelijk het versterken van de economische ontwikkeling, enerzijds, en het versterken van de leefbaarheid in de binnenstad of kern van de gemeente, anderzijds. De nadruk wordt hierbij vooral gelegd op het stimuleren van de handel in het centrum of de kern. Andere subdoelstellingen zijn het bevorderen van de horeca, het stimuleren van toerisme en recreatie, het aantrekkelijker maken van het wonen in het centrum, het bevorderen van de mobiliteit en de verkeersveiligheid in het centrum en het bevorderen van de aantrekkelijkheid van de openbare ruimte.

Naast inhoudelijke doelstellingen kent centrumbeheer ook procesgerichte of organisatorische doelstellingen. Tot de organisatorische doelstellingen rekenen we:

- het professioneel aanpakken van het centrum van een stad of gemeente, waarbij men een strategie en visie ontwikkelt voor dit centrum, en waarbij men werkt aan gezamenlijke en samenhangende doelstellingen;
- het bevorderen van de communicatie, het overleg en de samenwerking tussen de diverse actoren in het centrum van de gemeente.

Deze organisatorische doelstellingen blijken in de praktijk vaak even belangrijk te zijn als de inhoudelijke doelstellingen van centrumbeheer.

Het meetinstrument dat we hier hebben ontwikkeld, biedt een evaluatie van zowel de procesgerichte als de inhoudelijke doelstellingen van centrumbeheer.

Vermits centrumbeheer in elke gemeente anders wordt ingevuld, was het noodzakelijk om het meetinstrument op een zodanige manier te ontwikkelen dat het toepasbaar is in de diverse situaties. Om dit te garanderen, is het werken met indicatoren op het niveau van de concrete acties onmogelijk. We hebben eerder gewerkt met een algemene evaluatieset die zich hoofdzakelijk situeert op impactniveau en die de impact van bepaalde concrete projecten op de diverse subdoelstellingen van centrumbeheer nagaat.

De ontwikkeling van het meetinstrument is als volgt gebeurd:

1. Ter beoordeling van de organisatorische, procesgerichte doelstellingen van centrumbeheer werd een vragenlijst opgesteld die de gemeenten moet toelaten om een zelfanalyse te maken: werkt men vanuit een visie met betrekking tot het centrum, is er voldoende communicatie, overleg en samenwerking tussen de verschillende belanghebbende partijen in het centrum, enz.;
2. de inhoudelijke doelstellingen werden geëvalueerd aan de hand van een lijst van indicatoren die betrekking hebben op de hoofd- en subdoelstellingen van centrumbeheer. In totaal werden 37 indicatoren geselecteerd en uitgebreid besproken in individuele indicatorenfiches. De volgende indicatoren werden opgenomen in het meetinstrument:

Ter beoordeling van de doelstelling 'bevorderen van het economisch functioneren in het centrum' en van de subdoelstelling 'bevorderen van handel en horeca in het centrum':

- evolutie van het aantal jobs in de detailhandel en de horeca,
- evolutie van de verhouding 'tewerkstelling in detailhandel en de horeca op de totale tewerkstelling',
- evolutie van het aantal detailhandelszaken en het aantal horecazaken in het centrum,
- evolutie van de variëteit in het handelsaanbod,
- evolutie aantal leegstaande handelspanden (met onderscheid detailhandel en horeca) in het centrum,
- evolutie aantal m² winkelverkoopvloeroppervlakte in het centrum,
- evolutie van het aantal afgeleverde socio-economische vergunningen in het centrum,
- evolutie van de prijsevolutie per m² van de handelspanden,
- evolutie omzet in de detailhandel en de horeca,
- evolutie invloedssfeer van de detailhandel,
- waardering van het winkel- en horeca-aanbod door de winkelende bezoekers en/of inwoners en door de handelaars;

Ter beoordeling van de doelstelling 'bevorderen van het economisch functioneren in het centrum' en van de subdoelstelling 'bevorderen van toerisme en recreatie in het centrum':

- evolutie van het logiesaanbod in het centrum,
- evolutie van het aantal verblijfstoeristen, van het aantal overnachtingen en van de bezettingsgraad in de verschillende logiesvormen in het centrum,
- evolutie van het aantal bezoekers aan attracties, evenementen, bioscopen, musea, ... gelegen in het centrum,
- evolutie van het aantal bezoekers aan de balie van de dienst voor toerisme of het VVV-kantoor,
- evolutie van het aantal informatieaanvragen bij de dienst voor toerisme of het VVV-kantoor (= zowel aan de balie, als telefonisch, als via e-mail, ...),

- evolutie van het aantal verkochte kaarten voor wandel- en fietsroutes die in het centrum passeren,
- * waardering van het toeristisch-recreatief centrum door bezoekers;

Ter beoordeling van de doelstelling 'bevorderen van de leefbaarheid in het centrum' en van de subdoelstelling 'aan-trekkelijk maken van het wonen in het centrum':

- evolutie van het aantal inwoners i/h centrum,
- evolutie van de verhouding 'aantal inwoners in het centrum op totaal aantal inwoners',
- evolutie van de leeftijdsstructuur van de bevolking in het centrum en vergelijking met de evolutie van de leeftijdsstructuur van de bevolking in de gemeente,
- evolutie van het gemiddeld inkomen per aangifte in het centrum en vergelijking met de evolutie van het gemiddeld inkomen per aangifte in de gemeente,
- evolutie van het aantal afgeleverde bouwvergunningen voor nieuwbouwwoningen of voor renovatie van woningen in het centrum,
- evolutie van het aantal leegstaande woningen in het centrum,
- evolutie van de gemiddelde verkoopprijs van de woningen,
- aanwezigheid van minimale en aanvullende voorzieningen in het centrum/de kern (voor evaluatie kleinere woonkernen);

Ter beoordeling van de doelstelling 'bevorderen van de leefbaarheid in het centrum' en van de subdoelstelling 'bevorderen van de mobiliteit en verkeersveiligheid in het centrum':

- waardering van de bereikbaarheid van het centrum met de auto,
- waardering van de bereikbaarheid van het centrum met het openbaar vervoer,
- waardering van de bereikbaarheid van het centrum te voet of met de fiets,
- waardering van de parkeermogelijkheden in het centrum,
- waardering van de fietsstallingen i/h centrum,
- waardering van de verkeersveiligheid in het centrum,
- evolutie van het aantal verkeersslachtoffers in het centrum;

Ter beoordeling van de doelstelling ‘bevorderen van de leefbaarheid in het centrum’ en van de subdoelstelling ‘bevorderen van de aantrekkelijkheid van de openbare ruimte’:

- waardering van de inrichting van het openbaar domein (wegen, voetpaden, pleinen, parken) in het centrum,
 - waardering van het onderhoud en de netheid van de openbare ruimte in het centrum,
 - waardering van de veiligheid (+ nagaan elementen van invloed op het subjectief onveiligheidsgevoel) in het centrum,
 - in nieuwe of in de aanpassing van bestaande openbare ruimte;
3. Om bepaalde van bovenvermelde indicatoren in te vullen, is enquêtering van de winkelende bezoeker, de inwoners, de handelaars of de immobiëlesector noodzakelijk. Er werden dan ook standaardvragenlijsten opgesteld die gemeenten kunnen gebruiken bij het bevragen van deze doelgroepen. Hieraan kan de gemeente zelf nog vragen toevoegen, zodat specifieke situaties, projecten of acties kunnen geëvalueerd worden.

Onafhankelijk van de manier waarop de gemeente haar centrum beheert, moet het hier

ontwikkelde meetinstrument de lokale besturen toelaten om na te gaan hoe het met het economisch functioneren van, en de leefbaarheid in een centrum van de gemeente is gesteld en hoe het centrum op dit vlak is geëvolueerd in vergelijking met vroegere jaren. Met dit meetinstrument moet het ook mogelijk zijn om kerken van deelgemeenten of deelcentra te beoordelen op de effectiviteit van hun management. Het meetinstrument is dus niet enkel bedoeld voor de steden die in het kader van het centrummanagementproject van de Vlaamse overheid werden betoelaagd, maar dient eveneens in de andere gemeenten een toepassing te kunnen vinden.

Op die manier wordt het instrument ook nuttig als benchmarkinginstrument. Het maakt immers een onderlinge vergelijking van gemeentelijke centra mogelijk, waardoor men kan leren uit ervaringen van anderen.

Het meetinstrument kan ook dienst doen als communicatie-instrument. Relatief eenvoudige indicatoren vormen immers de vertaling van een complexe realiteit en laten dan ook toe dat alle actoren die betrokken zijn bij het centrum van een stad of gemeente op relatief eenvoudige wijze in kennis kunnen worden gesteld van de evolutie van het economisch functioneren van en de leefbaarheid in het centrum.

Bijlage 1: Overzicht van de instanties waar informatie kan opgevraagd worden

- **Administratie Planning en Statistiek (APS)**
Boudewijnlaan 30
1000 Brussel
Tel: +32 (0)2 553 52 07
Algemeen e-mailadres: aps@vlaanderen.be
Website: <http://aps.vlaanderen.be/>
- **GOM - West-Vlaanderen**
Afdeling sociaal-economisch onderzoek
Baron Ruzettelaan 33
8310 Assebroek/Brugge
Tel: +32 (0)50 36 71 00
Fax: +32 (0)50 37 77 23
Algemeen e-mailadres: gom@gomwvl.be
Website: <http://www.gomwvl.be>
- **Instituut voor Sociale en Economische Geografie van de KU Leuven**
W. de Croylaan 42
3001 Heverlee
Tel: +32 (0)16 32 24 43
Fax: +32 (0)16 32 29 80
Website: <http://www.kuleuven.ac.be/geography/iseg/>
- **Nationaal Instituut voor de Statistiek (NIS)**
Leuvenseweg 44/46
1000 Brussel
Tel: +32 (0)2 548 63 65
Fax: +32 (0)2 548 63 67
Website: <http://www.statbel.fgov.be/>
- **Nationale Bank van België (NBB) Dienst Algemene Statistiek**
de Berlaumontlaan 14
1000 Brussel
Tel: +32 (02) 221 26 23
Fax: +32 (02) 221 32 30
Algemeen e-mailadres: generalstatistics@nbb.be
Website: <http://www.nbb.be/>
- **Rijksdienst voor Sociale Zekerheid (RSZ)**
Victor Hortaplein 11
1060 Brussel (Sint-Gillis)
Tel: +32 (0)2 509 31 11
Fax: +32 (0)2 509 30 19
Website: <http://www.rsz.fgov.be/>
- **Rijksdienst voor Sociale Zekerheid der Zelfstandigen (RSVZ)**
Jan Jacobsplein 6
1000 Brussel
Tel: +32 (0)2 546 42 11
Fax: +32 (0)2 511 21 53
Algemeen e-mailadres: info@rsvz-inasti.fgov.be
Website: <http://www.rsvz.be>
- **Stadim (Studies & Advies immobiliën)**
Marialei 29-33
2018 Antwerpen
Tel: +32 (0)3 286 81 20
Fax: +32 (0)3 230 60 24
Algemeen e-mailadres: stadim@skynet.be
Website: www.stadim.be
- **Steunpunt Sociale Planning van de Provincie West-Vlaanderen**
Provinciehuis Boeverbos
Koning Leopold III-laan 41
8200 Sint-Andries/Brugge
Tel: +32 (0)50 40 33 37
of +32 (0)50 40 33 50
Fax: +32 (0)50 40 31 07
Algemeen e-mailadres: sociale.planning@west-vlaanderen.be
Website: <http://welzijn.giswest.be/>
- **WES Onderzoek & Advies**
Afdeling sociaal-economisch beleid
Baron Ruzettelaan 33
8310 Assebroek-Brugge
Tel: +32 (0)50 36 71 36
Fax: +32 (0)50 36 31 86
Algemeen e-mailadres: info@wes.be
Website: www.wes.be

In de reeks 'FACETTEN VAN WEST-VLAANDEREN' verschenen reeds:

(Prijs: BTW inbegrepen, exclusief portkosten)

1. R. Simoen en O. Vanneste, De uitbouw van de haven van Zeebrugge, 1972, 48 blz. (uitgeput).
2. C. Vermeersch, Het rekreatief buitenverblijf, inplantings- en aanlegmogelijkheden, 1973, 100 blz., 3,07 euro.
3. S. Beernaert, De waterverontreiniging in het IJzerbekken, 1973, 124 blz., 3,92 euro.
4. Distributiebedrijven en handelscentra in West-Vlaanderen, 1974, 68 blz., 2,28 euro.
5. S. Beernaert, De waterverontreiniging van de binnenwaters van Midden- en Oostkust, 1974, 105 blz., 3,74 euro.
6. N. Vanhove, Vakantiespreiding, 1975, 56 blz., 2,55 euro.
7. S. Beernaert, De waterverontreiniging in het hydrografisch bekken van de Leie en de Schelde, 1975, 88 blz., 3,74 euro.
8. De Haven van Brugge-Zeebrugge na de chunnel, 1975, 80 blz., 3,74 euro.
9. P. Boerjan, De toeristische statistiek in België, 1976, 84 blz., 3,74 euro.
10. S. Beernaert e.a., Waterbeleid in West-Vlaanderen, 1976, 64 blz., 3,07 euro.
11. J. Theys, Evolutie van de werkloosheid in West-Vlaanderen, 1977, 104 blz., 4,39 euro.
12. S. Beernaert, De algemene waterbevoorrading van West-Vlaanderen in 1980 en 1985, 1978, 40 blz., 2,03 euro.
13. Prognose van de bevolking en actieve bevolking in West-Vlaanderen, 1975-85, 1979, 48 blz., 2,60 euro.
14. P. Boerjan, De ontwikkeling van het vakantiegedrag van de Belgische bevolking, 1967-76, 124 blz., 6,32 euro.
15. J. Theys, Prognose van het aantal gezinnen en raming van de huisvestingsbehoeften in West-Vlaanderen, 1980-85, 60 blz., 3,20 euro.
16. Terreinbehoeften voor Tewerkstelling, Toerisme en Recreatie in West-Vlaanderen, 1979, 80 blz., 4,12 euro.
17. Milieuzorg in West-Vlaanderen, 1975-85, 1979, 76 blz., 3,94 euro.
18. Infrastrukturele behoeften, 1981-85, 1979, 80 blz., 4,12 euro.
19. Structuuranalyse van de textielnijverheid in West-Vlaanderen, 1980, 140 blz., 7,06 euro.
20. Zeebruggen en de maritimisering van zijn achterland, 1981, 120 blz., 6,15 euro.
21. Structuuranalyse van de metaalnijverheid in West-Vlaanderen, 1982, 156 blz., 7,78 euro.
22. Structuuranalyse van de voedingsnijverheid in West-Vlaanderen, 1983, 120 blz., 6,15 euro.
23. Onderzoek naar de mogelijkheden tot inbreiding in vijf Westvlaamse gemeenten, 1983, 104 blz., 5,23 euro.
24. Vakantie van de Belgen in 1982, 1984, 192 blz., 9,44 euro.
25. Financiële analyse van de Westvlaamse industriële ondernemingen, 1984, 56 blz., 3,07 euro.
26. Studie ter voorbereiding van een geïntegreerde actie voor de Westhoek, 1986, 116 blz., 6,94 euro.
27. Marktstrategie voor de Britse toeristische markt, 1986, 176 blz., 14,87 euro.
28. Huisvestingsbehoeften in West-Vlaanderen, 1985-95, 1987, 76 blz., 4,34 euro.
29. Het Kanaal Zeebrugge-Merendree; sociaal-economische verantwoording in milieu-effectrapportering, 1987, 112 blz., 6,20 euro.
30. Masterplan ter renovatie van de haven van Oostende, 1988, 36 blz., 2,35 EUR.
31. Een vernieuwd toeristisch aanbodbeleid van West-Vlaanderen, 1988, 32 blz., 2,11 euro..
32. Ready for the tunnel, 1988, 36 blz., 3,82 euro.
33. Hoevetoerisme in de Westhoek, 1989, 88 blz., euro.
34. Telecommunicatie morgen: telematicadiensten en ISDN-netwerk, 1990, 28 blz., euro.
35. Strategisch marketingplan voor het toerisme te Knokke-Heist, een toeristisch beleidsactieplan, 1991, 32 blz., 2,35 euro.
36. Het vakantie- en korte-vakantiegedrag van de Belgen in de periode 1982-88, 1991, 44 blz., 3,37 euro.
37. De economische betekenis van het toerisme te Brugge, 1992, 92 blz., 6,45 euro.

38. Mogelijkheden van het riviertoeerisme in West-Vlaanderen, 1993, 72 blz., 4,21 euro.
39. Het vakantie- en korte-vakantiegedrag van de Belgen in de periode 1982-1991, 1994, 32 blz., 4,96 euro.
40. Bedrijventerreinen in West-Vlaanderen, Aanbod en vraag, 1994, 52 blz., 13,63 euro.
41. West-Vlaanderen in cijfers, 1995, 118 blz., 19,58 euro.
42. Het internationaal toeristisch marketingplan voor België, 1996, 84 blz., 19,58 euro.
43. Evolutie van de productie en verwerking van huishoudelijk afval in de provincie West-Vlaanderen, 1997, 94 blz., 21,07 euro..
44. Socio-economische profielen van de arrondissementen in West-Vlaanderen, 1998, 148 blz., 22,31 euro.
45. Bezetting van de bedrijventerreinen in West-Vlaanderen, 1998, 322 blz., 36,94 euro..
46. Het logiesaanbod aan de Kust, 1998, 56 blz., 14,63 euro.
47. Mestproblematiek in de provincie West-Vlaanderen, 73 blz., 18,59 euro.
48. Behoeftenanalyse hoger onderwijs in West-Vlaanderen, 40 blz., 12,39 euro.
49. Bevolking en gezinnen in West-Vlaanderen, 2000-2010, 1999, 44 blz., 12,39 euro.
50. De integratie van moeilijk plaatsbare groepen op de arbeidsmarkt in West-Vlaanderen, 2002, 65 blz., 15,00 euro.

