



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



## EINDRAPPORT GEMEENTE ALKEN

“OPMAAK VAN EEN DETAILHANDELSVISIE MET AFBAKENING VAN DE HANDELSKERN EN ACTIEPLAN”



Kantoor Oost:  
OffiCenter – Bosdel 54/13  
3600 Genk  
info@citydwes.be  
+32 (0)11 39 75 50

**CITY D WES**  
GROUP  
[www.citydwes.be](http://www.citydwes.be)  
[www.cityd.be](http://www.cityd.be)

Maatschappelijke zetel | Kantoor West:  
Baron Ruzettelaan 27  
8310 Brugge  
BE 0893.688.912  
+32 (0)50 36 71 36



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



<b>Titel</b>	EINDRAPPORT GEMEENTE ALKEN - "Opmaak van een detailhandelsvisie met afbakening van de handelskern en actieplan"
<b>Opdrachtgever</b>	Gemeente Alken Hoogdorpsstraat 38 3570 Alken
<b>Hoofdindieners</b>	CityD NV Centrum-Zuid 1111 3530 Houthalen-Helchteren
<b>Contactpersoon hoofdindieners</b>	Dhr. Jan Boots +32 473/62.20.33
<b>Datum</b>	26/10/2020
<b>Versienummer</b>	1

**Kantoor Oost:**  
OffiCenter – Bosdel 54/13  
3600 Genk  
info@citydwes.be  
+32 (0)11 39 75 50

**CITYD WES**  
GROUP  
[www.citydwes.be](http://www.citydwes.be)  
[www.cityd.be](http://www.cityd.be)

**Maatschappelijke zetel | Kantoor West:**  
Baron Ruzettelaan 27  
8310 Brugge  
BE 0893.688.912  
+32 (0)50 36 71 36



## Inhoudsopgave

Inleiding.....	6
1. ANALYSEFASE .....	7
1.1 Inleiding.....	7
1.2 Algemene socio-economische positionering .....	8
1.2.1 Bevolkingsevolutie.....	9
1.2.2 Bevolkingsprojectie .....	10
1.2.3 Bevolking gemeente naar leeftijd .....	11
1.2.4 Bevolkingsprojectie naar leeftijd.....	12
1.2.5 Evolutie huishoudens .....	13
1.2.6 Evolutie gemiddeld inkomen.....	14
1.2.7 Feitenfiche detailhandel.....	15
1.2.8 Conclusies socio-economisch profiel .....	16
1.3 Aanbodstructuur .....	17
1.3.1 Analyse bestaande voorzieningen en kleinhandelsstructuur .....	17
1.3.2 Aanbodstructuur in Terkoest en Sint-Joris.....	26
1.3.3 Vergelijking benchmarkgemeenten .....	27
1.3.4 Evolutie handelspanden 2008 – 2019 -2021 .....	30
1.3.5 Functiekaarten.....	31
1.4 Kooporiëntatie (koopstromen) .....	41
1.4.1 Koopbinding .....	41
1.4.2 Koopattractie.....	42
1.4.3 Koopvlucht.....	42
1.4.4 Update koopstromen 2019 .....	42
1.5 Concurrentieanalyse.....	45
1.5.1 Koopvlucht.....	46
1.5.2 Concurrentie supermarkten .....	49
1.6 Economisch functioneren.....	50
1.6.1 Uitgangspunten .....	50
1.6.2 Huidig functioneren.....	51
1.7 Trends en ontwikkelingen .....	52
1.7.1 Trends aan de aanbodzijde .....	52
1.7.2 Trends aan de vraagzijde.....	56
1.8 Algemene beleidsmatige context.....	61
1.8.1 Decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB).....	61



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



1.8.2 Ruimtelijke Structuurplan Vlaanderen .....	63
1.8.3 Provinciaal Ruimtelijk Structuurplan .....	64
1.8.4 GRS Alken .....	67
1.8.5 Ruimtelijk uitvoeringsplan Alken.....	69
1.8.6 Interprovinciale studie .....	71
1.8.7 Algemene conclusie.....	71
1.9 Toetsing bestaande situatie aan doelstellingen IHB .....	73
1.10 Bevraging actoren en Alkenaren .....	77
1.10.1 Bevraging Alkenaren.....	77
1.10.2 Gesprekken actoren .....	90
1.11 SWOT-analyse.....	94
1.12 Slotconclusie analyse (managementsamenvatting).....	95
2. VISIE.....	97
2.1 Workshop – 23/08/2021 .....	97
2.2 Uitgangspunten voor een gezond handelsapparaat en een weerbare handelskern.....	100
2.2.1 Profiel .....	100
2.2.2 Uitgangspunten voor een wervende toekomstvisie op maat van Alken .....	102
2.2.3 Kwantitatieve uitbreidingsmogelijkheden .....	111
2.2.4 Ruimtelijke versterking centrum .....	113
2.3 Vertaling uitgangspunten naar doelstellingen IHB.....	115
2.3.1 Doelstelling 1 – Het creëren van duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel, met inbegrip van het vermijden van ongewenste kleinhandelslinten. ....	115
2.3.2 Doelstelling 2 – Het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten .....	116
2.3.3 Doelstelling 3 – Het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijk milieu, met inbegrip van het versterken van kernwinkelgebieden .....	116
2.3.4 Doelstelling 4 – Het bewerkstellen van duurzame mobiliteit .....	117
3. Actieplan.....	119
3.1 Functionele maatregelen .....	119
3.2 Organisatorische maatregelen .....	120
3.3 Ruimtelijke maatregelen .....	121
3.4 Maatregelen rond communicatie, promotie en beleving .....	122
3.5. Workshop – 16/03/2022 .....	123
4. Bijlagen .....	127
4.1 Begrippenkader IHB.....	127
4.2 Verslagen overlegmomenten .....	129
4.2.1 Startoverleg 04/02/2020.....	129



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



4.2.2 Workshop 23/08/2021 ..... 131

## Inleiding

De gemeente Alken ontsnapt ook niet aan de uitdagingen waar de detailhandel in kernen van bovenlokaal belang voor staan. Het is maar door zicht te krijgen op kansen en bedreigingen, dat er ook werk gemaakt kan worden van een visie op de lange termijn en van een structuur waarbinnen de uitwerking van deze visie moet vorm krijgen. We spreken hier dan voornamelijk over een overleg- en organisatiestructuur onder handelaars, maar zeker en vast ook in relatie met het beleid en de stedelijke diensten.

Enkele kansen worden aangereikt door de Vlaamse Overheid die met het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB) tools ter beschikking stelt om de lokale detailhandel duurzaam te verankeren in het stedelijk beleid. Maar hiervoor dient er eerst een visie te worden uitgewerkt die aan de 4 basisdoelstellingen van het IHB beantwoordt. Deze visie impliceert ook een definitieve afbakening van handelskernen, het kernwinkelgebied of van andere detailhandelszones in Alken.

En als de visie dan is afgerond, moet er werk gemaakt worden van de uitvoering. De uitvoering zal gedeeltelijk door het beleid worden voorbereid maar ook aan de handelaars en ondernemers zal de vraag worden gesteld om de hand aan de ploeg te slaan. Dit vergt een efficiënt centrummanagement.

De gemeente worstelt vandaag met capaciteits- en kennisproblemen om zowel de visie uit te werken als nadien een al dan niet sturende rol te spelen in het opzetten van een kern- en handelsversterkende organisatie middels centrummanagement of een ander opzet.

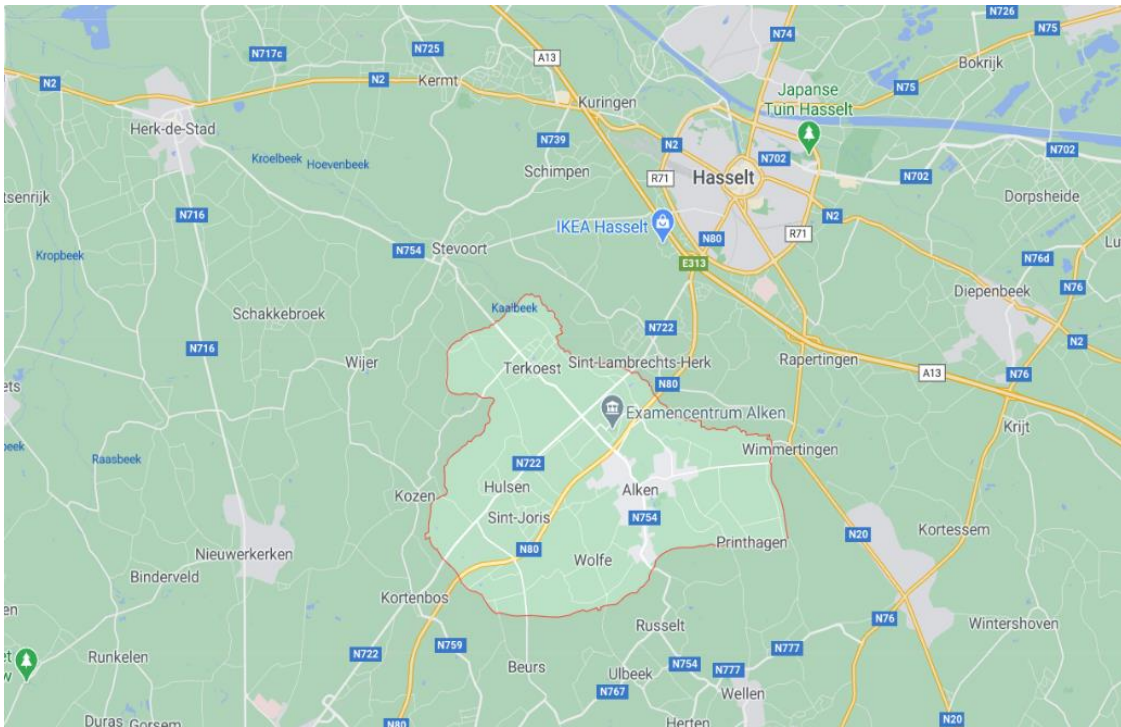
De gemeente Alken heeft CityD de opdracht gegeven om het detailhandelsbeleid verder uit te werken en een visie en actieplan op te stellen.

## 1. ANALYSEFASE

### 1.1 Inleiding

Alken is een gemeente gelegen in de provincie Limburg. De gemeente heeft geen deelgemeente wel dorpskernen, Sint-Joris en Terkoest. De aangrenzende gemeenten zijn Hasselt, Wellen, Sint-Truiden en Nieuwerkerken.

Met het bedrijventerrein, de brouwerij van Alken en de landbouw is Alken een economische pool.



*Afbeelding: kaart Alken  
Bron: Google*

## 1.2 Algemene socio-economische positionering

De eigen bevolking van een gemeente vormt de basis voor het klantenpotentieel van de lokale handel. Succesvolle detailhandel komt tegemoet aan de noden van de klanten. Inzicht in de demografie kan helpen bij de positionering en oriëntering van het handelsapparaat.

De karakteristieken van een gezin bepalen het uitgavenpatroon. In de cijfers voor Vlaanderen zien we over het algemeen een sterkere procentuele stijging van het aantal gezinnen dan van het totaal aantal inwoners. De oorzaak hiervan is een toenemende gezinsverdunding waardoor de 1- en 2-persoonsgezinnen in de lift zitten. De toename van 1- of 2-persoonshuishoudens gaat samen met een steeds ouder wordende bevolking en wijzigende gezinssamenstellingen. Recente studies (Statistiek Vlaanderen) geven aan dat het percentage volwassenen dat met een partner samenwoont, globaal daalt.

Het consumptiepatroon van de consument varieert naargelang de levensfase waarin hij zich bevindt. Op het vlak van detailhandel veroorzaken demografische verschuivingen wijzigingen in het consumptiepatroon van de bevolking. Dit vraagt om aanpassingen aan het detailhandelsaanbod en misschien ook aan de infrastructuur van winkelgebieden.

Volgens de Belfiusindeling<sup>1</sup> is Alken ondergebracht in cluster V3: 'Woongemeenten met hogere inkomens'. Volgens de VRIND-indeling<sup>2</sup> behoort Alken in de categorie 'Platteland'. Andere gemeenten in Vlaanderen die ook in dezelfde categorieën liggen en een gelijkaardig inwonersaantal hebben, zijn: Bertem, Boutersem, Diepenbeek, Haacht, Kapelle-Op-Den-Bos, Roosdaal, Rotselaar, Vosselaar en Zonhoven. Deze gemeenten hebben een gelijkaardige achtergrond zoals Alken. In de volgende paragrafen maken we dan ook, wanneer relevant, de vergelijking tussen de situatie in Alken en deze in de geselecteerde benchmarkgemeenten.

<sup>1</sup> Indeling van de gemeenten in zestien clusters op basis van een sociaaleconomische studie

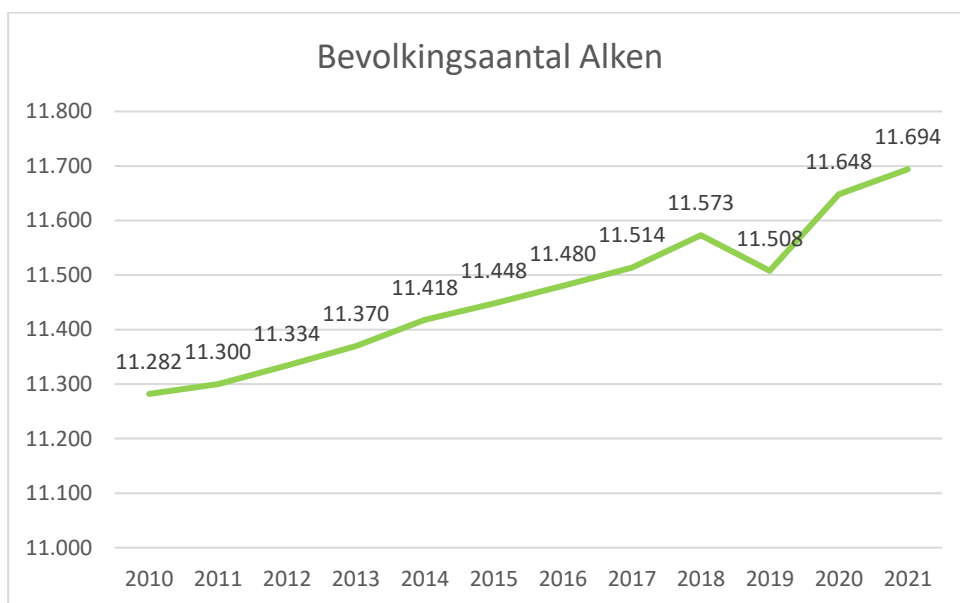
<sup>2</sup> De VRIND-classificatie is een ruimtelijke indeling op basis van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen met opsplitsing van het buitengebied op basis van het Strategisch Plan Ruimtelijke Economie waarbij het ruraal overgangsgebied en het ruraal gebied als platteland wordt geclassificeerd



### 1.2.1 Bevolkingsevolutie

#### Bevindingen:

- Inwonersaantal 2010: 11.282 inwoners
- Inwonersaantal 2018: 11.573 inwoners
- Inwonersaantal 2019: 11.508 inwoners
- Inwonersaantal 2020: 11.648 inwoners
- Inwonersaantal 2021: 11.694 inwoners
- Het aantal inwoners kent een stijgende evolutie, enkel in 2019 was er een afname van aantal inwoners
- Er wonen in Alken evenveel mannen (50%) als vrouwen (50%)



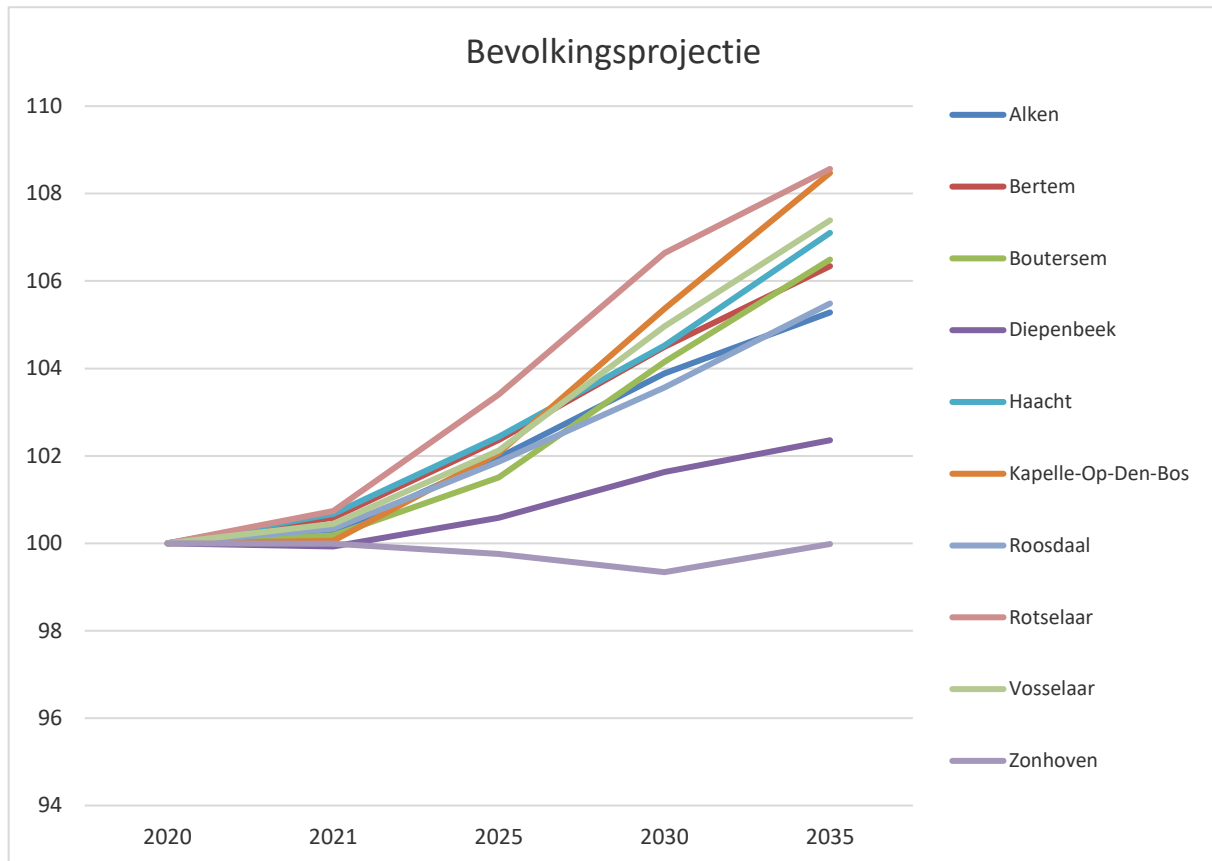
*Grafiek: evolutie bevolkingsaantal Alken (2010 – 2021)*

*Bron: provincies.incijfers.be*

## 1.2.2 Bevolkingsprojectie

### Bevindingen:

- Bevolkingsprojectie 2021 is circa 11.655 inwoners
- Bevolkingsprojectie 2035 is circa 12.240 inwoners (stijging van 5,3% ten opzichte van 2020)



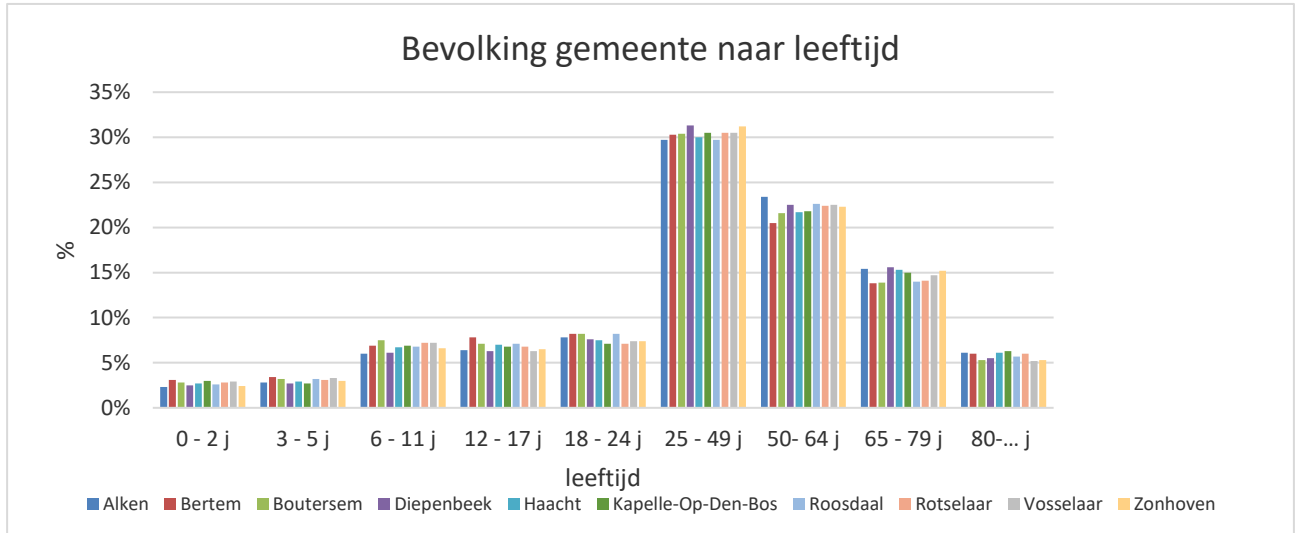
Grafiek: bevolkingsprojectie Alken  
Bron: provincies.incijfers.be



### 1.2.3 Bevolking gemeente naar leeftijd

Bevindingen:

- Groep 25-49-jarigen is het best vertegenwoordigd
- In vergelijking met de benchmarkgemeenten vergelijkbare vertegenwoordiging alle leeftijdsgroepen



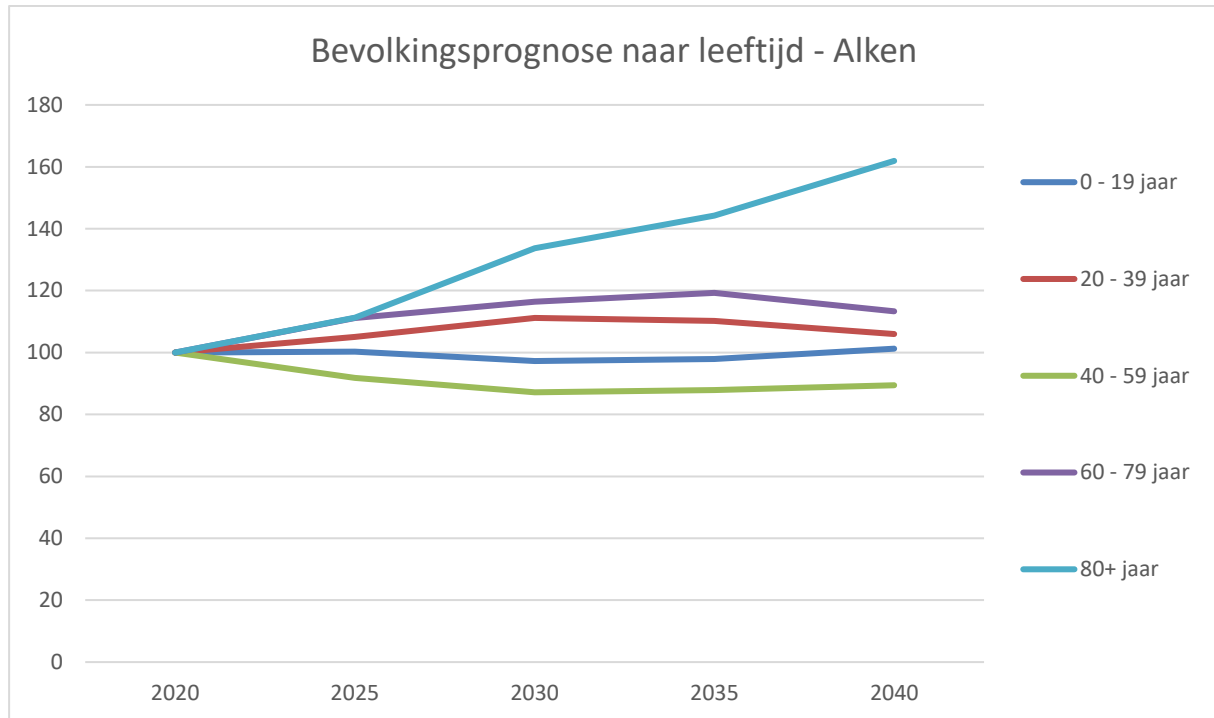
Grafiek: bevolking naar leeftijd Alken

Bron: provincies.incijfers.be

## 1.2.4 Bevolkingsprojectie naar leeftijd

### Bevindingen:

- Sterke toename groep 80+ jaar (vergrijzing)



Grafiek: bevolkingsprognose naar leeftijd Alken

Bron: statistiekvlaanderen.be



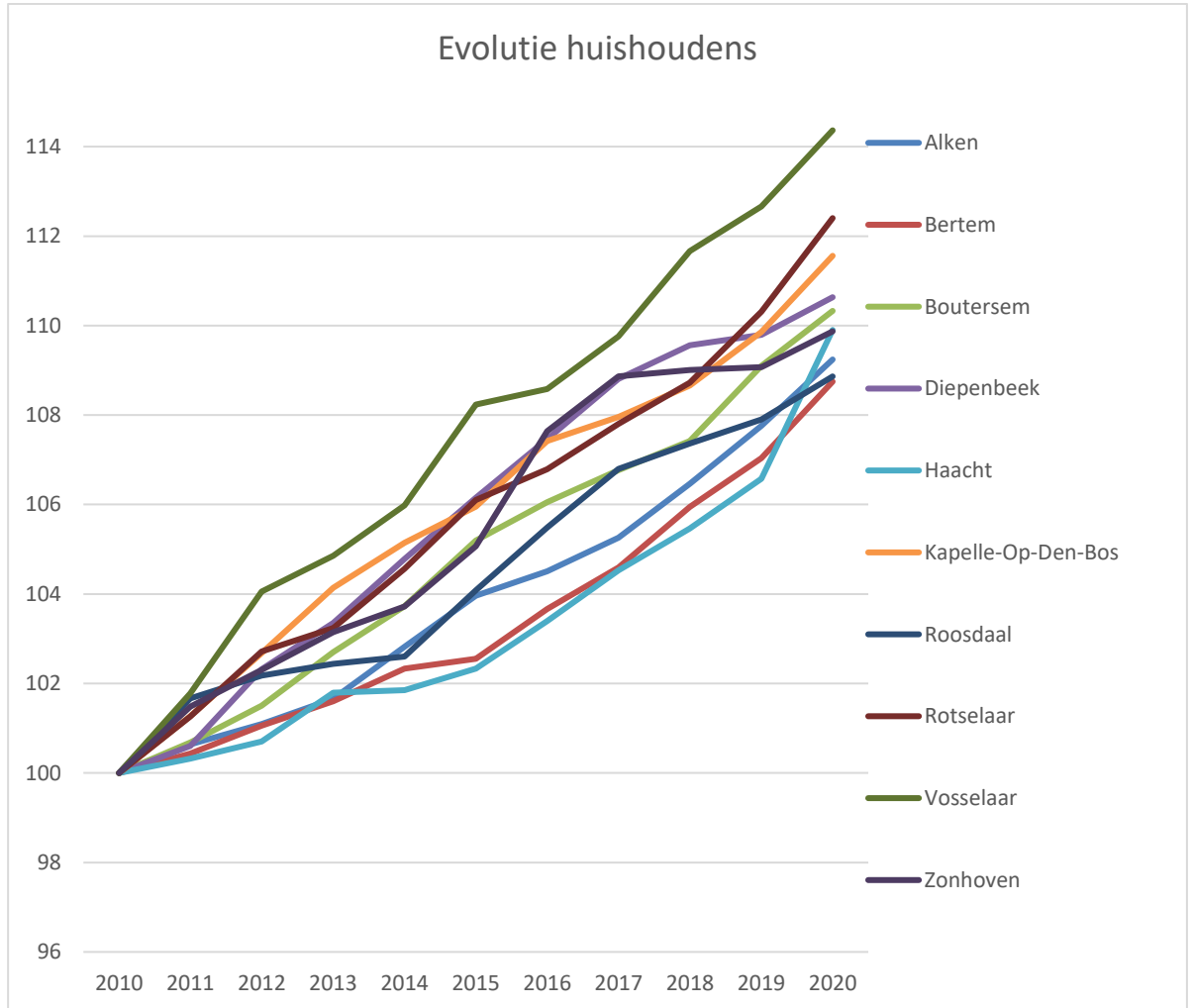
**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



### 1.2.5 Evolutie huishoudens

Bevindingen:

- 4.799 huishoudens in 2020
- Ten opzichte van 2010 is de evolutie aantal huishoudens gestegen met 9,2%



Grafiek: evolutie aantal huishoudens Alken

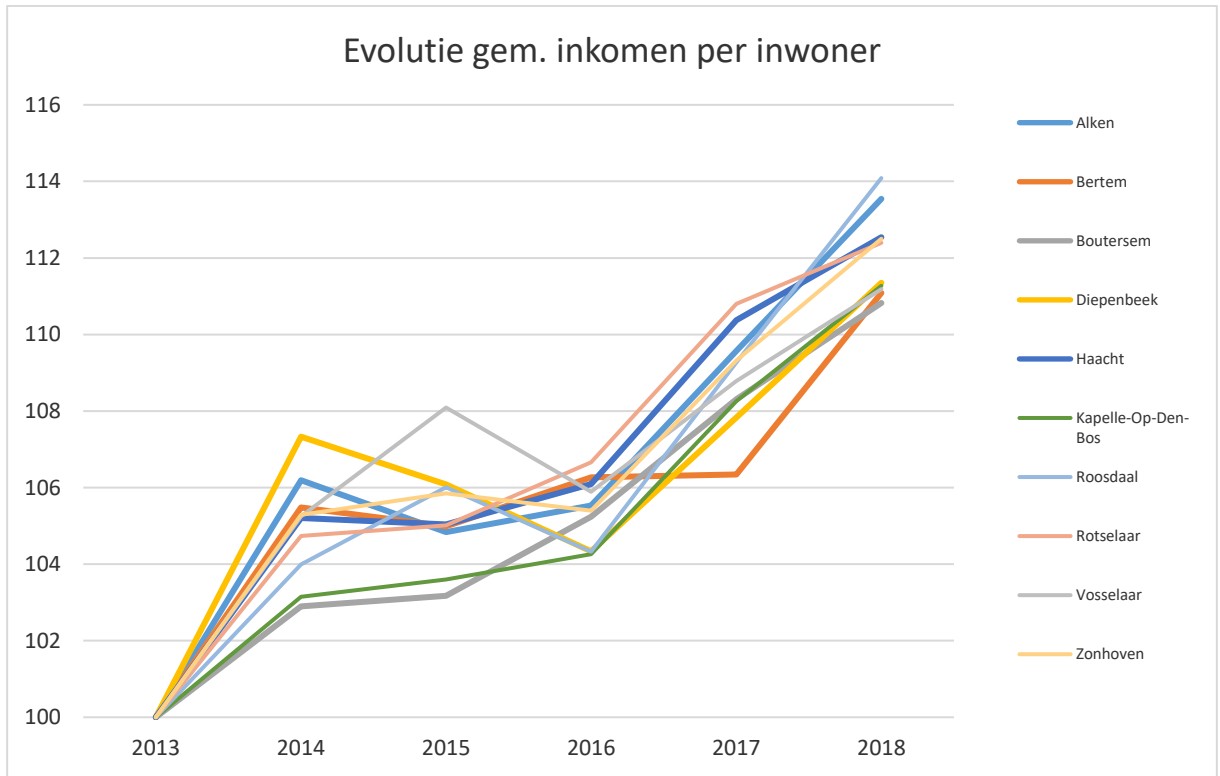
Bron: provincies.incijfers.be



### 1.2.6 Evolutie gemiddeld inkomen

Bevindingen:

- Gemiddeld inkomen per inwoner uit Alken bedraagt 20.875 euro
  - o Ligt lager dan vergelijkbare steden en gemeenten (gemiddeld 22.350 euro)
  - o Ligt hoger dan het gemiddelde inkomen over het Vlaams Gewest (gemiddeld 20.125 euro)



Grafiek: evolutie gemiddeld inkomen Alken  
Bron: provincies.incijfers.be

### 1.2.7 Feitenfiche detailhandel

De provincies brengen sinds 2014 informatie uit diverse bronnen samen en baseren hierop hun studies en analyses. Deze kennis en ervaring staat ter beschikking van steden en gemeenten.

In de meest recente feitenfiche van 2018 stelt men de kerncijfers voor die relevant zijn voor het voeren van een (boven-)lokaal detailhandelsbeleid in elk van de Vlaamse gemeenten. De vijf Vlaamse provincies werken hiervoor samen en maken daarvoor gebruik van de cijfers die beschikbaar zijn in het dataplatform Provincies in Cijfers. De feitenfiches worden ter beschikking gesteld aan alle 300 Vlaamse gemeenten en alle bezoekers van het dataplatform.

Volgende gegevens kunnen we nog uit deze feitenfiche halen ter afronding van de algemene analyse:

- Het aantal zelfstandigen in de horeca bedraagt in 2020, 73 personen (+28,1% ten opzichte van 2009);
- Het aantal loontrekkenden in de horeca is gestegen en bedraagt 78 personen (+56,0% ten opzichte van 2017);
- Het aantal zelfstandigen in detailhandel is gedaald en bedraagt momenteel 125 personen (-16,7% ten opzichte van 2009);
- Het aantal loontrekkenden in detailhandel is gestegen en telt 171 personen (+19,6% ten opzichte van 2017).

### 1.2.8 Conclusies socio-economisch profiel

Het aantal inwoners kent een stijgende evolutie, enkel in 2019 zag men een daling. Alken heeft in vergelijking met het Vlaams Gewest een minder snelle bevolkingsgroei. Toch kent Alken een sterke bevolkingsprojectie voor 2035 en verwacht men een stijging van 5,3% van het aantal inwoners.

In Alken zijn er evenveel vrouwen als mannen en is er een sterke vertegenwoordiging van de groep 25-49 jaar. Wel verwacht men een sterke toename van de groep 80+ jaar en kan men dus spreken van vergrijzing.

Ten opzichte van 2010 is het aantal huishoudens in Alken gestegen met 9,2%. Zo ligt ook het gemiddeld inkomen per inwoner in Alken lager dan bij vergelijkbare steden en gemeenten, maar hoger dan het gemiddelde van het Vlaams Gewest.





**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



CITYD-WES GROUP

## 1.3 Aanbodstructuur

De aanbodcijfers worden aangeleverd door Locatus die sinds 2008 alle commerciële panden in de Benelux in kaart brengt. Het Locatusbestand en dus ook de feitenfiches bevatten een inventaris van alle commerciële panden met informatie aangaande ligging, winkelgebied en de activiteit die in het pand wordt uitgeoefend.

### 1.3.1 Analyse bestaande voorzieningen en kleinhandelsstructuur

De branchemix voor de functie detailhandel wordt volgens productcategorie weergegeven zoals omschreven in het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid. Dit houdt in dat er voortaan sprake is van 4 categorieën:

#### A. Voeding

- Levensmiddelen

#### B. Persoonsuitrusting

- Persoonlijke verzorging
- Kleding en mode
- Schoenen en lederwaren
- Juweliers en optiek
- Warenhuis

#### C. Planten, bloemen, land- en tuinbouw

- Bloem/plant
- Tuincentrum
- Tuinartikelen

#### D. Andere

- Sport en spel
- Hobby
- Media
- Bruin- en witgoed
- Auto en fiets
- Doe-het-zelf
- Wonen
- Huishoudelijke- en luxeartikelen
- Antiek en kunst
- Plant en dier (aquarium, tuinmeubelen, dibevo)
- Overige detailhandel

### 1.3.1.1 Branche-indeling

Volgens de meest recente Locatus-bestanden (2021) telt Alken 195 verkooppunten<sup>3</sup>, waarvan 74 voor detailhandel (= totaal van 17.167 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlakte detailhandel). Alken heeft een winkeldichtheid van 1.589 m<sup>2</sup> WVO per 1.000 inwoners. Ter vergelijking heeft het Vlaams Gewest een winkeldichtheid van 2.003 m<sup>2</sup> per 1.000 inwoners en de benchmarkgemeenten 1.078 m<sup>2</sup> WVO per 1.000 inwoners.

De tabel op de volgende pagina geeft een overzicht van de huidige branchemix van Alken:

- Totaal van 195 verkooppunten
  - o 74 bestemd voor detailhandel
    - Handelspanden voor voeding zijn gemiddeld 157 m<sup>2</sup> groot;
    - Handelspanden voor persoonsuitrusting zijn gemiddeld 65 m<sup>2</sup> groot;
    - Handelspanden voor planten, bloemen, land- en tuinbouw zijn gemiddeld 451 m<sup>2</sup> groot;
    - Handelspanden voor andere producten zijn gemiddeld 353 m<sup>2</sup> groot;
    - Een gemiddeld ingevuld handelspand voor detailhandel is in Alken 232 m<sup>2</sup>.
  - o 8 verkooppunten staan leeg, in 2019 stonden er slechts 3 verkooppunten leeg.
    - Leegstand handelspand is gemiddeld 164 m<sup>2</sup> groot.
- Het gemiddeld leegstaand pand in Alken bedraagt 164 m<sup>2</sup> tegenover 232 m<sup>2</sup> gemiddeld voor een ingevuld pand;
- Branches 'ambacht', 'levensmiddelen' en 'horeca' hebben het hoogste aandeel handelspanden;
- Voorgestelde gemiddelden zijn gemiddelden over een bepaald type winkel over heel Alken. Winkels in de periferie zijn vaak groter dan winkels in het centrum;
- De leegstand is eerder beperkt maar er is toch een stijging van 266% sinds 2019;
- Het aantal handelspanden in de categorieën 'voeding' en 'persoonsuitrusting' steeg licht, terwijl het aantal in 'planten, bloemen, land- en tuinbouw' en 'andere producten' licht daalde in vergelijking met 2019;
- Buiten de leegstand zijn er geen grote opvallende verschillen tussen 2019 en 2021.

*Nota: eigenlijk zit er in de Locatus database een tweedeling. Enerzijds detailhandel (de winkels) en anderzijds de dienstverlening en horeca. Van beide delen houdt men de leegstand bij. De totale leegstand in de database is de leegstand van zowel de winkels als van de dienstverlening en horeca. De procentuele leegstand berekenen in aantal verkooppunten is geen probleem. Daarvoor kan het aantal leegstaande panden gedeeld worden door het totaal aantal panden in de detailhandel, dienstverlening en horeca. Een probleem ontstaat als de procentuele leegstand in vierkante meters moet worden berekend. Locatus heeft leegstaande meters van alle leegstaande panden, maar alleen meters van de detailhandel. Om iets te zeggen over de te verwachte leegstand van winkels moet dus eerst de totale leegstand worden verminderd met de verwachte leegstand van horeca en diensten.*

*De verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel is ongeveer fiftyfifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte per groep te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt.*

**Conclusie:**

- Aantal leegstaande panden: verhouding detailhandel – niet-detailhandel is 1:1
- Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel – niet-detailhandel is 2:1

<sup>3</sup> Verkooppunten = leegstand, winkels in de vier productgroepen volgens IHB, dienstverlening, horeca en brandstoffen

	Aantal verkooppunten 2021	% aantal verkooppunten 2021 op eindtotaal	Aantal verkooppunten 2019	% aantal verkooppunten 2019 op eindtotaal	WVO 2021	WVO 2019	% WVO 2021 op eindtotaal detailhandel	% WVO 2019 op eindtotaal detailhandel	Gemiddelde WVO 2021 per verkooppunt	Gemiddelde WVO 2019 per verkooppunt
<b>Leegstand</b>	8	4,1	3	1,6	1.311	1.050	7,6	3,8	164	350
<b>Voeding</b>	30	15,4	27	14,0	4.699	4.534	27,4	25,2	157	168
Levensmiddelen	30	15,4	27	14,0	4.699	4.534	27,4	25,2	157	168
<b>Persoonsuïstrusting</b>	12	6,2	10	5,2	783	698	4,6	3,9	65	70
Persoonlijke verzorging	5	2,6	5	2,6	220	220	1,3	1,2	44	44
Warenhuis	0	0,0	0	0,0	0	0	0,0	0,0	0	0
Kleding & Mode	5	2,6	3	1,6	436	351	2,5	2,0	87	117
Schoenen en lederwaren	0	0,0	0	0,0	0	0	0,0	0,0	0	0
Juwelier en optiek	2	1,0	2	1,0	127	127	0,7	0,7	64	64
<b>Planten, bloemen, land- en tuinbouw</b>	4	2,1	6	3,1	1.805	1.905	10,5	10,6	451	318
Bloem/plant	2	1,0	3	1,6	225	285	1,3	1,6	113	95
Tuinartikelen	1	0,5	2	1,0	80	120	0,5	0,7	80	60
Tuincentrum	1	0,5	1	0,5	1.500	1.500	8,7	8,3	1500	1500
<b>Andere producten</b>	28	14,4	29	15,0	9.880	10.830	57,6	60,3	353	373
Huishoudelijke- en luxe artikelen	1	0,5	1	0,5	48	48	0,3	0,3	0	48
Antiek en kunst	0	0,0	0	0,0	0	0	0,0	0,0	0	0
Sport & Spel	2	1,0	2	1,0	110	110	0,6	0,6	55	55
Hobby	3	1,5	1	0,5	365	30	2,1	0,2	0	30
Media	0	0,0	0	0,0	0	0	0,0	0,0	0	0
Aquariums, tuinmeubelen, dibevo	1	0,5	1	0,5	80	80	0,5	0,4	80	80
Bruin & Witgoed	1	0,5	2	1,0	40	365	0,2	2,0	40	183
Auto & Fiets	3	1,5	3	1,6	428	428	2,5	2,4	143	143
Doe-het-zelf	8	4,1	9	4,7	2.806	3.736	16,3	20,8	351	415
Wonen	6	3,1	6	3,1	5.763	5.763	33,6	32,1	961	961
Detailhandel Overig	3	1,5	4	2,1	240	270	1,4	1,5	80	68
<b>Totaal detailhandel</b>	74	37,9	72	37,3	17.167	17.967	100,0	100,0	232	250
Automotive	16	8,2	16		1.060				66	
Brandstoffen	3	1,5	3		99	99			33	
Horeca	28	14,4	28		3.531	3.361			126	
Cultuur	2	1,0	2		523				262	
Ontspanning	2	1,0	2		14				7	
Verhuur	1	0,5	0		90				90	
Ambacht	35	17,9	33		1.288				37	
Fin. instelling	14	7,2	15		699				50	
Dienstverlening	11	5,6	13		668				61	
ATM	1	0,5	6						0	
<b>Niet-detailhandel</b>	113	57,9	118	61,1	7.972	3.460			71	
<b>Eindtotaal</b>	195	100,0	193	100,0	26.450	22.477			136	

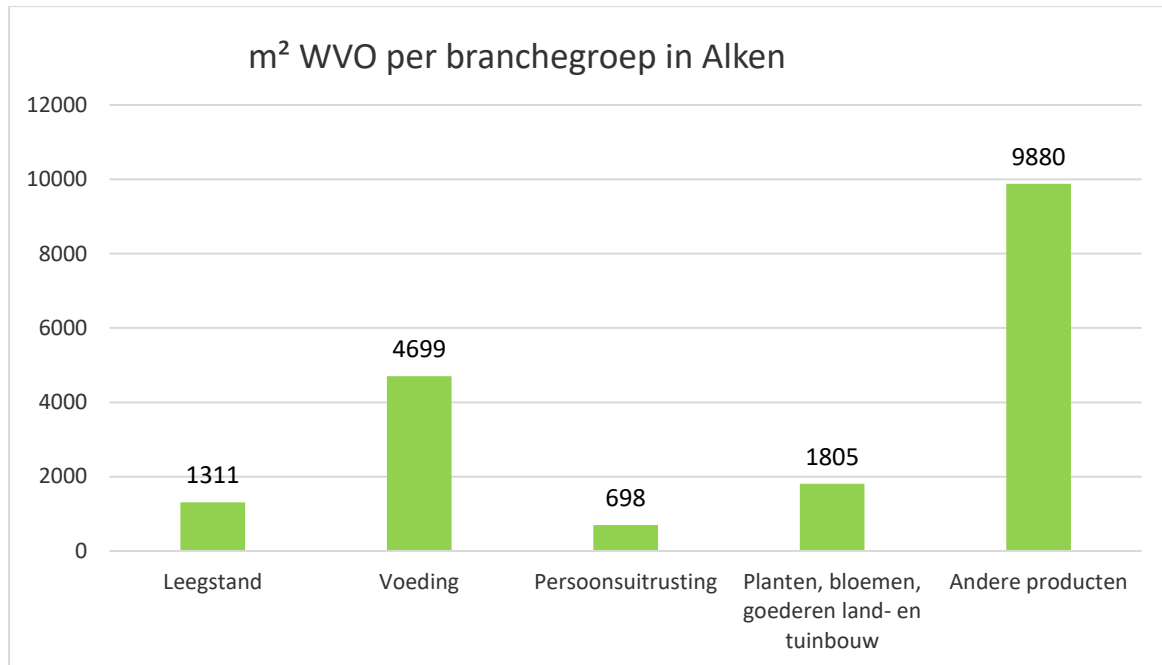
Tabel: aantal verkooppunten en aantal m<sup>2</sup> WVO Alken 2019 en 2021  
 Bron: Locatusbestand



1.3.1.2 m<sup>2</sup> WVO per branchegroep

Bevindingen:

- Groot aanbod 'andere producten', gevolgd door 'voeding'



Grafiek: aantal m<sup>2</sup> WVO per branchegroep in Alken  
Bron: Locatusbestand

### 1.3.1.3 Aantal verkooppunten per winkelgebied

#### Bevindingen:

- De verspreide bewinkeling in Alken telt het hoogst aantal verkooppunten nl. 153 (= 78% van het totaalaanbod);
- Ook de hoogste m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlakte is terug te vinden in de verspreide bewinkeling van Alken nl. 22.948 m<sup>2</sup> WVO. In het centrum van Alken is de winkelopervlakte 3.502 m<sup>2</sup>;
- Het centrum van Alken bevat 22% van het totaalaanbod aan panden.

Winkelgebied	Totaal leegstand, detailhandel, niet-detailhandel				Voeding		Persoonsuitrusting		Planten, bloemen, land- en tuinbouw		Andere producten		Leegstand	
	Aantal VKP	WVO m <sup>2</sup>	Aantal %	WVO %	Aantal VKP	WVO (in m <sup>2</sup> )	Aantal VKP	WVO (in m <sup>2</sup> )	Aantal VKP	WVO (in m <sup>2</sup> )	Aantal VKP	WVO (in m <sup>2</sup> )	Aantal VKP	WVO (in m <sup>2</sup> )
Centrum Alken	42	3.502	22	13	7	340	4	331	0	0	2	58	6	1.196
Verspreide bewinkeling Alken	153	22.948	78	87	23	4.359	8	452	4	1.805	26	9.822	2	115
<b>Eindtotaal</b>	<b>195</b>	<b>26.450</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>4.699</b>	<b>12</b>	<b>783</b>	<b>4</b>	<b>1.805</b>	<b>28</b>	<b>9.880</b>	<b>8</b>	<b>1.311</b>

Tabel: aantal verkooppunten en aantal m<sup>2</sup> WVO per winkelgebied Alken

Bron: Locatusbestand

### 1.3.1.4 Grootteklasse detailhandel

#### Bevindingen:

- Een detailhandelszaak in Alken is gemiddeld 232 m<sup>2</sup> groot, een leegstaand pand is gemiddeld 164 m<sup>2</sup>;
- 80,4 % van de handelspanden is kleiner of gelijk aan 100 m<sup>2</sup>;
- 2 panden zijn groter dan 1.600 m<sup>2</sup>;
- In Alken-centrum is 82,9% van de handelspanden kleiner of gelijk aan 100 m<sup>2</sup>.

Alken		
Grootteklasse algemeen	Aantal verkooppunten	%
1 - 100 m <sup>2</sup>	156	80,4
101 - 200 m <sup>2</sup>	13	6,7
201 - 400 m <sup>2</sup>	12	6,2
401 - 800 m <sup>2</sup>	8	4,1
801 - 1600 m <sup>2</sup>	3	1,5
> 1600 m <sup>2</sup>	2	1,0
<b>Totaal detailhandel + leegstand</b>	<b>194</b>	<b>100</b>
Totaal niet-detailhandel (Oppervlakte onbekend)	1	
<b>Totaal</b>	<b>195</b>	

Tabel: grootteklasse algemeen Alken

Bron: Locatusbestand

Alken-Centrum		
Grootteklasse algemeen	Aantal verkooppunten	%
1 - 100 m <sup>2</sup>	34	82,9
101 - 200 m <sup>2</sup>	3	7,3
201 - 400 m <sup>2</sup>	3	7,3
401 - 800 m <sup>2</sup>	1	2,4
801 - 1600 m <sup>2</sup>	0	0,0
> 1600 m <sup>2</sup>	0	0,0
<b>Totaal detailhandel + leegstand</b>	<b>41</b>	<b>100</b>
Totaal niet-detailhandel (Oppervlakte onbekend)	1	
<b>Totaal</b>	<b>42</b>	

Tabel: grootteklasse centrum Alken

Bron: Locatusbestand

### 1.3.1.5 Leegstand

#### Bevindingen:

- 8 van de 195 verkooppunten staan leeg;
- Alken heeft een leegstandpercentage van 4,1% verkooppunten en 7,6% WVO
  - o Benchmarkgemeenten hebben een gemiddeld leegstandspercentage van 8,1% verkooppunten
- 1.311 m<sup>2</sup> WVO = leegstand

Van de 8 leegstaande panden bevinden zich er 6 in het centrum, oftewel van de 1.311 m<sup>2</sup> WVO bevindt zich 1.196 m<sup>2</sup> aan leegstand in het centrum. In 2019 stonden er 2 leegstaande panden, in het centrum, er zijn dus 4 leegstaande panden bijgekomen in het centrum. In de verspreide bewinkeling is er 1 leegstand pand bijgekomen. In het centrum is er 196 m<sup>2</sup> leegstand bijgekomen en in de verspreide bewinkeling 65 m<sup>2</sup> sinds 2019.



### 1.3.1.6 Niet-detailhandel

Naast detailhandel zijn er ook andere voorzieningen aanwezig in Alken:

- 113 verkooppunten zijn bestemd voor niet-detailhandel;
- Meest voorkomende niet-detailhandel: ambacht<sup>4</sup> (35) en horeca (28)



Foto: voorbeeld horecazaak Alken  
Bron: Google

<sup>4</sup> Volgens Locatus wordt volgende dienstverlenende handel onder ambachten verstaan: edelsmid, schoenmaker, kapper, tattoo/piercing, schoonheidsspecialist, kledingreparatie, drukwerk/copy, elektroreparatie, foto-ontwikkeling, dierentrimsalon, lijstenmaker, enzovoort

## 1.3.2 Aanbodstructuur in Terkoest en Sint-Joris

### 1.3.2.1 Aanbodstructuur Terkoest

In Locatus is het winkelgebied van Terkoest ingedeeld als verspreide bewinkeling.

#### Bevindingen:

- In Terkoest zijn er in totaal 17 verkooppunten;
- 10 verkooppunten zijn bestemd voor niet-detailhandel;
- De totale WVO van niet-detailhandel bedraagt 480 m<sup>2</sup>;
- Er zijn 7 detailhandelszaken (de totale WVO van detailhandel is 1003 m<sup>2</sup>):
  - o Voeding: 3 verkooppunten (WVO = 695 m<sup>2</sup>)
  - o Persoonsuitrusting: 2 verkooppunten (WVO = 85 m<sup>2</sup>)
  - o Andere: 2 verkooppunten (WVO = 223 m<sup>2</sup>)

### 1.3.2.2 Aanbodstructuur Sint-Joris

In Locatus is ook het winkelgebied van Sint-Joris ingedeeld als verspreide bewinkeling.

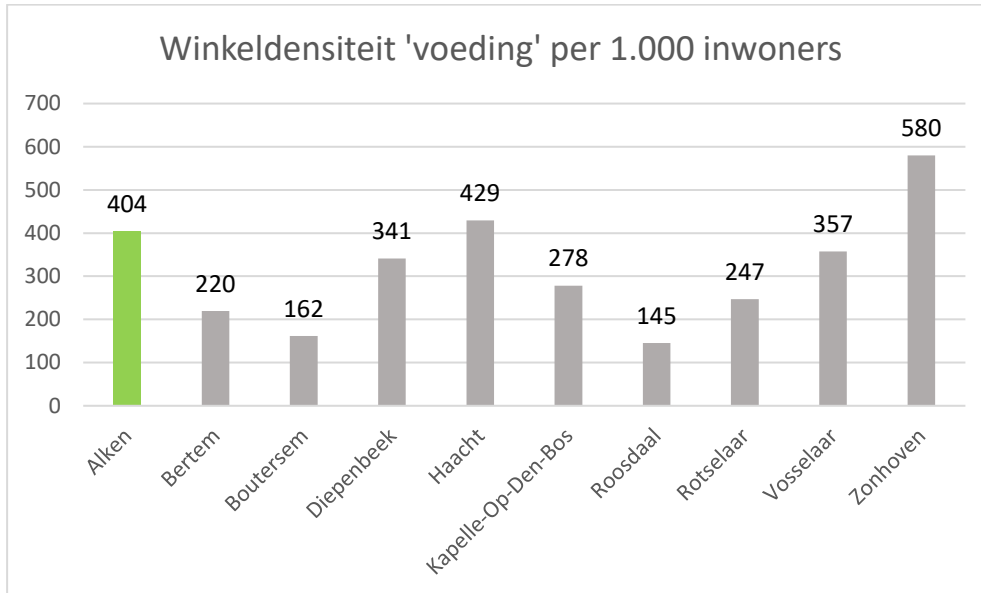
#### Bevindingen:

- In Sint-Joris zijn er 10 verkooppunten;
- 8 verkooppunten zijn bestemd voor niet-detailhandel;
- De WVO van niet-detailhandel is 728 m<sup>2</sup>;
- Er zijn 2 detailhandelszaken, waarvan de totale WVO-detailhandel 120 m<sup>2</sup> bedraagt:
  - o Voeding: 1 verkooppunt (WVO = 80 m<sup>2</sup>)
  - o Persoonsuitrusting: 1 verkooppunt (WVO = 40 m<sup>2</sup>)



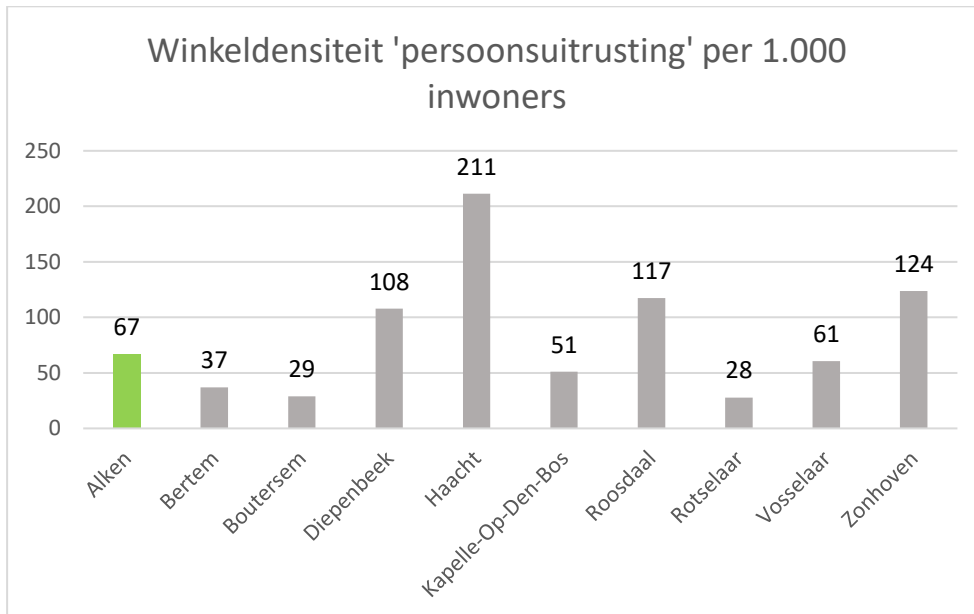
### 1.3.3 Vergelijking benchmarkgemeenten

Voor de productgroepen volgens het IHB geven we hieronder de vergelijking met andere gemeenten mee. We hebben het Locatusbestand vertaald naar de vier productgroepen volgens het IHB. We zien dat Alken een vrij evenwichtig aanbod schetst in vergelijking met de benchmarkgemeenten.



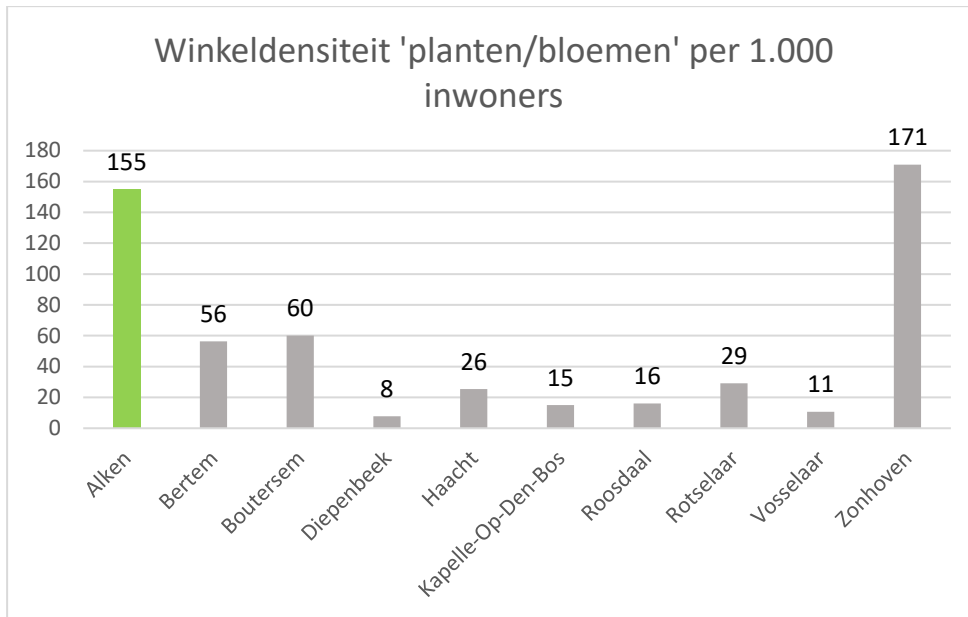
Grafiek: winkeldensiteit 'voeding' per 1.000 inwoners

Bron: Locatusbestand

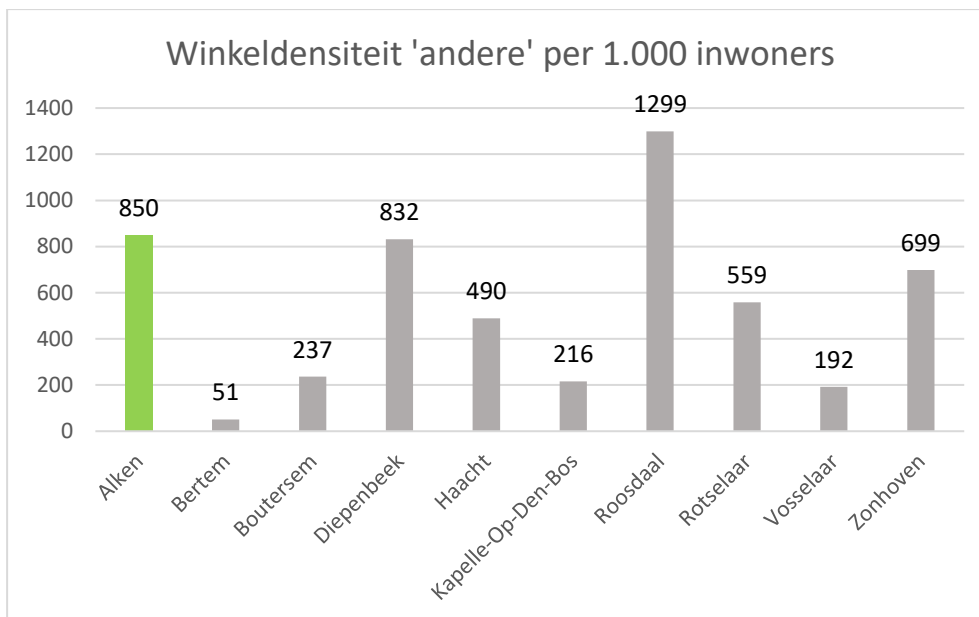


Grafiek: winkeldensiteit 'persoonsuitrusting' per 1.000 inwoners

Bron: Locatusbestand



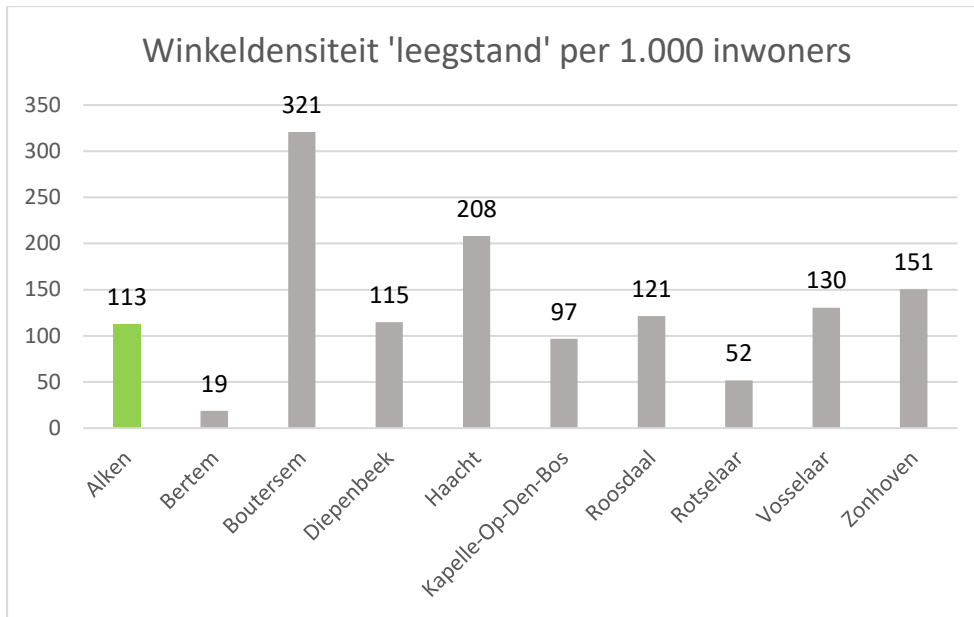
Grafiek: winkeldensiteit 'planten, bloemen, ...' per 1.000 inwoners  
Bron: Locatusbestand



Grafiek: winkeldensiteit 'andere producten' per 1.000 inwoners  
Bron: Locatusbestand



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst

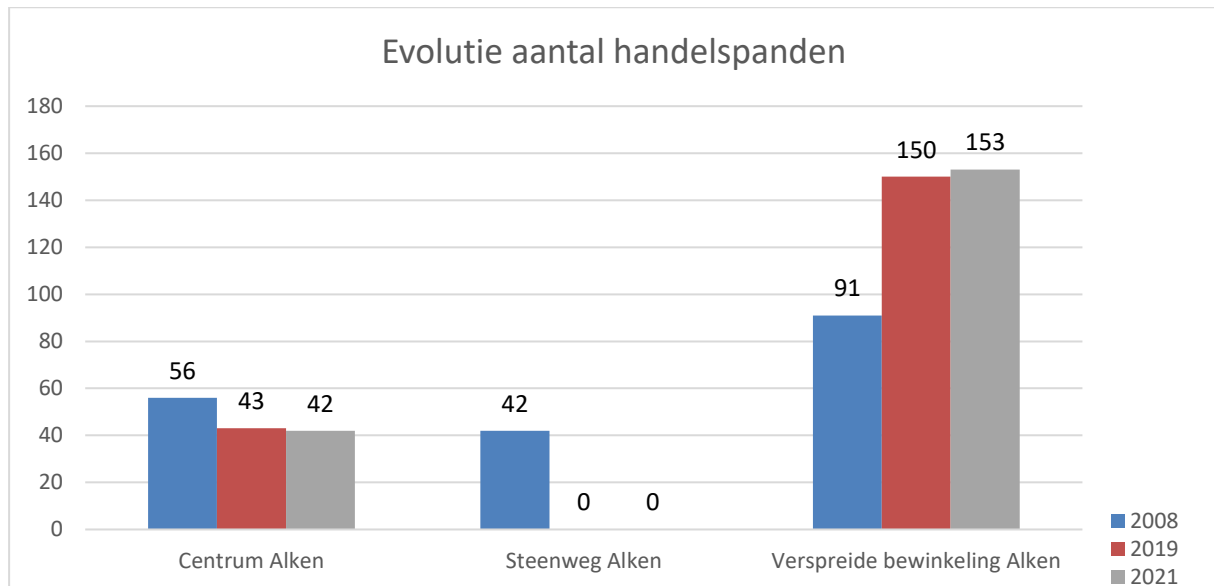


Grafiek: winkeldensiteit 'leegstand' per 1.000 inwoners  
Bron: Locatusbestand

### 1.3.4 Evolutie handelspanden 2008 – 2019 -2021

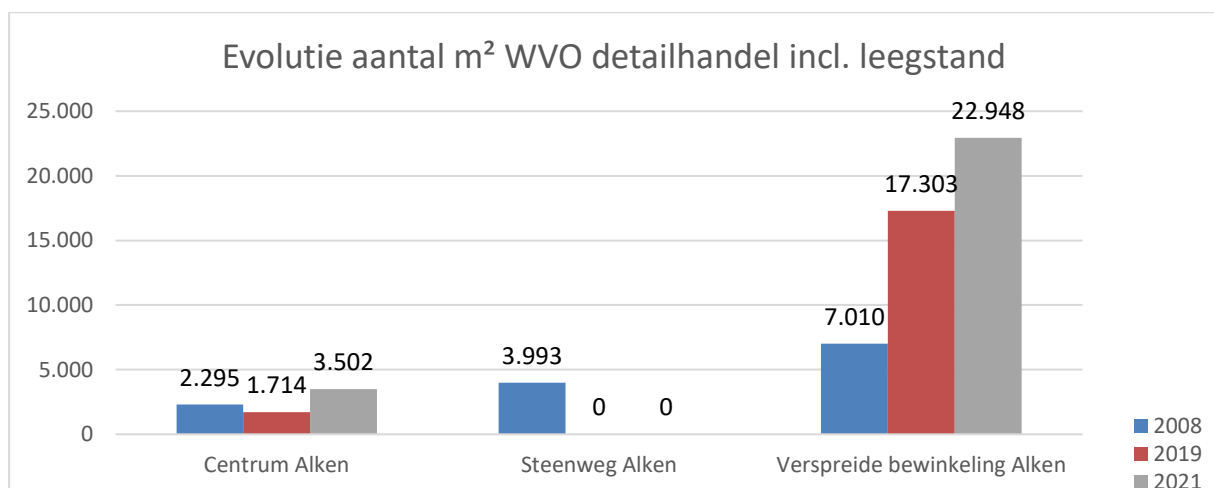
#### Bevindingen:

- In Vlaanderen stellen we al jaren de trend van schaalvergroting vast: de gemiddelde oppervlakte wordt groter, het aantal verkooppunten neemt af;
- Deze trend komt overeen met het centrumgebied van Alken waar er een daling is van het aantal verkooppunten en een stijging van m<sup>2</sup> WVO;
- Deze trend komt wel niet overeen met de verspreide bewinkeling van Alken waar zowel er een stijging was in het aantal handelspanden, als in het aantal m<sup>2</sup>.



Grafiek: Evolutie aantal handelspanden 2008 – 2019 - 2021

Bron: Locatusbestand, feitenfiches detailhandel



Grafiek: Evolutie aantal m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlakte detailhandel incl. leegstand 2008 – 2019 - 2021

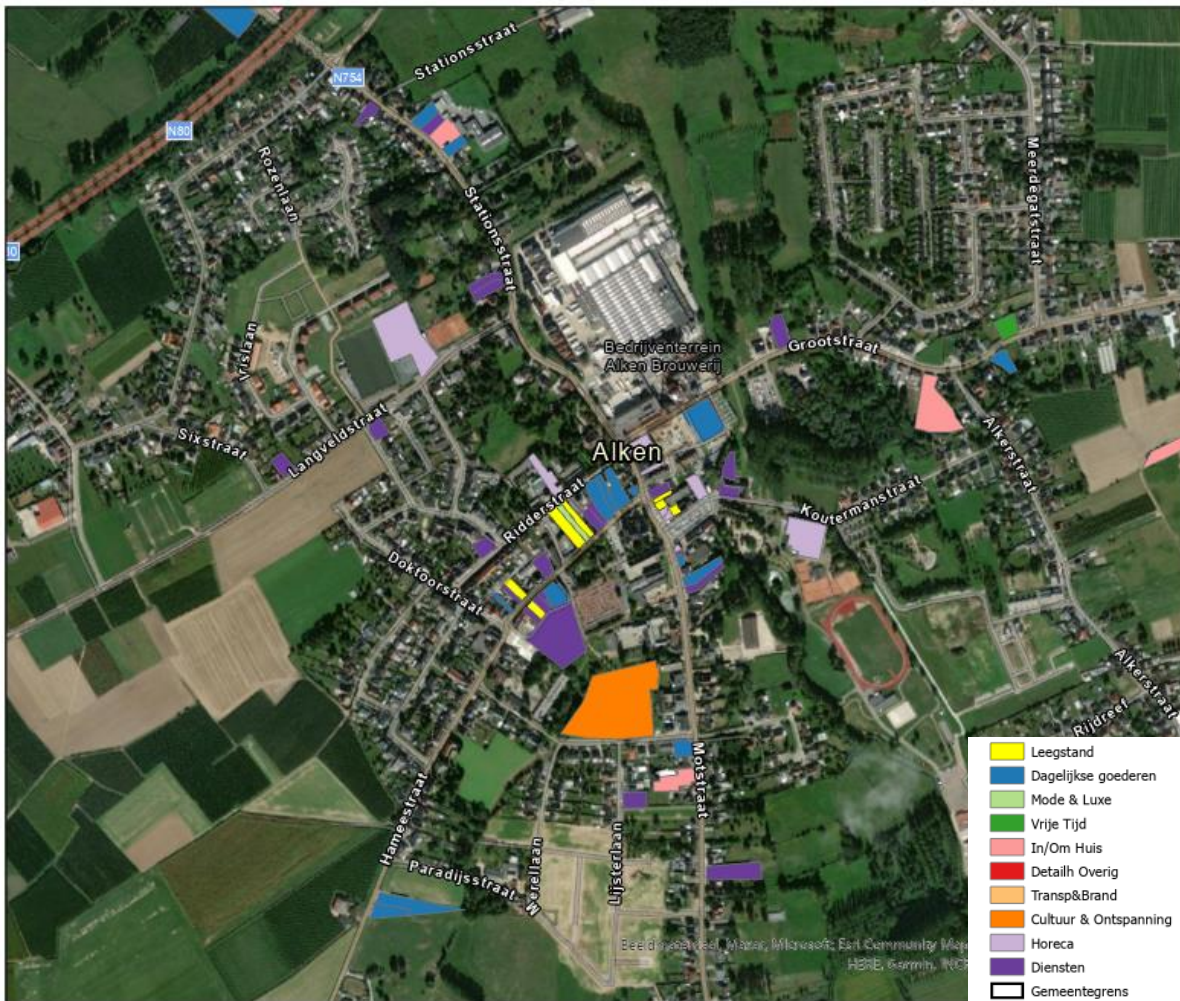
Bron: Locatusbestand, feitenfiches detailhandel

### 1.3.5 Functiekaarten

Het aanbod van Alken wordt visueel voorgesteld in onderstaande functiekaarten.

Onderstaande kaart geeft de verschillende commerciële activiteiten weer in het centrum van Alken nl. het aanbod aan detailhandel, diensten, horeca, transport, brandstoffen en leegstand.

We kunnen zeggen dat er een groot aanbod is van dienstverlening. Horeca en detailhandel is minder aanwezig. Inwoners van de gemeente – en dat is de voornaamste doelgroep – kunnen voor meerdere redenen afzakken naar de kern. Maar voornamelijk voor dienstverlening.

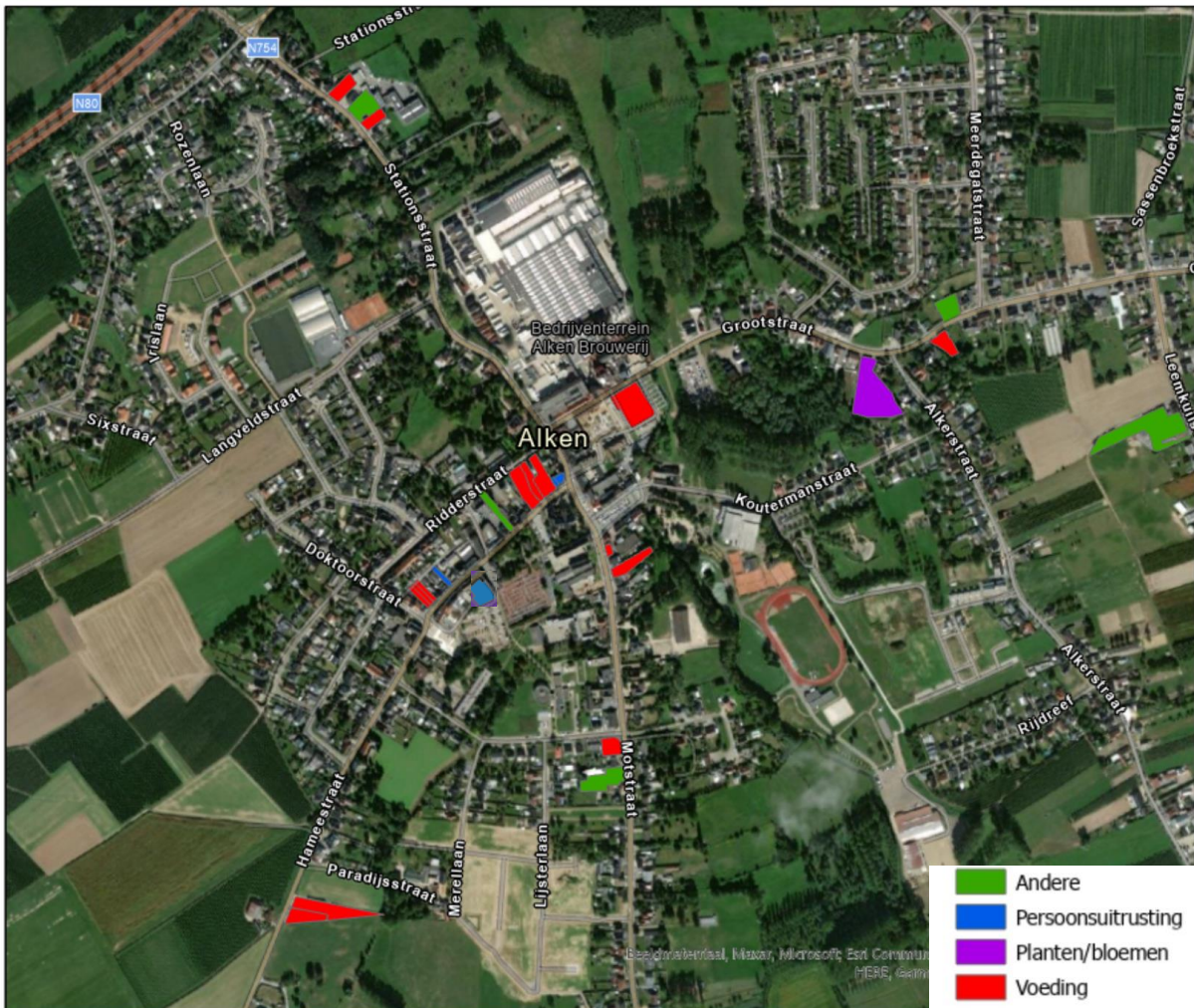


Kaart: functiekaart commerciële activiteiten in het centrum van Alken  
Bron: Locatusbestand

Op onderstaande kaart van Alken centrum zien we de onderverdeling van branches volgens het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB):

- Categorie A: verkoop van voeding
- Categorie B: verkoop van goederen voor persoonsuitrusting
- Categorie C: verkoop van planten, bloemen en goederen voor land- en tuinbouw
- Categorie D: verkoop van andere producten

Het aanbod zonder dienstverlening en horeca bestaat voornamelijk uit het aanbod van voeding.



Kaart: functiekaart commerciële activiteiten in het centrum van Alken  
Bron: Locatusbestand



Onderstaande kaart geeft de verschillende commerciële activiteiten weer in Terkoest nl. het aanbod aan detailhandel, diensten, horeca, transport, brandstoffen en leegstand.

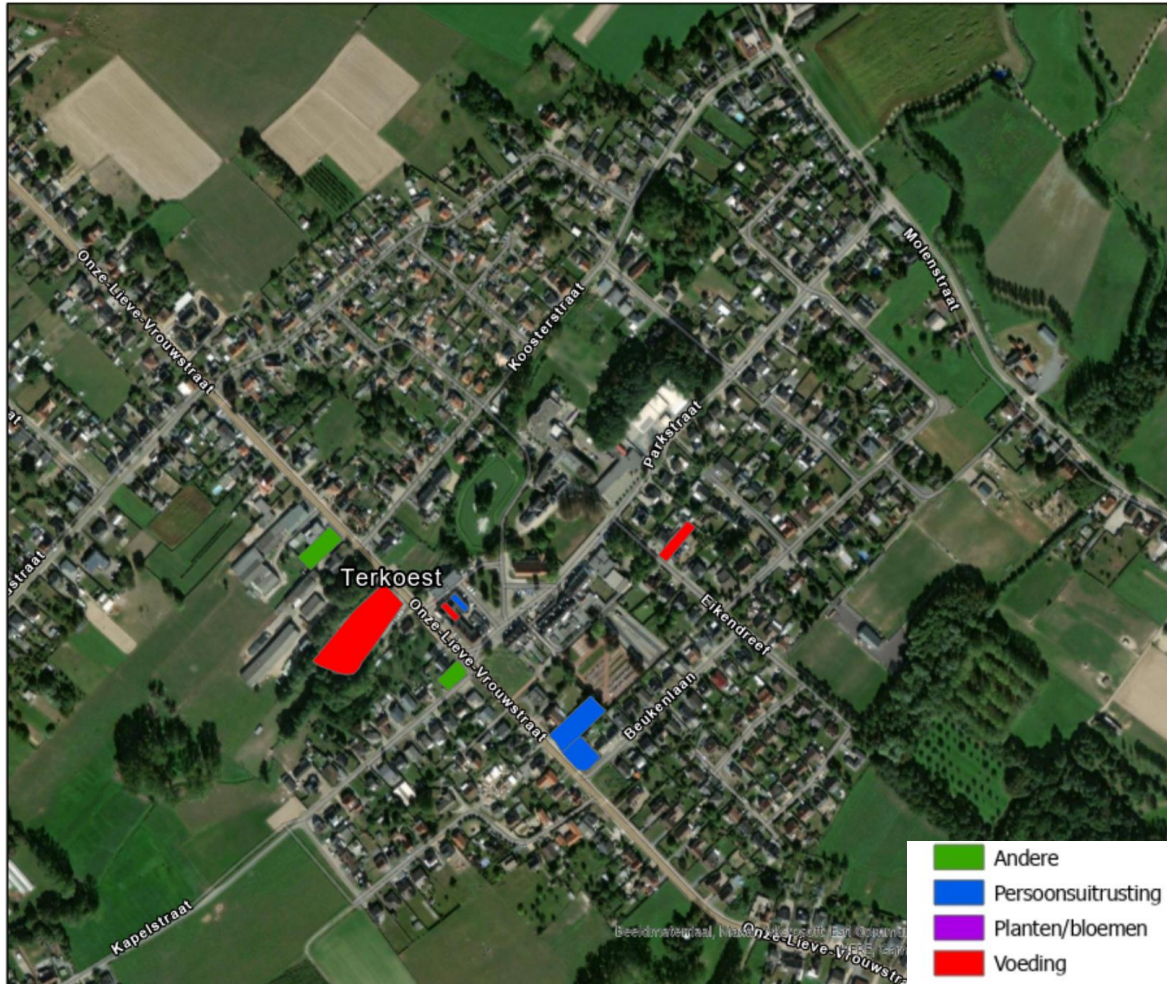
We kunnen zeggen dat er voldoende diensten en detailhandel zijn in Terkoest. Maar er is weinig aanbod van horeca.



Kaart: functiekaart commerciële activiteiten in Terkoest  
Bron: Locatusbestand

Op onderstaande kaart van Terkoest zien we de onderverdeling van branches volgens het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB):

Het aanbod zonder horeca en diensten is erg beperkt. Er blijven maar enkele zaken over, voornamelijk voeding.



*Kaart: functiekaart commerciële activiteiten in Terkoest  
Bron: Locatusbestand*

Onderstaande kaart geeft de verschillende commerciële activiteiten weer in Sint-Joris nl. het aanbod aan detailhandel, diensten, horeca, transport, brandstoffen en leegstand.

We kunnen zeggen dat er weinig aanbod is aan detailhandel en horeca.



Kaart: functiekaart commerciële activiteiten in Sint-Joris  
Bron: Locatusbestand

Op onderstaande kaart van Sint-Joris zien we de onderverdeling van branches volgens het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB):

Het aanbod zonder horeca en diensten is erg beperkt.



Kaart: functiekaart commerciële activiteiten in Sint-Joris  
Bron: Locatusbestand

Onderstaande kaart geeft de verschillende commerciële activiteiten weer op de Steenweg en de Kolmen nl. het aanbod aan detailhandel, diensten, horeca, transport, brandstoffen en leegstand.

We kunnen zeggen dat er een mooi aanbod is aan detailhandel, horeca en diensten. De inwoners van de gemeente kunnen hier dan ook terecht voor alles.



Kaart: functiekaart commerciële activiteiten op de Steenweg en De Kolmen  
Bron: Locatusbestand

Op onderstaande kaart van de Steenweg en De Kolmen zien we de onderverdeling van branches volgens het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB):

Als we horeca en detailhandel weglaten zien we vooral een groot aanbod aan andere in de Kolmen (hobby, doe het zelf zaken, etc....). In de Steenweg is het aanbod divers en liggen de handelspanden versnipperd.



Kaart: functiekaart commerciële activiteiten op de Steenweg en De Kolmen  
Bron: Locatusbestand

Onderstaande kaart geeft de verschillende commerciële activiteiten specifiek weer op de Kolmen nl. het aanbod aan detailhandel, diensten, horeca, transport, brandstoffen en leegstand.

We kunnen zeggen dat er een voldoende aanbod is op het industrieterrein van de Kolmen. De inwoners van de gemeente kunnen hier dan ook terecht voor alles.



Kaart: functiekaart commerciële activiteiten op de Kolmen  
Bron: Locatusbestand

Op onderstaande kaart zien we de onderverdeling van branches volgens het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB):

Als we horeca en detailhandel weglaten zien we vooral een groot aanbod aan andere (wonen, doe-het-zelf, etc....)



*Kaart: functiekaart commerciële activiteiten op de Kolmen  
Bron: Locatusbestand*



## 1.4 Kooporiëntatie (koopstromen)<sup>5</sup>

Voor de gegevens van de koopstromen wordt er gebruik gemaakt van de feitenfiches. Hiervoor wordt de VRIND-indeling gebruikt om te vergelijken. Volgens de VRIND-indeling is Alken ondergebracht in de categorie 'Platteland'. Enkele gemeenten die ook onder deze categorie vallen zijn: Bertem, Boutersem, Diepenbeek, Haacht, Kapelle-Op-Den-Bos, Roosdaal, etc...

### Algemene bevindingen:

- Alken heeft eerder een matige koopbinding, dit wil zeggen in welke mate eigen inwoners in de eigen gemeente kopen, en dit voor alle productcategorieën;
- In vergelijking met de benchmarkgemeenten heeft Alken een lage koopattractie.

### 1.4.1 Koopbinding

#### Bevindingen:

- De koopbinding geeft aan in welke mate eigen inwoners in de eigen gemeente kopen;
- De koopbinding voor dagelijkse goederen bedraagt in Alken 59,1%, wat in vergelijking met andere VRIND-gemeenten een normaal cijfer is;
- Voor periodieke goederen scoort Alken 2,8% lager dan het gemiddelde van de VRIND-gemeenten;
- De koopbinding voor uitzonderlijke goederen bedraagt 32,9% en ligt hiermee hoger dan het gemiddelde van de VRIND-gemeenten.

Koopbinding	Alken	Gemiddelde VRIND
Dagelijkse goederen	59,1%	48,3%
Periodieke goederen	7,8%	10,6%
Uitzonderlijke goederen	32,9%	25,2%
Horeca	35,4%	34,7%
Cultuur	10,5%	22,7%

Tabel: koopbinding Alken

Bron: feitenfiches detailhandel

<sup>5</sup> De gegevens van de koopstromen bestaan nog niet voor de 4 productengroepen van het IHB

### 1.4.2 Koopattractie

Als we kijken naar de koopattractie die Alken uitoefent op haar buurgemeenten – de mate waarin inwoners van een andere gemeente aankopen in Alken – dan merken we dat er weinig koopattractie is van de omliggende buurgemeenten voor alle categorieën in vergelijking met de VRIND-gemeenten. Uitzonderd de categorie ‘horeca’ heeft een veel grotere koopattractie dan de buurgemeenten.

Koopattractie	Alken	Gemiddelde VRIND
Dagelijkse goederen	15,9%	15,2%
Periodieke goederen	21,3%	32,0%
Uitzonderlijke goederen	28,6%	34,2%
Horeca	39,5%	29,9%
Cultuur	10,4%	16,2%

Tabel: koopattractie Alken  
Bron: feitenfiches detailhandel

### 1.4.3 Koopvlucht

De koopvlucht verwijst naar de mate waarin inwoners goederen in een andere gemeente kopen. De totale koopvlucht bedraagt 100%-koopbinding.

#### Bevindingen:

- De koopvlucht voor dagelijkse goederen gaat voornamelijk naar Hasselt, Sint-Truiden, Kortesseem, Bilzen en Wellen (14,6%).

Koopvlucht	Alken
Dagelijkse goederen	80,9%

Tabel: koopvlucht Alken  
Bron: feitenfiches detailhandel

### 1.4.4 Update koopstromen 2019

In de vorige edities van de feitenfiches waren de koopstromen gebaseerd op het consumentenonderzoek n.a.v. de interprovinciale studie Detailhandel uit 2014. In plaats van een consumentenonderzoek, kiest men er nu voor om zich te baseren op de koopstromen uit Retail Compass, het intelligent koopstromenmodel dat de Vlaamse provincies gebruiken voor berekening van verzorgingsgebieden en impactanalyses. In het model worden de koopstromen naar de winkelgebieden in Vlaanderen berekend op basis van filegevoelige reistijden, aanbod en andere winkelgebiedskennmerken (sfeer en gezelligheid, micro-bereikbaarheid, cluster-effecten, ...). Door gebruik te maken van dit model kan men koopstromen berekenen voor de categorieën Dagelijkse aankopen, Periodieke aankopen, en voor Uitzonderlijke aankopen wordt dit opgesplitst in ‘In en om de woning’, ‘Bruin- en witgoed’ en ‘Doe-het-zelf’.

Bevindingen:

- **Dagelijkse goederen**
  - o De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten van Sint-Truiden, Hasselt, Wellen, Nieuwerkerken en Borgloon;
  - o De inwoners van Alken besteden 19,1% van het budget aan dagelijkse goederen in de eigen gemeenten (=koopbinding) en 80,9% in winkels buiten hun eigen gemeenten (koopvlucht);
  - o De inwoners van Alken die hun budget voor dagelijkse goederen elders spenderen, gaan voornamelijk naar Hasselt, Sint-Truiden, Kortesseem, Bilzen en Wellen.
- **Periodieke goederen**
  - o Er is onvoldoende winkelaanbod voor deze sector waardoor men geen feiten kan weergeven.
- **Bruin- en witgoed**
  - o Er is onvoldoende winkelaanbod voor bruin- en witgoed waardoor men geen feiten kan weergeven.
- **Doe-het-zelf**
  - o De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van Hasselt, Wellen, Sint-Truiden, Nieuwerkerken en Borgloon;
  - o De inwoners van Alken besteden 40,5% van het budget voor doe-het-zelf in de eigen gemeente (koopbinding) en 59,5% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht);
  - o De inwoners van Alken die hun budget voor doe-het-zelf elders spenderen, gaan voornamelijk naar Hasselt, Sint-Truiden, Kortesseem, Wellen en Genk.
- **In en om de woning**
  - o De koopattractie bestaat voornamelijk uit klanten afkomstig van Hasselt, Sint-Truiden, Wellen, Nieuwerkerken en Borgloon;
  - o De inwoners van Alken besteden 19,4% van het budget voor in en om de woning in de eigen gemeente (koopbinding) en 80,6% in winkels buiten hun eigen gemeente (koopvlucht);
  - o De inwoners van Alken die hun budget voor in en om de woning elders spenderen, gaan voornamelijk naar Hasselt, Sint-Truiden, Nieuwerkerken, Riemst en Diepenbeek.

*1.4.4.1. Vergelijken benchmarkgemeenten*

We vergelijken de koopbinding en koopvlucht van Alken met de benchmarkgemeenten in onderstaande tabel:

Koopbinding	Dagelijkse goederen	Periodieke goederen	Bruin- en witgoed	Doe-het-zelf	In en om de woning
Alken	19,1%	X	X	40,5%	19,4%
Bertem	13,8%	X	X	X	X
Boutersem	13,0%	X	X	31,5%	X
Diepenbeek	33,1%	5,9%	X	29,6%	18,3%
Haacht	39,1%	14,8%	X	X	14,5%
Kapelle-op-den-bos	22,4%	X	22,8%	X	X
Roosdal	15,5%	4,1%	X	43,4%	26,6%
Rotselaar	17,7%	X	16,5%	18,8%	15,8%
Vosselaar	32,5%	X	X	X	6,7%
Zonhoven	34,6%	10,4%	32,9%	51,6%	12,8%

*Tabel: koopbinding benchmarkgemeenten  
Bron: feitenfiches detailhandel*

Koopvlucht	Dagelijkse goederen	Periodieke goederen	Bruin- en witgoed	Doe-het-zelf	In en om de woning
Alken	80,9%	X	X	59,5%	80,6%
Bertem	86,2%	X	X	X	X
Boutersem	87,0%	X	X	68,5%	X
Diepenbeek	66,9%	94,1%	X	70,4%	81,7%
Haacht	60,9%	85,2%	X	X	85,5%
Kapelle-op-den-bos	77,6%	X	77,2%	X	X
Roosdal	84,5%	95,9%	X	56,6%	73,4%
Rotselaar	82,3%	X	83,5%	81,2%	84,2%
Vosselaar	67,5%	X	X	X	93,3%
Zonhoven	65,4%	89,6%	67,1%	48,4%	87,2%

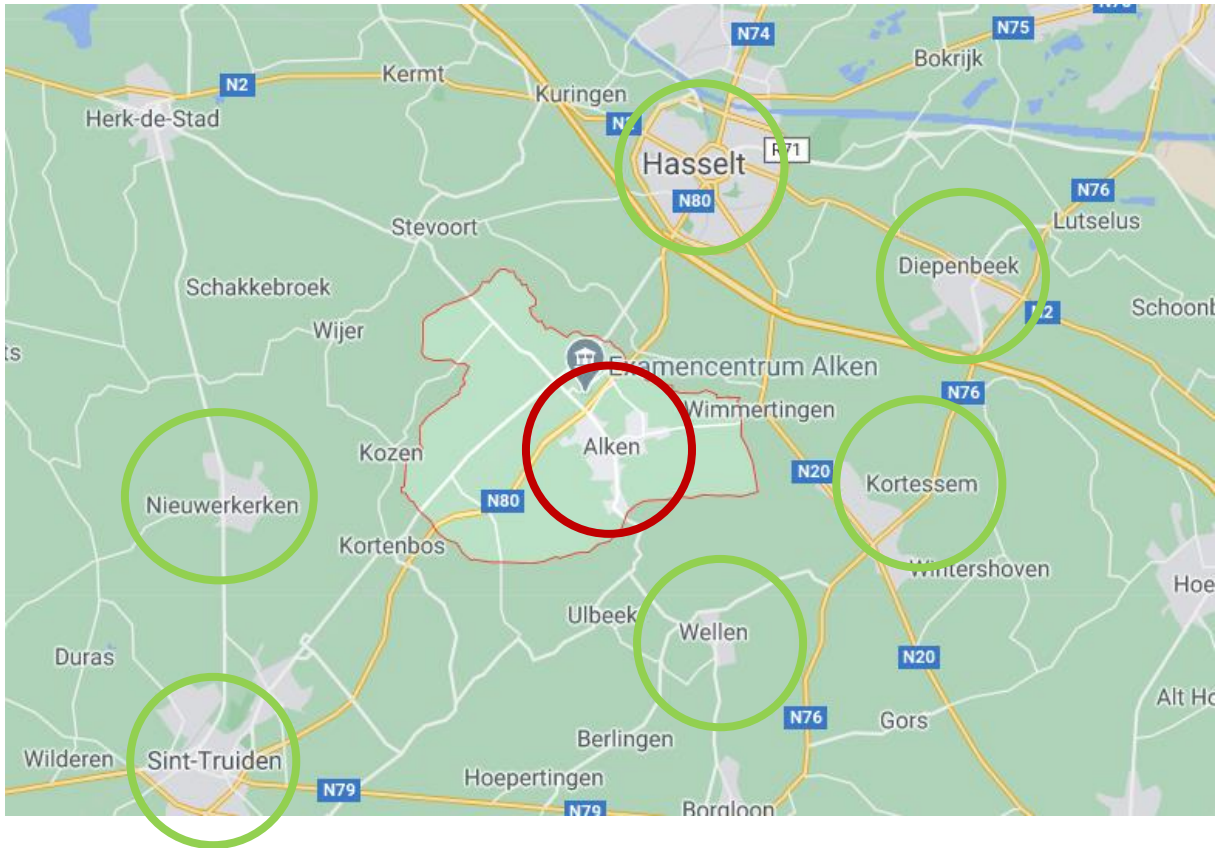
*Tabel: koopvlucht benchmarkgemeenten  
Bron: feitenfiches detailhandel*

### Bevindingen:

- Op vlak van dagelijkse goederen scoort Alken gemiddeld op basis van de koopbinding, in vergelijking met de benchmarkgemeenten. De gemeenten Haacht (39,1%), Zonhoven (34,6%), Diepenbeek (33,1%) en Vosselaar (32,5%) hebben een hogere koopbinding dan Alken;
- Ook bij 'doe-het-zelf' scoort Alken gemiddeld. Er zijn twee gemeenten die een hogere koopbinding hebben in deze categorie, namelijk Roosdal (43,4%) en Zonhoven (51,6%). Voor bepaalde gemeenten was deze info niet beschikbaar;
- Bij de categorie 'in en om de woning' heeft Alken een betere koopbinding dan de benchmarkgemeenten. Enkel Roosdal heeft een hogere koopbinding (26,6%).

## 1.5 Concurrentieanalyse

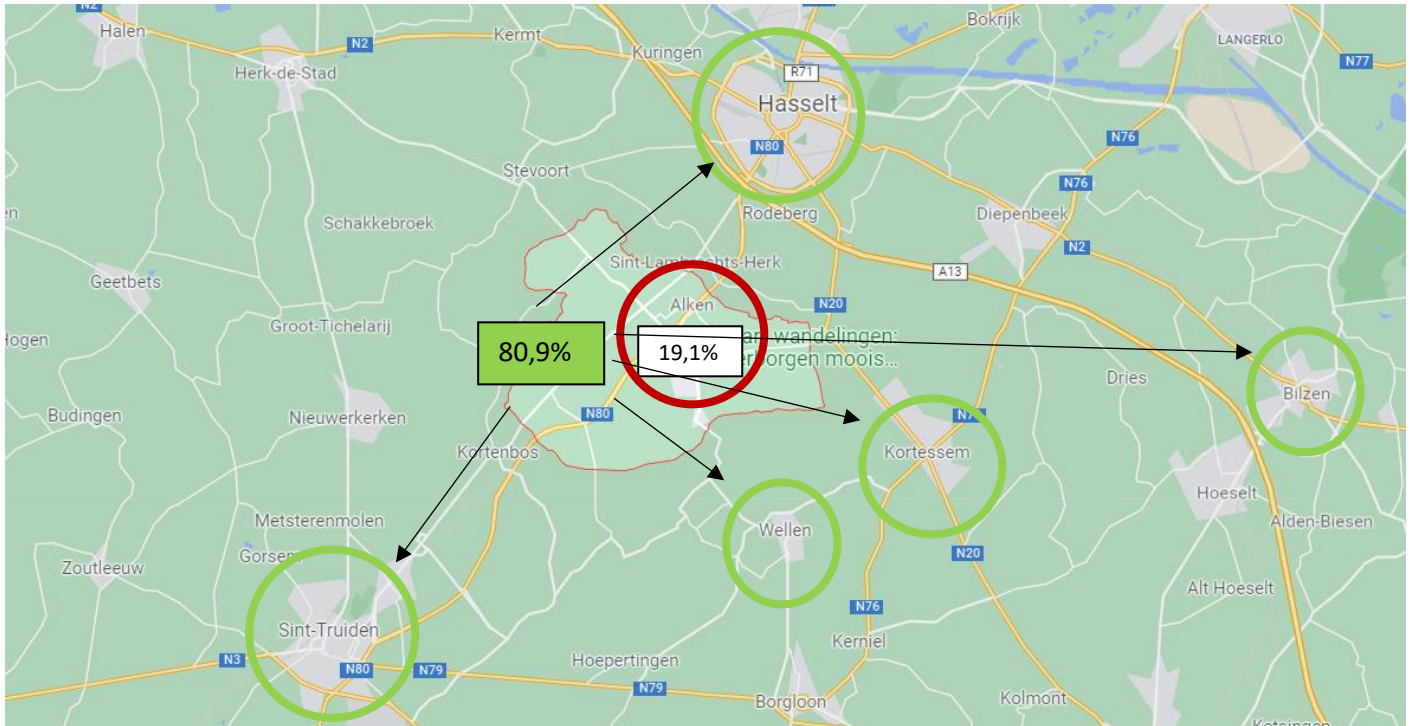
Zoals hierboven beschreven kent Alken een lagere koopbinding en -attractie dan vergelijkbare steden en gemeenten. Hierdoor ontstaat er een hogere koopvlucht, voornamelijk naar de steden en gemeenten Hasselt, Sint-Truiden, Kortesseem, Diepenbeek, Nieuwerkerken en Wellen.



## 1.5.1 Koopvlucht

### 1.5.1.1 Koopvlucht dagelijkse goederen

Op onderstaande afbeelding zien we de koopvlucht van dagelijkse goederen van Alken. 19,1% van de inwoners van Alken besteden hun budget aan dagelijkse goederen in de gemeente zelf. De overige 80,9% van de inwoners van Alken besteden voornamelijk hun budget in Hasselt, Sint-Truiden, Kortesseem, Bilzen en Wellen.



	Aantal winkelpunten	Totaal WVO (m <sup>2</sup> )
Alken	34	4.884
Hasselt	237	59.731
Sint-Truiden	145	24.163
Kortesseem	19	4.683
Bilzen	78	15.465
Wellen	16	2.037

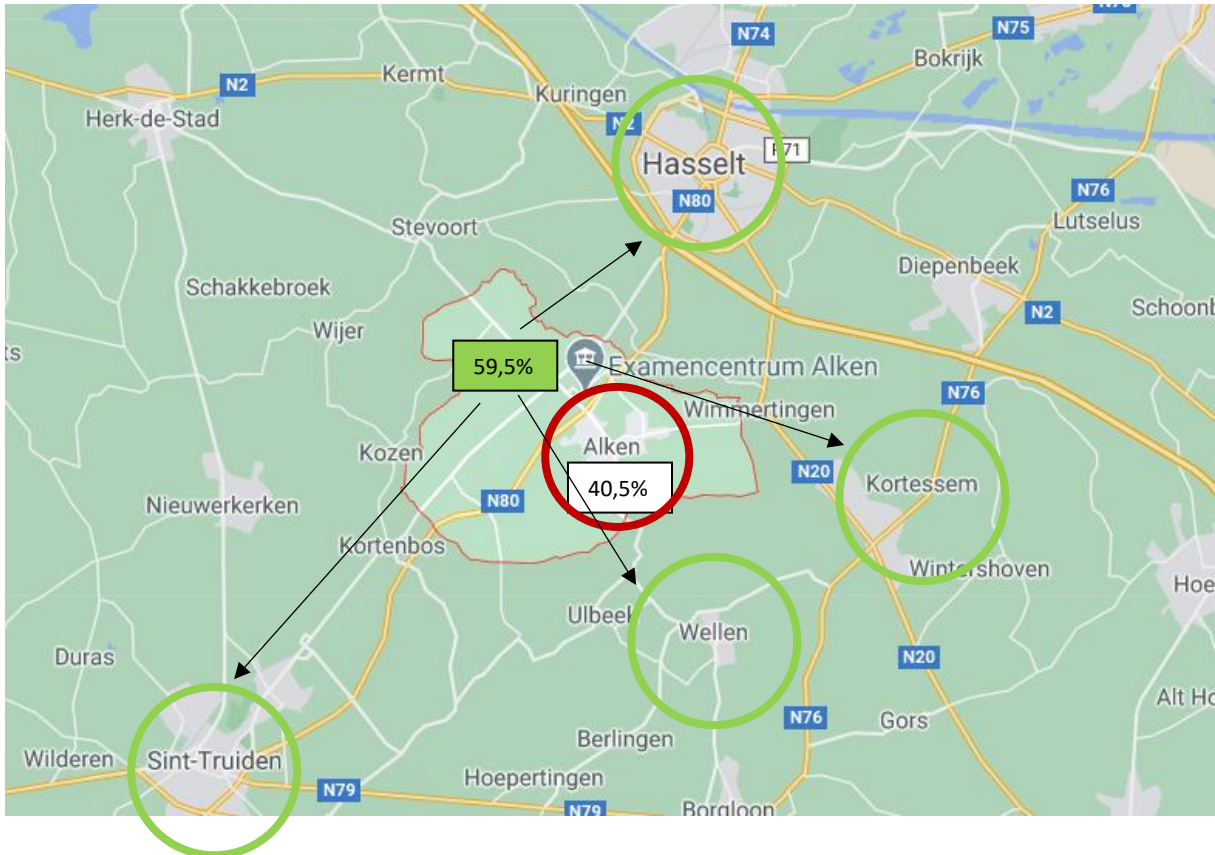
Tabel: koopvlucht dagelijkse goederen  
Bron: provincie.incijfers

### Bevindingen:

- In Hasselt zijn er het meeste winkelpunten voor dagelijkse goederen, daarnaast is de totale WVO dagelijkse goederen ook het hoogst (59.731 m<sup>2</sup>). Hieruit kunnen we afleiden dat het aanbod het grootst is van dagelijkse goederen in Hasselt;
- Ook Sint-Truiden en Bilzen hebben meer winkelpunten en een hoger WVO;
- Het grootste percentage van de koopvlucht van Alken zal naar Hasselt, Sint-Truiden en Bilzen gaan;
- Qua dagelijkse goederen heeft Alken wel een groter aanbod dan Kortesseem en Wellen.

### 1.5.1.2 Koopvlucht doe-het-zelf

Op onderstaande afbeelding zien we de koopvlucht van 'doe-het-zelf' van Alken. 40,5% van de inwoners van Alken besteden hun budget aan 'doe-het-zelf' in de gemeente zelf. De overige 59,5% van de inwoners van Alken besteden voornamelijk hun budget in Hasselt, Sint-Truiden, Kortesseem en Wellen.



	Aantal winkelpunten	Totaal WVO (m <sup>2</sup> )
Alken	9	3.736
Hasselt	33	17.688
Sint-Truiden	21	11.865
Kortesseem	2	279
Wellen	1	75

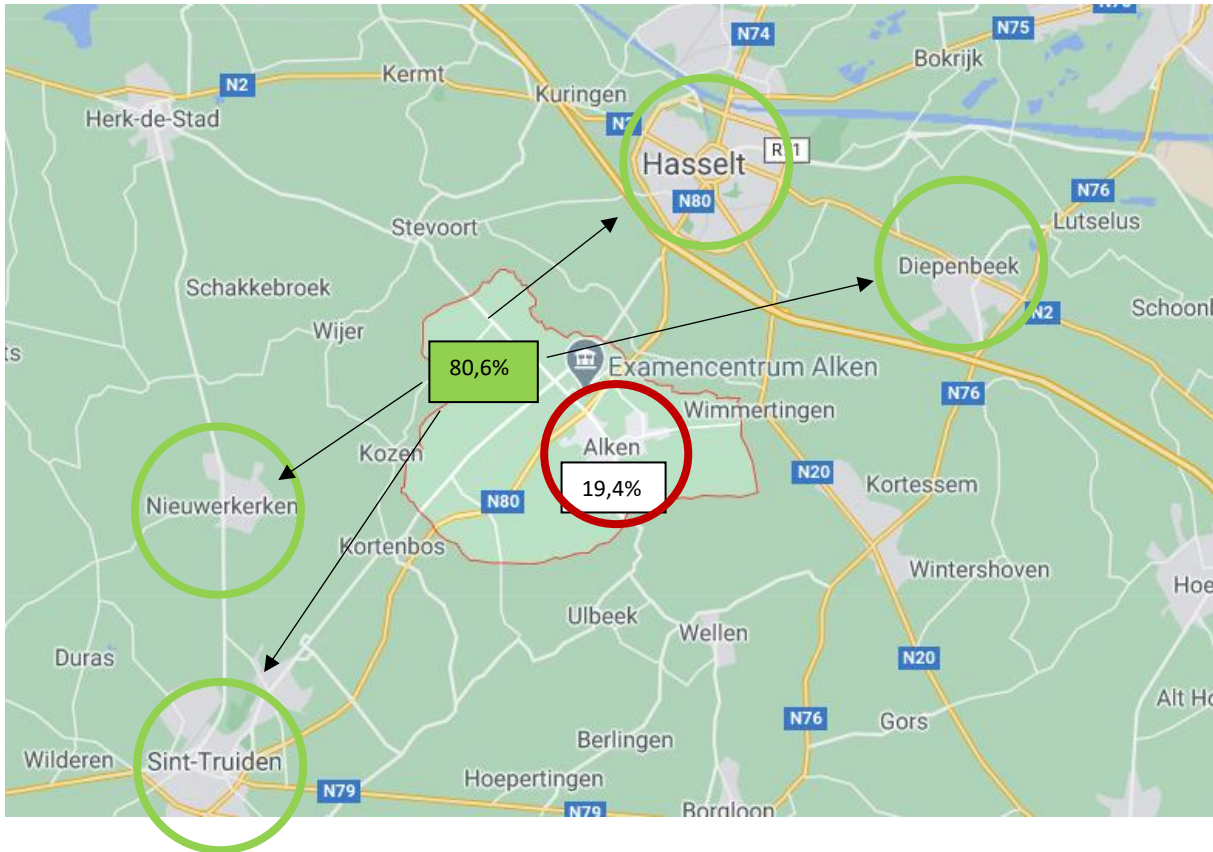
Tabel: koopvlucht doe-het-zelf  
Bron: provincie.incijfers

### Bevindingen:

- In Hasselt zijn er het meeste winkelpunten voor doe-het-zelf, daarnaast is de totale WVO doe-het-zelf ook het hoogst (17.688 m<sup>2</sup>). Hieruit kunnen we afleiden dat het aanbod het grootst is in Hasselt;
- Ook Sint-Truiden heeft meer winkelpunten en een hoger WVO;
- Het grootste percentage van de koopvlucht van Alken zal naar Hasselt en Sint-Truiden gaan;
- Alken heeft wel meer aanbod dan Kortesseem en Wellen.

### 1.5.1.3 Koopvlucht in en om de woning

Op onderstaande afbeelding zien we de koopvlucht van 'in en om de woning' van Alken. 19,4% van de inwoners van Alken besteden hun budget aan 'in en om de woning' in de gemeente zelf. De overige 80,6% van de inwoners van Alken besteden voornamelijk hun budget in Hasselt, Sint-Truiden, Nieuwerkerken en Diepenbeek.



	Aantal winkelpunten	Totaal WVO (m <sup>2</sup> )
Alken	13	7.748
Hasselt	100	103.179
Sint-Truiden	44	18.080
Nieuwerkerken	5	1.791
Diepenbeek	16	9.729

Tabel: koopvlucht in en om de woning  
Bron: provincie.incijfers

### Bevindingen:

- Net zoals de andere categorieën heeft Hasselt het meeste winkelpunten voor in en om de woning, daarnaast is de totale WVO ook het hoogst (103.179 m<sup>2</sup>). Hieruit kunnen we afleiden dat het aanbod het grootst is in Hasselt;
- Ook Sint-Truiden en Diepenbeek hebben meer winkelpunten en een hoger WVO;
- Het grootste percentage van de koopvlucht van Alken zal naar Hasselt en Sint-Truiden gaan;
- Alken heeft wel meer aanbod dan Nieuwerkerken.

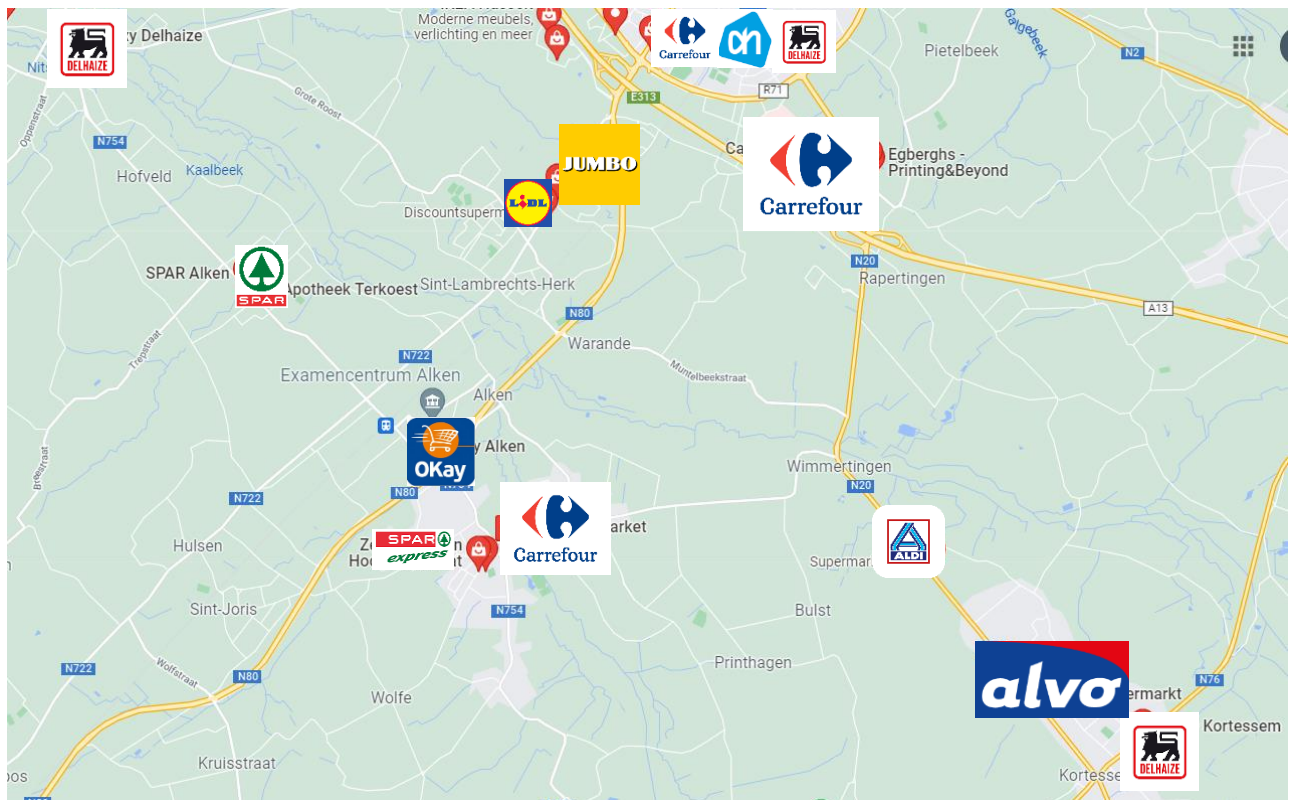


### 1.5.2 Concurrentie supermarkten

In Alken zijn er vier supermarkten, waaronder 1 Carrefour van 1326 m<sup>2</sup> WVO. De overige drie supermarkten zijn een Okay, Spar en Spar express. In de nabijheid van Alken zijn er nog veel verschillende supermarkten. In Hasselt zijn er in totaal 34 supermarkten, waaronder een grote Carrefour, Colruyt, Albert Heijn en Delhaize. De gemiddelde afstand naar deze supermarkten is ongeveer 10 kilometer. Daarnaast zijn er in de dichte nabijheid ook nog supermarkten in de buurgemeenten:

- Kortessem: Alvo, Delhaize en Aldi
- Sint-Lambrechts-Herk: Jumbo en Lidl
- Stevoort: Delhaize

Tenslotte zijn er ook nog veel supermarkten in Sint-Truiden, maar deze liggen verder dan 13 kilometer van het centrum van Alken.



## 1.6 Economisch functioneren

Wanneer we vraag en aanbod tegen elkaar afzetten, verkrijgen we meer inzicht in het huidige economisch functioneren van de detailhandel in Alken. Uit de analyse volgt de vloerproductiviteit (= gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> WVO). In deze paragraaf zullen we kijken of en in welke mate deze positief of negatief afwijkt van het Vlaamse gemiddelde.

### 1.6.1 Uitgangspunten

De gemeente Alken telt op 01/01/2021, 11.694 inwoners. Het inwonersaantal in Alken zal tegen 2035 stijgen tot 12.240 inwoners (= stijging van 4,7%) volgens een prognose van de Studiedienst van de Vlaamse regering.

Het gemiddelde bestedingsbedrag per persoon voor voeding ligt in Vlaanderen op 2.833 euro per hoofd. Het gemiddelde bestedingsbedrag per persoon voor persoonsuitrusting bedraagt 1.113 euro per hoofd en voor andere producten 2.624 euro per hoofd. De welvaartindex van Alken bedraagt 111%. Aangezien het gemiddelde inkomen in Alken dus hoger ligt dan het gemiddelde inkomen in Vlaanderen, heeft dit een impact op de gemiddelde bestedingen. In Alken ligt deze dus iets hoger.

De cijfers voor koopbinding en koopattractie halen we uit de studie van het Kennisnetwerk Detailhandel (2016). In de dagelijkse sector bedraagt de koopbinding in Alken 59,1%. De koopbinding voor periodieke goederen in Alken bedraagt 7,8% en voor uitzonderlijke goederen 32,9%. Deze informatie is terug te vinden op de gemeentelijke feitenfiches uit de interprovinciale studie detailhandel (editie 2016). Er zijn nog geen cijfers voor koopbinding en koopattractie beschikbaar voor de 4 productgroepen volgens het Integraal Handelsvestigingsbeleid. Om deze reden stellen we de koopbinding van de dagelijkse sector gelijk aan die van voeding, de koopbinding van periodieke goederen aan die van persoonsuitrusting en de koopbinding van uitzonderlijke goederen aan die van andere producten. De categorie C (goederen uit land- en tuinbouw, planten en bloemen), weegt niet zwaar door in het totaal en wordt uit deze berekening gehaald.

## 1.6.2 Huidig functioneren

In de volgende tabel wordt de omzet per m<sup>2</sup> voor Alken berekend:

	<b>Voeding</b>	<b>Persoonsuitrusting</b>	<b>Andere</b>
Inwonertal	11694	11694	11694
Bestedingen per hoofd	2.833 €	1.113 €	2.624 €
Bestedingen per hoofd gecorrigeerd voor Alken	2.911 €	1.174 €	2.768 €
Bestedingspotentieel (mln)	34,04 €	13,73 €	32,37 €
Koopkrachtbinding (%)	59,1%	7,8%	32,9%
Gebonden bestedingen (mln)	20,12 €	1,07 €	10,65 €
Koopkrachttoevloeiing (%)	15,9%	21,3%	28,6%
Omzet door toevloeiing (mln)	3,80 €	0,29 €	4,27 €
Totale omzet (mln)	23,92 €	1,36 €	14,92 €
WVO totaal (m <sup>2</sup> )	4699,0	783,0	9880,0
Referentieomzet VL per m <sup>2</sup> WVO	5.764,46 €	2.807,52 €	2.293,07 €
Benodigde opp. obv. ref. omzet	4150	485	6505
Marktruimte m <sup>2</sup> WVO	-549	-298	-3375
Marktruimte %	-11,69%	-38,09%	-34,16%

### Bevindingen:

#### - **Voeding**

- Momenteel wordt in Alken bij voeding een omzet gerealiseerd van 23,92 miljoen euro. 20,12 miljoen euro komt uit de eigen gemeenten en 3,80 miljoen euro komt door toevloeiing (mensen vanuit andere gemeenten). Alken heeft een totale WVO m<sup>2</sup> van 4.699 m<sup>2</sup> voor voeding. In Vlaanderen is er een referentieomzet van 5.764,46 euro per m<sup>2</sup> WVO. Voor Alken betekent dit dat er een benodigde oppervlakte van 4.150 m<sup>2</sup> nodig is om de referentieomzet te behalen. Hieruit kunnen we concluderen dat er een marktruimte is van - 549 m<sup>2</sup> voor voeding in Alken.

#### - **Persoonsuitrusting**

- Bij persoonsuitrusting zien we een gebonden besteding van 1,07 miljoen euro. De omzet door toevloeiing komt neer op 0,29 miljoen euro. De totale omzet voor persoonsuitrusting in Alken komt neer op 1,36 miljoen euro. In totaal is er momenteel 783 m<sup>2</sup> WVO aan persoonsuitrusting in Alken. In Vlaanderen is er een referentieomzet van 2.807,52 euro per m<sup>2</sup>. Alken heeft dus nog een marktruimte vrij van -298 m<sup>2</sup> WVO aan persoonsuitrusting

#### - **Andere producten**

- Bij de productgroep 'andere producten' zien we een besteding per hoofd terug van 2.768 euro. De koopbinding bedraagt 32.9 % waardoor er een gebonden besteding is van 10,65 miljoen euro. Uit koopkrachttoevloeiing haalt Alken een omzet van 4,27 miljoen euro waardoor er een totale omzet van 14,92 miljoen euro gerealiseerd wordt in de categorie andere producten. In totaal is er 9.880,0 m<sup>2</sup> WVO aanwezig in deze categorie. De benodigde oppervlakte bedraagt 6.505 m<sup>2</sup> WVO waardoor er een marktruimte is van -3.375 m<sup>2</sup> WVO voor andere producten in Alken.

*Let op: deze berekening is een theoretische benadering en houdt geen rekening met werkelijke waarden (denk: huurprijzen, andere kosten, ...)*

## 1.7 Trends en ontwikkelingen

### 1.7.1 Trends aan de aanbodzijde

#### **Clustering van winkels**

Winkels vinden het prettig om in elkaars nabijheid te zitten. Grote winkelgebieden worden groter en aantrekkelijker. Niet alleen neemt daarmee het aantal bezoeken om naar een winkel (centrum) te gaan toe, maar dit leidt ook tot combinatiebezoek van winkels (kruisbestuiving). Een langere verblijfsduur en meer bestedingen zijn hiervan het gevolg.

#### **Schaalvergroting en schaalverkleining**

Winkels worden steeds groter. Vooral op baanwinkelloccaties zien we de schaalvergroting optreden. Echter ook in binnenstedelijke gebieden worden winkels steeds groter. Door de toenemende schaalvergroting zijn kleine voorzieningen in dorpskernen en woonwijken onder druk komen te staan. Daarentegen zijn ook kleine, zeer gespecialiseerde winkels in binnensteden en buurten in opkomst. Voorbeelden hiervan zien we in de dorpen en woonwijken met bijvoorbeeld kleine supermarkten (Carrefour Express, Carrefour Contact).

#### **Vervloeiing van het centrum en perifeer gelegen aanbod**

Het traditionele retailpatroon waarbij de boodschappen plaatsvinden in de woonbuurt, vrijetijdsartikelen in een centrumgebied en doelaankopen plaatsvinden bij baanwinkels blijkt te verzwakken. Zo kunnen dagelijkse producten ook in de binnenstad of in de periferie worden aangeboden. Zo zijn ook bepaalde ketens zowel in de binnenstad als aan de rand van de stad aanwezig (bijvoorbeeld Hema).

#### **Blurring**

Om de consument te binden en als gevolg van de toenemende concurrentie nemen winkels steeds meer branchevreemde producten en diensten in hun assortimenten op. Winkels met een horecagedeelte, supermarkten die een fotoservice en/of een stomerij exploiteren, ... We zien bijvoorbeeld dat kledingmerken naast hun kleding ook aanvullende assortimenten gaan voeren om de merkbeleving nog sterker te maken (accessoires, schoenen, ...). Hiertegenover staat dat er in een aantal gevallen juist sprake is van specialisatie (nicheaanbod). Hier biedt de verkoper een dieper assortiment met meer service aan. De idee hier is dat men zich beter specialiseert in een beperkt aanbod voor een nichepubliek, dan alles aan iedereen aan te bieden (bijvoorbeeld winkel met enkel voedingsproducten voor consumenten met een allergie). Tevens wil de consument terug gebruik maken van de oude ambachten (authenticiteit). Het is een vorm van beleving om bijvoorbeeld je schoenen te gaan repareren bij een authentieke schoenmaker of je baard te laten trimmen met scheermes door een barbier.



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



Voorbeelden branchevervaging – Wasbar en boekencafé



Voorbeelden authenticiteit – Barbershop en Schoenenfabriek

**Versterking van de beleving**

Fysiek winkelen moet tegenwoordig een beleving zijn. Consumenten moeten een reden hebben om een fysieke zaak te bezoeken. De consument wil verrast worden, wil dingen ondervinden en wil het aangename aan het nuttige koppelen. Ook in de winkels zelf zien we in toenemende mate andere functies of combinaties ontstaan, zoals bijvoorbeeld try & buy in winkels, evenementen, seminars, cursussen/workshops in winkels. Consumenten vinden het leuk als hun vijf zintuigen worden aangesproken: handelaars proberen dan ook meer in te spelen op horen - zien - ruiken - voelen - smaken. Ook het gebruik van technologie kan een belangrijk element zijn in het creëren van beleving. Denk bijvoorbeeld aan het aanbieden van gratis wifi, ontwikkelen van een eigen app, interactieve informatiekiosken, ....



Voorbeeld beleving – Duiktoren Todi (Beringen)

### **Personeel maakt het verschil**

Ondernemers kunnen het verschil met grotere ketens/winkelcentra maken via hun personeel. Authentieke vriendelijkheid, een persoonlijk gesprek, ... worden gewaardeerd door de consument. Verkopers die kunnen inspelen op de persoonlijke voorkeuren en smaken van de consument hebben altijd een stapje voor.

### **Nationale en internationale organisaties expanderen (internationalisering)**

Nationale en internationale detailhandelsorganisaties nemen in belang toe en bereiken een steeds hogere dekkingsgraad dankzij een fijnmaziger distributienet.

### **Buurtwinkels winnen terrein**

Door de sterke vergrijzing en het toenemende aantal alleenstaanden en tweepersoonshuishoudens zal het aantal kleine buurtwinkels en kleine supermarkten de komende jaren gaan toenemen. Hypermarkten zullen als gevolg hiervan hun marktaandeel zien dalen.

### **Verruimde openingstijden**

Momenteel gaat een discussie over de avondopenstelling en zondagse openstelling van winkels. De wetgeving regelt de verplichte wekelijkse rustdag, de beperking van de winkelopeningstijden en het zondagswinkelen. Gemeenten die erkend zijn als toeristisch centrum kunnen verregaande verruiming krijgen op de openingstijden en daardoor de rustdag loslaten. In de praktijk blijkt dat keten- en filiaalbedrijven eenvoudiger kunnen inspelen op de verruiming van de openingstijden dan zelfstandigen.

### **Nieuwe winkelconcepten**

De drang naar beleving werkt nieuwe concepten in de hand zoals de nieuwste generatie Lidl-winkel tot de kledingsupermarkt The Butcher Boy (zie onderstaande foto). In deze spraakmakende winkel kunnen klanten met hun winkelmandje of kar de gangpaden doorkruisen om zo langs koelvitruines gevuld met kleding en accessoires te wandelen.



**The Butcher Boy - Rotterdam**

### Omnichannel-aanpak

De moderne handelaar zet de klant centraal. Een omnichannelaanpak is hiervoor de meest geschikte methode. Bij een omnichannelbeleving krijgt de klant dezelfde indruk en beleving over verschillende kanalen heen. Hij wordt consistent behandeld ongeacht het kanaal dat hij gebruikt. Ondernemers moeten hierop inspelen en niet langer in functie van aparte (verkoop- en communicatie) kanalen denken. De klant denkt immers ook niet in functie van kanalen. Klanten verwachten te kunnen kopen, een afspraak vast te leggen alsook zich te informeren en te laten begeleiden, overal, eender waar, ongeacht het toestel of het kanaal en zelfs, als het even kan, op het meest gepaste tijdstip.



Omnichanneling

### Gemakswinkelen

De consument kiest behalve voor fun vaak voor runshopping. Vaak betreft het producten waar minder emotie bij te pas komt en die gericht worden aangekocht. Ligging, gratis parking en keuzemogelijkheden werken dit gemak in de hand. Dit gemakswinkelen kan meer te lijden hebben onder e-commerce dan bijvoorbeeld het recreatief winkelen in de binnenstad omdat internet het 'gemaks'-kanaal bij uitstek is. Online is er geen enkele extra handeling nodig buitenhuis.

### Hernieuwde aandacht voor de fysieke winkel

Fysieke winkels zullen blijven bestaan, maar krijgen wel een andere rol en invulling. Consumenten verwachten dat de winkel, naast het traditionele verkooppunt, ook de rol opneemt van inspiratiepunt, ophaalpunt, servicepunt, ... De winkel wordt het fysieke uithangbord van een 'merk'. Ondernemers die inzetten op winkelbeleving kunnen zich gaan onderscheiden van zowel de online (snelheid, efficiëntie, gemak, ...) als de offline concurrentie.

### Marketing 2.0

Bij guerillamarketing en virale marketing (bijv. via sociale media) staan ludieke/creatieve acties of bijzondere stunts centraal die op sociale media gedeeld kunnen worden. Deze worden gedeeld waardoor de beelden viraal gaan. Deelbare content maken voor op sociale media is een slimme strategie om met een beperkt budget een grote doelgroep te bereiken. Via deze marketingtechnieken kan een ondernemer zijn boodschap op een budget vriendelijke manier verspreiden. Het is van belang dat een zaak af en toe op een originele manier reclame maakt, om zo op te vallen tussen de 'massa'.

## 1.7.2 Trends aan de vraagzijde

### **Toenemende vergrijzing en kleinschalige huishoudens**

De trend naar kleinschalige huishoudens en een toenemend aantal ouderen zijn de belangrijkste kenmerken in de evolutie van de bevolkingssamenstelling. Een andere evolutie die we zien bij de consument is een gewijzigde gezinssamenstelling: er zijn steeds meer en meer kleinschalige huishoudens (zoals eenpersoonsgezinnen), ongehuwd samenwonenden, ... Kleinere huishoudens met veelal tweeverdieners en een toenemend aantal ouderen impliceren dat gemak en comfort bij het winkelen en het boodschappen doen meer en meer op prijs wordt gesteld en men in toenemende mate belang hecht aan een juiste prijs-kwaliteitverhouding. Daarenboven wordt het volume van de aankopen kleiner. Een toename van het aantal ouderen betekent ook dat buurtwinkels in toenemende mate een sociale functie zullen krijgen. Grote supermarktketens spelen hier reeds op in. Ook leven de nieuwe senioren met meer luxe door hun sterkere financiële situatie vergeleken met de situatie van hun leeftijdsgenoten uit de voorgaande generaties. Belangrijk ook is dat ouderen meer geneigd zijn om trouw te blijven aan kwalitatief betere merken en minder impulsaankopen verrichten. De ouderen van vandaag gedragen zich bovendien jong van geest, zijn gezonder en actiever dan vroeger. Zo blijven ze geld spenderen aan reizen, etentjes, ... (SKI-generatie)<sup>6</sup>

### **Spanningsveld mobiliteit**

Het autobezit in België neemt nog steeds toe. Momenteel heeft nagenoeg bijna elk Belgisch huishouden een auto ter beschikking. Dat heeft als gevolg dat de actieradius voor het winkelen of het doen van boodschappen sterk is vergroot. Dit stelt de hedendaagse consument dan ook in staat om in toenemende mate ook buiten zijn eigen woonplaats te winkelen of boodschappen te doen. Consumenten willen langer reizen om te shoppen als het de moeite is. Bereikbaarheid en mobiliteit hebben een effect op de aantrekkingskracht van bepaalde winkelgebieden naar consumenten toe. De opkomst van perifere baanwinkels en grote winkelcentra zal een steeds grotere concurrentie vormen voor (kleinere en middelgrote) centrale winkelgebieden. Winkelen in het eigen stadscentrum is niet langer noodzakelijk. De afstand tot grote kleppers als Antwerpen en Gent en minder grote trekkers als Hasselt, Leuven of Brugge is relatief beperkt. Maar er is ook een ander fenomeen. Door de vergrijzing zijn meer en meer mensen in mindere mate afhankelijk van mobiliteit of kunnen dat niet meer zijn. Zij zoeken de nabijheid van voorzieningen op, vaak in of in de buurt van hun (vroegere) woonplaats. Indien ze verhuizen naar een meer comfortabele en aangepaste woning, zoeken zij ook stevast centrumgebieden of dorpskernen op met een goede bereikbaarheid van openbaar vervoer en een brede waaier aan maatschappelijke, publieke en commerciële diensten. Veel kleinere gemeenten hebben de afgelopen jaren geïnvesteerd in een ruim woningaanbod in of nabij de handelskern. Bewoners kunnen vandaag dus al genieten van de voornaamste voorzieningen op wandelafstand.

### **De consument wordt steeds beter geïnformeerd**

Door de steeds hogere internetpenetratie is de hedendaagse consument veel beter geïnformeerd dan vroeger en kan hij kritischer zijn. De moderne consument heeft een smartphone, tablet, ... waarmee hij continu toegang heeft tot het internet. Bovendien zijn veel mensen de dag van vandaag erg actief op sociale media (Facebook, Twitter, FourSquare, Pinterest, ...). Zodoende kan hij niet enkel online de websites van ondernemers raadplegen, maar ook online beoordelingen van andere consumenten lezen, feedback vragen en geven aan vrienden, prijzen vergelijken, ... (tripadvisor, productbeoordelingen, ...)

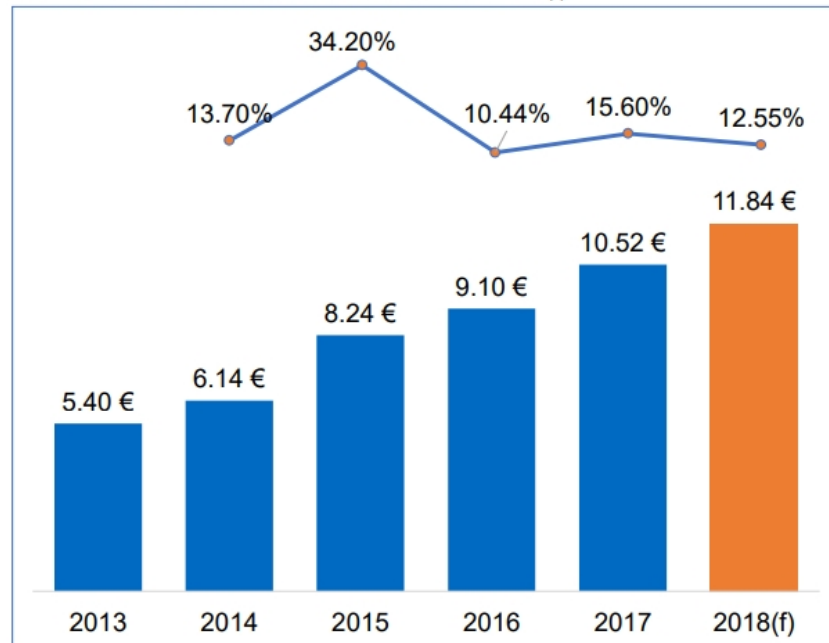
<sup>6</sup> SKI-generatie: Spending Kids Inheritance



### Toenemende internetaankopen

Consumenten kopen steeds meer en meer via internet. België is zijn achterstand fors aan het inhalen. Tijdens de coronacrisis hebben de internetaankopen nog een enorme extra boost gekregen.

**B2C ECOMMERCE TURNOVER & GROWTH RATE**  
B2C ecommerce turnover, billions of euros, 2013-2018(f)

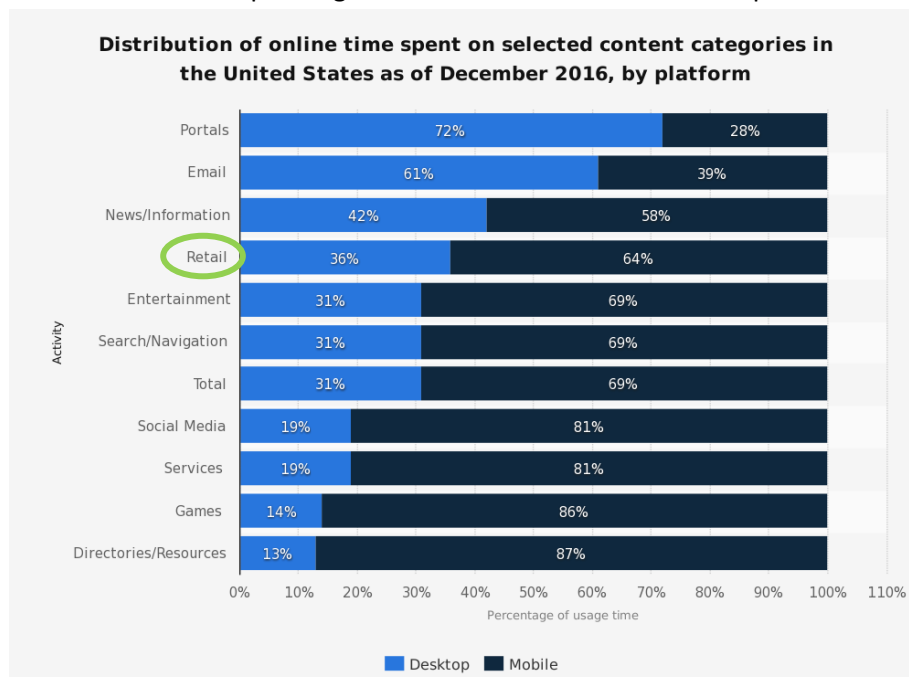


B2C Ecommerce Turnover & Growth Rate. Source: BeCommerce, 2017; Ecommerce Foundation, 2018.

#### Voorbeeld stijging E-commerce 2013-2018

### Always connected

Via onze smartphones zijn we altijd en overal bereikbaar. Uit onderzoek blijkt zelfs dat steeds meer aankopen van retail via de smartphone gebeuren en dus minder via desktop.



#### Voorbeeld gebruik smartphone

## 24-uren economie

De consument wil altijd en op ieder tijdstip kunnen winkelen. Grotere spelers zoals bol.com en de 24/7 fitnesscentra spelen hier goed op in.



Persartikel Amazon

## Consument als kameleon

De consument stelt steeds hogere eisen aan de kwaliteit van het winkelaanbod en de winkelomgeving. Voor het doen van de dagelijkse boodschappen stelt hij een ruim aanbod in een omgeving die hem qua gemak, comfort en bereikbaarheid aanspreekt zeer op prijs. Voor de niet-dagelijkse artikelen legt hij andere prioriteiten. Soms wenst de consument doelgericht te kopen (run shopping) of beschouwt hij winkelen als vrijetijdsbesteding (funshopping). Het winkelaanbod en zijn ruimtelijke omgeving dienen hierop afgestemd te zijn. Typerend voor de moderne consument is dat hij op alle vlakken minder trouw is. Dat fenomeen is ook waar te nemen op het vlak van het winkelgedrag. De consument hecht minder belang aan merkentrouw en ook de winkeltrouw neemt gevoelig af. Steeds minder consumenten bezoeken vaste winkels voor bepaalde aankopen. Consumenten zijn ook moeilijker te segmenteren in bepaalde groepen. Het ene moment heeft de consument een bepaalde behoefte (bijvoorbeeld gaan eten in een klasse-restaurant), terwijl op een ander moment de consument iets helemaal anders wil (bijvoorbeeld zin in afhaaleten).

### Sharing economy

De moderne consument heeft er niet altijd nood aan om producten daadwerkelijk te bezitten. Soms wil hij ze ook gewoon gebruiken wanneer hij ze nodig heeft en dan leent hij die producten, wisselt hij zaken uit, ... Een mooi voorbeeld hiervan is de opkomst van autodeelsystemen (zoals Cambio), fietsdeelsystemen (zoals BlueBikes), huurformules voor kledij/juwelen/kunst, de uitwisselingsdienst Peerby, ... Gebruik is belangrijker geworden dan bezit. Andere bekende voorbeelden van de deeleconomie of disruptieve economie zijn Uber, Airbnb, Coachsurfing maar ook lokale varianten steken de kop op zoals Flavr en Thuisafgehaald.be.



Airbnb + FLAVR

### Eenvoud versus luxe

Aan de ene kant letten consumenten op een goede prijs-kwaliteitsverhouding en gaan ze soms shoppen bij prijsvechters (vb. Action, Flying Tiger, Primark, ...), aan de andere kant is de moderne consument ook bereid om geld te besteden aan luxe (vb. etentje in een duur restaurant, kopen bij de grote merken, ...). De consument is wispelturig en het ene sluit het andere niet uit. Een duur kledingitem van een luxemerk kan gerust gecombineerd worden met een goedkoop item.

### Veilig boodschappen doen of winkelen

Veiligheid van winkelcentra wordt steeds belangrijker. Als de consument het gevoel heeft dat niet meer voldaan wordt aan zijn of haar veiligheid is de consument al snel geneigd het winkelgebied te verlaten ten gunste van andere winkelgebieden. Dit betekent dat al reeds bij het ontwerpen van winkels en winkelcentra ruimschoots aandacht geschonken moet worden aan veiligheidsgevoelens.

### Healthy lifestyle

De gezondheidstrend blijft 'hot'. Consumenten hechten enorm veel waarde aan hun gezondheid. Verkoopargumenten die inspelen op gezondheid zullen nog meer aan belang winnen in de toekomst.



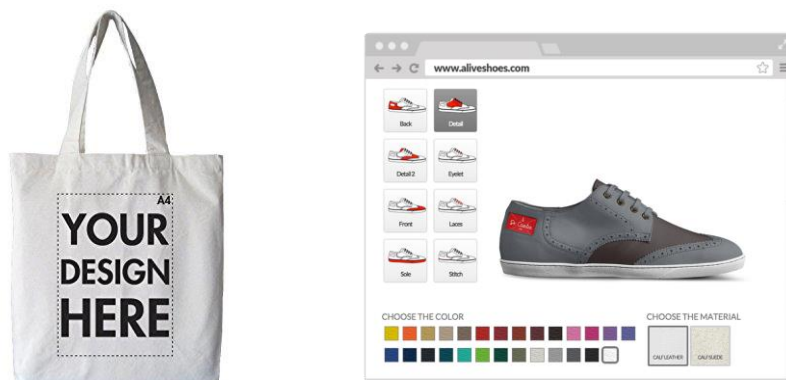
Boek Pascale Naessens

## Lokaal kopen

Tegenwoordig gaat de consument terug meer lokaal gaan kopen. Lokaal kopen is duurzamer, omdat transport één van de grootste vervuilers is. Door lokaal goederen te kopen, is er minder vervuilend transport nodig, waardoor je persoonlijke ecologische voetafdruk verkleint. Daarnaast is het product gemaakt in een eerlijkere en veiligere omgeving. Men steunt hierbij ook de lokale economie. Vaak is de kwaliteit van lokale producten ook hoger en worden ze niet in massa geproduceerd.

## Individualisering

Klanten verlangen steeds vaker producten en diensten die afgestemd zijn op hun individu en leefomgeving. Ze willen het gevoel krijgen dat het aanbod speciaal voor hen gecreëerd is. Deze trend biedt kansen voor zaken met een gespecialiseerd aanbod, voor modulaire producten of diensten die aangepast kunnen worden volgende smaak van de consument.



Design your own bag/shoes/...

## Consumenten aan de macht

De consument wint aan macht ten opzichte van de ondernemer. Dit uit zich in transparantie in prijs en service, het feit dat consumenten een zaak maken of kraken, ... De moderne consument is mondiger geworden en wil de controle zelf in handen hebben. Hij bepaalt zelf wat hij leest, wat hij ziet, waar hij koopt, met wie hij spreekt, ... Er is vaker een dialoog tussen de ondernemer en consument waarbij de consument meer invloed heeft op het verkoopproces. Denk bijvoorbeeld aan het vragen van producten op maat, de mogelijkheid om samen een nieuwe product/dienst te maken. Consumenten die (positief/negatief) advies geven aan andere consumenten. Consumenten organiseren zich ook meer en meer in groep (denk: groepsaankopen).

## 1.8 Algemene beleidsmatige context

### 1.8.1 Decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB)

#### Inleiding

Op 18 december 2015 werd het decreet betreffende het integraal handelsvestigingsbeleid finaal goedgekeurd door de Vlaamse regering.

De hervorming stoelt op 2 principes: vereenvoudiging, maar vooral meer vrijheid voor de lokale besturen. De gemeenten mogen zelf kiezen of ze winkels concentreren in bepaalde wijken, en elders uitsluiten of beperken. Ze mogen bijvoorbeeld kiezen in welke mate kledij en voeding in bepaalde gebieden mogen verkocht worden. Ook baanwinkels kunnen worden uitgesloten. Het decreet impliceert bovendien dat de gemeenten winkelcentra in de winkelarme gebieden niet meer hoeven toe te laten. Voor winkels die nu al een vergunning hebben, verandert er niets. Er zal ook maar één vergunning meer nodig zijn om een winkel te starten, in plaats van de drie nu, cfr supra de omgevingsvergunning. Pop-ups hoeven de eerste drie maanden zelfs geen vergunning aan te vragen.

#### Het decreet

In het decreet (en de bijhorende memorie van toelichting) worden in het **eerste hoofdstuk de algemene bepalingen** vermeld.

Hier (artikel 2) wordt **gedefinieerd** wat men verstaat onder een handelsgeheel, kernwinkelgebied, kleinhandelsbedrijf, kleinhandelslint, kleinhandelszone, netto handelsoppervlakte en winkelarm gebied.

In artikel 3 worden de **4 categorieën van kleinhandelsactiviteiten** opgenomen die onderscheiden kunnen worden:

- Verkoop van voeding
- Verkoop van goederen voor persoonsuitrusting
- Verkoop van planten, bloemen en goederen voor land- en tuinbouw
- Verkoop van andere producten

Artikel 4 geeft aan wat de **basisdoelstellingen** zijn van het integraal handelsvestigingsbeleid die door het Vlaamse Gewest, in samenwerking met de gemeenten en de provincies, nagestreefd worden. Het Vlaamse, integraal handelsvestigingsbeleid is met name gericht op:

- Het creëren van duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel, met inbegrip van het vermijden van ongewenste kleinhandelslinten.
- Het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten
- Het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijk milieu, met inbegrip van het versterken van kernwinkelgebieden.
- Het bewerkstellingen van een duurzame mobiliteit

Deze basisdoelstellingen worden beschouwd als dwingende redenen van algemeen belang die de opmaak van regelgeving inzake kleinhandelsactiviteiten verantwoorden. Ze gelden als kader zowel op planniveau als op vergunningenniveau bij het nemen van bestuurlijke beslissingen inzake handelsvestigingen.

## Hoofdstuk 2 van het decreet behandelt de visievorming.

Artikel 6 vermeldt dat provincies en gemeenten in uitvoering van de doelstellingen vermeld in artikel 4 een **lokale visie** op het vlak van het integraal handelsvestigingsbeleid kunnen ontwikkelen. Zij maken deze lokale visie bekend. De opmaak van een visie wordt sterk aanbevolen. Het is belangrijk dat steden en gemeenten en provincies het in dit decreet aangereikte instrumentarium inzetten uitgaande van een visie met betrekking tot kleinhandel.

In artikel 7 wordt vermeld dat de overheden de visie op vlak van het integraal handelsvestigingsbeleid kunnen integreren in **ruimtelijke structuurplannen**. Visies in een structuurplan kunnen dus niet doorwerken als verbindende juridische beoordelingsgrond ingevolge art. 2.1.2 §7 VCRO. Beleidsdocumenten gelden niet als rechtsregel; hun inhoud kan wel mee opgenomen worden in de opportuniteitstoets van een aanvraag.

In artikel 8 wordt het **Comité voor Kleinhandel** opgericht. Volgens artikel 9 kan het Comité voor Kleinhandel advies geven, opmerkingen maken of voorstellen doen over alle aangelegenheden met betrekking tot een integraal handelsvestigingsbeleid, op eigen initiatief of op verzoek van de Vlaamse Regering. Provincies of gemeenten kunnen aan het Comité voor Kleinhandel advies vragen over de aangelegenheden, vermeld in artikel 6.

## Hoofdstuk 3 behandelt de planningsinstrumenten.

Artikel 10 bepaalt in paragraaf 1, eerste lid, **dat gemeenten aan de hand van ruimtelijke uitvoeringsplannen en stedenbouwkundige verordeningen:**

- **Kernwinkelgebieden en winkelarme gebieden kunnen afbakenen,**
- **Normen betreffende de oppervlakte van de categorieën van kleinhandelsactiviteiten kunnen vastleggen,**
- **Deze normen kunnen differentiëren naargelang het bestaande, dan wel nieuwe kleinhandelsbedrijven en handelsgehelen betreft,**

Dit met het oog op de verwezenlijking van de doelstellingen van het integraal handelsvestigingsbeleid.

Het tweede lid beschrijft de mogelijkheden voor de provincies. Het afbakenen van kernwinkelgebieden wordt aldus voorbehouden voor de gemeenten.

Paragraaf 2 bepaalt dat **ruimtelijke uitvoeringsplannen kleinhandelszones kunnen afbakenen**. Dit kan zowel door het gewest, provincie als gemeente gebeuren. Hierbij kan gebruik gemaakt worden van de delegatiebepaling die is opgenomen in de VCRO.

## Hoofdstuk 4 gaat over de omgevingsvergunning voor kleinhandelsactiviteiten.

Het decreet 'Integraal Handelsvestigingsbeleid' staat nu op zichzelf maar wordt, net zoals titel IV van de Vlaamse Codex voor Ruimtelijke Ordening (VCRO) en titel V van het Decreet houdende Algemene Bepalingen Milieubeleid (DABM) gekoppeld aan het decreet betreffende de omgevingsvergunning. In dit decreet wordt de socio-economische vergunning opgenomen in de omgevingsvergunning en wordt gesproken van een 'vergunning voor kleinhandelsactiviteiten'. De aanvragen voor zowel de stedenbouwkundige vergunning, de milieuvergunning als de socio-economische vergunning verlopen via dezelfde procedure. Ook in de gevallen waar er enkel een vergunning voor kleinhandelsactiviteiten bekomen dient te worden, volgt men de procedures zoals opgenomen in het Omgevingsvergunningsdecreet (25 april 2014). Dit betekent een sterkte vereenvoudiging van het vergunningensysteem in Vlaanderen.

**Hoofdstuk 5** behandelt de handelsvestigingsconvenanten.

Een handelsvestigingsconvenant is een nieuw instrument en betreft een belangrijke innovatie voor het beleid inzake handelsvestigingen. Een of meer gemeenten en ontwikkelaars of exploitanten van handelsvestigingen kunnen op vrijwillige basis handelsvestigingsconvenanten sluiten. Derden, zoals lokale handelaarscomités, kunnen zich erbij aansluiten. Enkel de gemeenten kunnen een dergelijk convenant afsluiten, niet de deputaties of de gewestelijk stedenbouwkundige ambtenaar.

**Hoofdstuk 6** behandelt vervolgens de handhaving van het handelsvestigingsbeleid, **hoofdstuk 7** bevat de wijzigingsbepalingen, **hoofdstuk 8** de opheffingsbepaling en **hoofdstuk 9** de slotbepalingen.

### 1.8.2 Ruimtelijke Structuurplan Vlaanderen

Het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen vormt een kader voor de provinciale en gemeentelijke structuurplannen. Specifiek is het ruimtelijk beleid op Vlaams niveau gericht op het versterken van stedelijke gebieden en netwerken door het bundelen van functies en activiteiten, het behoud van de open ruimte door bundeling van wonen en werken in de kernen van het buitengebied, het concentreren van economische activiteiten in economische knooppunten en het optimaliseren van de bestaande verkeers- en vervoersstructuur en het verbeteren van het openbaar vervoer.

Vanuit het RSV wordt de bundeling van kleinhandel als doelstelling naar voren geschoven. De kleinhandel moet een wezenlijk deel uitmaken van het functioneren van het stedelijk gebied. De verweving van de kleinhandel met andere functies is essentieel. Met betrekking tot de herstructurering van bestaande kleinhandelslinten en -concentraties en voor de inplanting van nieuwe kleinhandelszaken gelden onder andere de volgende doelstellingen:

- Mogelijkheid tot concentratie van handelszaken die behoefte hebben aan een grotere verkoopoppervlakte op kleinhandelszones. Deze locaties worden gesitueerd binnen de stedelijke gebieden en de economische knooppunten, op goed ontsloten plaatsen;
- Er wordt geen kleinhandel toegestaan op bedrijventerreinen die niet als kleinhandelszone zijn aangewezen;
- Er worden geen nieuwe, ruimtelijk geïsoleerde kleinhandelsbedrijven ingeplant langs verbindingswegen en op knooppunten van verbindingswegen buiten de kernen van het buitengebied en buiten de stedelijke gebieden;
- Bestaande kleinhandelslinten en -concentraties die structuurloos gegroeid zijn aan verkeerswegen, zowel in stedelijke gebieden, stedelijke netwerken of in het buitengebied, worden ruimtelijk geherstructureerd.

De gemeente Alken kan een belangrijke rol vervullen binnen de economische structuur van Vlaanderen. Het kan hierbij een grote impact hebben op de werkgelegenheid, zij dragen bij tot een evenwichtige spreiding van de werkgelegenheid en voor de kansen die hieraan verbonden zijn voor de betrokken subregio. Omwille van die rol binnen de economische structuur van Vlaanderen worden zij geselecteerd als specifiek economisch knooppunt. Dit wordt geselecteerd op basis van economische criteria, ligging, historische reden(en) of omwille van de aanwezigheid van bestaande bedrijven met belangrijke economische betekenis. Voor de selectie wordt uitgegaan van volgende criteria:

- Totale tewerkstelling in de gemeente van 3500 personen
- Totale industriële tewerkstelling in de gemeente van meer dan 1000 personen
- Een arbeidsbalans van meer dan 60

Volgens het structuurplan ligt Alken in het buitengebied. Dit betekent dat nieuwe ontwikkeling omtrent wonen en werken gericht is op de lokale behoefte en in de kernen geconcentreerd wordt. Dit heeft als gevolg dat de open (onbebouwde) ruimte overweegt. Landbouw, natuur en bos zijn hierbij belangrijke elementen, maar ook de woon- en werkfunctie moeten toelaten om de eigenheid van buitengebied te vrijwaren. Alken is dan ook aangeduid als economisch knooppunt, om deze reden zijn de economische activiteiten belangrijk. Het moet een plaats zijn waar het wenselijk is om bedrijven en bedrijvigheid te concentreren. Dit kan mogelijks leiden tot extra gezinnen in de toekomst. Voor Alken zijn volgende doelstellingen van belang:

- Groei van het wonen concentreert zich in de kernen van het buitengebied
- Verdere groei van linten en verspreide bebouwing is niet aangewezen
- Eigen groei van de kernen kan worden opgevangen binnen de vooropgestelde verdelingscriteria voor de bouw van nieuwe woningen

Voor mobiliteit en lijninfrastructuur wordt de N80 geselecteerd als een primaire weg II (type 4) waarop de verzamel functie op Vlaams niveau primeert. De N80 verzorgt een verzamel functie voor een economisch knooppunt. Voor het personenvervoer wordt geopteerd voor een capaciteitsuitbreiding van lijn 21 tussen Landen en Alken.

### 1.8.3 Provinciaal Ruimtelijk Structuurplan

Volgende richtinggevende elementen en/of bindende bepalingen zijn voor Alken van belang, en worden als van een provinciaal niveau beschouwd:

- Alken wordt gesitueerd in de hoofdruimte 'Haspengouw en Voerstreek' en in de deelruimte 'Herk en Gete'. De dragers van de hoofdruimte zijn vooral grondgebonden landbouw en fruitteelt in landschappelijke waardevolle gebieden. De natuurwaarden en het watersysteem zijn de ondersteunende functies. Daarnaast kan recreatief medegebruik, onder de vorm van plattelandstoerisme, worden gestimuleerd. Het ruimtelijk concept van 'Haspengouw en Voeren' worden de Beekvalleien gezien als natuurlijke ruggengraat. Deze valleien vormen een belangrijke historische landschappelijke en natuurlijke drager, waardoor ze maximaal vrijgehouden worden van bebouwing en intensieve activiteiten. Het gebied wordt gekenmerkt door de ontwikkeling van linten, dit komt doordat de overstromingsgebieden zorgde voor weinig kernvorming. De gewenste ruimtelijke structuur bouwt hierop verder. Daarnaast heeft het gebied structuurbepalende landbouwgebieden met een landschappelijke waarde en een toeristisch-recreatief netwerk van hoeven en kastelen. Tenslotte heeft de voerstreek een waardevol landschap, dat onderdeel is van een grensoverschrijdend Drielandenpark. De deelruimte heeft een rol in de provincie inzake fruitteelt, natuurontwikkeling en waterbeheersing. Daarnaast is er een beperkte residentiële functie door het dicht netwerk van linten. De ruimtelijke structuur van het gebied kan vergeleken worden met die van het zuidoosten van de provincie Vlaams-Brabant. De ruimtelijke principes die worden voorgesteld voor de deelruimte 'Herk en Gete' zijn als volgt: een netwerk van te vrijwaren beekvalleien en overstromingsgebieden van Demer, Herk, Mombeek, Gete en Velpe; Sint-Truiden als regionaal centrum en concentratie van voorzieningen; een netwerk van beperkte kernen en linten tussen de beekvalleien; de N3 als ontsluiting van Sint-Truiden naar het hoofdwegennet (niet als ontwikkelingssas) en open ruimte verbindingen over N2. Er zijn vier mogelijke beleidsthema's voorgesteld. Ten eerste wordt het bouwen in overstromingsgebieden





**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



- ontmoedigd om nieuwe overstromingsproblemen te voorkomen, instrumenten hierbij zijn het uitvoeren van herbestemmingen en het ontwikkelen van natuur en landschap. Ten tweede wordt er in deze deelruimte geen mogelijkheid gegeven voor grootschalige ontwikkeling. Ten derde is het belangrijk om agrarisch-economische rol op te krikken. Ten vierde wordt het toerisme in het buitengebied verspreid ontwikkeld onder de vorm van recreatief medegebruik.
- Volgende natuurverbindingen worden geselecteerd:
    - o Droge natuurverbinding nr. 40 (Sint-Truiden, Alken, tussen Nieuwenhovenbos en vallei van de Herk): KLE, bosjes, ten noorden van Kortenbos, N80 dwarsend, bos ten zuiden van Kruisstraat, open ruimte verbinding ten noorden van lint Kruisstraat - Wolfe
    - o Natte natuurverbinding nr. 66 (Sint-Truiden, Wellen, Alken, tussen Melsterbeek en Herk ten zuiden van Alken via Oude Beek en Aldebeek): vallei Oude Beek/Aldebeek en droge verbinding met Herk (gebied Eigenbeek), KLE en bosjes in open ruimte verbinding ten noorden van Ulbeek
  - In Alken liggen drie bedrijventerreinen tegen het centrum aan. Deze bedrijventerreinen bevatten het overgroot deel van de oppervlakte van de gemeenten. Het terrein 'Brouwerij' en 'Uitbreiding brouwerij' bevinden zich in de kern van Alken. Daarnaast ligt het terrein 'Alken – Kolmen' tussen de spoorlijn Hasselt – Sint-Truiden en de expresweg N80. In het kader van aanpakken van knelpunten op bestaande bedrijventerreinen heeft de provincie in de vorige planperiode een provinciaal ruimtelijk uitvoeringsplan opgemaakt. Na goedkeuring van het plan, heeft de Raad van State dit vernietigd. Het is opnieuw definitief vastgesteld in de provincieraad van 16 maart 2011.
  - Alken kent een toenemende verstedelijkingsdruk vanuit Midden-Limburg. Op deze manier dreigt in Zuid-Limburg relatief veel landbouwgrond verloren te gaan door verstedelijkingsprocessen
  - Alken wordt aangeduid als gewone gemeente met de kern Alken als hoofddorp. De kernen Terkoest en Meldert worden geselecteerd als woonkern.
  - Alken wordt aangeduid als een specifiek economisch knooppunt. De rol wordt beperkt door de ligging in het kwetsbaar gebied van 'Herk en Gete'. De open ruimte functies (beekvalleien, overstromingsgebieden en fruitteelt) maken verdere industriële ontwikkeling niet gewenst.
  - Alken-Kolmen is gelegen aan een bundel van evenwijdige lijninfrastructuren, bestaande uit de expresweg (geselecteerd als primaire weg II), de oude Steenweg en de spoorlijn Hasselt - Sint-Truiden.
  - De zoektocht naar bijkomende bedrijventerreinen wordt bemoeilijkt door de beperkt economische rol van Alken met zijn ligging in een kwetsbaar gebied. De compensatie voor het schrappen van een gedeelte van het bedrijventerrein 'Brouwerij-Alken' omwille van de waterproblematiek is altijd mogelijk. Een alternatief kan worden gezocht, aansluitend op Alken-Kolmen, aan de overzijde van de spoorlijn en in het noorden begrensd door de Steenweg. Het terrein kan worden aangesloten op het spoor, is potentieel goed bereikbaar met het openbaar vervoer (Sint-Truidersteenweg) en veroorzaakt weinig hinder. Als de uitbreiding van de brouwerij, aansluitend bij het huidig terrein, gewenst is, wordt onderzocht of dit mogelijk is door een gedeeltelijke ontwikkeling van 'Brouwerij-uitbreiding
  - De gronden in Alken op het terrein 'Brouwerij-uitbreiding' wordt aangeduid als te schrappen (door de inrichting natuureservaat). De gronden zijn deels waterziek. Een definitieve schrapping kan mogelijkheden creëren voor uitbreiding op een andere plaats. Dit kan zowel voor uitbreiding van de brouwerij, als voor vestiging van andere bedrijven.
  - In alle gemeenten van het buitengebied zijn nieuwe bedrijven van beperkte omvang mogelijk als ze worden verweven in het woongebied en de draagkracht van de omgeving niet



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



overschrijden. Elementen met betrekking tot de draagkracht zijn: het verkeersaantrekkend karakter van het bedrijf, milieuaspecten zoals lawaai-, stof-, geur- en bodemhinder, de aanwezigheid van gevaarlijke stoffen, de schaal en de omvang van het bedrijf in verhouding tot de schaal en de omvang van de omgeving. Alle gemeenten van het buitengebied hebben de mogelijkheid een bijkomend lokaal bedrijventerrein te ontwikkelen voor het herlokaliseren van (zonevreemde) bedrijven die binnen de gemeente voorkomen. De provincie beoordeelt de intentie van de gemeente tot het realiseren van een bijkomend lokaal bedrijventerrein op basis van het door de gemeenteraad voorlopig vastgesteld ontwerp gemeentelijk ruimtelijk structuurplan op basis van volgende principes:

- Een behoeftestudie voor de herlocatie van zonevreemde bedrijven, getoetst aan het gemeentelijk aanbod waarbij de afweging voor de locatie kwalitatief gemotiveerd wordt.
  - Het bijkomend bedrijventerrein sluit in principe aan bij het hoofddorp.
  - Het bijkomend bedrijventerrein heeft een richtinggevende omvang van 5 ha.
  - De kavelgrootte is afgestemd op lokale bedrijven; regionale bedrijven komen niet in aanmerking.
  - Het terrein wordt landschappelijk goed ingepast en duurzaam ontwikkeld.
- Het provinciaal beleid richt zich op het bundelen van kleinhandel in de af te bakenen kleinstedelijke gebieden of in de kernen van het buitengebied. De dynamiek wordt gestuurd en gekoppeld aan een commerciële hiërarchie van de kernen. Een goede planning van kleinhandelsactiviteiten met het accent op bundeling en op verweving met andere activiteiten moet de kern versterken en de open ruimte beschermen. In principe wordt gekozen voor de kern, waarin de commerciële hiërarchie moet overeenstemmen met de hiërarchie van de kernen. Zowel de reikwijdte van de handelsconcentratie als de draagkracht van het gebied moeten nauwkeurig bepaald worden. Interessante locatievoorwaarden voor de kleinhandel worden gecreëerd in de stedelijke gebieden en in de kernen van het buitengebied.
  - De spoorlijn Hasselt – Sint-Truiden – Landen (lijn 21) moet tissen Alken en Landen worden ontdebeld.

### 1.8.4 GRS Alken

Het bebouwd centrum van Alken wordt als een deelruimte op zich gezien. Belangrijke aandachtspunten voor de ontwikkeling van deze deelruimte zijn: kernversterking, blijvend verweving van functies, ontwikkelen van het voorzieningenniveau op niveau van Alken als hoofddorp, voorzien in een kwalitatief en divers aanbod aan woonmogelijkheden, landschappelijke ontwikkeling van de Herkvallei, het recreatiepark de Alk versterken.

Voor de mogelijke uitbreiding van het lokaal (en eventuele herlocalisatie van regionale) bedrijventerrein, worden vier mogelijke locaties aangeduid, in de directe omgeving van het bedrijventerrein Kolmen. Ondertussen is een provinciaal RUP vastgesteld voor een uitbreiding van het bedrijventerrein aan de noordzijde van de spoorweg.

De gemeente Alken gaat uit naar het streven van een duurzame ontwikkeling. De beleidsdoelstellingen zijn opgedeeld in verschillende structuren:

- Landschappelijke structuur
  - o Het belangrijkste landschappelijk waardevol gebied is de middenloop van de Mombeek en de Herk
  - o Belangrijk is de aanwezigheid van de waardevolle gebouwen en puntrelicten
- Nederzettingsstructuur
  - o Verdichting
    - Het concentreren van het wonen en het werken in de kernen van het buitengebied
    - Het differentiëren van de woningvoorraad
    - Het versterken van de multifunctionaliteit door verweving
    - Het streven naar minimale dichtheden: streven naar woningdichtheid van 15 woningen per hectare
- Economische structuur
  - o Alken is een specifiek economisch knooppunt
  - o De gemeente staat zelf in voor het beleid van de lokale bedrijvigheid. Qua oppervlakte is Alken goed voorzien, namelijk 85 hectaren
  - o Vaststelling van een grote spreiding van handel. De Steenweg telt 27% van de handelspanden, dit is evenveel als de centrumstraten van Alken-centrum. 55% van de handelspanden liggen verspreid, waardoor er een te grote spreiding in woonnederzettingen is.
  - o De winkels langs de Steenweg maken voor 61% uit van het handelaanbod, tegenover 37% in de centrumstraten van Alken-dorp. Daarnaast is 5 van de 12 leegstaande panden in de centrumstraten.
  - o 53% van het handelaanbod in het centrum zijn diensten.
- Natuurlijke structuur
  - o Vallei van de Herk en Mombeek, anders geen grote natuurgebieden aanwezig
  - o In de vallei van Herk wordt er gestreefd naar een maximale ontwikkeling van kleine landschapselementen
- Toeristische-recreatieve structuur
  - o Doelstellingen
    - De hiërarchie van de recreatieve infrastructuur wordt gekoppeld aan de hiërarchie van de nederzettingsstructuur. Dit betekent dat het hoofddorp Alken voorzieningen ontwikkelt voor de hele gemeente;



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



- Recreatieve infrastructuur worden zoveel mogelijk geconcentreerd in of aansluitend aan de bebouwde omgeving.
  - Elke kern of wijk wordt voorzien van een centrale ontmoetingsplaats/ sport- en spelzone (vb.: pleintje met banken, basketbalring, skateramp, grasveld, ...).
  - Er wordt gezocht naar een oplossing voor zonevreemde recreatieve terreinen en gebouwen.
  - Recreatief medegebruik wordt ondersteund d.m.v. kwalitatieve voet- en fietspaden.
  - Mogelijkheden voor hoeve- en plattelandstoerisme worden ondersteund in de woonkernen, het hoofddorp en de geselecteerde bakens en erfgoed.
- Verkeers- en vervoersstructuur
- Duurzaam gemeentelijk verkeers- en mobiliteitsbeleid te ontwikkelen
    - De verkeersveiligheid op de gemeentewegen te verhogen
    - De verkeersleefbaarheid in de woon- en centrumgebieden te verhogen
    - De bereikbaarheid van de diverse ruimtelijke functies binnen de gemeente te verhogen;
    - Nieuwe stedenbouwkundige projecten zorgvuldig in te planten zodanig dat de automobilititeit in het centrum niet verhoogt.

De kernen van St.-Joris en Terkoest zijn een onderdeel van de deelruimte die rasterlandbouwlandschap wordt genoemd. Voorzieningen op niveau van St.-Joris en Terkoest en omliggende linten worden voorzien in de kernen om deze ruimtelijk te versterken. Daarbij wordt een duidelijk onderscheid gemaakt tussen de woonkernen en de linten. Door een kwalitatieve inrichting worden de kernen ruimtelijk herkenbaar en krijgen ze elk hun eigen identiteit. Door kwalitatieve inbreidingsprojecten zullen ze ruimtelijk versterkt worden. In de landbouwgebieden met nevenfuncties, speelt landbouw naast natuurelementen, landschapselementen en woonfunctie ook een belangrijke rol. Bestaande kleine landschapselementen blijven behouden en waar mogelijk ontwikkeld; landbouw kan op plaatsen waar mogelijk verder ontwikkelen; bebouwing wordt afgewerkt naar het omliggend landschap; de nog resterende openruimteverbindingen worden gevrijwaard van bebouwing.

Specifiek voor de woonkern St.-Joris wordt deze algemene visie vertaald in volgende beleidslijnen:

- Kernversterking rond de school, kerk, cultureel centrum, begraafplaats en sportterreinen. Deze zone wordt ingericht als kern van St.-Joris. Eventueel kan gezocht worden naar mogelijkheden om aan de rand van de kern meer gesloten bebouwingsvormen toe te laten
- De verbinding naar Alken wordt ondersteund via de Ed. Dompasstraat – Hendrikstraat – Langveldstraat, waarbij het belangrijk is dat deze een veilige fietsverbinding vormt
- Het nog niet ontwikkelde woongebied in het noorden, tegen de spoorweg, wordt ontwikkeld
- Het restlandbouwgebied tussen St.-Joris en de N80 wordt ingericht met sterke groenstructuren, zo wordt de hinder van N80 beperkt en tegelijkertijd de kapel terug in een ruimtelijk kader geplaatst.

Voor de woonkern van Terkoest zijn in het GRS volgende, voor dit RUP relevante, beleidslijnen uitgeschreven:

- De kern van Terkoest situeert zich rond de kerk, het rusthuis en de school en gaat tot over de N754. Vanuit die kern wordt een ruimtelijke relatie gelegd met de vlakbij gelegen begraafplaats en de sportterreinen aan de zuidoostelijke rand van de woonkern
- De Mombeekvallei, aan de noordoostelijke zijde van de woonkern, wordt ruimtelijk versterkt

- Bestaande paden naar de open ruimte worden doorgetrokken, zodat in lussen kan gewandeld worden.

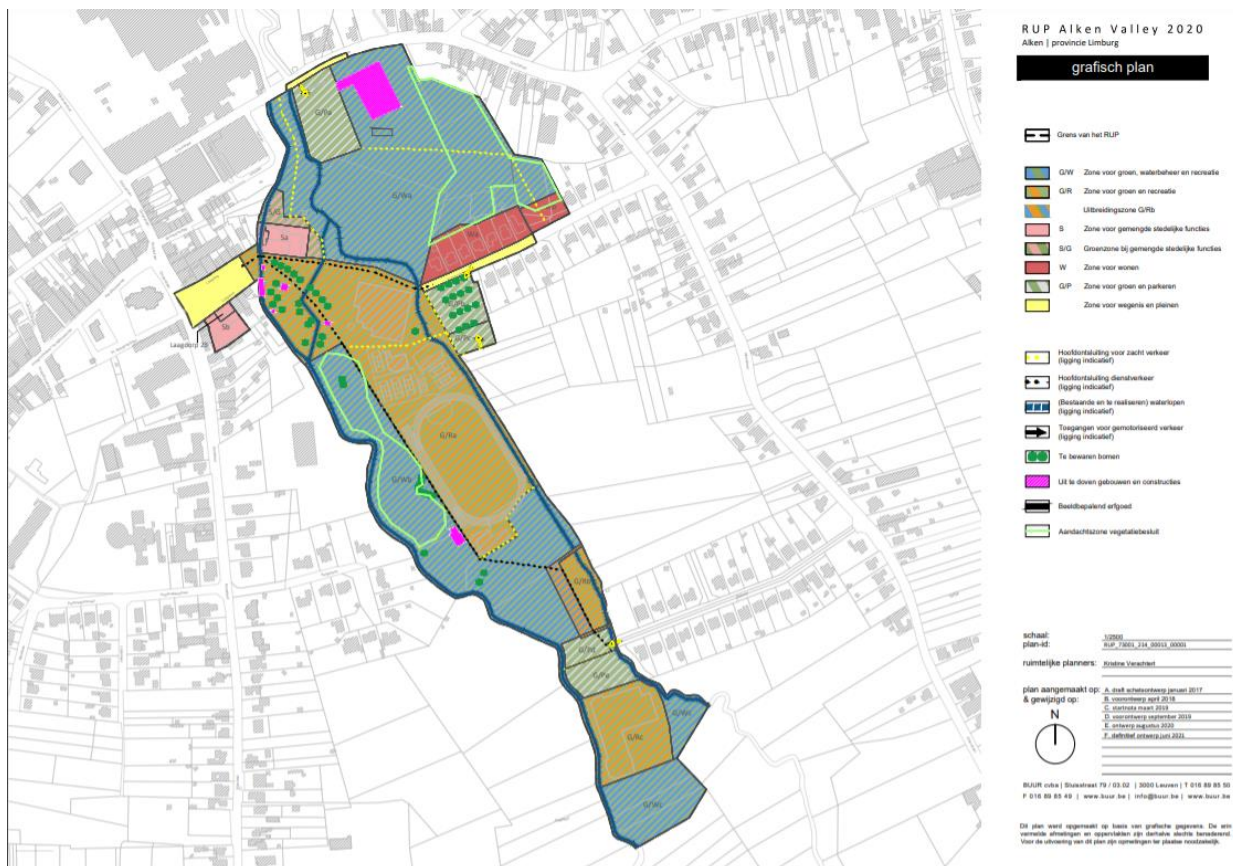
## 1.8.5 Ruimtelijk uitvoeringsplan Alken

### 1.8.5.1 RUP Alken Vallei

Het dorpscentrum aan de Herkvallei biedt op verschillende vlakken (toerisme, educatie, ecologie en recreatie) kansen aan Alken. Door meer samenhang te creëren tussen aanbod aan sport en recreatie stijgt de kwaliteit in het gebied op verschillende vlakken. Hierbij wordt rekening gehouden met de grote natuurwaarde en met een beter waterbeheer.

Hierbij houdt de gemeente Alken rekening met enkele ambities:

- Versterken van identiteit van Alken a.d.h.v. karakteristieke eigenschap: aanwezigheid van water
- Waterbeheer verbeteren om overstromingsrisico's in te dijken
- Uitbouwen recreatiedomein met lokale en bovenlokale aantrekkelijkheid
- Kwaliteit van het toeristisch en recreatief aanbod verhogen met het aanwezig onroerend erfgoed en valeilandschap
- Ecologisch en educatief natuurbeheer uitbouwen
- Handel en tewerkstelling in Alken-centrum uitbouwen
- De bereikbaarheid van het gebied vergroten

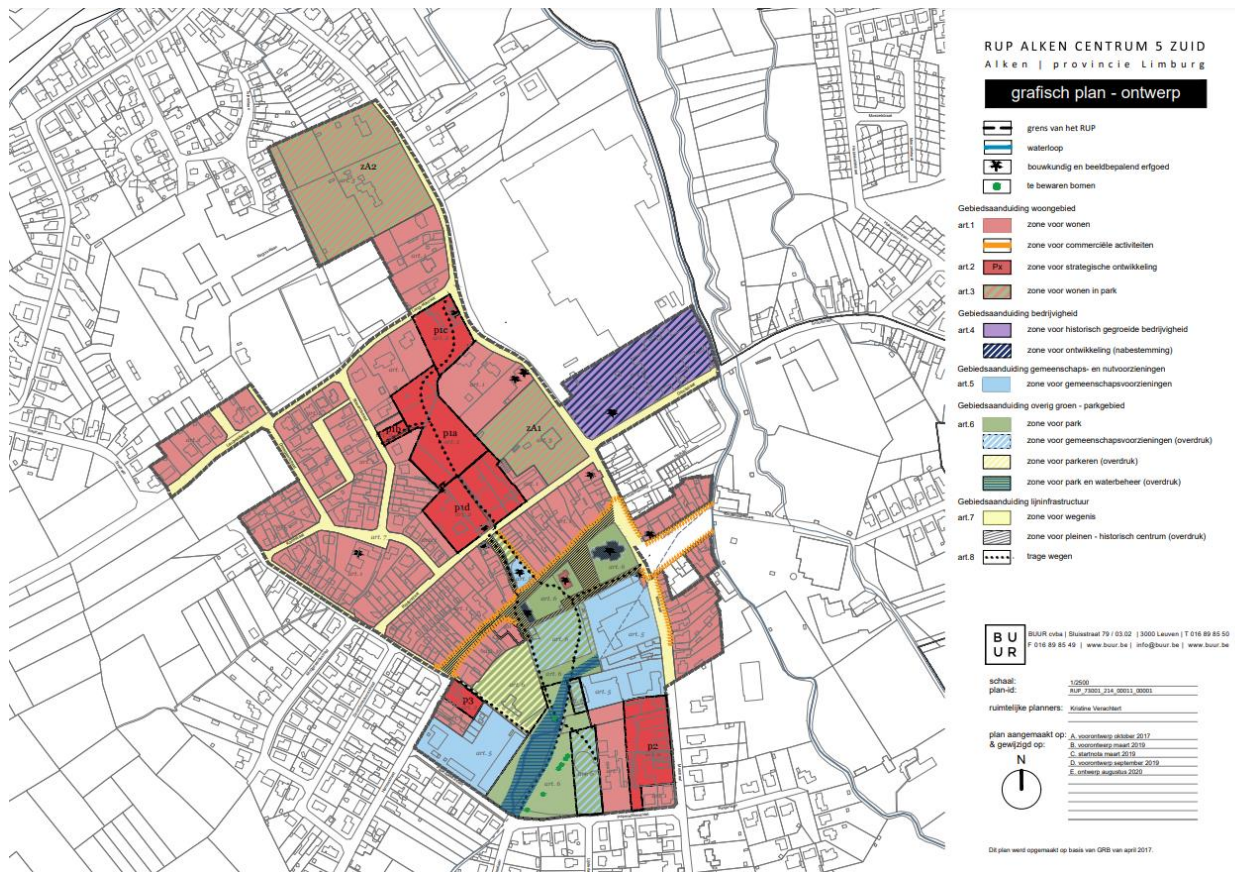


### 1.8.5.2 RUP Centrum 5 Zuid

De gemeente Alken wil met dit ruimtelijk uitvoeringsplan de ruimtelijke ontwikkeling van Alken-centrum aanpakken. Volgende straten grenzen het plangebied af: Motstraat, Papenakkerstraat, Hameestraat, Dokterstraat, Langveldstraat, Stationsstraat, Dorpsstraat en Laagdorp.

De doelstellingen van het geplande RUP zijn:

- Stimuleren van het handelsapparaat binnen het plangebied
- Versterken van het woonaanbod
- Vastleggen van de groenstructuur
- Uitwerken van de mobiliteitsstructuur met bijzonder aandacht voor verkeersveiligheid en met de focus op de zwakke weggebruiker



### 1.8.5.3 RUP sport- en recreatievelden

Drie plaatselijke voetbalclubs in de gemeente Alken zijn gefuseerd tot één club. Dit zou de kosten voor infrastructuur moeten drukken en de werking optimaliseren. Het is de bedoeling om de benodigde sportinfrastructuur voor de nieuwe fusieclub op één locatie te ontwikkelen.

Geen enkele locatie van de voormalige clubs is voldoende groot om de benodigde sportinfrastructuur te bieden, en dus is uitbreiding van één locatie of de ontwikkeling van een nieuwe locatie nodig.

Als de nieuwe fusieclub al haar activiteiten op één locatie bundelt, zullen de verschillende huidige locaties van de plaatselijke clubs niet meer gebruikt worden. Daar zijn dan nieuwe ontwikkelingen mogelijk.

Er zijn dus verschillende locaties die zullen onderzocht en herbestemd worden: de locatie voor de nieuwe fusieclub en de huidige locaties die verlaten zullen worden.

### 1.8.6 Interprovinciale studie

De interprovinciale studie, opgeleverd in januari 2016, levert veel data op omtrent de aanbod- en vraagstructuur van alle 308 Vlaamse steden en gemeenten. De gemeenten ontvangen vanaf 2014 jaarlijks een update van de voornaamste kengetallen van vraag en aanbod. Deze feitenfiches bevatten naast commerciële informatie ook data betreffende de socio-demografische en socio-economische structuur, zoals deze ook terug te vinden zijn in de analysefase van dit rapport.

Het aanbod wordt ieder jaar geüpdatet. Wat de vraagzijde betreft, wordt er vanaf 2017 de techniek van de retailsonar ingezet. Vermits deze benadering heel andere uitkomsten oplevert dan het consumentenonderzoek uit 2014, baseren wij ons voorlopig op dat eerste onderzoek. De retailsonar wordt de komende jaren verder geïmplementeerd.

De interprovinciale studie doet geen bijzondere uitspraken over Alken zelf maar schetst wel uitgangspunten en bouwstenen voor leefbare kernen en handelsconcentraties binnen een provinciale detailhandelsstructuur.

Het eindrapport bevat een aantal visie-elementen voor een interprovinciaal detailhandelsbeleid. We sommen de kapstukken op en staan even stil bij het aanbod in buurten en kernen:

- Kernversterking als basis voor vitale steden en gemeenten;
- Van een fragmentarisch naar een geïntegreerd en integraal beleid voor kernversterking;
- Gepaste ontwikkeling van winkelgebieden vraagt om een structurele sturing;
- Naar een beperking van de afvloeiing;
- Naar een selectief locatiebeleid voor nieuw aanbod;
- Het detailhandelsbeleid draagt bij aan verdichting, eerder dan van het creëren van nieuwe concentraties;
- Het detailhandelsbeleid hanteert een hoofdstructuur van detailhandelsclusters, als leidraad voor het ondersteunen van lokale interventies;
- Een toegankelijk basisaanbod in buurten en kernen.

### 1.8.7 Algemene conclusie

Alken is geselecteerd als specifiek economisch knooppunt en kan een belangrijke rol vervullen in de economische structuur van Vlaanderen. Het kan in de toekomst een impact hebben op de werkgelegenheid. Het kan bijdragen tot een evenwichtige spreiding van de werkgelegenheid en voor de kansen die hierbij verbonden zijn in de betrokken subregio. Alken ligt volgens het structuurplan in het buitengebied, wat als gevolg heeft dat de open (onbebouwde) ruimte overweegt. Landbouw, natuur en bos zijn hierbij belangrijke elementen, maar ook de woon-werkfunctie. Alken moet een plaats zijn waar het wenselijk is om bedrijven en bedrijvigheid te concentreren. Alken is gesitueerd in 'Herk en Gete'. Hier kan plattelandstoerisme meer gestimuleerd worden. Daarnaast wordt het belangrijk om de overstromingsproblematiek aan te pakken. Dit kan door herbestemmingen en het ontwikkelen van natuur en landschap. In Alken liggen er momenteel drie bedrijventerreinen tegen

het centrum aan, dit zorgt voor opportuniteiten voor de gemeente. Door de ligging van Alken is er geen verdere industriële ontwikkeling gewenst.

Momenteel is er een te grote spreiding van handel in Alken. Meer dan de helft van het handelsaanbod is in de Steenweg. Slechts 37% bevindt zich in de centrumstraten van Alken. Daarnaast zijn diensten meer dan de helft van het handelsaanbod in het centrum.

De belangrijkste aandachtspunten voor Alken zijn: kernversterking, blijvend verweving van functies, ontwikkelen van het voorzieningsniveau, voorzien van een kwalitatief en divers aanbod van woonmogelijkheden, landschappelijke ontwikkeling- en recreatiepark de Alk versterken. Alken moet streven naar een duurzame ontwikkeling (landschappelijk, nederzetting, economisch, natuurlijk, toeristisch-recreatief, verkeer en vervoer). Daarnaast moet er ook aandacht besteed worden aan de voorzieningen en kernversterking in Terkoest en St.-Joris.



## 1.9 Toetsing bestaande situatie aan doelstellingen IHB

In dit hoofdstuk worden de verschillende doelstellingen van het integraal handelsvestigingsbeleid geformuleerd waarop we ons gebaseerd hebben voor het opstellen van de analyse (zie voorgaande pagina's). Onder iedere doelstellingen formuleren we nog graag kort onze bevindingen (pijnpunten + troeven) en een conclusie.

### ***Doelstelling 1: het creëren van duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel, met inbegrip van het vermijden van ongewenste kleinhandelslinten.***

1. Het centrum van Alken telt 42 verkooppunten. Dit is 22% van het totaalaanbod.
  - a. In vergelijking met de benchmarkgemeenten is dit laag. Enkel Rotselaar heeft slechts 15% van het totaalaanbod in het centrum. Gemeente zoals Zonhoven, Vosselaar en Kapelle-op-den-bos hebben ongeveer de helft van hun winkels in het centrum.
2. Naast het centrum van Alken heeft Alken nog 1 winkelgebied:
  - a. Verspreide bewinkeling Alken
3. De verspreide bewinkeling van Alken telt 153 verkooppunten oftewel 78% van het totaalaanbod.
  - a. In vergelijking met de benchmarkgemeenten heeft enkel Rotselaar een hoger percentage, namelijk 85% van de winkels ligt in de verspreide bewinkeling.
4. De dorpskernen Terkoest telt 17 verkooppunten en Sint-Joris telt 10 verkooppunten.

#### **Conclusie:**

We merken dat het aantal verkooppunten van de verspreide bewinkeling van Alken behoorlijk hoog ligt ten opzichte van het aantal verkooppunten in Alken-centrum. Zowel naar aantal als naar oppervlakte torent het aanbod van de verspreide bewinkeling boven 75% uit. Ook in vergelijking met de benchmarkgemeenten kan geconcludeerd worden dat er meer winkels gesitueerd zijn in de verspreide bewinkeling. Er is dus eerder een verstoord evenwicht.

In de dorpskernen Terkoest en Sint-Joris is er een kleine mix van voorzieningen.

**Doelstelling 2: het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten.**

1. 22% van alle verkooppunten zijn terug te vinden in het centrum van Alken.
2. In het centrum vinden we verschillende functies terug zoals winkels voor dagdagelijkse behoeften (bakker, groentewinkel,...), horeca en dienstverlening (bank, postkantoor, uitzendbureau, ...).
  - a. In de dorpskern Terkoest zijn er ook winkels voor dagdagelijkse behoeften (bakker, supermarkt...), horeca en dienstverlening (kapper en uitzendbureau).
  - b. In de dorpskern Sint-Joris is er vooral dienstverlening aanwezig. Daarnaast zijn er ook 2 winkels voor dagelijkse behoeften (supermarkt en apotheek) en één horecazaak.
3. Supermarkten zijn uit het centrum gelegen.
  - a. In de meeste benchmarkgemeenten (Bertem, Boutersem, Diepenbeek, Haacht, Kapelle-op-den-bos, Roosdal, Vosselaar en Zonhoven) ligt er minstens één supermarkt in het centrum.
4. Er is geen wekelijkse markt in Alken, er vinden wel 2 avondmarkten plaats per jaar

**Conclusie:**

Toegankelijk aanbod wil onder meer zeggen dat bewoners van Alken binnen aanvaardbare wandel-, fiets- en rijafstanden een basisaanbod van handel en diensten kunnen aantreffen.

Ondanks het feit dat 78% van het winkelaanbod zich situeert in de verspreide bewinkeling, kunnen we stellen dat het aanbod met een minimum aan drempels bereikbaar is voor heel wat mensen. De meeste benchmarkgemeenten hebben wel minstens 1 supermarkt in het centrum, dit is niet het geval in Alken.

Het centrum is vlot bereikbaar, via 2 aanloopstraten Stationsstraat en Motstraat. Er is ook voldoende parkingaanbod. Klanten die centraal parkeren, kunnen binnen aanvaardbare wandelafstand binnen het centrum meerdere aankopen of bezoeken combineren. Supermarkten zijn echter buiten het centrum gelegen en vragen om gebruik van fiets of gemotoriseerd transport.

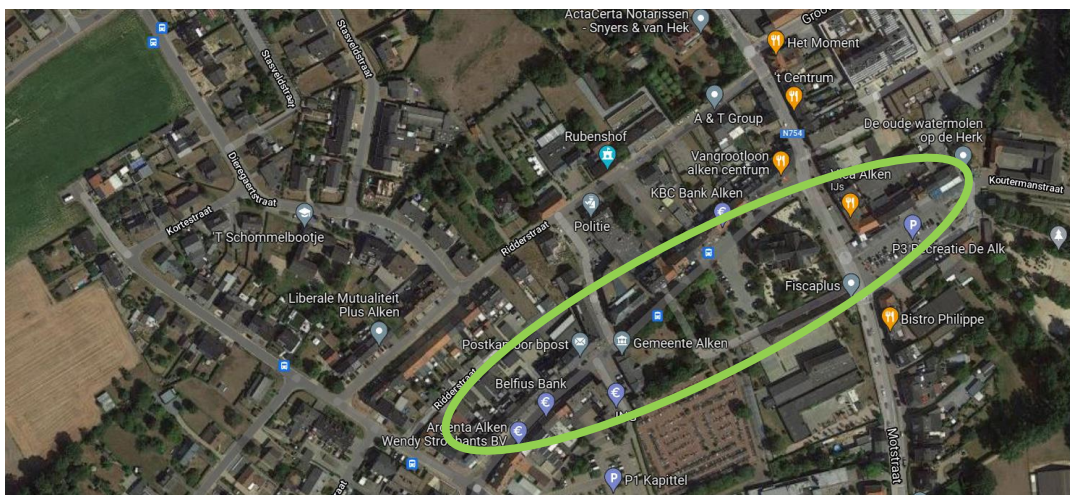
**Doelstelling 3: het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijk milieu, met inbegrip van het versterken van kernwinkelgebieden.**

Sinds september is het RUP Centrum 5 Zuid rechtsgeldig. Met dit RUP wil de gemeente de ruimtelijke ontwikkeling van Alken-centrum aanpakken. Het geplande RUP heeft enkele doelstellingen: stimuleren van het handelsapparaat, versterken van het woonaanbod, vastleggen van de groenstructuur en uitwerken van mobiliteitsstructuur. In het RUP zijn er kernversterkende ingrepen opgenomen om het centrum te laten groeien tot een sterke kern.

1. In de functiekaarten van het handelscentrum zien we een groot aanbod aan diensten. Horeca en detailhandel is er ook aanwezig, maar in mindere mate.
2. Er is reeds een kerngebied afgebakend in Alken met de Hoogdorpsstraat en Laagdorp.
3. Door de beperkte koopbinding wordt er meer aandacht besteed om de Alkenaar naar het centrum te lokken voor zijn dagdagelijkse aankopen (door bv. veiligere doorsteken voor voetgangers/fietsers). Daarnaast wil de gemeente de vele toeristen een aangenaam verblijf geven, waarbij meer dan het valleigebied bezocht wordt.
4. Stimuleren van detailhandel binnen het kerngebied: er is de mogelijkheid om percelen samen te voegen op deze manier wordt wonen boven de winkels gestimuleerd. Daarnaast zal het wonen boven de winkels ook de leegstand tegengaan. Binnen het kernwinkelgebied worden er gunstige voorschriften (bouwdiepte, bouwhoogte...) voor handelszaken opgemaakt.
5. Om de kern te versterken is ook belangrijk dat er voldoende parkeerplaatsen zijn op wandelafstand.

**Conclusie:**

De Hoogdorpsstraat en Laagdorp zal benoemd worden tot kernwinkelgebied. Daarnaast wordt detailhandel gestimuleerd in het gebied.



**Kernwinkelgebied**

**Doelstelling 4: het bewerkstelligen van duurzame mobiliteit.**

1. Het centrum van Alken is gemakkelijk bereikbaar met het openbaar vervoer.
  - a. Er zijn tien lijnen van De Lijn die door Alken gaan: Lijn 3 Hasselt – Heers; Lijn 21a Hasselt – Landen; Lijn 23a Sint-Truiden – Tongeren Bediening Wellen; Lijn 30 Herk-de-Stad – Stevoort (schoolbediening); lijn 105 Hasselt – Sint-Truiden; lijn 700 Belbus Alken – Wellen; lijn H17 Wimmertingen – Alken – St.-Lambrechts-Herk – Hasselt Station; lijn H18 St.-Lambrechts-Herk – Terkoest – Stevoort – Kuringen – Hasselt Station; H71 St.-Lambrechts-Herk – Alken – Wimmertingen – Hasselt Station; H81 Kuringen – Stevoort – Terkoest – St.-Lambrechts-Herk – Hasselt Station
2. Er zijn voldoende parkeermogelijkheden in het centrum waar men de blauwe zone hanteert (vb. Hoogdorpsstraat). Daarbuiten zijn er verschillende randparkings waar men de mogelijkheid heeft om gratis te parkeren.

**Conclusie:**

Het centrum leent zich om verder in te zetten op slimme mobiliteit. De bereikbaarheid met de bus is goed aangezien er 10 lijnen passeren in Alken, in totaal zijn er 123 haltes in Alken.

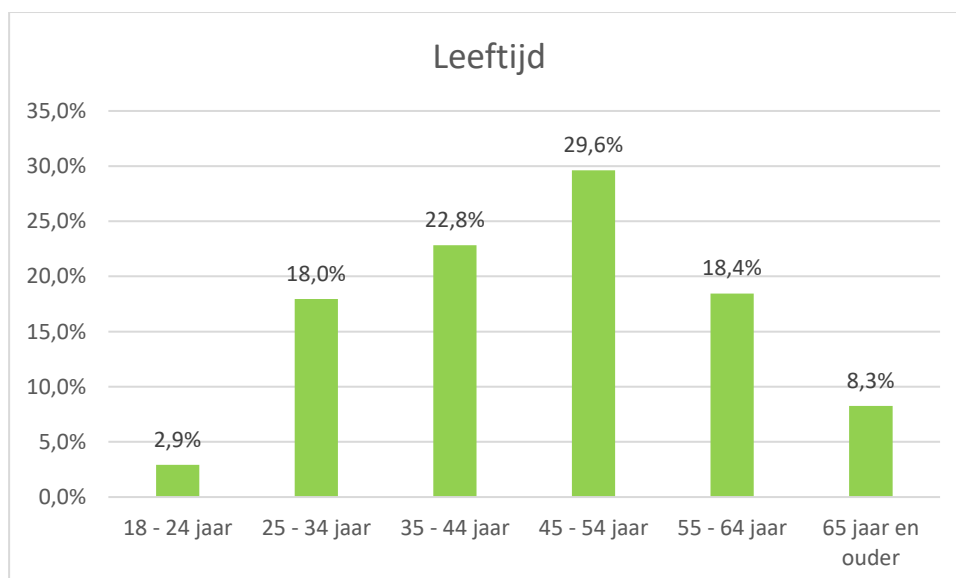
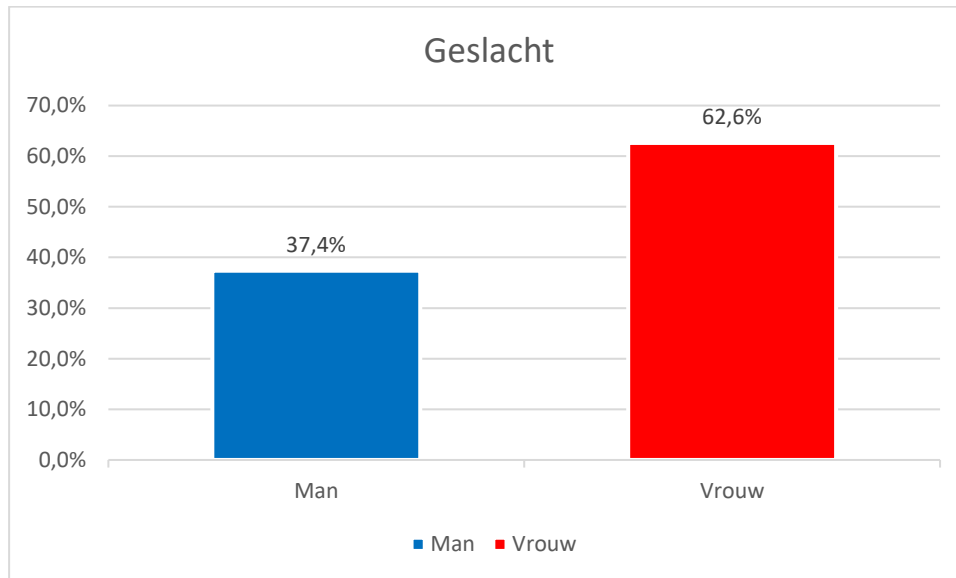
Parkeren kan op het Lambrechtplein en langs de gehele Hoogdorpsstraat en Dorpsstraat. Mits het handhaven van de blauwe zone is er geen te kort aan parkeerplaatsen. Daarnaast zijn er nog 5 parkings om lang te parkeren.

## 1.10 Bevraging actoren en Alkenaren

### 1.10.1 Bevraging Alkenaren

#### Algemeen

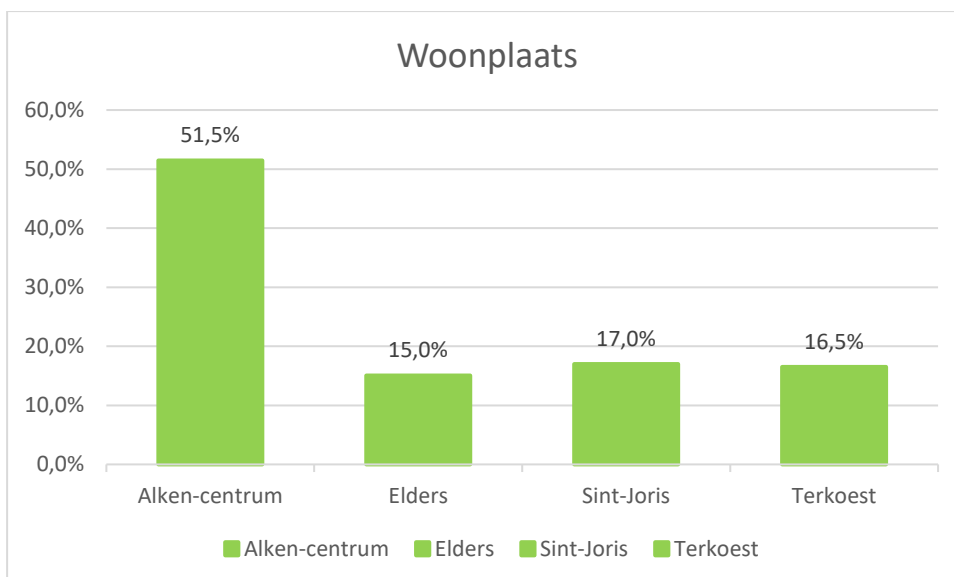
Tijdens de bevraging waren er in totaal 206 respondenten. 62,6% van de respondenten waren een vrouw. Daarnaast kwamen de meeste respondenten uit de leeftijdsgroep 45-54 jaar. Op vlak van gezinssamenstellingen waren de meeste respondenten 'gezin zonder thuiswonende kinderen'. Ongeveer 30% van de respondenten waren bedienden. Tenslotte woont meer dan de helft van de respondenten in het centrum van Alken.





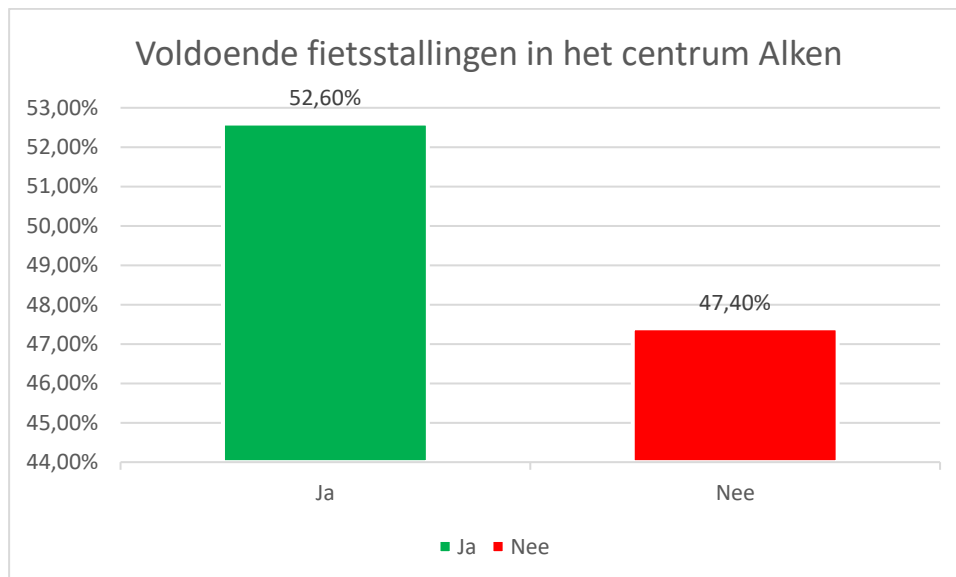
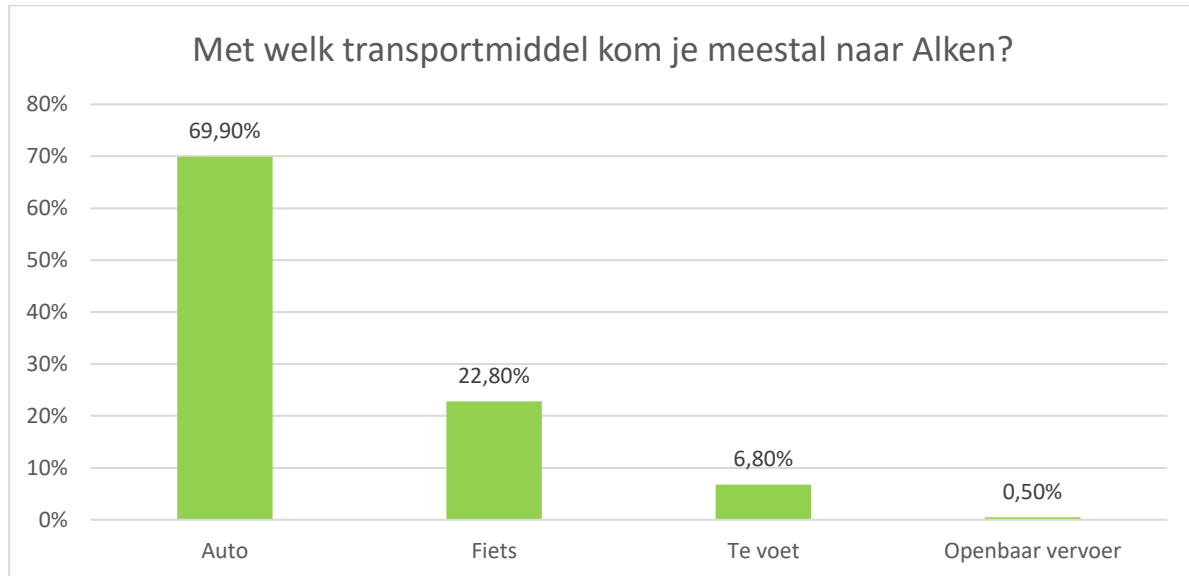
Samenstelling gezin	Aantal	Procentueel
Alleenwonende	17	8,3%
Gezin met thuiswonend(e) kind(eren), waarvan het jongste kind 18 jaar of ouder	37	18,0%
Gezin met thuiswonend(e) kind(eren), waarvan het jongste kind jonger dan 6 jaar	33	16,0%
Gezin met thuiswonend(e) kind(eren), waarvan het jongste kind tussen 13 en 17 jaar	21	10,2%
Gezin met thuiswonend(e) kind(eren), waarvan het jongste kind tussen 6 en 12 jaar	34	16,5%
Gezin zonder thuiswonende kinderen	64	31,1%
<b>TOTAAL</b>	<b>206</b>	<b>100%</b>

Beroep	Aantal	Procentueel
(Brug)gepensioneerde	25	12,1%
Ambtenaar	27	13,1%
Arbeider	14	6,8%
Bediende	60	29,1%
Combi arbeider en zelfstandig	1	0,5%
Huisvrouw/ -man	2	1,0%
Invalide	1	0,5%
Invaliditeit	1	0,5%
Kaderpersoneel, hogere leidinggevende	19	9,2%
Onderwijzend personeel	13	6,3%
Persoon met een handicap en niet aan het werk	1	0,5%
Student	3	1,5%
Werkonbekwaam	1	0,5%
Zelfstandige, ondernemer, beoefenaar van vrije beroepen	38	18,4%
<b>Totaal</b>	<b>206</b>	<b>100,0%</b>



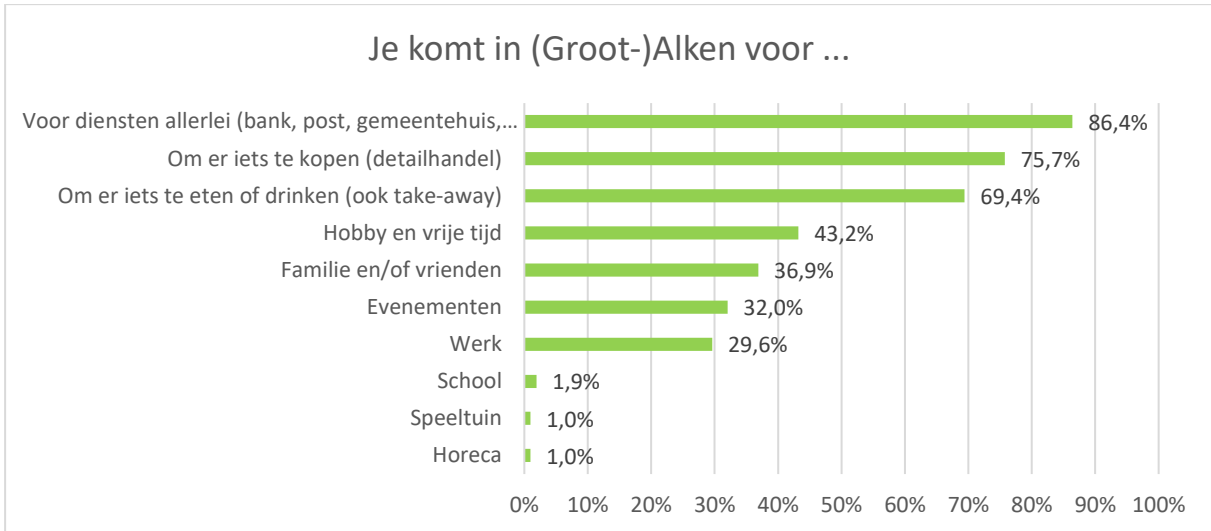
## Mobiliteit

Ongeveer 70% van de respondenten komen met de auto naar Alken. Daarnaast komt ongeveer één vierde met de fiets naar het centrum. Uit de bevraging blijkt dat 52,5% vindt dat er voldoende fietsstallingen zijn in Alken-centrum.



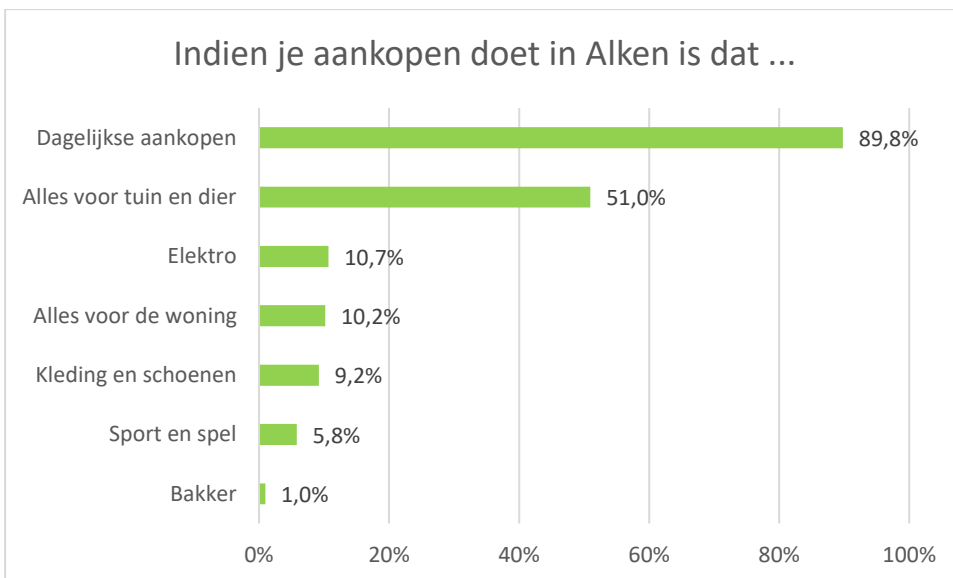
## Reden bezoek Alken

De grootste bezoekredenen om naar (Groot-)Alken te gaan is voor de allerlei diensten (zoals bank, post, gemeentehuis...). Daarnaast zijn de voornaamste redenen om er iets te kopen (detailhandel) en om er iets te eten of drinken.



### Type aankopen in Alken

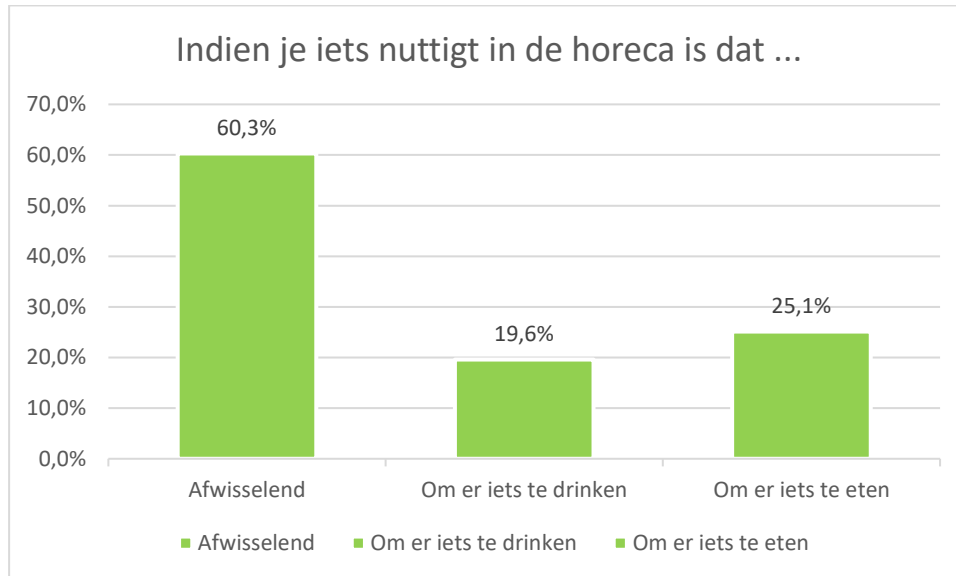
Het grote deel van aankopen in Alken zijn de 'dagelijkse aankopen'. Daarnaast is meer dan 50% van de aankoop 'alles voor tuin en dier'.





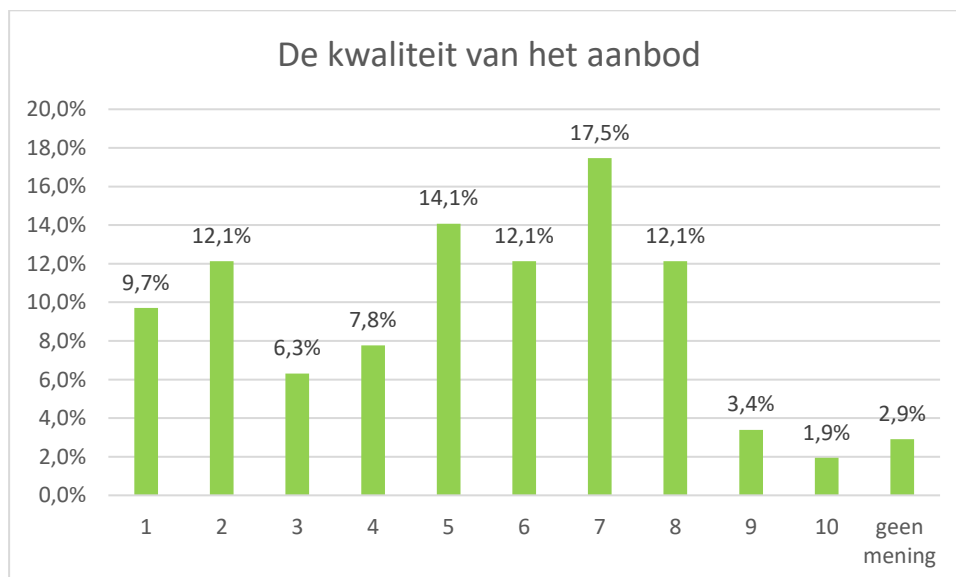
## Horeca

Als de respondenten iets nuttigen in de horeca is dat afwisselend. De ene keer gaan ze iets gaan eten en de andere keer gaan ze iets gaan drinken. 25% van de respondenten gaat enkel naar de horeca in Alken om er iets te eten.



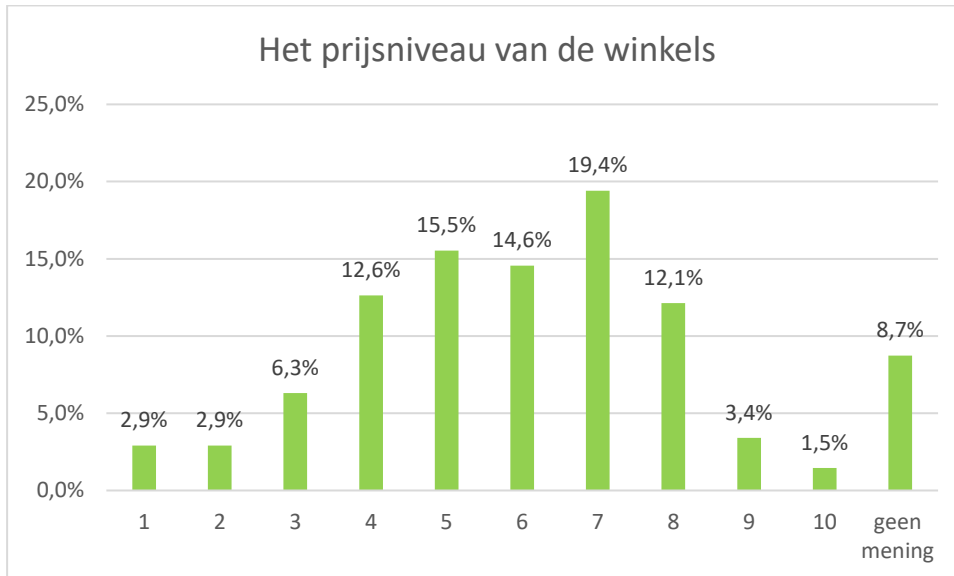
## Beoordeling centrum

De kwaliteit van het aanbod scoort vrij gemiddeld (34,9% geeft een score van 7-10 op 10). Daarnaast vindt 35,9% de kwaliteit van het aanbod slecht (een score van 1-4 op 10).

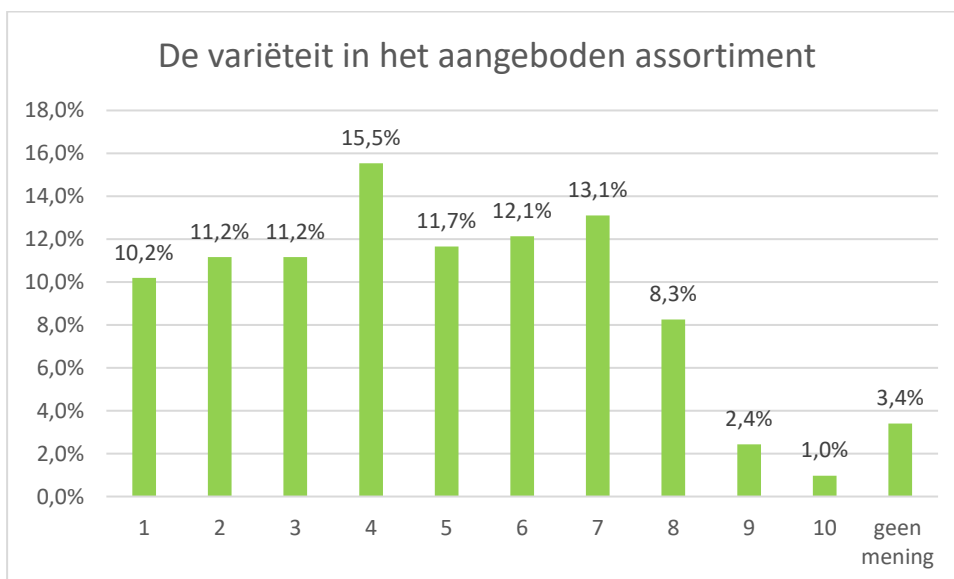




Het prijsniveau van de winkels scoort redelijk goed (36,4% geeft een score van 7-10 op 10). 8,7% van de respondenten hebben geen mening over het prijsniveau. Slechts 12,1% vindt het prijsniveau van de winkels slecht (score van 1-3 op 3).

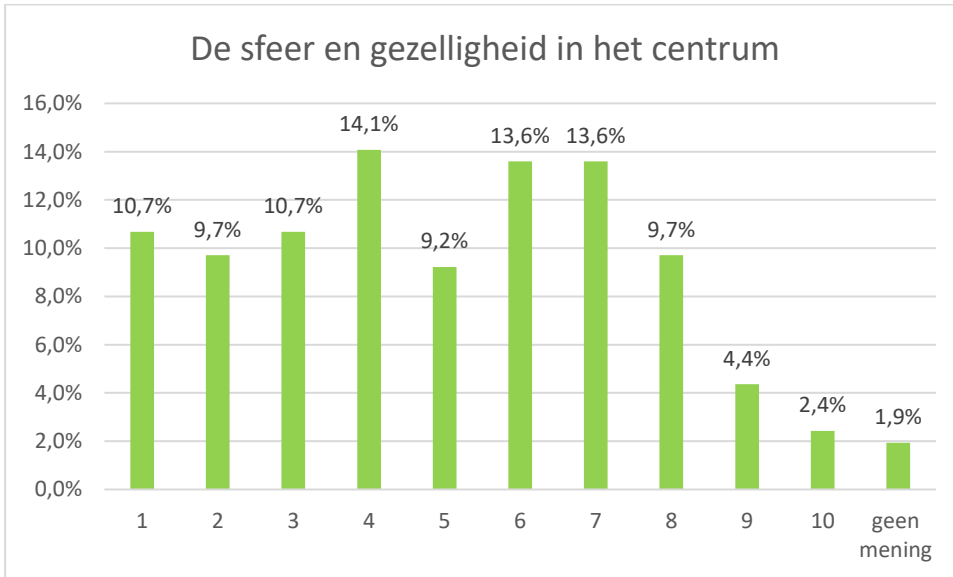


Volgens de respondenten is er niet voldoende diversiteit in het aangeboden assortiment in Alken (namelijk 48,1% geeft een score van 1-4 op 10). Slecht 24,8% vindt de variëteit in Alken goed.

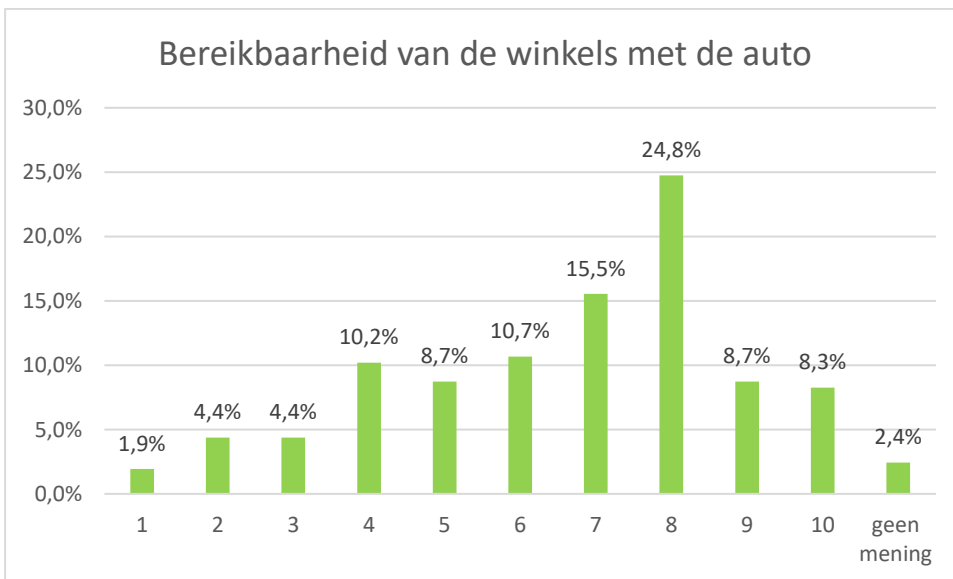




De totale sfeer en gezelligheid scoort gemiddeld in het centrum van Alken. 45,1% van de respondenten vindt de sfeer en gezelligheid onvoldoende (score van 1-4 op 10) in Alken-centrum, in tegenstelling tot 30,1% die de sfeer en gezelligheid voldoende vindt (score van 7-10 op 10).

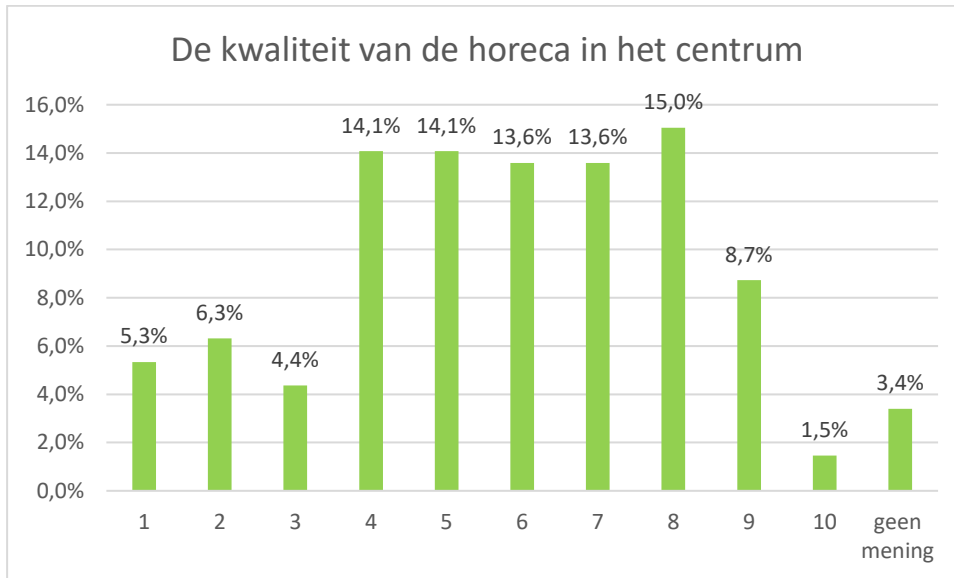


De winkels in Alken zijn goed bereikbaar met de auto (57,3% geeft een score van 7-10 op 10).

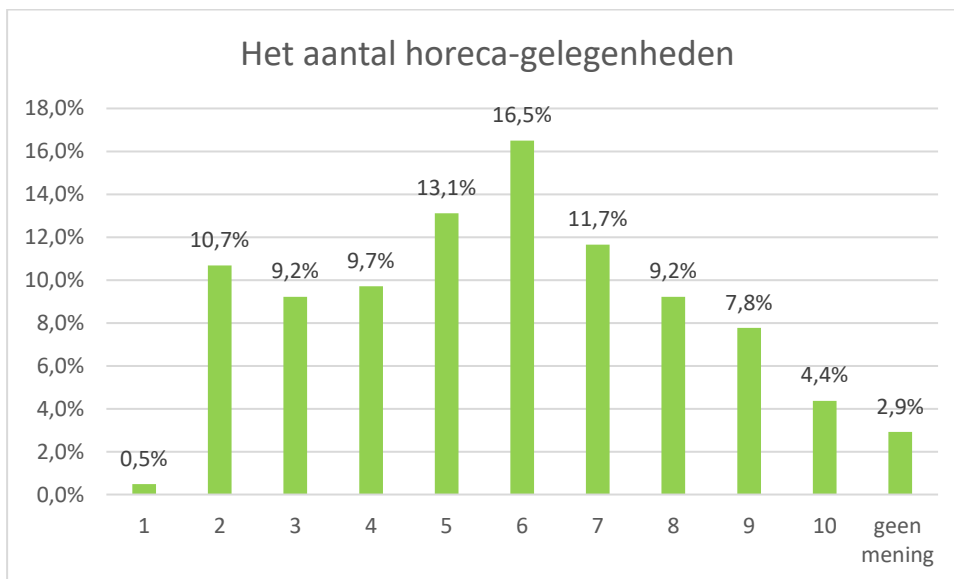




De kwaliteit van de horeca scoort goed in Alken (38,8% geeft een score van 7-10 op 10). 30,1% van de respondenten vindt de kwaliteit van de horeca onvoldoende.

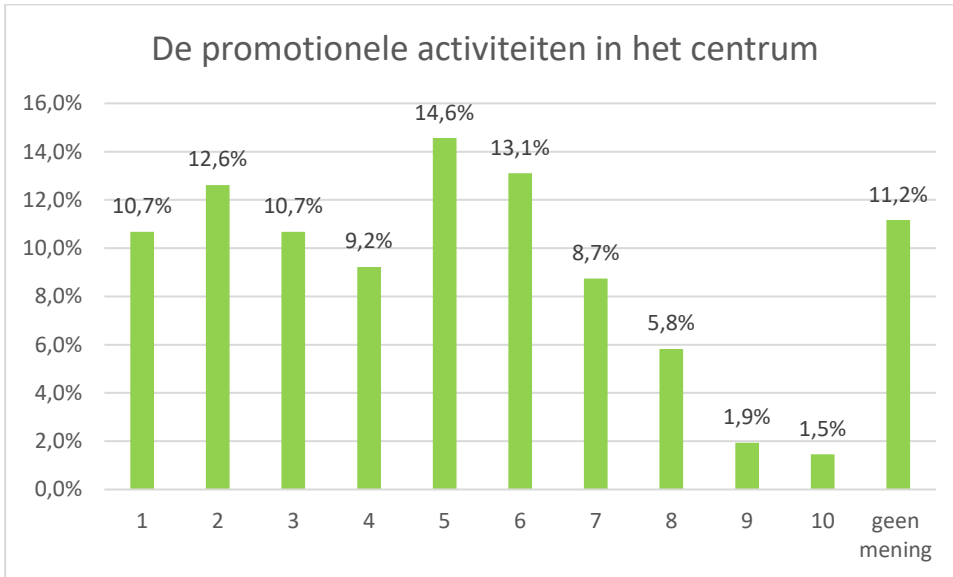


Het aantal horecagelegenheden in Alken scoort gemiddeld. 33,1% vindt dat er voldoende horecagelegenheden zijn (een score van 7-10 op 10), terwijl 30,1% vindt dat er meer horecagelegenheden mogen zijn (een score van 1-4 op 10).

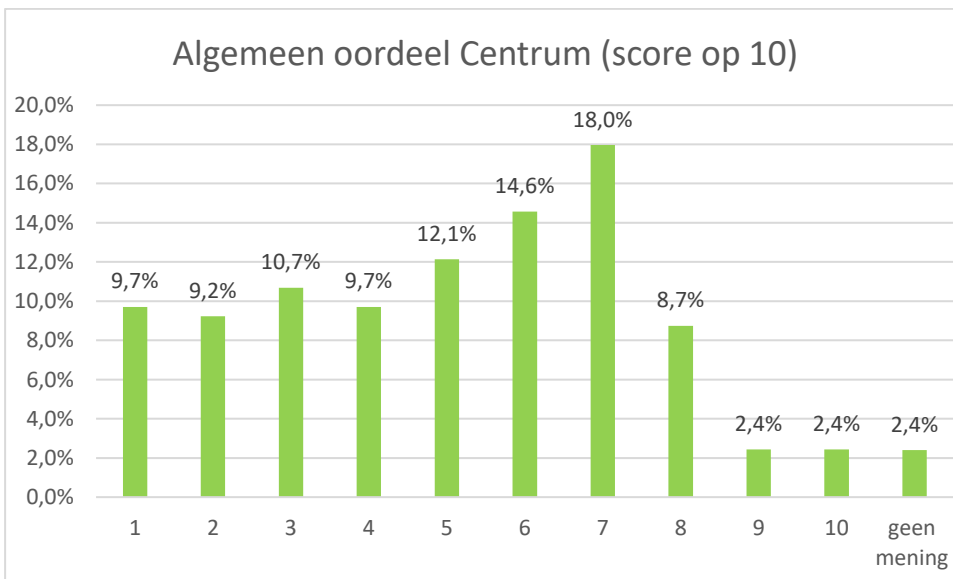




Volgens de bevraging zijn er te weinig promotionele activiteiten in het centrum (namelijk 43,2% geeft een score van 1-4 op 10). Slechts 17,9% vindt dat er voldoende promotionele activiteiten zijn in het centrum.



Het algemeen oordeel van het centrum scoort gemiddeld (een score van 5 op 10).





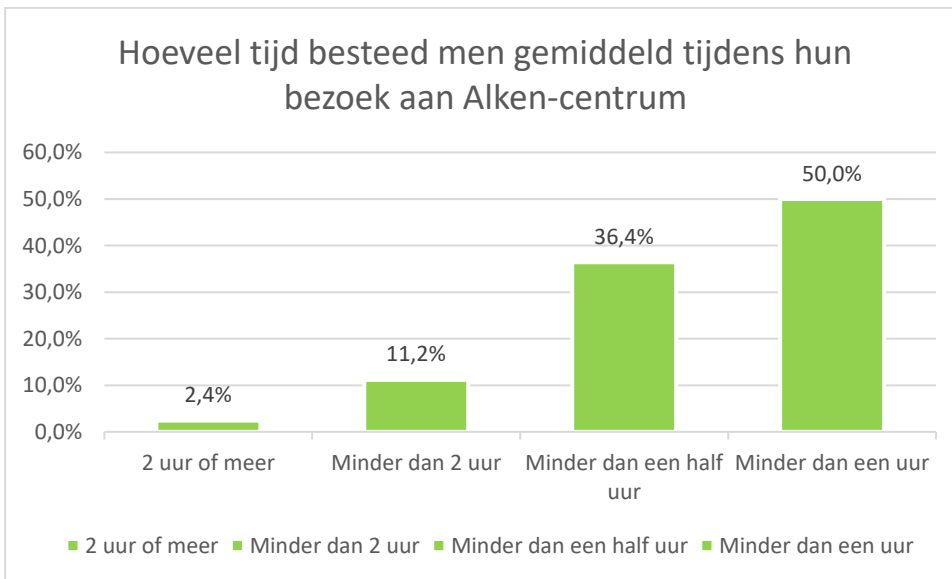
### Aantal bezoeken Alken centrum

Meer dan de helft van de respondenten bezoekt Alken wekelijks. Daarnaast is er 20,9% die Alken elke dag bezoekt, terwijl 5,3% van de respondenten Alken zeer sporadisch bezoekt of komt winkelen.



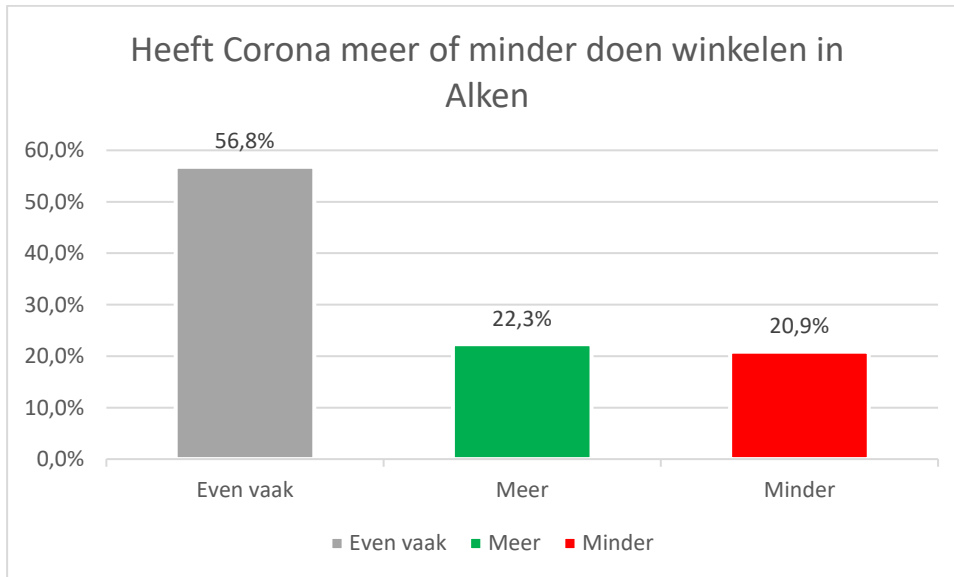
### Tijdsbesteding Alken centrum

Gemiddeld gezien besteed men minder dan een uur in het centrum van Alken (meer dan 85%). Er is slechts 2,4% die 2 uur of langer in het centrum is.



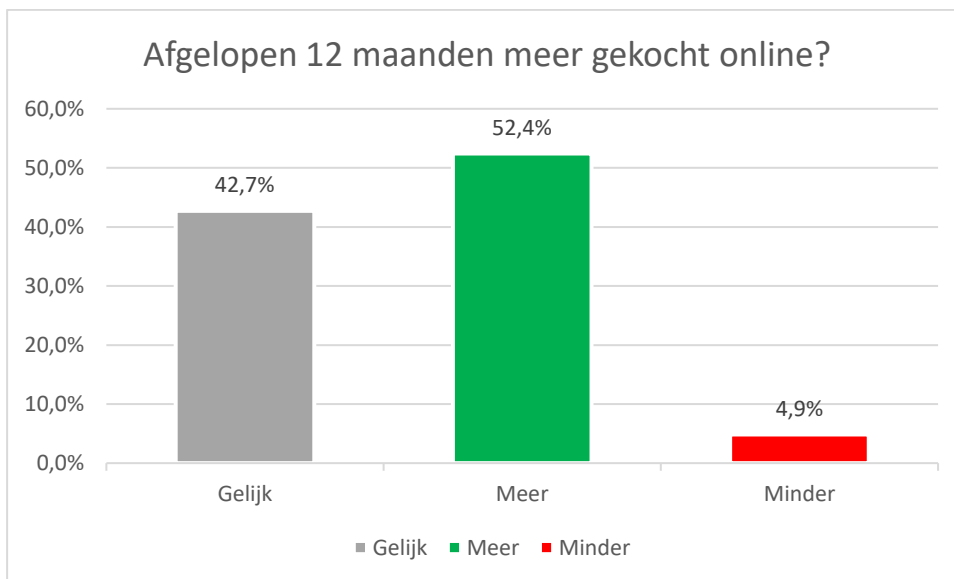
### Invloed corona

56,8% heeft even vaak blijven winkelen in Alken. Daarnaast 22,3% meer komen winkelen in Alken tijdens de corona en 20,9% minder.

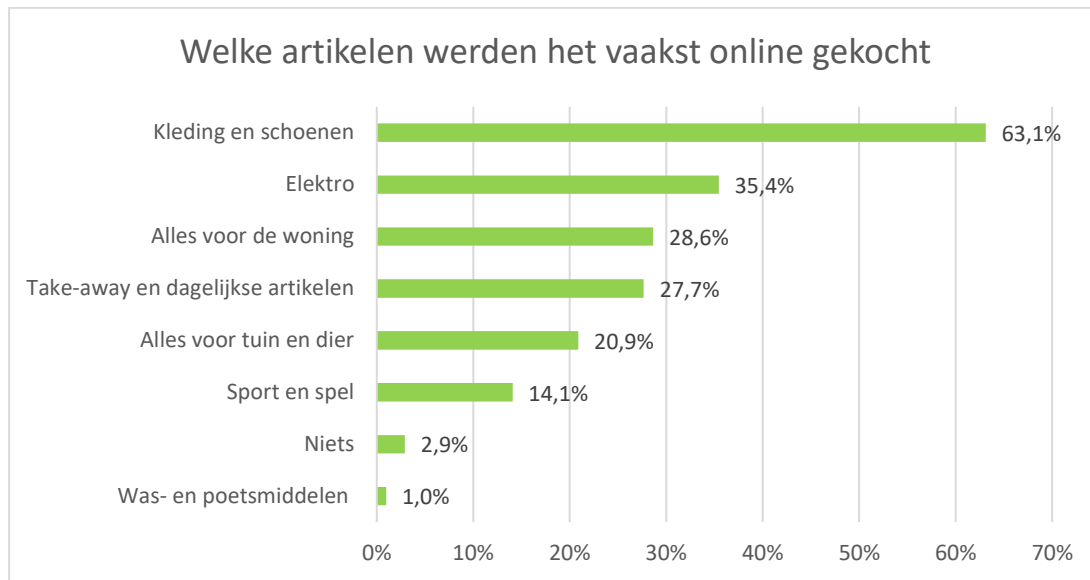


### Online shopping

Meer dan de helft van de respondenten heeft de afgelopen 12 maanden meer online gekocht. Slechts 4,9% heeft minder aankopen online gedaan.



Kleding en schoenen werden het vaakst online gekocht door de respondenten. Daarnaast kochten ze ook artikelen zoals elektro, alles voor de woning, take-away en dagelijkse artikelen.



## Aanbod

De respondenten missen qua aanbod vooral winkels met 'mode en luxe'. Daarnaast mag er ook een ruimer aanbod zijn van restaurants (à la carte). Tenslotte vindt meer dan 4 op 10 respondenten dat er meer assortiment mag zijn van winkels met 'sport/vrije tijd/ontspanning' en 'persoonlijke verzorging'.

Op de vraag als de Alkenaar een specifieke winkel of dienstverlener mist kwamen verscheidene antwoorden. 23,8% mist voornamelijk een kledingwinkel en 17% mist een Kruidvat in Alken.



## Suggesties





**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



- Op vlak van voorzieningen willen de respondenten meer openbare toiletten (24,2%) en meer (fiets)parkings (12,1%). Ongeveer 42% vindt dat er voldoende voorzieningen zijn in het centrum van Alken
- Op vlak van mobiliteit zouden de respondenten Alken meer bezoeken als er meer (gratis) parking (16,2%), betere fietspaden (12,7%) en meer openbaar vervoer (12,0%) zou zijn. 40% van de respondenten vinden dat er niks moet veranderen op vlak van mobiliteit om meer te kopen of Alken meer te bezoeken.
- Op vlak van beleving moeten er meer evenementen zijn (50,53%), op die manier zouden er meer bezoeken zijn in Alken en zou er meer gekocht worden in Alken. Daarnaast zijn er ook suggesties om Alken meer groen (park, picknick) te maken, een mooiere inkleiding (bloemen, vlaggen, verlichting...) en muziek.
- Er waren ook nog enkele andere suggesties: een wekelijkse markt of markt met delicatessen, dienstverleners zoals de post en banken moeten in centrum blijven, pop-up initiatieven, laagdorp inrichten met veel groen en schaduwrijke plaatsen, meer verdraagzaamheid naar de auto, meer inzetten op leefbaarheid/gezelligheid en evenementen...

## Conclusies

- Men bezoekt Alken voornamelijk voor **diverse diensten** (bank, post, gemeentehuis,...) of om er **iets te kopen** (detailhandel)
- Goederen die aangekocht worden in Alken zijn voornamelijk **dagelijkse producten**
- Horeca wordt voornamelijk afwisselend bezocht **om iets te eten en te drinken**
- De **kwaliteit van het aanbod** scoort vrij **goed** (34,9% geeft een score van 7-10 op 10) <> De diversiteit van het aanbod (59,8% geeft een score van 1-5 op 10)
- De **bereikbaarheid met de wagen** scoort eveneens vrij **goed** (57,3% geeft een score van 7-10 op 10)
- De **kwaliteit van de horeca** scoort **goed** (38,8% geeft een score van 7-10 op 10) <> Het **aantal horeca-aangelegenheden** kan **beter** (43,2% geeft een score van 1-5 op 10)
- De **totale sfeer en gezelligheid** van het centrum kan **beter** (54,4% geeft een score van 1-5 op 10)
- De **promotionele activiteiten** kunnen eveneens ook **beter** (57,8% geeft een score van 1-5 op 10)
- Maar liefst 50,5% van de respondenten **bezoekt het centrum van Alken wekelijks**, maar een bezoek **duurt** voor 86,4% **minder lang dan een uur** → verblijfsduur verhogen
- Er is nood aan een **ruimer aanbod** in Alken (voornamelijk 'kleding en schoenen', horeca en Kruidvat)
- Nood aan **openbare toiletten**
- Nood aan **meer beleving en evenementen** (markt, concertjes, cultuur...)

## 1.10.2 Gesprekken actoren

### 1.10.2.1 Gesprek 1: Unizo en Voka

#### Ruimtelijk ordening

- Visueel niet duidelijk waar Centrum Alken begint en eindigt
- Alken is voornamelijk een slaapgemeente, inwoners gaan anders gaan werken
- De handelskern van Alken is voornamelijk gelegen op de Steenweg
- Op het industrieterrein is er ook detailhandel en 1 horecagelegenheid te vinden

#### Mobiliteit/parkeren

- Er zijn parkeermoeilijkheden in de gemeente, daarnaast wil de brouwerij zijn parking niet afstaan als het nodig is
- Om een snelle boodschap te doen, wil men zo dicht mogelijk staan. Voor langer te winkelen, wil men verder wandelen
- De Dorpsstraat door het centrum is de doorgangsroute

#### Aanbod

- Geen groot aanbod van winkels in Alken centrum. De Zeeman is een trekpleister en de scholen zijn een aantrekkingspool
- Diensten zijn goed vertegenwoordigd in het centrum: veel banken en post
- Voldoende aanbod van handel voor buurtbewoners: Carrefour, vis- en traiteurwinkel, bakker, bloemen, pralines...
- Er is horeca in het centrum, maar nog ruimte voor eetgelegenheden

#### Promotie en samenwerking

- Enkele evenementen op jaarbasis: avondmarkt, kerstproeverij, kermis in mei en augustus
- Alkenbon is een goed en eenvoudig initiatief

#### Conclusie:

Alken centrum is in hoofdzaak een centrum voor beleving, speeltuin en horeca. Aangevuld met veel diensten (bank, post, school) Er is een aanbod winkels en faciliteiten voor buurtbewoners. De Steenweg is in feite de handelskern van Alken. Wel vraag voor afbakening en concentratie langsheen de Steenweg (aan kruispunt).

### 1.10.2.2 Gesprek 2: horeca

#### Ruimtelijk ordening

- Vanaf een handelspand leegkomt wordt deze mee opgenomen in de leefruimte
- Grootste handelskern van Alken is de Steenweg en niet het centrum

#### Mobiliteit/parkeren

- Parkeergelegenheid Kapiteelparking moet beter aangegeven worden
- Parkeergelegenheid wordt gebruikt door de bewoners
- Niet consequente handhaving van het parkeerbeleid
- Centrum kan beter worden aangelegd voor de fietsers

#### Aanbod

- Alken is een slaapstad



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



- In vraag gesteld als er nog plaats is voor offline winkels in kleine gemeenten
- Basisvoorzieningen zijn aanwezig
- De meeste winkels liggen op de Steenweg

#### **Promotie en samenwerking**

- Voelt de politieke insteek in de gemeente
- Toerisme in bloemenseizoen zou meer in de kijker moeten komen (meer rond gedaan worden)

#### **Conclusie:**

Alken centrum is meer voorzien op goed en rustig wonen met voorzieningen zoals banken, scholen, Carrefour, bakker, en horeca. Qua handelsgebeuren mogen we niet focussen op Alken-centrum maar op de Steenweg. Toerisme mag wel worden uitgebreid in Alken-centrum.

#### *1.10.2.3 Gesprek 3: handel en diensten*

#### **Ruimtelijk ordening**

- Advies ondernemingsraad wordt niet gevolgd inzake terrasverwarming

#### **Mobiliteit/parkeren**

- Heraanleg Laagdorp is mooi gedaan, maar er zijn parkeerplaatsen voor opgeofferd
- Parkeerproblemen in Alken
- Laagdorp zou blauwe zone moeten zijn. Momenteel staan personeel van scholen en handelszaken op deze parking

#### **Promotie en samenwerking**

- Er worden acties ondernomen om evenementen op te zetten, maar weinig ondersteuning andere handelaars
- Sally is voortrekker van verschillende acties: paasactie en decemberactie met lotjes
- Adviesraad is een goed initiatief
- De Alkenbon is goed initiatief en handig in gebruik
- La Perla (kledij) zou naar centrum mogen komen (is een voorbeeld in gebruik van sociale media en acties)

#### **Conclusie:**

Alken centrum verandert stilaan in een wooncentrum, het handelscentrum ligt op de Steenweg. Het parkeerbeleid is een probleem. Er zouden wat meer acties en evenementen mogen komen in het centrum. We moeten ons meer richten op toerisme en recreatie.

#### *1.10.2.4 Gesprek 4: gevestigde waarden*

#### **Ruimtelijk ordening**

- Geen duidelijke kern; versnippering is tussen Alken, Terkoest en St-Joris
- Winkels trekken weg uit het centrum
- Momenteel nog veel diensten in het centrum, maar zullen op termijn wegtrekken
- Meer horeca dan 8 jaar geleden



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



- Detailhandel hoort niet thuis op een industrieterrein
- Rond het kruispunt op de Steenweg is er een sterke handelskern (bewaard en gereguleerd worden)
- Voorstel om ambulante handel niet toe te laten

### **Mobiliteit/parkeren**

- Parking Laagdorp is van 100 plaatsen naar 82 plaatsen naar 40 geëvolueerd
- Parking Laagdorp wordt voornamelijk gebruikt door personeel/werknemers
- Laagdorp zou beter blauwe zone worden, maar dat is ook niet ideaal voor de horeca

### **Promotie en samenwerking**

- Reclamebelasting in Alken is enorm hoog
- Een middel moet komen om Alken meer in de kijker te zetten: promomateriaal (brochure, krantje...)

### **Conclusie:**

Door de veranderende markt moet er soepel worden omgegaan met ruimtelijke uitvoeringsplannen. Een pand moet op een snelle wijze een herbestemming kunnen krijgen (zowel voor detailhandel, diensten, vrije beroepen en horeca). De handelskern rond het kruispunt op de Steenweg is de handelskern van Alken. Deze moet sterk blijven maar er mag geen detailhandel op het industrieterrein (bij)komen. Het parkeerbeleid in Alken centrum moet beter gehandhaafd worden. Ideaal zou zijn als er richtlijnen komen naar parkeergelegenheid voor personeel van scholen, diensten en handel van Alken centrum.

#### *1.10.2.5 Gesprek 5: nieuwkomers en starters*

### **Mobiliteit/parkeren**

- Mensen willen niet ver wandelen om iets af te halen
- Hoogdorp is blauwe zone, maar parkeerbeleid wordt niet consequent gehandhaafd
- Beter signaal van industrieterreinen noodzakelijk

### **Promotie en samenwerking**

- Nieuwe inwoners van Alken krijgen een cadeaubon van @the Corner
- Digitale borden aan industrieterrein om promo te voeren

### **Conclusie:**

Hoogdorp heeft met zijn bloemenzaak, pralinewinkel en afhaal van broodjes meer nood aan shop&go parkeerplaatsen.



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



#### 1.10.2.6 Algemene conclusies focusgesprekken

- Ruimtelijke ordening: iedereen is het erover eens dat de handelskern van Alken zich op de Steenweg bevindt. Verdere uitbreiding van de Steenweg wordt als positief aanzien doch moet hier een afbakening en richtlijnen voor komen.
- Richtlijnen moeten voldoende soepel omschreven worden zodat Alken eenvoudig kan inspelen op veranderingen binnen de handels- en dienstenmarkt en zo mogelijke nieuwe ondernemers aantrekken.
- Er moeten tevens richtlijnen komen rond detailhandel op het industrieterrein.
- Iedereen is het erover eens dat het centrum van Alken afgebakend moet worden en dat alle ondernemers in het centrum welkom zijn. Zowel detailhandel, horeca, diensten als vrije beroepen.
- Mobiliteit: Er heerst een algemene frustratie wat betreft de hoeveelheid beschikbare parkeerplaatsen en de handhaving van het parkeerbeleid.
- Samenwerking en promotie: De Adviesraad is een goede start maar een betere samenwerking is nog welkom in Alken. De Alkenbon wordt door iedereen fijn en gemakkelijk ervaren. De vraag naar een gezamenlijke promotievoering kwam een aantal keer voor.



## 1.11 SWOT-analyse

Voor het opmaken van een SWOT-analyse kijken wij vooral naar stedenbouwkundige, functionele en organisatorische aspecten van het handelsapparaat in Alken en meer specifiek naar de kern en naar de werking onder en met ondernemers en handelaars.

Sterktes	Knelpunten
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strategische ligging</li> <li>• Aandeel 25-49 jaar best vertegenwoordigd</li> <li>• Aanbod in de verspreide bewinkeling</li> <li>• Voorzieningen Steenweg</li> <li>• Bereikbaarheid (openbaar vervoer)</li> <li>• Parkeergelegenheid</li> <li>• Goed en comfortabel om te wonen</li> <li>• Veel diverse diensten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zwakke koopbinding/-attractie</li> <li>• Geen verdere industriële ontwikkeling gewenst door ligging</li> <li>• Verstoord evenwicht aantal verkooppunten</li> <li>• Verspreiding verkooppunten Steenweg</li> <li>• Geen supermarkt in het centrum</li> <li>• Korte verblijfsduur</li> <li>• Brouwerij vroeger bepalend beeld, nu gedateerd</li> <li>• Meerdere handelspanden staan leeg</li> <li>• Geen uitgesproken imago</li> <li>• Handhaving parkeerbeleid</li> <li>• Concurrentie van andere regio's en steden (Hasselt, Sint-Truiden)</li> </ul>
Kansen	Aandachtspunten
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bevolkingsgroei</li> <li>• Inspelen vergrijzende bevolking: groen, fietsen, wandelen...</li> <li>• RUP Centrum 5 Zuid (stimuleren handelsapparaat, versterken woonaanbod, vastleggen groenstructuur en mobiliteitsstructuur)</li> <li>• Woon-werk functie</li> <li>• (Plattelands)toerisme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vergrijzing</li> <li>• Overstromingsproblematiek</li> <li>• Voorzieningen Terkoest en Sint-Joris</li> <li>• Kernversterking Terkoest en Sint-Joris</li> <li>• E-commerce</li> <li>• Te weinig sfeer, beleving en evenementen</li> <li>• Beperkt aantal promotionele activiteiten</li> <li>• Te laag aanbod van Horeca en modewinkel(s)</li> </ul>

## 1.12 Slotconclusie analyse (managementsamenvatting)

Een goede analyse van de huidige kleinhandelsstructuur, toegespitst op de doelstellingen van het integraal handelsvestigingsbeleid, vormt de basis van een efficiënt kleinhandelsbeleid.

Hieronder sommen we nogmaals de belangrijkste conclusies op van de analysefase:

### Algemene socio-economische positionering

- Alken heeft een inwonersaantal van 11.694 inwoners (= stijging van 3.65% inwoners ten opzichte van 2010);
- De bevolkingsprojectie voor 2030 is circa 12.240 inwoners (= stijging van 5,3% ten opzichte van 2020);
- Alken heeft lagere bevolkingsdichtheid in vergelijking met het Vlaamse Gewest;
- Het gemiddeld inkomen per inwoner uit Alken ligt hoger dan bij het Vlaams Gewest, maar lager dan vergelijkbare steden en gemeenten.

### Analyse bestaande voorzieningen en kleinhandelsstructuur

- Alken telt 195 verkooppunten, waarvan 74 voor detailhandel (= 17.167 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlakte) en 8 leegstaande panden waarvan 6 in het centrum;
- Er is een groot aanbod 'andere producten' en 'voeding';
- De verspreide bewinkeling van Alken telt het hoogst aantal verkooppunten nl. 153 (= 78% van het totaalaanbod);
- Een detailhandelszaak in Alken is 232 m<sup>2</sup> groot, een leegstand pand 164 m<sup>2</sup>;
- 113 verkooppunten zijn bestemd voor niet-detailhandel. De meest voorkomende zijn 'ambachten' en 'horeca'.

### Vergelijking benchmarkgemeenten

- Alken heeft beduidend minder aanbod 'persoonsuitrusting' ten opzichte van enkele benchmarkgemeenten (Haacht, Zonhoven, Roosdal en Diepenbeek);
- Op vlak van 'planten/bloemen' en 'andere producten' heeft Alken meer aanbod dan de meeste benchmarkgemeenten;
- Voor de productgroep 'voeding' heeft Alken een vrij evenwichtig aanbod.

### Evolutie handelspanden

- In het centrum van Alken is er een stijging van het aantal m<sup>2</sup> WVO maar is het aantal verkooppunten gedaald;
- In de verspreide bewinkeling is zowel het aantal handelspanden, als het aantal m<sup>2</sup> WVO fors gestegen.

### Functiekaarten

- Een bonte mix van dienstverlening, horeca en handel versterkt de aantrekkelijkheid van een handelskern;
- Productgroep 'andere' is niet zo sterk aanwezig in het centrum. Deze groep is vaak meer afgestemd op autogerichtheid en behoeven een grote oppervlakte of buitenopslag;
- Detailhandel en horeca zijn ook niet sterk aanwezig in het centrum en mogen gestimuleerd worden om zich daar te vestigen;



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



- Het kan wenselijk zijn om Alken in te delen in vijf verschillende concentraties: Centrum Alken, Terkoest, Sint-Joris, Steenweg en verspreide bewinkeling. Deze indeling zou ook van toepassing moeten zijn in Locatus;
- In Alken zijn er 4 supermarkten, deze zijn allemaal gelegen in de verspreide bewinkeling.

#### **Toetsing huidige kleinhandelsstructuur aan de hand van de planningscontext**

- De handel in Alken-centrum is hoofdzakelijk gelegen in de Hoogdorpsstraat.
- Enkele detailhandelszaken zijn gelegen op industrieterrein 'de Kolmen'.
- Ook meer dan 20% van de verkooppunten zijn gelegen op de Steenweg.

#### **Kooporiëntatie**

- De koopbinding voor dagelijkse goederen bedraagt in Alken 59,1%. Ten opzichte van de gemiddelde VRIND-gemeenten is dit een normaal cijfer.
- Voor periodieke goederen scoort Alken lager dan de gemiddelde VRIND-gemeenten.
- De koopbinding voor uitzonderlijke goederen ligt beduidend hoger dan de gemiddelde VRIND-gemeenten.
- De koopattractie ligt in Alken lager dan in vergelijkbare gemeenten

#### **Economische functioneren**

- Weinig theoretische marktruimte voor 'voeding', 'persoonsuitrusting' en 'andere'

*Bovenstaande gegevens uit de analyse dienen samen met de 'trends en ontwikkeling' en de 'SWOT-analyse', als ondersteuning bij de visievorming. In het volgende hoofdstuk gaan we hier dieper op in.*



## 2. VISIE

In de vorige hoofdstukken hebben we een uitgebreide analyse gemaakt over het handelsapparaat in Alken. In dit hoofdstuk kijken we naar de toekomst, naar de gewenste positie voor het voorzieningenapparaat in de kern van Alken. Dit met de bedoeling om de handelskern blijvend te versterken op korte en lange termijn.

Alvorens over te gaan tot het actieplan, zal er eerst een korte samenvatting volgen van de workshop met de handelaars van Alken-Centrum.

### 2.1 Workshop – 23/08/2021

#### Verslag – Workshop handelaars

- Toelichting analysefase door Jan Boots (CityD) + workshop aan de hand van stellingen

#### **Stelling 1: Steenweg wordt de eigenlijke kern van Alken en biedt ruimte voor verdichting en uitbreiding?**

##### Grotere winkels concentreren?

- Belangrijkste kern moet in centrum blijven, maar kan wel een bijkomende kern gecreëerd worden langs de Steenweg
  - o Angst voor leegloop als de kern verlegd wordt naar Steenweg (Steenweg mikt meer op passage en gericht winkelen)
- Centrum moet meer gericht zijn op mix van dienstverlening, onderwijs, wonen, horeca en gezelligheid.
- Winkels die beleverd worden met grote vrachtwagens, zouden uit het centrum moeten geweerd worden. De vrachtwagens zijn niet wenselijk in een schoolomgeving. Er kunnen ook restrictie opgelegd worden qua levertijden.
- Eerst een visie vastleggen, daarna de nadelen die eraan verbonden zijn aanpakken.
- Het parkeerprobleem door de verbreding van de Steenweg kan aangepakt worden door het creëren van een gemeenschappelijke in- en uitrit voor een cluster van handelszaken.
- Steenweg zal een handelskern blijven. De manier waarop deze kern groeit of evolueert hangt af van de detailhandelsvisie. Er kunnen restricties (branche, oppervlakte, parkeernormen...) worden opgelegd.
- Gemeente moet oplossingen faciliteren waar de meeste stakeholders voordeel uithalen. De bereikbaarheid blijft essentieel van belang.

#### **Stelling 2: Kern van Alken zet in op wonen, recreatie en basisvoorzieningen voor de buurt.**

##### Kern is Hoogdorp/Laagdorp/Dorpsstraat/Nabestemming brouwerij

##### Creatie poorten

- Mobiliteit/parkeergelegenheid
  - o Klanten moeten kort of lang kunnen parkeren waar nodig. Er moet een veilige verkeerssituatie zijn voor alle weggebruikers
  - o Meer snelheidscontroles om 'centrum'-gevoel te versterken
- Afbakening



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



- Doel afbakening is om centrum te faciliteren (stedenbouwkundig). Betere ontwikkelingen met duidelijke stedenbouwkundige keuzes zorgen voor een betere handelskern
- Een doel van RUP Centrum 5 Zuid is om wonen en handel mogelijk te maken in de vroeger blauwe zones. Hoe meer mensen in centrum wonen, hoe hoger de nood aan handel
- Openbare ruimte
  - Nood aan groene zones; groene zones centrum komen onvoldoende tot hun recht
  - Alken Valley zal Alken naar hoger niveau tillen. Er moet nadruk gelegd worden op het landschappelijk, recreatief toerisme, maar lokale klanten mogen niet verloren gaan. Grootste deel omzetafhankelijk van de eigen inwoners
- Aanbod
  - Nood handelszaken die bijdragen aan beleving, buy local en authenticiteit
  - Nood meer levendigheid op zaterdag (kleine markt, streekproductenmarkt...)
  - Winkeluren moeten aangepast worden aan de noden van tweeverdieners + nood aan omni-channel aanpak: offline en online (doordeweekse passanten nemen af)
  - Aanbod gefragmenteerd: inwoners Alken informeren over aanbod
- Samenwerking
  - Aanbeveling tot opzetten van een handelaarsvereniging

**Stelling 3: Het centrum mag een grilligheid vertonen i.f.v. meer investeringen en bouwprogramma? Meer mogelijkheden zijn meer investeringen, enkel binnen RUP-afbakening?**

- Er moet in de hoogte gebouwd worden om investeringen aan te trekken (bouwlagen). Hiervoor dient ook de afbakening. Winkelpuien zijn te laag
- “Welles/Nietes”-pand (nu: ‘Lou’) een doorn in het oog. De gemeente kan nu optreden met het nieuwe RUP, het pand lag gelegen aan een gewestweg (beheer: AWV). Gemeente kan reglement opstellen voor gewestwegen die binnen afbakening liggen.

**Stelling 4: KMO-zone Kolmen laat geen verdere handel toe als hoofdactiviteit (enkel in relatie tot industriële hoofdactiviteit).**

**Handel = Steenweg – centrum – lokale kernen (Sint-Joris en Terkoest)**

- Huidige handel in KMO-zone Kolmen kan/mag niet zomaar worden afgebroken. Is eerder een uitdoofverhaal, nieuwe winkels kunnen niet meer.
- Een doelstelling van het IHB is ‘het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten’. Inwoners moeten vlot (te voet) bij een aanbod dagelijkse goederen kunnen geraken. Het is van belang dat er voldoende dagelijks handels- en dienstenaanbod is in de woonkernen en deelgemeenten.
- Nood aan sociale contacten
- Aantal bushaltes wordt afgebouwd door De Lijn. Dit heeft een negatieve invloed op de bereikbaarheid, maar de gemeente heeft hierover geen zeggenschap
  - Buurtwinkels worden ingeschakeld om openbare diensten aan te bieden (post, openbaar vervoer, nutsvoorzieningen)



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



#### Stelling 5: Alken is nog altijd een auto-gemeente met blauwe zone

- De brouwerijparking wordt op termijn eigendom van de gemeente waardoor het ook mogelijk zal zijn om langere tijd te parkeren
- Auto blijft belangrijk doordat Alken een landelijke gemeente is met een grote spreiding van woningen.
  - o Optie om centrum op bepaalde momenten autoluw te maken
- Oversteekbaarheid van bepaalde straten, zoals Hoogdorpsstraat, moet verbeterd worden
- Snelheden moeten ingeperkt worden in het centrum
- 'Shop & Go' plaatsen komen waar dit nodig is (vb. Vangrootloon): kort en gericht parkeren met verplichte rotatie.

#### **Conclusies workshop:**

Het RUP Centrum 5 Zuid zorgt voor heel wat mogelijkheden in het centrum van Alken, zowel voor de afbakening van de handelskernen, als voor het aansturen van het aanbod, een slimmere ruimtelijke ordening en andere aspecten.

Er is nood aan een betere mobiliteit (inperking snelheden, verschillende types parkeerplaatsen,...), een breder aanbod en meer beleving in het centrum. Zoals men kan zien, zijn dit ook elementen die tijdens de discussies van bijna alle stellingen aan bod zijn gekomen.

## 2.2 Uitgangspunten voor een gezond handelsapparaat en een weerbare handelskern

### 2.2.1 Profiel

De visie geeft aan hoe we het handelsgebeuren in Alken en het handelscentrum in bijzonder willen zien evolueren in de komende 5 tot 10 jaar. Het is in het kader waarbinnen bepaalde acties zullen worden genomen om de lokale detailhandel en bij uitbreiding het voorzieningenapparaat in de handelskern te ondersteunen en te versterken. De visie geeft aan hoe de detailhandel in Alken er in de toekomst best zal uitzien, welke rol zij vervult in de directe omgeving en wat haar kan of moet onderscheiden van andere kernen in de buurt.

De visie vormt het kader voor toekomstige acties, een toetsingskader bij de beoordeling van stedenbouwkundige, socio-economische of andere beleidsmatige dossiers, geeft richting aan bestaande en toekomstige ondernemers en handelaars en is onderlegger voor verdere besluitvorming binnen de verschillende stedelijke diensten.

Bij het bepalen van het ambitieniveau van Alken werden verschillende uitgangspunten meegenomen zoals de te verwachten bevolkingsontwikkeling, trends in de omgeving, wensen van het gemeentebestuur, inzichten uit overlegmomenten en ontmoetingen, de resultaten van de workshop, ...

**Als algemene uitgangspunten voor de gemeente Alken selecteren we de volgende:**

- Centrum Alken wordt een compacte kern, goed bereikbaar maar gezellig wanneer het moet, dankzij flexibele infrastructuur voor zoekend verkeer en evenementen;
- Centrum Alken onderscheidt zich door een gezellig en ruim centrumgebied geconcentreerd in de Hoogdorpsstraat en Laagdorp met een mix van handel, dienstverlening en wonen. Hierbij is het centrumpit<sup>7</sup> een goed uitgeruste en compacte voorzieningekern met een gezond evenwicht tussen het aanbod en de verblijfskwaliteit;
- De gemeente hanteert oplossingsgerichte planologische afwegingen, gericht op realisatie en valorisatie van het bestaand patrimonium;
- De handelaars willen de samenwerking met de gemeenten intensifiëren en wensen hierbij adviesorgaan/klankbord te zijn zonder evenwel een nieuwe VZW op te richten;
- De gemeente Alken stimuleert actief de vestiging van lokaal ondersteunende voorzieningen in de kernen Terkoest en Sint-Joris;
- De gemeente Alken blokt kleinschalige commerciële ontwikkelingen buiten de afgebakende gebieden (centrum Alken en deelvallen) af voor de productcategorieën C/Bloemen, planten, D/Andere of zorgt voor clustering op de Steenweg;
- Er wordt meer ingezet op het toeristisch potentieel dat Alken heeft, ook in relatie met de centrumpit.

Deze uitgangspunten zijn gebaseerd op eigen vaststellingen in Alken, op gesprekken van stedelijke administratie en mandatarissen, op inzichten van de sector, kennis van consumentengedrag en van trends en ontwikkelingen.

<sup>7</sup> Centrumpit verwijst naar het kern(winkel)gebied van Alken. Dit gebied bestaat uit Laagdorp en de Hoogdorpsstraat.

Bovendien sluiten ze aan op de doelstellingen van het Vlaams beleid, dat vorm kreeg via het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid. Ze zijn met andere woorden IHB-proof. Hier komen we later nog op terug.

Hieronder zijn enkele uitgangspunten opgesteld die behalve een ruimtelijk argument vooral het ambitieniveau en de gewenste positionering van Alken in Haspengouw en Voerstreek weergeven. Bovenstaand is de algemene logica, onderstaand de Alkense logica.

## 2.2.2 Uitgangspunten voor een wervende toekomstvisie op maat van Alken

*2.2.2.1 Uitgangspunt 1: Centrum van Alken wordt een compacte kern, goed bereikbaar maar gezellig wanneer het moet, dankzij flexibele infrastructuur voor zoekend verkeer en evenementen*

- Het centrum is autotoegankelijk maar kan met sensoren en flexibele infrastructuur makkelijk afgesloten worden voor commerciële of andere evenementen;
- Het centrum is ook toegankelijk met de fiets of te voet, er is een heldere ontsluiting voor auto's, fietsers en voetgangers;
- Evenwicht tussen parking en evenementen

Het centrum van Alken kent behalve een mix van commerciële, veelal dagelijkse voorzieningen, vooral een aanbod van dagdagelijkse dienstverlening zoals banken, dienstenbedrijven en kappers. In Alken zijn er drie kleuter- en basisscholen: Freinetschool 't Schommelbootje, Gemeentelijke basisschool DE B@S!S en Methodeschool basisschool Wonderwijs. Het administratief centrum ligt zeer centraal. Het centrum is dus afgestemd op een hoogfrequente va-et-vient van veelal Alkenaren of mensen uit de directe buurt die kinderen naar school brengen of enkele boodschappen of diensten moeten verrichten.

In Alken is er voldoende plaats voor kleinschalige activiteiten. Hierbij kan de Hoogdorpsstraat voor evenementen in de toekomst worden afgesloten. Daarnaast is er ook ruimte voor kleinschalige activiteiten aan het plein van de Sint-Aldegondiskerk. Tijdens evenementen kan ook het parkingplein P3 Recreatie De Alk makkelijk afgesloten worden via verzinkbare infrastructuur en kan er nagedacht worden over terugkeerpistes of afbuigscenario's.



*Inzinkbare paaltjes*

2.2.2.2 *Uitgangspunt 2: Centrum van Alken onderscheidt zich door een gezellig en ruim centrumgebied geconcentreerd in de Hoogdorpsstraat met een mix van handel, dienstverlening en wonen. Hierbij is de centropit een goed uitgeruste en compacte voorzieningenkern met een gezond evenwicht tussen het aanbod en de verblijfskwaliteit*

- De centropit bestaat uit Hoogdorpsstraat en Laagdorp, waarbij er een mix moet zijn van voldoende horeca, kleinschalige evenementen en gemeentelijke activiteiten;
- Binnen de onderscheiden zones kunnen andere planologische of stimulerende maatregelen inzake bouwprogramma's, parkeerratio's of bestemming overwogen worden;
- Laagdorp zet in op verdichting, vernieuwing en verblijfskwaliteit, met focus op handel, horeca en dienstverlening;
- Vraag om herlocalisatie- of vestigingspremie binnen centrumgebied;
- In de aanloopstraten wordt de hoofdbestemming getoetst aan het ingediend voorstel, zonder verplichting van handel, dienstverlening of horeca;

Het dagelijks aanbod aan diensten en winkels en maatschappelijke voorzieningen (onderwijs, gemeentehuis) is vandaag het bestaansrecht van de gemeente. De Motstraat en Stationsstraat fungeren quasi letterlijk als een rode loper tot de centropit, veelal een eindbestemming. Dit gebied kan gezelliger ingericht worden als verblijfsplaats, zonder het doelgericht karakter van de 2 aanloopstraten te ondermijnen. Indien we erin slagen het aantal voorzieningen in de aanloopstraten en in de centropit te versterken, zal de kans op combinatiebezoeken toenemen en dus op een langere verblijfsduur. En zo versterken deze straten en de centropit elkaar.



*Laagdorp Alken*



*Hoogdorpsstraat Alken*

*2.2.2.3 Uitgangspunt 3: De gemeente hanteert oplossingsgerichte planologische afwegingen, gericht op realisatie en valorisatie van het bestaand patrimonium*

- Binnen centrumpit een maximale concentratie van kernversterkende voorzieningen (horeca, handel, cultuur...);
- Stimuleren van bouwvolume en gevelrenovatie om de kwaliteit van handelspanden en -woningen op te krikken<sup>8</sup>;
- Inzetten bebloeming, terrassen en waterpartij;

Indien Laagdorp en Hoogdorpsstraat terug de spil moeten worden voor het handelscentrum en moeten uitgroeien tot ontmoetings- en verblijfsplek, dan moet de kwaliteit van het gebied maar vooral van het patrimonium worden versterkt. Indien men meer voorzieningen wil, zal het investeringskader aantrekkelijker moeten gemaakt worden. In tijden van 'bedrijvige kernen' en betonshift, krijgt de handelskern terug alle aandacht. Dan is het belangrijk dat de panden in het centrum die vaak een zekere leeftijd hebben zich kunnen vernieuwen. We stappen hierbij best af van de kroonlijstlogica die vroeger de bouwlijnen en -hoogtes sterk bepaalde. Anno 2022 is enige grilligheid en een vernieuwde van stedelijkheid, ook in kleinere kernen aan de orde van de dag. De kernen zijn terug aantrekkelijk om in te wonen, zowel voor starters, als voor de diverse vormen van gezinssamenstelling of voor de oudere dag. Hoe meer er gewoond wordt, hoe meer leven in de brouwerij, hoe meer bewoners baat hebben aan een verfraaide, veilige en nette omgeving, uitgebouwde voorzieningen en een levendig handels- en horeca-apparaat.

<sup>8</sup> In het nieuwe relanceplan van de Vlaamse regering is er opnieuw een subsidieproject voorzien voor de renovatie van handelspanden. De gemeenten worden geadviseerd om deze op te volgen. Daarnaast voorziet de regering ook een subsidie voor infrastructurele kernversterkende ingrepen zoals aanleg verkeerspleinen, markten, verblijfszones en terrassen. Tenslotte is er ook financiële steun voor beleidsmatige planologische instrumenten zoals stedenbouwkundige verordeningen. De bedoeling is om de leefbaarheid van de handelskernen ook duurzaam te verankeren in het lokaal beleid.





**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



*Handelspannen Alken*

Een verfraaide omgeving biedt het decor voor evenementen, kleinschalig of iets groter opgevat en werkt de sociale controle en alledaagse beleving sterk in de hand.



*Herinrichting markt Bree*

**Kantoor Oost:**  
OffiCenter – Bosdel 54/13  
3600 Genk  
info@citydwes.be  
+32 (0)11 39 75 50

**CITY DWES**  
GROUP  
[www.citydwes.be](http://www.citydwes.be)  
[www.cityd.be](http://www.cityd.be)

**Maatschappelijke zetel | Kantoor West:**  
Baron Ruzettelaan 27  
8310 Brugge  
BE 0893.688.912  
+32 (0)50 36 71 36

*2.2.2.4 Uitgangspunt 4: De handelaars willen de samenwerking met de gemeenten intensifiëren en wensen hierbij adviesorgaan/klankbord te zijn zonder evenwel een nieuwe VZW op te richten*

- Geregeld overleg met dienst Lokale Economie handhaven;
- Middelen in functie van activiteiten en initiatieven;
- Binnen het adviesorgaan kunnen werkgroepen met handelaars opgericht worden, voorgezeten door schep en Lokale Economie en administratieve ondersteuning door dienst Lokale Economie;
- Werkgroep rond nieuwe activiteiten, verfraaiing centrum, communicatie (nieuwe huisstijl), promotie, meer invullingen (voorzieningen), in overleg met dienstverlener

De handelaars waren erg betrokken bij de totstandkoming van deze visie. Zij zijn vragende partij om samen met de gemeente handelsversterkende initiatieven te organiseren. Voorlopig zien zij heil in een meer organische vorm van samenwerking, waarbij de gemeente wel de lead neemt. Zij wensen mee te denken maar schrikken in deze tijden van toenemende druk op detailhandel voor de operationele besommeringen. Maar zij nemen graag de taak op van initiatief- en overlegorgaan. De handelaars vragen aan de gemeente om hen hierin te begeleiden.

*2.2.2.5 Uitgangspunt 5: De gemeente Alken stimuleert actief de vestiging van lokaal ondersteunende voorzieningen in de kernen Terkoest en Sint-Joris*

- Afbakeningen kernen Alken, Terkoest en Sint-Joris stedenbouwkundig vastleggen in verordening;
- Maximaal basisaanbod van dagelijkse noden in de kernen;
- Herlocalisatiepremie naar deze kernen;
- Inzetten op groen, speelelement, fietsvoorzieningen, zitmeubelen;
- Geen C en D enkel A en B of buurtondersteunend of < 100 m<sup>2</sup>;

Vlaanderen zet in op toegankelijkheid van het aanbod, in uitvoering van het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid. Dit impliceert dat iedere inwoner van Alken binnen een aanvaardbare perimeter toegang moet hebben tot een noodzakelijk dagelijks handels- en dienstenaanbod. Wijken, buurten en deelgemeenten spelen hierin een belangrijke rol. Een geclusterd aanbod van kleinschalige voorzieningen en buurtsupers bepalen de leefbaarheid van deze wijken. De commerciële en maatschappelijke leefbaarheid gaan hier hand in hand.

De gemeente onderzoekt om de kernen van Terkoest en Sint-Joris af te bakenen en hier een aantal stimulerende maatregelen aan te koppelen. Kleinere kernen als Terkoest en Sint-Joris worden ontmoetingsplaatsen als buurtbewoners er een dagelijkse activiteit kunnen beleven. Buiten deze afbakeningen, langs inval- en verbindingswegen worden geen commerciële activiteiten meer toegelaten. Er kan nagedacht worden om ook voorzieningen < 100m<sup>2</sup> niet langer toe te laten in de commerciële plint van ontwikkelingen, buiten deze afbakeningen. Een gedurfde maar verantwoorde politieke keuze.

De perimeter van toegankelijkheid zelf is niet bepaald. Deze toegankelijkheid manifesteert zich op verschillende fronten: te voet, met de wagen, de fiets, openbaar vervoer. De randvoorwaarden moeten aanwezig zijn om deze toegankelijkheid mogelijk te maken. Het standpunt van de wetgever is dat consumenten op een zo eenvoudig mogelijke manier toegang hebben tot een maximaal aanbod om te voorzien in de dagelijkse noden:



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



- Zichtbare locaties voor grootschalige foodspelers > 1.000m<sup>2</sup>, waar mogelijk binnen een afgebakende zone voor grootschalige detailhandel of stand-alone maar beantwoordend aan een afwegingskader voor grootschalige supermarkten.
- Buurtsupers < 1.000m<sup>2</sup> in of grenzend aan buurtondersteunende clusters;

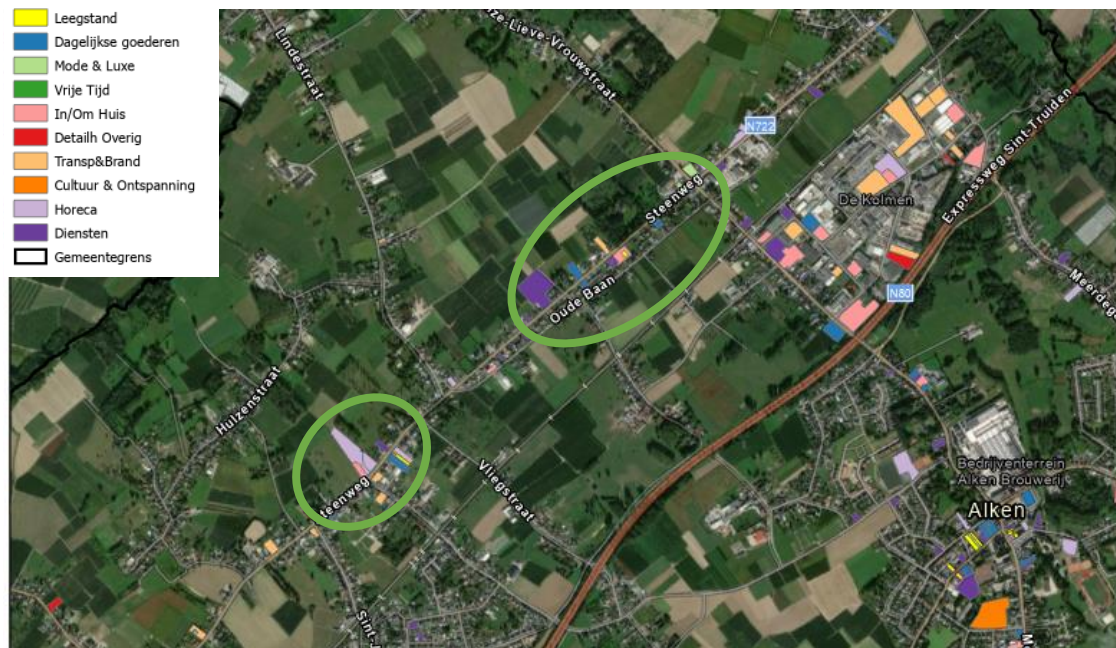
Deze buurtsupers zijn vaak vliegwiel voor de kleinere kernen waar ze in of nabij gelegen zijn.



*Spar express in Sint-Joris*

2.2.2.6 Uitgangspunt 6: De gemeente Alken blokt kleinschalige commerciële ontwikkelingen buiten de afgebakende gebieden (centrum Alken en deelkernen) af voor de productcategorieën C/Bloemen, planten, D/Andere of zorgt voor clustering op de Steenweg

- Meer dagdagelijkse voorzieningen in het centrum: buurtsuper, horeca en mode-winkels (persoonsuitrusting);
- Geen kleinschalige ontwikkelingen op de Steenweg;
- Versnippering Steenweg tegenaan: zoeken naar clusters om te bundelen



- Kleinschalige ontwikkelingen <400 m<sup>2</sup> weren in niet-afgebakende zones (winkelarm);
- Grootschalige ontwikkelingen > 400 m<sup>2</sup> enkel in de afgebakende kleinhandelszone;
- Voeding als aanbieder voor toegankelijk aanbod aan de hand van toetsingskader (populatie woonwijk, nabijheid OV, gemengde ontwikkeling (wonen), parkeervoorzieningen op terrein, nabijheid andere voorzieningen).

Voor supermarkten en buurtsupers, categorie A volgens het decreet Integraal Handelsvestigingsbeleid, kunnen afwegingen gemaakt worden zonder oppervlaktebeperkingen. Belangrijk hierbij is de nabijheid van woonconglomeraties, de makkelijke ontsluiting langs inval- of verbindingswegen, de nabijheid van andere voorzieningen/kernen.

Andere branches, categorieën B, C en D > 400m<sup>2</sup> volgens het decreet IHB worden best geclusterd in 1 zoekzone langsheen de Steenweg. Andere voorzieningen > 100m<sup>2</sup> < 400m<sup>2</sup> in dezelfde categorieën zijn niet mogelijk binnen de afgebakende zones van het centrum of lokale kernen. Standalone voorzieningen in de non-food worden dus niet langer aanbevolen.

2.2.2.7 *Uitgangspunt 7: Er wordt meer ingezet op het toeristisch potentieel dat Alken heeft, ook in relatie met de centrumpit*

In Alken zijn er enkele iconische gebouwen zoals de Rijkswachtkazerne, het oude kloostergebouw, de pastorie en de brouwerij. Daarnaast kan het recreatiedomein de Alk ook een toeristische trekpleister zijn.



*Brouwerij Alken*

Gebouwen zoals de Rijkswachtkazerne en de pastorie kunnen omgebouwd en hernieuwd worden. Dit kan hernieuwd naar logies, horeca en/of B&B. Bijvoorbeeld de Rijkswachtkazerne wordt omgebouwd naar een hotel. In de pastorie komt er een B&B en een brasserie.



*Rijkswachtkazerne Alken*



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



*Pastorij Alken*

Tenslotte is Alken de poort tot Haspengouw. Alken kan meer profiteren van het recreatief toerisme, maar moet hiervoor voldoende voorzieningen hebben voor de recreant (fietser en wandelaar). De recreant kan in het landelijke Alken tot rust komen en genieten van wandel- en fietsroutes met de Haspengouwse boomgaarden in de bloesemperiode.



*Bloesem Alken*

### 2.2.3 Kwantitatieve uitbreidingsmogelijkheden

In deze paragraaf bekijken we de ambitie voor Alken op kwantitatief vlak, op vlak van netto-uitbreidingsmogelijkheden in winkelvloeroppervlakte.

Een aantal uitgangspunten zijn hierbij van belang. Een eerste punt is dat de winkelmarkt de laatste tijd grondig aan het veranderen is. Vroeger was 'the sky the limit', nu is er sprake van verdringing. Nieuwe projectontwikkelingen op een bepaalde locatie zorgen er vaak voor dat op andere locaties winkels verdrongen worden en wegvallen. De marktruimte is op heden zeer beperkt. Deze ontwikkeling is te verklaren door meerdere trends die het winkelgedrag van de moderne consument beïnvloeden:

- Teruglopende bestedingen
- Opkomst e-commerce, ook voor dagelijkse goederen
- Demografische veranderingen (bijv. vergrijzing)
- Veranderingen aan de aanbodzijde: ketenvorming, schaalvergroting, grotere concurrentie tussen winkelgebieden, ...

#### Voor organische versterking en verdichting van kleinschalige voorzieningen binnen afgebakende kernen is altijd marktruimte

Er is vandaag wel marktruimte. Indien we het ambitieniveau opkrikken, is er voor de diverse productgroepen zeker nog potentieel, al gaat het hier niet om de grote aantallen. Binnen de kern van Alken-Centrum streven we naar verdichting in de centrumpit (Laagdorp en Hoogdorpsstraat). Alles wat het voorzieningenweefsel hier versterkt, draagt bij tot een grotere aantrekkingskracht van het centrum. Het zal hier van 100m<sup>2</sup> meer of minder niet afhangen, het ondernemersklimaat moet in ieder geval aangewakkerd. Zelfde gaat op voor de overige kleinere, lokale kernen waar een aantal kleinschalige dagelijkse voorzieningen en horeca de leefbaarheid van deze dorpskernen vergroten.

#### Bescheiden marktruimte voeding en persoonsuitrusting ontwikkelingszones centrum

In de centrumpit ligt de Hoogdorpsstraat, waar winkels in de dagelijkse of recreatieve sfeer zeker wenselijk zijn. In of in de dichte omgeving van de centrumpit kan een buurtsuper of een speler als de Action of Kruidvat zeker gehuisvest worden. Met enige ambitie is er in Alken wel ruimte voor handel in de categorie B (persoonsuitrusting) maar niet onbeperkt. In ieder geval willen we kleding maximaal clusteren in of nabij de kernen van Alken, Terkoest, Sint-Joris en de Steenweg en niet elders.

#### Weinig marktruimte voor grootschalige handel (categorie D)

Er wordt hierboven naar verwezen. Er is met enige ambitie wel ruimte voor grootschalige handel in de categorie D maar niet onbeperkt. De hiervoor geselecteerde zone langs de Steenweg moet hiervoor volstaan.

### Uitbreiding horeca/terrassen in het centrum, dynamische groei

De centrumpit heeft met Laagdorp de intrinsieke waarde om een gezellig plein te zijn, maar er zijn te weinig voorzieningen om deze gezelligheid mogelijk te maken. Toch zal deze kern met haar school, haar traditionele ontmoetingsrol, het administratief centrum dagelijks bezoekers blijven trekken. Dus het komt er op neer deze oriëntatie scherper te stellen. Het plein met parking kan zeker nog verfraaid worden met groen. Naast verfraaiing, zou het plein ook kunnen worden ingezet om evenementen op te organiseren. Laagdorp moet worden gezien als ontmoetingsplaats in Alken, waar er voldoende horeca (met terrassen) is.

In het centrum van Alken en de kernen Terkoest en Sint-Joris is er nog plaats voor extra horecazaken met terrassen.



Voorbeelden terrassen



Laagdorp



## 2.2.4 Ruimtelijke versterking centrum

Naast een functionele versterking van het centrum kunnen investeringen in de fysieke uitstraling van het gebied niet achterblijven. Met het 'RUP Centrum 5 Zuid' heeft Alken de ruimtelijke ontwikkeling van het centrum aangepakt. Hierbij waren de doelstellingen om het handelsapparaat te stimuleren, het woonaanbod te versterken, de groenstructuur vast te leggen en de mobiliteitsstructuur uit te werken.

We lijsten graag onze parameters op bij de vormgeving van een ruimtelijke versterking, maar deze zijn eerder ter info.

- Bevlaging, bloemconstructies en banners in de centrumpit (Laagdorp en Hoogdorpsstraat);
- Proactieve benadering van eigenaars van strategische locaties;
- Mogelijkheid van winterterrassen;
- Planologische versoepeling;
- Inzetten op bouwvolume om op deze manier investeringen aan te trekken;
- Flexibele infrastructuur voor kleinschalige en grootschalige evenementen, voorzieningen voor nutsleidingen evenementen op het plein (verzonken en verankerd).



*Voorbeeld bevlaging*



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



*Voorbeeld paraplu in een winkelstraat*



*Voorbeeld winterterras*

## 2.3 Vertaling uitgangspunten naar doelstellingen IHB

De vier decretale doelstellingen van het integraal handelsvestigingsbeleid vormen de basis voor de visievorming op de verschillende bestuursniveaus. Een goed en consistent begrip van de vier basisdoelstellingen is cruciaal voor een correcte toepassing van het integraal handelsvestigingsbeleid.

Hieronder gaan we dieper in op elke doelstelling, uitgewerkt voor de gemeente Alken:

### 2.3.1 Doelstelling 1 – Het creëren van duurzame vestigingsmogelijkheden voor kleinhandel, met inbegrip van het vermijden van ongewenste kleinhandelslinten.

#### 2.3.1.1 Maximale concentratie van activiteiten

- Verplichting van publieksgerichte en commerciële voorzieningen in het centrumgebied en de dorpskernen van Alken;
- Bundeling van activiteiten (wonen, werken, handel, dienstverlening) Motstraat en Dorpsstraat;
- Zone voor grootschalige handelsactiviteiten langs de Steenweg;
- Afbakening (suggestief) van kernen Terkoest en Sint-Joris;
- Geen uitwaaiering van standalone activiteiten > 100m<sup>2</sup> buiten deze afbakening, met uitzondering van mogelijke food/buurtsupers.

#### 2.3.1.2 Maximaal hergebruik van ruimte

- Aanpak strategische locaties, cfr supra: Oude kloostergebouw, Rijkswachtkazerne, pastorie, brouwerij en gedateerde panden.

#### 2.3.1.3 Vermijden van ongewenste kleinhandelslinten

- Cfr Supra, winkels > 100m<sup>2</sup> buiten food worden verder niet gefaciliteerd;
- Grootschalige handel enkel in kern Alken en omgeving Steenweg.

#### 2.3.1.4 Vermijden van kleinhandel in KMO-zone en industriegebied

- Op de KMO-zone de Kolmen is er ruimte voor handel gekoppeld aan productie en/of atelierruimte, maar niet voor retail.

## 2.3.2 Doelstelling 2 – Het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten

### 2.3.2.1 Nabijheid en bereikbaarheid van aanbod ten opzichte van bevolkingsconcentraties

- Mogelijkheden voor buurtondersteunende activiteiten in kernen en voor buurtondersteunende supers aan de hand van afwegingskader;
- Nood aan meer voorzieningen op wandelafstand in de kernen;
- Mogelijkheden voor goed bereikbare supermarkten zone centrumpit, Stationsstraat en Motstraat (afwegingskader in functie van woonconcentraties, nabijheid voorzieningen, openbaar vervoer), enkel categorie A.

## 2.3.3 Doelstelling 3 – Het waarborgen en versterken van de leefbaarheid in het stedelijk milieu, met inbegrip van het versterken van kernwinkelgebieden

### 2.3.3.1 Complementariteit tussen het perifere handelsaanbod en het handelsaanbod in de kern

- Opdeling kerngebied, lokale kernen, zone voor grootschalige handel Steenweg, winkels > 400m<sup>2</sup>;
- Kern Alken: hoofdkern, 2 dorpskernen Terkoest en Sint-Joris (organische groei);
- Overige perifeer, enkel A en B, mits afwegingskader.

### 2.3.3.2 Breed en gevarieerd handelsaanbod in de kern

- In centrumgebied mix van speciaalzaken en eerder bescheiden filiaalzaken;
- Vandaag een bescheiden aanbod in de diverse productcategorieën;
- Horeca te versterken in centrumpit, mits herinrichting, verfraaiing en verbreding stoepen of terraszones.

### 2.3.3.3 Verweving kleinhandel en andere functies in de kern

- Kleuter- en basisschool in het centrum;
- Administratief centrum;
- Verdichting wonen algemeen nabij handelskern Alken.

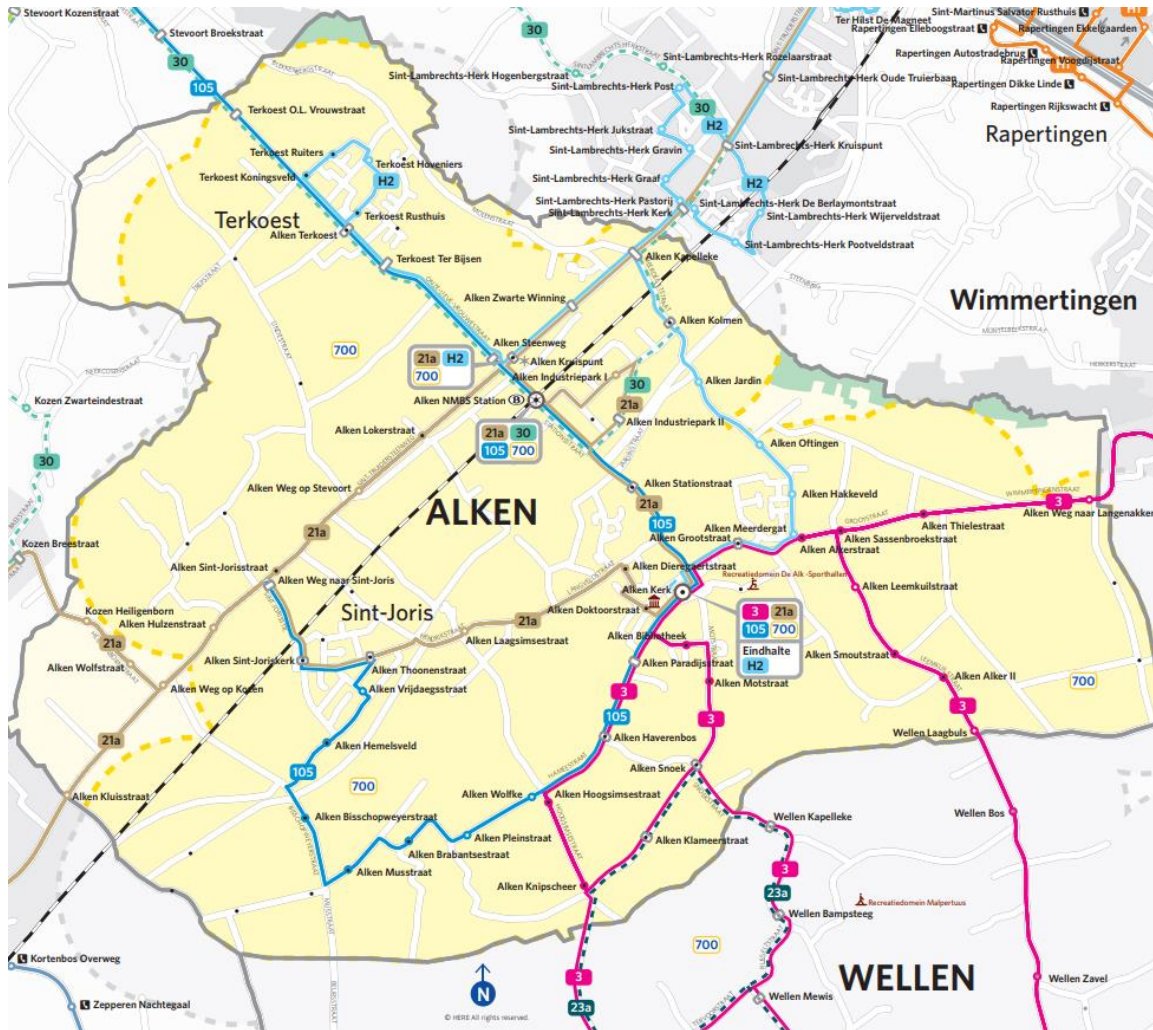
### 2.3.3.4 Daling van leegstand in de kern

- Organische groei van commerciële activiteiten door het aanscherpen van de randvoorwaarden en het scheppen van een soepel(er) stedenbouwkundig kader;
- Leegstand is vandaag zeer bescheiden, nieuwe ontwikkelingen voegen toe en vormen geen bedreiging voor de eerder kleinschalige voorzieningen;
- Ontmoediging op commerciële plintvorming buiten de afgebakende zones, alleszins voor handel (behalve voor buurtondersteunende functies > 100m<sup>2</sup>);
- In de lokale kernen bundelen van kleinschalige buurtondersteunende voorzieningen < 100m<sup>2</sup> binnen af te bakenen zone.

## 2.3.4 Doelstelling 4 – Het bewerkstellen van duurzame mobiliteit

### 2.3.4.1 Bereikbaarheid met het openbaar vervoer en individuele transportmiddelen

- Versterken van de aantrekkingskracht van de kern Alken zal ook de bewegingen met openbaar vervoer doen toenemen;
- Aantakking van de buslijnen aan of nabij het centrum;
- Alken als bereikbaar centrum, ook met de wagen, voldoende parkeermogelijkheden rond centrumpit



<b>3</b>	Hasselt - Wellen - Borgloon - Heers
<b>21a</b>	Hasselt - Sint-Truiden - Landen
<b>23a</b>	Sint-Truiden - Tongeren bediening Wellen - - -
<b>30</b>	Sint-Truiden - Herk-de-Stad bediening scholen - - -

<b>105</b>	Hasselt - Stevoort - Sint-Truiden
<b>H2</b>	Kiewit Domein - Hasselt Station - Sint-Lambrechts-Herk - Alken / Terkoest
<b>700</b>	belbus Alken - Wellen



Geldig van 8/2/2016

v.u.: De Lijn Limburg, Grote Broomstraat 4,  
3500 Hasselt  
© dienst C&R - MV

Meer info: [www.delijn.be](http://www.delijn.be)  
070 220 200 (0.30 euro/minute)



Gemeentepan De Lijn – Alken

#### 2.3.4.2 Bijkomende verkeersstromen zijn kleiner dan de beschikbare wegencapaciteit

- Gezien het bescheiden aanbod en de beperkte uitbreidingsmogelijkheden, zal de capaciteit niet overschreden worden;
- Ook voor de eventuele ontwikkelingen aan de Steenweg is er voldoende capaciteit om bijkomend verkeer op te vangen. De afwikkeling dient te gebeuren op de site zelf. Het betreft hier geen al te grote ontwikkelingen;
- De ontwikkelingen in het binnengebied worden op de site zelf opgevangen.

#### 2.3.4.3 Minimale toename parkeerdruk

- De kern van Alken kan bijkomende druk aan. Vandaag enkel pieken bij aanvang en beëindiging van de schoolactiviteiten;
- Uitkomst ligt in het versterken van de rotatie, zodat ook bij piekmomenten er een vlottere afwikkeling kan voorzien worden. Het principe van de blauwe schijf in Alken kan gehandhaafd blijven. Parkeerplaatsen voor de iets langere duur kunnen afgeleid worden naar Parking 't Kapittel, parking De Alk en parking Laagdorp.

### 3. Actieplan

Visie en uitvoering gaat hand in hand. Voorgestelde acties zijn een opsomming van de diverse mogelijkheden om kernversterkend te werk te gaan. Het resultaat is een actieplan, op maat van de gemeente Alken.

Het actieplan met aanbevelingen en nuttige maatregelen wordt opgehangen aan 4 kapstokken:

- Maatregelen rond versterking van het aanbod (functioneel)
- Maatregelen rond organisatie
- Maatregelen rond versterking van de ruimtelijke kwaliteit
- Maatregelen rond communicatie, promotie en beleving

#### 3.1 Functionele maatregelen

- Vestigingspremie horecazaken in de centrumpit
- Samenvoegingspremie - faciliterende maatregelen vb. vergroten handelspanden binnen centrum (kleinschaligheid panden centrum = kwetsbaar)
- Wedstrijd om leuke horeca-concepten te lokken, waarbij vb. de pastorie kan ingenomen worden als horeca-zaak
- Actieve benadering eigenaars (huurmodaliteiten, opvolgen problematiek, ...)





**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



CITYD-WES GROUP

### 3.2 Organisatorische maatregelen

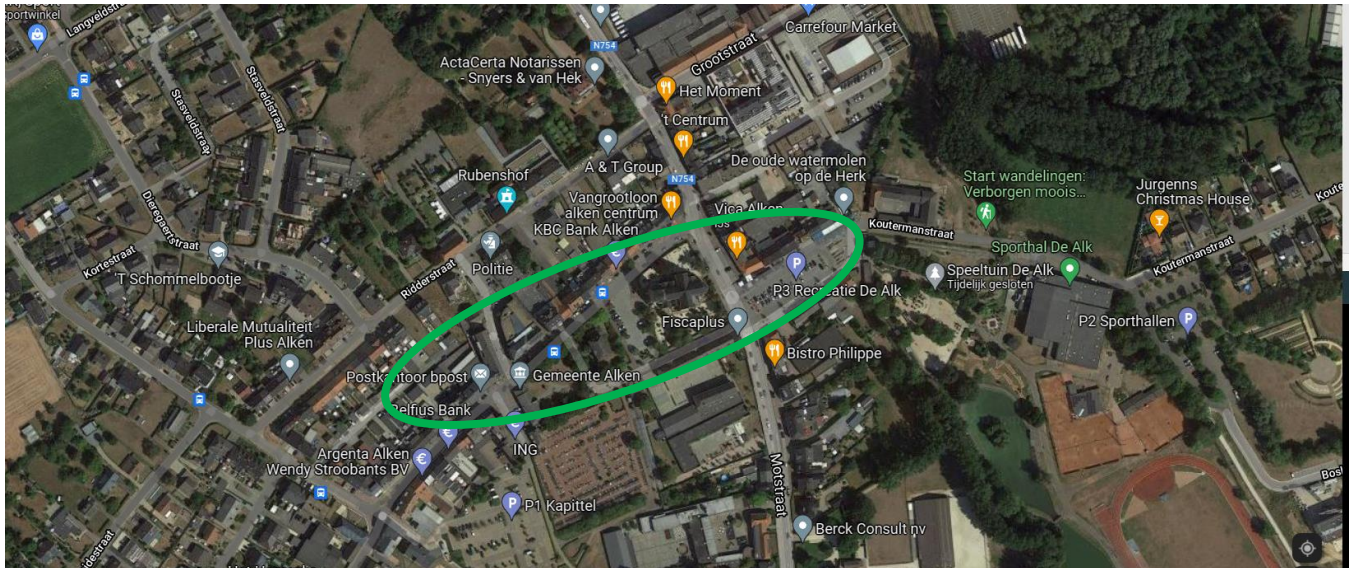
- Werkgroepen handelaars m.b.t. communicatie, promotie, vastgoedbenadering
- Ontzorging handelaars (inhoudelijk, nieuwe acties)
- Website handelaars met fiche per handelaar en oplistijng 'beschikbare' handelspanden + inspirerende verhalen





### 3.3 Ruimtelijke maatregelen

- Afbakening centrumpit
- RUP-centrumgebied met afbakening 2 zones, stedenbouwkundige stimuli, projectzones...



- Gemeentelijk reglement terrassen
- Verbreden stoepen, uitbreiden terrassen
- Inrichting autoluwe delen Laagdorp
- Verzinkbare paaltjes voor evenementen



### 3.4 Maatregelen rond communicatie, promotie en beleving

- Jaarlijkse afsprakenkalender gemeente
- Voorjaarsactie – najaarsactie
- Huisstijl voor Alken-centrum
- Maken van facebookpagina ‘handelaars Alken’ met eigen huisstijl
- Beheer facebookpagina
- Nieuwsbrief voor alle handelaars van Alken
- Beleving/afbakening invalsstraten d.m.v. vlaggen
- Organiseren van bierfeesten (Cristalfeesten)



### 3.5. Workshop – 16/03/2022

#### Verslag – Workshop handelaars

- Toelichting SWOT-analyse en uitgangspunten door Jan Boots (CityD) + workshop aan de hand van stellingen

De workshop werd opgedeeld in drie verschillende thema's, hierbij werd er met de handelaars nagedacht over mogelijke acties of verbeteringen:

1. Versterken van aanbod (ook in de kleine kernen zoals Terkoest en Sint-Joris)
2. Ruimtelijk, planologische veranderingen en uitstraling van Alken
3. Promotie, communicatie, beleving en samenwerking

#### Thema 1: versterken van aanbod (ook in de lokale kernen)

##### Centrum Alken

- Geen nood aan voedingswinkel of supermarkt in het centrum, er is een nieuwe dagwinkel in de Hoogdorpsstraat:
  - o In de toekomst misschien plaats voor een buurtsuper met verbruiksruimte (combinatie verse producten, lokale producten, slagerij en bakkerij)?
- Nood aan restaurants en eetgelegenheden:
  - o Combinatie van overnachting + blijven eten in Alken.
- Recreatief toerisme, brouwerij en iconische gebouwen linken aan elkaar;
- Kinderen kunnen spelen op het speelplein in de Molen of het avonturenpark, terwijl de ouders iets drinken of eten;
- Rijkswachtkazerne wordt hotel, waar ook overnachtingen van Cristal kunnen doorgaan:
  - o Creëren van beleving: museum en bierbeleving.
- Winterterrassen zouden pluspunt zijn voor Laagdorp;
- Voldoende parkeerplaatsen voor (toekomstige) winkels en horeca;
- Organiseren van Cristalfesten;
- Foodtrucks in Laagdorp.

##### Lokale kernen Terkoest en Sint-Joris

- Restaurant in Terkoest;
- Voldoende basisvoorzieningen hebben in Terkoest en Sint-Joris.

#### Thema 2: ruimtelijk, planologische veranderingen en uitstraling van Alken

##### Centrum

- Geïntegreerde verbinding scholen-park;
- Eenrichtingverkeer;
- Aantrekken snoepwinkel + kinderanimatie;
- Meer animatie / evenementen:
  - o Paasactie te weinig geanimeerd;
  - o Jongerenpicknick of -activiteit



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



- Evenementen op Laagdorp;
- Avondmarkt in de Hoogdorpsstraat;
- Aantrekkelijker maken van parkings.
- Sportwereld: winterterras (gasaansluiting);
- Hoogdorp
  - Nood aan verfraaiing;
  - Drie horeca-zaken zijn gesloten

### Steenweg

- Kruispuntconcentratie richting Sint-Joris;
- Inzetten op verdichting concentratie;
- Belangrijke trekkers: frituren Rond Punt en 't Bintje, Fina-tankstation, Blubke (kruidenspecialist);
- Verkaveling Kolmont (2,5 km);
- Kinesist in de Molenstraat → protest van buurtbewoners o.w.v. inname parkeerplaatsen zijstraten;
- Aantrekken van combi-winkel bv. Le Grand Frais: snelst groeiende verse supermarkt (late openingsuren).

### Deelkernen

- Creatie speeltuintje in het hart van deze kernen;
- Voorzien van honden-uitlaatweide.

### Positieve punten

- Inrichting sportterreinen (achter Okay);
- Mobiliteit (behalve de fietspaden);
- Groenvoorziening;
- Openbaar vervoer: in drie deelgemeenten belbus.

## Thema 3: promotie, communicatie, beleving en samenwerking

### Verbeteren communicatie

- Website is recentelijk vernieuwd, maar bepaalde handelaars vinden deze niet gebruiksvriendelijk (geen duidelijke structuur);
- Website wordt door bepaalde handelaars niet gezien als primair communicatiemiddel;
- Communicatie moet afgestemd worden op verschillende doelgroepen (on- en offline);
- Banners / (digitale) borden kunnen ingezet worden als communicatiemiddel/promotiemiddel:
  - er komen digitale schermen:
    - 50% inzetbaar voor gemeentelijke info;
    - 50% voor reclame.
- Er bestaat reeds een Facebookpagina van de Alkense Middenstand;
- Het gebruik van de Alken-app dient gestimuleerd te worden;
- Infoblad voor enkel handelaars/ondernemers.

### Overleg dienst lokale economie

- Overleg is zeker een meerwaarde, maar:
  - o Nood aan duidelijke agenda (planning) en afbakening taken per instantie;
  - o Stimuleren handelaars via bv. afgevaardigden die handelaars persoonlijk contacteren face-2-face/telefonisch (niet enkel via mail communiceren);
  - o In drukke periodes of wegens tijdsgebrek durven handelaars sneller afhaken om een vergadering/werkgroep bij te wonen → korte overlegmomenten!

### Beleving

- Inzetten op aantrekken horeca;
- Nood aan meer publiciteit en signalisatie (parkings,...): aan dit laatste wordt actief gewerkt. Tegen het nieuwe toeristische seizoen worden de parkings voor toeristen zeer goed aangeduid;
- Creatie van een fietsstraat in de Hoogdorpsstraat;
- De fietspaden dienen vernieuwd/verbeterd te worden op bepaalde plaatsen;
- Voorzien van laadpunten voor elektrische fietsen;
- Inzetten op beleving (bv. evenementen, landbouwers langs de weg naar het centrum: zaaien bloemenperken, bloemen in bloempakken in het centrum, wandelen door weiden (gemeente is ermee bezig),...);
- Er komt een app met fiets- en wandelroutes over gans Vlaanderen. De fietsroutes in en rond Alken moeten verzameld worden in een folder en verdeeld worden door de dienst Toerisme, B&B's,... → zeker ook voor niet-Limburgers;
- Creatie van een promofilmje van Alken;
- Creatie poorten;
- Nood aan een duidelijke focus met 2-3 speerpunten en doelen waar naartoe gewerkt dient te worden (bv. horeca-beleving):
  - o middelen hierop inzetten;
  - o evalueren.
- Er zal in de toekomst meer ingezet worden op de inkleding van het centrum met bv. bloemen in kader van Alken als de poort tot Haspengouw;
- Inzetten op evenementen bv. openluchtfuif, lichtwandeling,...

### Promotie

- Er is geen nood aan een algemene website waarop alle handelaars verzameld worden. De handelaars staan in de Alken-app;
- Aanvullend hierop is een papieren handelsgids, opgedeeld per sector, wel een idee maar mond-aan-mond-reclame en persoonlijke dienstverlening blijven een troef in Alken;
- Er zijn reeds voor- en najaarsacties in Alken, maar deze kunnen eventueel een update gebruiken (zie Shop in the City (Sint-Truiden)).



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



### **Conclusies workshop:**

Er is nood aan meer restaurants en eetgelegenheden in Alken. Daarnaast is het belangrijk dat er voldoende basisvoorzieningen zijn in de lokale kernen Terkoest en Sint-Joris. Het creëren van winterterrassen in Laagdorp zou een pluspunt zijn. Tenslotte kan er voor het versterken van het aanbod meer beleving komen in het centrum (iconische gebouwen, bierbrouwerij en recreatief toerisme).

De conclusies bij het thema 'ruimtelijk, planologische veranderingen en uitstralingen' zijn als volgt: meer animatie en evenementen, verfraaiing van Hoogdorp en de parkings, inzetten op verdichting concentratie, en creatie van speeltuintjes en honden-uitlaatweide in de dealkernen.

Op vlak van communicatie en promotie kan de website gebruiksvriendelijker gemaakt worden. Daarnaast moet de communicatie afgestemd worden op de verschillende doelgroepen. Ook moet het gebruik van de Alken-app verder gestimuleerd worden. De bestaande voor- en najaarsacties kunnen eventueel een update gebruiken. Tenslotte kan er naast de Alken-app, een papieren handelsgids (opgedeeld per sector) komen.

Overleg is zeker een meerwaarde, maar dit moet met duidelijke agendapunten en korte overlegmomenten.

Op vlak van beleving moet er onder andere meer ingezet worden op evenementen, recreatief toerisme en de inkleding van het centrum.

## 4. Bijlagen

### 4.1 Begrippenkader IHB

#### Begrippenkader Integraal Handelsvestigingsbeleid

Begrippen	Omschrijving
<b>Handelsgeheel</b>	Een geheel van kleinhandelsbedrijven, ongeacht of deze zich in afzonderlijke gebouwen bevinden en of dezelfde persoon de projectontwikkelaar, de eigenaar of de uitbater is, waarbij de kleinhandelsbedrijven voldoen aan de volgende voorwaarden: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ze vormen een ruimtelijk aaneengesloten geheel</li> <li>- Ze zijn van rechtswege of feitelijk met elkaar verbonden, in het bijzonder op financieel, commercieel of ruimtelijk vlak.</li> </ul>
<b>Kernwinkelgebied</b>	Een gebied afgebakend in een gemeentelijke stedenbouwkundige verordening of een gemeentelijk ruimtelijk uitvoeringsplan waar via stedenbouwkundige voorschriften een stimulerend beleid inzake kleinhandel wordt gevoerd.
<b>Kleinhandelsbedrijf</b>	Een distributie-eenheid waarvan de activiteit bestaat uit het te koop aanbieden of wederverkopen van goederen aan consumenten, zonder die goederen andere behandelingen te laten ondergaan dan de behandelingen die in de handel gebruikelijk zijn.
<b>Kleinhandelslint</b>	Een opeenvolging van minstens drie kleinhandelsbedrijven langs een invalsweg of verbindingsweg zonder gemeenschappelijke parking of gemeenschappelijke in- en uitrit.
<b>Kleinhandelszone</b>	Een specifiek door een plan van aanleg of een ruimtelijk uitvoeringsplan afgebakend gebied voor de vestiging van kleinhandelsbedrijven en handelsgehelen.
<b>Knooppuntwaarde</b>	De mate waarin een plek is geïntegreerd in het systeem van collectief vervoer voor personen. De knooppuntwaarde wordt onder meer bepaald door de transportmodus (trein, metro, tram, bus, ...), de frequentie van het vervoersaanbod, de vervoerscapaciteit, aansluitings- en (multimodale) overstapmogelijkheden en aansluiting op fiets- en wandelnetwerken. Hoe makkelijker en directer iemand zich vanuit een plek naar



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



CITYD-WES GROUP

	andere plekken kan verplaatsen, hoe hoger de knooppuntwaarde.
<b>Netto handelsoppervlakte</b>	De oppervlakte, bestemd voor het te koop aanbieden of de verkoop die toegankelijk is voor het publiek, met inbegrip van de niet-overdekte oppervlakten. Die oppervlakte omvat eveneens de kassazones, de zones die zich achter de kassa's bevinden en de inkomruimte.
<b>Voorzieningenniveau</b>	Hoeveelheid (aantal die voorkomt) en mix (verscheidenheid aan types) aan voorzieningen op wandel- en fietsafstand van een plek.
<b>Winkelarm gebied</b>	Een gebied afgebakend in een provinciale of gemeentelijke stedenbouwkundige verordening of een provinciaal of gemeentelijk ruimtelijk uitvoeringsplan waar via stedenbouwkundige voorschriften beperkingen aan de kleinhandel worden opgelegd.



## 4.2 Verslagen overlegmomenten

### 4.2.1 Startoverleg 04/02/2020

**Betreeft:** Opmaak detailhandelsvisie met afbakening van de handelskern en actieplan  
**Onderwerp:** Startoverleg  
**Datum:** Dinsdag 4 februari 2020  
**Aanwezigen:** Marc Penxten (burgemeester), An Koninx (dienst Lokale Economie), Lieselotte Vinken (dienst Woon- en Leefomgeving), Koen Vanmuysen (dienst Mobiliteit en Verkeer), Jan Boots (CityD-WES)

Nr.	Bespreking	Voor	Timing
1.	<b>Voorstelling aanwezigen</b>		
2.	<p><b>Plan van aanpak – aandachtspunten:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- RUP: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Voorontwerp plenair: eind jaar</li> <li>o Afbakening: kern mee vervat in RUP</li> <li>o Harmonie-regel: 17 m gelijkvloers, 12 meter hellend – bouwvolumes moeten in harmonie zijn met referentiebeeld: meer flexibiliteit en pragmatisme</li> </ul> </li> <li>- Parkeerverordening <ul style="list-style-type: none"> <li>o 1,5 pp/w</li> <li>o Handelsgeheel, aantal commerciële pp opheffen</li> <li>o Handelskern vastleggen zonder verplichting, voorbeeld Laagdorp: moet daar handel/horeca komen? Quid diensten?</li> </ul> </li> <li>- Zone voor commerciële activiteiten</li> <li>- Pastorie: overnachten/ brasserie</li> <li>- Quid verappartementisering: kleinschaligheid en verticaliteit behouden</li> <li>- Toeristen iets aanbieden: aanbod en overnachten</li> <li>- Na werk 'hier houden': restaurants, horecazaken (bereikbaarheid – nabijheid – parkeerplaatsen)</li> <li>- Provincie Limburg: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Knooppunt-studie (knooppuntwaarde)</li> <li>o Verdichten kan in 3 kernen <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Quid Steenweg: beleid Vlaanderen zegt afbouw</li> </ul> </li> <li>o Bart Jeuris, Laagdorp, 'sportwereld' – beste café van Limburg</li> </ul> </li> <li>- Station – infrabel/NMBS: overleg fietsverhuur/fietsbib, lokaal en regionaal mobi-punt</li> <li>- Bierfeesten: eind september</li> <li>- Gemeenschapswacht</li> </ul>		
3.	<p><b>Nuttige documenten en beleidsinfo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Locatusbestand <b>OK</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Kinderkledingzaak: pas open – niet in Locatus?</li> </ul> </li> </ul>		



	- Masterplan Alken Valley <b>OK</b>		
<b>4.</b>	<p><b>Stuurgroep</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Opdracht en samenstelling stuurgroep</li> <li>- Afspraken vergaderdata: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Locatieverkenning</li> <li>- Gesprekken bevoorrechte getuigen</li> <li>- Overlegmoment 2</li> <li>- Workshop 1 (visie)</li> <li>- Workshop 2 (actieplan)</li> <li>- Overlegmoment 3</li> </ul> </li> <li>- Wie vormt het dagelijkse aanspreekpunt vanuit de opdrachtgever: An Koninx (<a href="mailto:an.koninx@alken.be">an.koninx@alken.be</a>)</li> <li>- Wie vormt het dagelijkse aanspreekpunt vanuit CityD-WES: Jan Boots, inhoudelijk – senior consultant (<a href="mailto:jan.boots@cityd.be">jan.boots@cityd.be</a>) Sandra Huyskens, inhoudelijk – junior consultant (<a href="mailto:sandra.huyskens@cityd.be">sandra.huyskens@cityd.be</a>) Marijke Houben, projectopvolging (<a href="mailto:marijke.houben@cityd.be">marijke.houben@cityd.be</a>)</li> <li>• Permanente afstemming BUUR</li> </ul>		<p>13/02</p> <p>02/03</p> <p>16/03</p>
<b>5.</b>	<p><b>Workshop handelaars (1)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Datum: 16/03</li> <li>- Locatie: buffetzaal st. jorisheem</li> <li>- Vertegenwoordiging gemeente, handel en horeca</li> <li>- Na afronding analysefase</li> <li>- Voorzet uitnodigingsmail</li> </ul>	An	
<b>6.</b>	<p><b>Gesprekken bevoorrechte getuigen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Datum: 02/03</li> <li>- Locatie?</li> <li>- Max. 5 gesprekken (1 dag)</li> <li>- Planning afspraken door gemeente</li> <li>- Voorzet uitnodigingsmail</li> </ul>	CityD-WES	
<b>7.</b>	<p><b>Budget en facturatie</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facturatiegegevens opdrachtgever: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gemeentebestuur Alken, Hoogdorpsstraat 38, 3570 Alken, BE0207.474.882</li> </ul> </li> <li>• Mededeling: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opmaak detailhandelsvisie – fase 1: analyse</li> <li>• ...</li> </ul> </li> <li>• Facturatie na uitvoering elke fase (4) <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyse: € 6.750</li> <li>• Strategische en operationele visieontwikkeling: € 3.240</li> <li>• Actieplan: € 4.000</li> <li>• Eindpresentatie: € 500</li> </ul> </li> </ul>	CityD-WES	

#### 4.2.2 Workshop 23/08/2021

**Opdracht:** Detailhandelsvisie + Afbakening Kernwinkelgebied  
**Onderwerp:** Workshop 1  
**Datum:** Maandag 23 augustus

---

### Verslag – Workshop handelaars

#### INLEIDING

Burgemeester Penxten licht toe waarom de gemeente Alken een beroep gedaan heeft op het studie bureau CityD-WES met betrekking tot de afbakening van het kernwinkelgebied en de opmaak van een detailhandelsvisie. Beide onderdelen zijn nodig voor de succesvolle implementatie van het ruimtelijk uitvoeringsplan (RUP) Centrum 5 Zuid.

#### PRESENTATIE

Tijdens de presentatie licht Jan Boots de noodzaak van een afbakening van het kernwinkelgebied toe alsook de resultaten van de verschillende analyses. Zo leert de socio-economische positionering van de gemeente ons dat men moet uitkijken naar een groene (dus jonge) instroom om het klantenpotentieel te behouden. Ook het feit dat er steeds meer en meer gezinsverdunding optreedt, heeft een impact op het uitgavenpatroon. Immers, kleinere gezinnen kopen anders. Meer mandjeswinkelen, minder karretjeswinkelen. Wat de aanbodstructuur betreft, zien we dat grote handelspanden zich meestal in de periferie vestigen omwille van de benodigde ruimte. Een ander opvallend aspect is dat de ‘Steenweg’ volgens Locatus niet meer gezien wordt als ‘winkelgebied’ terwijl dat in 2008 wel nog het geval was. Indien de gemeente Alken hier niet mee akkoord is, kan zij haar wensen hieromtrent doorgeven aan de bevoegdheden binnen de provincie. De Steenweg wordt immers nog steeds gezien als een handelskern en heeft bovendien potentieel om te verdichten (met een duidelijk begin en einde) en kan op deze manier misschien wel evolueren naar de belangrijkste handelskern van Alken, indien wenselijk.

Voorzieningen moeten dichter bij elkaar gebracht worden. Ondanks wat de marktruimte laat zien, is er wel ruimte want het gaat over eerdere organische en kleinschalige uitbreiding. Deze zal het bestaande aanbod nooit ontwrichten, eerder versterken. Toch moeten de voorzieningen goed ingepast worden en voldoen aan de vraag van de Alkenaren.

#### WORKSHOP

##### Stelling 1

- Steenweg wordt de eigenlijke kern van Alken en biedt ruimte voor verdichting en uitbreiding?
- Grotere winkels concentreren?

De belangrijkste kern moet in het centrum blijven, maar er kan wel een bijkomende kern gecreëerd worden langs de Steenweg. Angst voor leegloop wanneer de eigenlijke kern verlegd zou worden naar de Steenweg. De Steenweg mikt op passage en op het meer gericht winkelen.

Het centrum moet meer gericht zijn op een mix van dienstverlening, wonen, onderwijs, horeca en gezelligheid. Handelszaken zoeken ook meer en meer naar diversificatie (concept stores, beleving,...).

Winkels die beleverd worden met grote vrachtwagens moeten uit het centrum geweerd worden. Vrachtwagens zijn niet wenselijk in een schoolomgeving. >< Ook hier kunnen restricties opgelegd worden wat betreft levertijden. → Het overgrote deel van de situaties moet beheersbaar zijn.

Het is van belang om in eerste instantie een visie vast te leggen. De nadelen die hier alsnog aan verbonden kunnen zijn, dienen nadien aangepakt te worden.

Er zijn reeds concrete plannen voor het verbreden van de Steenweg waardoor heel wat parkeerplaatsen zullen verdwijnen. De verbreding zal voornamelijk van toepassing zijn op de fietspaden langs de Steenweg omwille van nieuwe normen. Bovendien verdwijnen steeds meer insteekparkings (voornamelijk ook langs gewestwegen). Het parkeerprobleem kan aangepakt worden door het creëren van een gemeenschappelijke in- en uitrit voor een cluster van handelszaken (zie afbeelding hieronder).



**Afbeelding: ventwegen als in- en uitrit voor een cluster van handelszaken langs de Hasseltweg in Genk**

De Steenweg zal een handelskern blijven. De gewenste manier waarop deze kern zal verder groeien of evolueren zal opgenomen worden in de detailhandelsvisie. Zoals eerder vermeld kunnen er restricties (branche, oppervlakte, parkeernomen...) opgelegd worden met betrekking tot het type aanbod.

De gemeente dient oplossingen te faciliteren waaruit de meeste stakeholders voordeel uit kunnen halen. Ongeacht de aard van de handelskern (Steenweg – Centrum), de bereikbaarheid blijft steeds van essentieel belang.

## Stelling 2

- Kern van Alken zet in op wonen, recreatie en basisvoorzieningen voor de buurt;
- Kern is Hoogdorp/Laagdorp/Dorpsstraat/Nabestemming brouwerij;
- Creatie poorten!

### *Mobiliteit/ Parkeergelegenheid*

Klanten dienen kort of lang te kunnen parkeren waar nodig, maar men moet zorgen voor een veilige situatie voor alle weggebruikers.

Nood aan snelheidcontroles om het 'centrum'-gevoel te versterken.

De gemeente heeft geen directe invloed op ontwikkelingen van en langs de gewestwegen. In het verleden is echter wel al gebleken, al dan niet in Alken zelf, dat AWW geneigd is om toegevingen te doen en afspraken te maken omtrent gewestwegen die een dorps- of stadscentrum doorkruisen.

### *Afbakening*

Het doel van de afbakening is het centrum te faciliteren (stedenbouwkundig) → betere ontwikkelingen met duidelijke stedenbouwkundige keuzes zorgen voor een betere handelskern.

Eén van de doelen van het RUP Centrum 5 Zuid is om wonen en handel in vroegere blauwe zones mogelijk te maken. Hoe meer mensen in het centrum wonen, hoe hoger de nood aan handel. Daarom dat er meer zones 'rood' zijn ingekleurd in het nieuwe RUP.

#### *Openbare ruimte*

Nood aan groene zones → openbare ruimte is aanwezig.

Het openleggen van de Herk op Laagdorp (Alken Valley) zal Alken naar een hoger niveau tillen. Er moet nadruk gelegd worden op het landschappelijk, recreatief toerisme maar de logica voor lokale klanten mag niet verloren gaan. Alken blijft voor het grootste deel van de omzet afhankelijk van eigen inwoners. De wandelende of fietsende recreant is de kers op de taart. Wel neemt dit aandeel ook de komende jaren nog toe.

Er zijn groene zones in het centrum, maar deze komen onvoldoende tot hun recht (inkleding, straatmeubilair,...).

#### *Aanbod*

Nood aan handelszaken die bijdragen aan beleving, buy local en authenticiteit (hoeveproducten (categorie C)). De gemeente is bezig met de organisatie van een wekelijkse streekproductenmarkt, maar het is moeilijk om een initiatiefnemer te vinden. → Nood aan meer levendigheid op zaterdag. Kleine markt zou hier zeker passen, ook met producten die stilaan verdwenen zijn uit kleinere kernen. De groenteboer, de kippenman... Best kiezen zij 1 dag uit voor de vaste vertegenwoordiging in Alken.

Doordeweekse passanten (tijdens de klassieke openingsuren) nemen af → winkelluren moeten aangepast worden aan de noden van tweeverdieners + nood aan omnichannel-aanpak (on-/ offline).

Het aanbod is gefragmenteerd → de inwoners van de eigen gemeente en omliggende gemeenten dienen geïnformeerd te worden over wat Alken te bieden heeft.

#### *Samenwerking*

Aanbeveling tot het opzetten van een handelaarsvereniging.

#### **Stelling 3**

- Het centrum mag een grilligheid vertonen in functie van meer investeringen en bouwprogramma?
- Meer mogelijkheden = meer investeringen, enkel binnen RUP-afbakening?

Er dient meer in de hoogte gebouwd te worden om investeringen aan te trekken (bouwlagen). Hiervoor geldt eveneens het belang van de afbakening (bouwen in de hoogte binnen de afbakening). → Winkelpuien zijn te laag.

Voor velen is de signalisatie van het 'Welles/Nietes'-pand (nu verhuisd en andere benaming 'Lou') een doorn in het oog. Dit pand is echter gelegen aan een gewestweg (beheer: AWV). Toch kan de gemeente hier tegen optreden aan de hand van het nieuwe RUP. Bovendien kan de gemeente een reglement opstellen voor gewestwegen die binnen de afbakening gelegen zijn.

#### **Stelling 4**



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



- KMO-zone Kolmen laat geen verdere handel toe als hoofdactiviteit (enkel in relatie tot industriële hoofdactiviteit)
- Handel = Steenweg – centrum – lokale kernen (Sint-Joris, Terkoest)

De huidige handel in de KMO-zone Kolmen wordt gedoogd en kan/mag niet zomaar afgebroken worden. Is eerder een uitdoofverhaal. Nieuwe winkels kunnen niet.

Eén van de doelstellingen van het Integraal Handelsvestigingsbeleid (IHB) is 'het waarborgen van een toegankelijk aanbod voor consumenten'. Men wil dat de inwoners/consumenten vlot (te voet) bij een aanbod dagelijkse goederen kan geraken. Vandaar het belang van een zeker en dagelijks handels- en dienstenaanbod in woonkernen en deelgemeenten.

Noodzaak om elkaar te ontmoeten is enkel toegenomen → nood aan sociale contacten (zeker na COVID-19).

Het aantal bushaltes wordt afgebouwd door De Lijn → negatieve invloed op de bereikbaarheid, maar de gemeente heeft hierover geen zeggenschap (opkomst deelauto's). Buurtwinkels worden ingeschakeld om openbare diensten aan te bieden (post, openbaar vervoer, nutsvoorzieningen).

### Stelling 5

- Alken is nog altijd een auto-gemeente met blauwe zone
  - o Personeel
  - o Brouwerij

De brouwerijparking wordt op termijn eigendom van de gemeente waardoor het ook hier mogelijk zal zijn om langere tijd te parkeren.

Alken is een landelijke gemeente met een grote spreiding van woningen → auto blijft belangrijk. Het fietsverkeer neemt toe maar er zijn 365 dagen in een jaar en vaak wisselvallig en regenachtig. Wij wonen onvoldoende geconcentreerd om de autobereikbaarheid te bruuskieren.

Om Alken levendig en bereikbaar te houden is het daarom onmogelijk om de auto te weren → er kan wel geopteerd worden om het centrum op bepaalde momenten ('s avonds, tijdens evenementen,...) autoluw te maken.

De oversteekbaarheid van bepaalde straten, waaronder die Hoogdorpsstraat, moet verbeterd worden. Ook de snelheden moeten ingeperkt worden in het centrum.

Er moeten 'Shop & Go' plaatsen geïntroduceerd worden waar dit nodig is (bv. Vangrootloon): kort en gericht parkeren met verplichte rotatie.

### CONCLUSIES

Het RUP Centrum 5 Zuid zorgt voor heel wat mogelijkheden in het centrum van Alken, zowel voor de afbakening van de handelskernen, als voor het aansturen van het aanbod, een slimmere ruimtelijke ordening en andere aspecten.

Er is nood aan een betere mobiliteit (inperking snelheden, verschillende types parkeerplaatsen,...), een breder aanbod en meer beleving in het centrum. Zoals men kan zien, zijn dit ook elementen die tijdens de discussies van bijna alle stellingen aan bod zijn gekomen.

De input van de verschillende analyses, bevragingen en deze workshop vormen de basis voor de visie en de aanbevelingen die CityD-WES zal opnemen in het finale rapport.



**ALKEN**  
brouwen aan de toekomst



*Wij danken de gemeente Alken voor het vertrouwen  
en de aangename samenwerking!*



Voor meer info over CityD NV

<http://www.cityd.be>

**Kantoor Oost:**  
OffiCenter – Bosdel 54/13  
3600 Genk  
info@citydwes.be  
+32 (0)11 39 75 50

**CITYD WES**  
GROUP  
[www.citydwes.be](http://www.citydwes.be)  
[www.cityd.be](http://www.cityd.be)

**Maatschappelijke zetel | Kantoor West:**  
Baron Ruzettelaan 27  
8310 Brugge  
BE 0893.688.912  
+32 (0)50 36 71 36