

# **BELEIDSNOTA DETAILHANDEL**

# 1 INHOUDSTAFEL

1	INHOUDSTAFEL	2
2	DEFINITIES	3
3	INLEIDING	6
4	AMBITIE	7
5	STRUCTUUR en VISIE	9
5.1.	Algemeen	9
5.2.	Winkelgebieden en handelsassen	10
5.3.	Binnenstad – Intra Muros	12
5.4.	Rand Brugge – Deelgemeenten	17
5.5.	Grootschalige detailhandel	20
5.6.	Buurtwinkels	24
6	ACTIEPUNTEN (Thematisch)	25
6.1.	Winkelaanbod	25
6.2.	Promotie	27
6.3.	Mobiliteit	30
6.4.	Wegenwerken	32
6.5.	Dienstverlening	34
7	INDICATOREN	35
8	BIBLIOGRAFIE	37

## 2 DEFINITIES

Baanwinkel	Een baanwinkel is een grootschalig commercieel pand, gelegen langs invalswegen van steden of kernen. Vaak typeert een baanwinkel zich door het laagwaardig assortiment, laagwaardige verblijfswaarde, een goede bereikbaarheid en doelgerichtheid als bezoekmotief.
Bovenlokaal verzorgend	Een winkelgebied dat bovenlokaal verzorgend is heeft voornamelijk een aantrekkingskracht op bewoners van de betreffende gemeente en de aangrenzende gemeenten.
Bovenregionaal verzorgend	Een winkelgebied dat bovenregionaal verzorgend is heeft voornamelijk een aantrekkingskracht op bewoners van de grotere regio rond het betreffend winkelgebied, vergelijkbaar met gewestelijk of nationaal niveau.
Buurtwinkel	Buurtwinkels zijn die handelszaken die producten voor dagelijkse voeding aanbieden. De basisbehoeften voor dagelijkse voeding zijn af te leiden uit de voedingsdriehoek, die drie essentiële voedingsgroepen voorschrijft: graanproducten, groenten en fruit, en dierlijke producten (vlees, vis en zuivel). We richten ons naar bakkers, groente- en fruitwinkels, slagerijen, vis- en zuivelwinkels. Eveneens opgenomen zijn superettes, supermarkten en natuurvoedingswinkels (reform), die in veel gevallen een alternatief vormen voor de buurtwinkels.
Buurtverzorgend	Een winkelgebied dat buurtverzorgend is heeft voornamelijk een aantrekkingskracht op mensen die in die buurt of wijk wonen.
Branche	Een groep van bedrijven die wordt gekenmerkt door één bepaalde (dominante) assortimentsgroep of door een veel voorkomende combinatie van assortimentsgroepen (bijv. sport en spel).
Centrumfunctie	Een stedelijke functie (gemeenschaps-, commerciële, recreatieve of culturele voorziening...) die niet enkel inwoners aantrekt van het gebied waar de functie gelegen is, maar ook bezoekers van daarbuiten. Afhankelijk van het wervingsgebied worden verschillende niveaus van centrumfuncties onderscheiden (internationaal, regionaal, lokaal).
Detailhandel	de distributie-eenheid waarvan de activiteit bestaat uit het wederverkopen op gewone wijze, in eigen naam en voor eigen rekening, van goederen aan consumenten, zonder deze goederen andere behandelingen te doen ondergaan dan die welke in de handel gebruikelijk zijn.

	(Cfr. Wet van 13 augustus 2004)
Diensten	activiteiten gericht op een frequente dienstverlening naar de bevolking (loketfuncties). Het betreft ondermeer vrije beroepen, wasserijen, kapsalons, kinderopvang, strijkcentrale, banken en verzekeringen, reisbureaus en bemiddelingsadvies en andere.
Factory Outlet Center	Een Factory Outlet Center is een concentratie winkels waar fabrikanten en handelaren partijen goederen (meestal kleding) tegen hoge korting aanbieden.
Funshoppen	Is synoniem voor recreatief winkelen, winkelen gericht op combinatie van wandelen, genieten, kuieren. Het winkelen op zich als een activiteit. Dit is de tegenhanger van het runshoppen.
Grootschalige detailhandel	Alle detailhandelszaken met een netto-handelsoppervlakte van minimaal 400m <sup>2</sup> zoals omschreven in de wet op de handelsvestigingen van 13 augustus 2004.
Hoofdwinkellus Brugge	Traject van 't Zand, Noordzandstraat, Geldmunstraat, Eiermarkt, Markt, Steenstraat, Simon Stevinplein, Zuidzandstraat
Kern	Een kern wordt gedefinieerd als het landschapsdeel dat aaneensluitend bebouwd is met huizen en hun hovingen, openbare gebouwen, kleine industriële of handelsuitrustingen, met inbegrip van tussenliggende verkeerswegen, parken, sportterreinen enz. Het wordt begrensd door landbouwgrond, bos, baakliggende en woeste gronden, waartussen zich eventueel een verspreide bebouwing bevindt. De functionele component omvat de aanwezige woonondersteunende voorzieningen zoals handel en diensten.
Kernwinkelgebied Brugge	Hoofdwinkellus + gebied ingesloten door hoofdwinkellus (Sint-Amandstraat, Zilverstraat, ...)
Leisure	Alle activiteiten die in de vrije tijd plaatsvinden en die het doel ontspanning, educatie of genoegen hebben.
Lintstructuur of lintbebouwing	Lintbebouwing is een nederzettingsvorm die bestaat uit vrijwel aaneengesloten bebouwing, bestaande uit alleenstaande gezinswoningen en/of bedrijfsgebouwen langs wegen, waarbij achterliggende gronden onbebouwd blijven.
Lokaalverzorgend	Een winkelgebied dat lokaalverzorgend is heeft voornamelijk een aantrekkingskracht op mensen die in de betreffende gemeente wonen
Monofunctioneel winkelgebied	Een winkelgebied waar men slechts 1 functie terugvindt, namelijk het winkelgebeuren.
Multifunctioneel winkelgebied	Een winkelgebied waar er verschillende functies worden gecombineerd naast de voornaamste functie winkelen, zoals bijvoorbeeld horeca, leisure, cultuur, sport, ed.
Perifere locaties of clusters	Zijn aanbodconcentraties die duidelijk gescheiden liggen ten opzichte van reguliere winkel-concentraties

	in de woonbebouwing. Het gaat met name om locaties aan de rand van de stad, al dan niet op bedrijvzones. Veelal gaat het om locaties aan of nabij hoofdweginfrastructuur die beperkt bereikbaar zijn per openbaar vervoer.
Regionaal verzorgend	Een winkelgebied dat regionaal verzorgend is heeft voornamelijk een aantrekkingskracht op bewoners van de regio rond het betreffende winkelgebied, vergelijkbaar met provinciaal niveau.
Retail	Alle functies die worden aangetroffen in centra, die gezamenlijk de aantrekkingskracht van de kleinhandelscentra bepalen.
Retailpark	Dit is een cluster van merendeels grotere winkels in niet overdekte aaneengesloten bebouwing met gemeenschappelijk gebruik van de parking.
Runshoppen	Het winkelen dat meer doelgericht gebeurt, het functioneler winkelen zonder andere activiteiten te verrichten. Is de tegenhanger van funshoppen of recreatief shoppen.
Solitaire handelsvestiging	Een alleenstaande en alleen functionerende handelsvestiging in een al dan niet daartoe aangewezen locatie. Dit zijn vaak vestigingen die een aantrekkingskracht hebben die zo sterk is dat zij in staat zijn alleen te functioneren en te renderen. Gaat vaak gepaard met grote tot heel grote oppervlaktes die ingenomen worden in het landschap.
Shoppingcentrum	Clustering van diverse winkels ( groot en klein, verschillende branches ) in één gebouw, vaak met een ondergrondse parking.
Stedelijk lint	Lintbebouwing in stedelijk gebied met zeer hoge bebouwingsdichtheid
Supergrootschalige	Is een grootschalige met een winkelvloeroppervlakte groter dan 10.000 m <sup>2</sup>
Themacentrum of thematisch centrum	Is een winkelcentrum/shoppingcentrum met een grote winkelvloeroppervlakte binnen een zelfde thema bv. wonen, sport, ..., met een sterk prijsconcurrerend aspect.
WVO Winkelverkoopvloeroppervlakte of netto-handelsoppervlakte.	De winkeloppervlakte voor de uitstalling en de verkoop van detailhandelsartikelen inclusief de ruimtes voor etalage, vitrine, toonbank en kassa. Uitgesloten zijn de voor het personeel bedoelde ruimten en de ruimten die betrekking hebben op bedrijfskantoor, portiek, ambacht, reparatie, opslag, magazijn, sanitair en distributieruimten ten behoeve van de verwerking van bestellingen evenals van de door personeel bediende diepvries- en koelcellen.

Bron: IDEA Consult (Aanvullingen dienst economie)

### 3 INLEIDING

De afgelopen jaren is er een sterke dynamiek waarneembaar voor wat betreft het winkelgebeuren. De sector zelf is in beweging: winkels willen zich meer en meer diversifiëren op vlak van grootte, locatie (periferie-centrum) of op vlak van aanbod (gespecialiseerd-uitgebreid).

Ook het consumentenpatroon is de laatste jaren sterk veranderd. De bestedingen in de detailhandel zijn de laatste jaren gestegen en de consumenten worden steeds veeleisender voor wat betreft tijd en geld die ze wensen te spenderen voor hun aankopen.

Deze veranderingen hebben zich vertaald in vele nieuwe projecten op het vlak van detailhandel. In Brugge gaat het hierbij o.m. om de projecten aan het station en het B-Park aan Blauwe Toren. Ook in andere steden in en buiten West-Vlaanderen is deze dynamiek waarneembaar met grote projecten binnen en buiten het centrum.

De verschillende steden hechten ook meer en meer belang aan een gezond detailhandelsapparaat. City-marketing, acties en evenementen voor de detailhandel krijgen aandacht. Faciliterende zaken zoals beperken van de hinder bij wegenwerken, een aangepast parkeerbeleid en een mooie uitstraling worden steeds belangrijker.

Stad Brugge wenst een antwoord te bieden aan deze dynamiek en in een beleidsnota voor de detailhandel met acties de detailhandel te ondersteunen. Deze beleidsnota detailhandel moet verschillende doeleinden dienen.

Het moet een **visie** omvatten voor de Brugse detailhandel en duidelijkheid scheppen voor de verschillende betrokken partijen. Het gaat hierbij o.m. om de handelaars zelf, projectontwikkelaars en kandidaat-investeerders.

Deze beleidsnota moet ook een **werkinstrument** zijn **voor het beleid en stedelijke diensten**. Op die manier kan de stedelijke dynamiek gestuurd worden en in goede banen geleid worden. Zo vormt dit document o.m. het toetsingskader voor grootschalige detailhandel in het kader van socio-economische vergunningen.

De handelaars zelf hebben vaak meer nood aan concrete zaken in plaats van bovenstaande zaken. Om deze reden zijn in deze beleidsnota **acties** opgenomen die reeds gerealiseerd zijn of in de nabije toekomst zullen gerealiseerd worden om de Brugse handel te ondersteunen.

Deze nota zal worden upgedate indien projecten met een grote invloed op de Brugse detailhandel concreet zullen gerealiseerd worden.

## 4 AMBITIE

- **Een buurtwinkel voor alle Bruggelingen:**

Slagers, bakkers, superettes en andere buurtwinkels stimuleren in alle kernen en wijken op wandelafstand voor elke Bruggeling.



- **Uitbreiden detailhandelsaanbod voor de Bruggelingen:**

De Bruggeling meer keuze bieden voor zijn aankopen. Zowel op vlak van prijs, kwaliteit, assortiment als op vlak van formule (ketenzelfstandigen), grootte en locatie moet er voldoende differentiatie zijn in het Brugse aanbod.

Tabel 1: Functionele mix voor Brugge

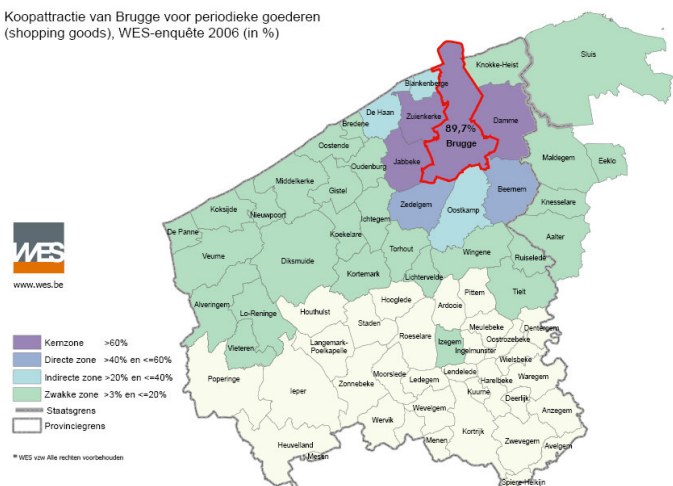
	wvo		aantal panden	
	absoluut	%	absoluut	%
Detailhandel	291.494		1.537	46,9
waarvan dagelijks	68.823	23,6	545	35,5
waarvan niet-dagelijks	222.671	76,4	992	64,5
Horeca	nb	nb	807	24,6
Diensten	nb	nb	674	20,6
Leegstand	20.548		157	4,8
Cultuur en ontspanning	nb	nb	100	3,1
<b>totaal</b>	<b>312.042</b>		<b>3.275</b>	<b>100,0</b>

Bron: IDEA Consult o.b.v. Locatus

- **Brugge ook voor niet-Bruggelingen:**

Uitbreiden van het attractiegebied van Brugge op vlak van detailhandel. Brugge is momenteel de belangrijkste detailhandelspool in West-Vlaanderen. De doelstelling is om deze positie vast te houden en verder te versterken.

Koopattractie van Brugge voor periodieke goederen (shopping goods), WES-enquête 2006 (in %)



- **Versterking van de bestaande kernen**

Het stadsbestuur streeft ernaar om de huidige handelskern(en) en handelsassen te versterken.

- **Afgebakende structuur voor grootschalige winkels en winkelcomplexen**

Er wordt een specifiek beleid gevoerd voor grootschalige detailhandel. Winkels vanaf 400m<sup>2</sup> moeten zoveel mogelijk geclusterd worden binnen bepaalde zones. Nieuwe aanvragen worden nauwgezet bekeken en moeten aan bepaalde voorwaarden en criteria voldoen.





## 5 STRUCTUUR en VISIE

### 5.1. Algemeen

**Concentratie** van handel op handelsassen is prioritair. Winkels die verspreid zijn over verschillende straten hebben een veel beperktere aantrekkingskracht dan winkels die op eenzelfde locatie gevestigd zijn. Concentratie van handel, commerciële en vrije-tijdssector is zowel in het voordeel van het winkelgebied als van de individuele handelszaken. Het stadsbestuur wenst daarom de handel te concentreren op de geselecteerde handelsassen en handelszones. Deze concentratie is vooral van belang voor winkels uit de niet-dagelijkse sector.

**Buurtwinkels** met goederen uit de dagelijkse sector moeten **ook buiten de geselecteerde winkelgebieden** mogelijk blijven en verder gestimuleerd worden. Het gaat hierbij o.m. om slagers, bakkers, groente- en andere voedingswinkels, krantenwinkels,...

**Horeca, diensten** (kappers, banken, reisbureaus,...), **cultuur, vrije tijd en ontspanningssector** kunnen op de handelsassen **verweven** worden met de detailhandel.

Boven alle winkels moeten de geldende bepalingen van de stedenbouwkundige verordening **wonen boven winkels** worden toegepast. Dit wordt door de stad gestimuleerd door toekenning van een premie.

In de Brugse binnenstad moet er een verwevenheid blijven met het **cultuurhistorisch werelderfgoedpatrimonium** van de stad. Brugge dankt haar uitstraling aan de kwaliteit die het bezoekers geeft om te kuieren en te genieten van de stedelijke historische omgeving. Het winkelen in een historisch kader is een **belangrijke factor** waar Brugge zich kan onderscheiden van andere winkelsteden.

Actie	Impact	Wie
Subsidie: "wonen boven winkels"	Bestaande actie versterken en onderzoeken of dit ook voor de rand opportuun is.	DIRO
Op handelsassen intra-muros: <ul style="list-style-type: none"><li>▣ Bestemmingswijzigingen naar wonen of kantoren tegengaan.</li><li>▣ Bestemmingswijzigingen naar handel expliciet mogelijk maken.</li></ul> Dit kan door opname in beleidsinstrumenten (o.a. structuurplan) of bij het vergunningenbeleid van de Stad.	Bestaande handelskarakter behouden en versterken	DIRO

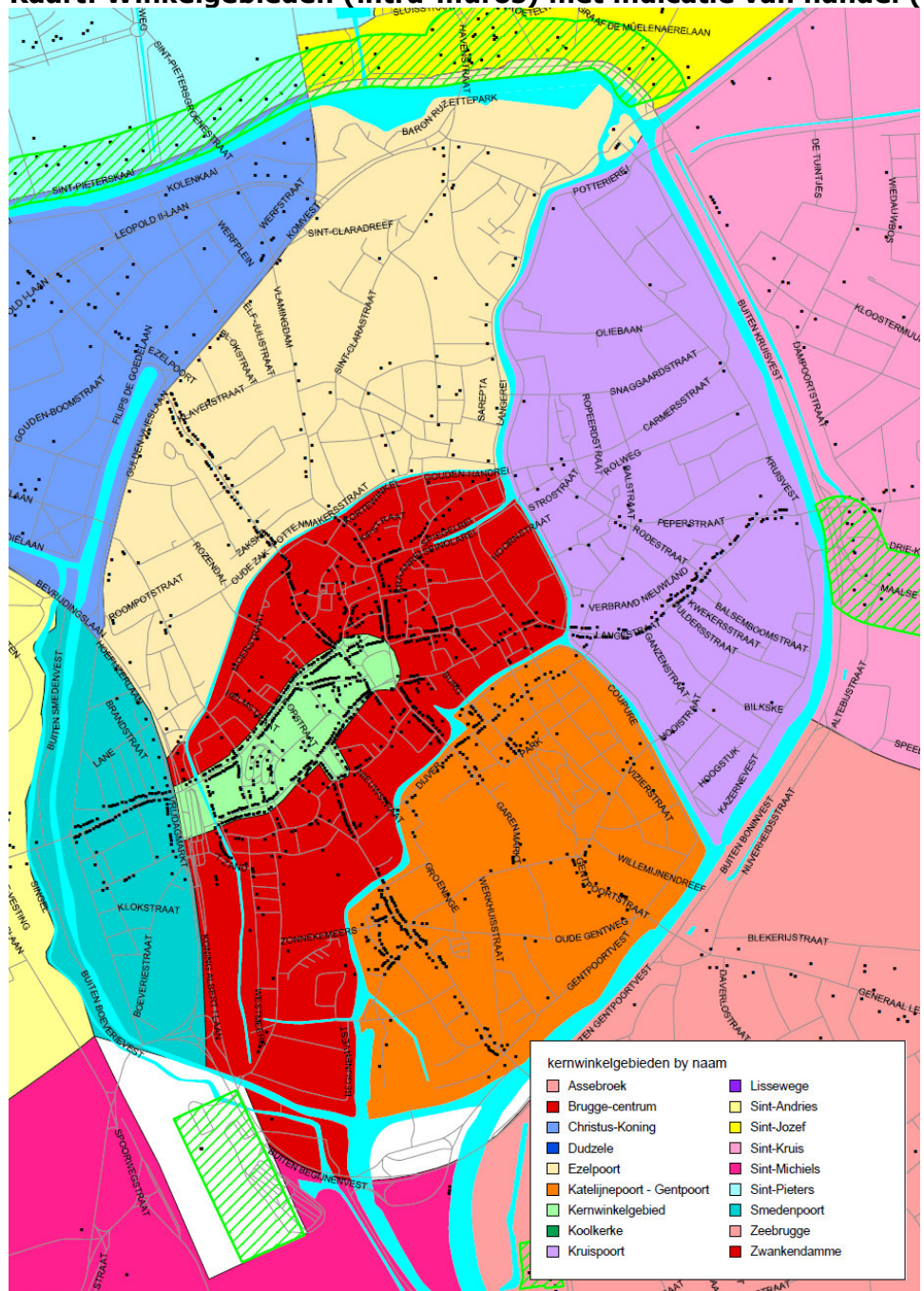
## 5.2. Winkelgebieden en handelsassen<sup>1</sup>

<b>Winkelgebied</b>	<b>Handelsassen</b>
<b>Binnenstad – intra muros</b>	
Kernwinkelgebied (1) Typologie: Bovenregionaal (toeristisch)	't Zand, Noordzandstraat, Geldmuntstraat, Eiermarkt, Markt, Steenstraat, Simon Stevinplein, Zuidzandstraat en het volledige gebied binnen deze assen
Brugge Centrum (2) Typologie: Bovenregionaal (met toeristische assen)	Vlamingstraat Sint-Jakobsstraat Wollestraat/Breidelstraat Philipstockstraat/Mallebergplaats/Hoogstraat Mariastraat Academiestraat Kuipersstraat (huisnr. 1-29) Niklaas Desparsstraat – Jakob van Ooststraat Genthof
Smedenpoort (3) Typologie: Bovenlokaal	Smedenstraat Vrijdagmarkt
Katelijnepoort/Gentpoort (4) Typologie: Bovenlokaal (Toeristisch)	Katelijnestraat Dijver Omgeving Walplein/Begijnhof Omgeving Vismarkt Gentpoortstraat
Kruispoort (5) Typologie: Bovenlokaal	Langestraat
Ezelpoort (6) Typologie: Lokaal	Ezelstraat
<b>Buiten de vesten</b>	
Zeebrugge (7) Typologie: Lokaal	Omgeving Zeedijk Omgeving Rederskaai/oude vismijn
Lissewege (8) Typologie: Lokaal	/
Zwankendamme (9) Typologie: Lokaal	/
Dudzele (10) Typologie: Lokaal	/
Koolkerke/Sint-Jozef (11) Typologie: Lokaal	/
Sint-Pieters (12) Typologie: Lokaal	Oostendse Steenweg Blankenbergse Steenweg
Christus Koning (13) Typologie: Lokaal	Scheepsdalelaan
Sint-Andries (14) Typologie: Lokaal	Gistelse Steenweg Torhoutse Steenweg
Sint-Michiels (15) Typologie: Lokaal	Rijselstraat Omgeving Rijselstraat/Leiselestraat
Assebroek (16) Typologie: Lokaal	Baron Ruzetelaan/Gen. Lemanlaan
Sint-Kruis (17) Typologie: Lokaal	Maalse Steenweg (met uitzondering van grootschaligen) Moerkerkse Steenweg
<b>Grootschaligen</b>	
Blauwe Toren (18) Typologie: Regionaal	

<sup>1</sup> Op de koppen van zijstraten van handelsassen is ontwikkeling van detailhandel eveneens wenselijk.

Maalse Steenweg (19) Typologie: Bovenlokaal	
Fort Lapin -Sint-Pieterskaai-Veemarkt (20) Typologie: Bovenlokaal	
Hoge Express (21) Typologie: Bovenlokaal	
Veemarkt Sint-Michiels – Vogelzang (22) Typologie: Bovenlokaal	
Baron Ruzettelaan (23) Typologie: Lokaal	
Station (in ontwikkeling) (24) Typologie: Bovenlokaal	

**Kaart: Winkelgebieden (intra-muros) met indicatie van handel (GIS-cel Brugge)**



### 5.3. Binnenstad – Intra Muros

#### 1. Kernwinkelgebied

*Typologie: Winkelgebied met bovenregionale en toeristische aantrekkingskracht*



Het kernwinkelgebied is de voornaamste en sterkste handelskern in Brugge en is begrensd door de hoofdwinkellus 't Zand, Noordzandstraat, Geldmuntstraat, Eiermarkt, Markt, Steenstraat, Simon Stevinplein, Zuidzandstraat en het volledige binnengebied binnen deze afbakening. Dit gebied kent de topwinkellocaties en is één van de **belangrijkste shoppinggebieden in Vlaanderen**. De toeristische functie is hierbij ook zeer sterk aanwezig.

Om haar regionale functie te verzekeren moet de hoofdwinkellus in hoofdzaak een **winkelfunctie** blijven en waar mogelijk verder versterkt worden. De **horecafunctie** kan op specifieke (rust)punten een meerwaarde betekenen .

In het **binnengebied** van de hoofdwinkellus kan uitbreiding van de winkel- en horecafunctie zonder het evenwicht met het wonen te verstoren. **Speciaalzaken en kleinere handelszaken** lijken hiervoor het meest aangewezen.

De inrichting van de **openbare ruimte** moet **verder aangepast** worden aan de noden en wensen van de consument: goede en vlotte bereikbaarheid met verschillende modi, brede voetpaden, zo weinig mogelijk obstakels ( paaltjes, borduren, slecht wegdek ... ), voldoende parkeerplaatsen in het gebied of op wandelafstand, verzorgde gevels, propere straten, goede bewegwijzering, voldoende fietsstallingen,...

Om **op piekmomenten** voldoende comfort te bieden aan de massaal opgekomen shoppers, zullen de hoofdwinkelstraten in het kernwinkelgebied **verkeersvrij** gemaakt worden. Ook voor andere evenementen in andere gebieden die duizenden bezoekers aantrekken kan overwogen worden om enkele assen verkeersvrij te maken.

Er zal **onderzoek** gedaan worden naar de mogelijkheden, gevolgen en oplossingen voor het **blijvend verkeersvrij of verkeersarm** maken van de hoofdwinkelgebieden.

<b>Actie</b>	<b>Impact</b>	<b>Wie</b>
Verbeteringen aanbrengen aan de groenzone ter hoogte van bushalte aan de Sint-Salvatorskerk. Op die manier kan de dode ruimte beter benut worden. Eventueel als rustpunt voor shoppers.	Rustpunt creëren en beeldkwaliteit verhogen.	Divers
Behoud van voldoende parkings voor kernwinkelgebied en "funshopping" op wandelafstand		Dienst Mobiliteit Dienst Economie DIRO
Bij heraanleg van straten in het kernwinkelgebied onderzoeken of een gelijkgrondse aanleg opportuun is en in samenspraak met lokale handel	Meer comfort voor shoppers	DIRO Lokale handel
Steenstraat/Zuidzandstraat verkeersvrij op piekmomenten	Meer comfort voor shoppers	Dienst mobiliteit Politie De Lijn
Onderzoek naar blijvend verkeersvrij maken hoofdwinkelstraten.	Aantrekken extra shoppers en meer comfort voor shoppers	Stedenbeleid Dienst mobiliteit Politie Dienst economie Diverse actoren

## 2. Uitbreidingszone kernwinkelgebied: "Brugge Centrum"

*Typologie: Winkelgebied met bovenregionale en toeristische aantrekking*

Dit gebied zorgt samen met het kernwinkelgebied voor de regionale aantrekking van Brugge. Het winkelgebied Brugge Centrum wordt afgebakend door de reien en kent op bepaalde assen een hoge toeristische functie. Bepaalde winkelassen binnen dit gebied vormen de **verbinding** tussen het **kernwinkelgebied** en de omliggende poortwinkelgebieden. Deze assen moeten **verder versterkt** worden als winkelassen:

- Wollestraat
- Hoogstraat- Mallebergplaats - Philipstockstraat
- Vlamingstraat
- Academiestraat
- Genthof
- Breidelstraat
- Sint-Jakobsstraat
- Mariastraat
- Kuipersstraat huisnummers 1-29
- Jakob van Ooststraat en Niklaas Desparsstraat

De inrichting van de **openbare ruimte** moet **verder aangepast** worden aan de noden en wensen van de consument: goede en vlotte bereikbaarheid met verschillende modi, brede voetpaden, zo weinig mogelijk obstakels ( paaltjes, borduren, slecht wegdek ... ), voldoende parkeerplaatsen in het gebied of op wandelafstand, verzorgde gevels, propere straten, goede bewegwijzering ...

### 3. Poortwinkelgebied Smedenpoort



*Typologie: Winkelgebied met bovenlokale aantrekkingskracht*

Dit gebied leunt sterk aan bij het kernwinkelgebied, maar heeft ook een belangrijke lokaal verzorgende functie door de aanwezigheid van o.m. voedingswinkels. Een verdere profilering in dit gebied naar voeding toe is zeker mogelijk. Een verdere uitbouw van de dienstensector die al sterk vertegenwoordigd is in de Smedenstraat, is niet wenselijk.

De volgende assen moeten versterkt worden als winkelassen:

- Smedenstraat
- Vrijdagmarkt

Het **openbaar domein** wordt op de handelsassen waar nodig aangepast om van deze assen volwaardige winkelstraten te maken waar verwevenheid met andere functies ( horeca, commerciële dienstverlening en wonen ) in de beste omstandigheden kan bewaakt worden.

Een **strategisch project** op de site van de huidige **beurshalle** kan dit winkelgebied verder versterken. Er kan hierbij gedacht worden aan een attractieve foodcourt met een thematische clustering van zelfstandige detaillisten in de levensmiddelensector.

### 4. Poortwinkelgebied Katelijnepoort-Gentpoort

*Typologie: Winkelgebied met toeristische en bovenlokale aantrekkingskracht*

Het poortwinkelgebied Katelijnepoort is sterk toeristisch georiënteerd. Er dient over gewaakt te worden dat een te eenzijdig toeristisch aanbod op lange termijn niet nefast wordt voor dit winkelgebied.



De volgende assen zijn commerciële assen:

- As van Katelijnestraat en Dijver tot omgeving Vismarkt



- ▣ Omgeving Walplein-Wijngaardplein
- ▣ Gentpoortstraat

Het **openbaar domein** wordt op de handelsassen waar nodig aangepast om van deze assen volwaardige winkelstraten te maken waar verwevenheid met andere functies ( horeca, commerciële dienstverlening en wonen ) in de beste omstandigheden kan bewaakt worden.

Er kan gedacht worden aan een **heropwaardering** van de **Vismarktsite** door een strategisch project of door bvb. naast dagelijks vishandel ook handel in voeding of andere projecten toe te laten.

<b>Actie</b>	<b>Impact</b>	<b>Wie</b>
Naamswijziging "Parking Begijnhof" naar "Parking Katelijne" (al gerealiseerd)	Meer gebruik van deze parking	Dienst Mobiliteit Interparking Dienst Economie
Strategisch project aan Vismarkt. Of naast dagelijks vis ook voeding en andere producten toelaten.	Heropwaardering en beter gebruik van de site (Meer aanbod voeding in centrum Brugge)	DIRO Dienst Economie Dienst Eigendommen Dienst Vergunningen Stedenbeleid

## 5. Poortwinkelgebied Kruispoort

*Typologie: Winkelgebied met bovenlokale aantrekking*



Het poortwinkelgebied Kruispoort is geconcentreerd op één belangrijke as: de Langestraat. Dit gebied heeft een lokaal tot bovenlokaal verzorgingsgebied. Er is hierbij een gezonde mix van winkels in dagelijkse en niet-dagelijkse goederen.

Het **openbaar domein** wordt op de handelsassen waar nodig aangepast om van deze assen volwaardige winkelstraten te maken waar verwevenheid met andere functies ( horeca, commerciële dienstverlening en wonen ) in de beste omstandigheden kan bewaakt worden.



Projecten die het **detailhandelsaanbod** verhogen of vergroten van de **parkeerfaciliteiten** kunnen deze handelsas stimuleren.

<b>Actie</b>	<b>Impact</b>	<b>Wie</b>
Parking Langestraat	Stimulans voor als Langestraat winkelgebied	Federale instellingen
Aantrekkelijkheid van de straat verhogen door vitrineruimte in de leegstaande panden te gebruiken. (Project Ambachtsstraat)	Aantrekkelijkheid winkelgebied	Stedenbeleid VHB

## **6. Poortwinkelgebied Ezelpoort**

*Typologie: Winkelgebied met lokale verzorging*

Het gebied Ezelpoort kent in hoofdzaak winkels die zich richten op de verzorging van de eigen wijk. De sterkst ontwikkelde as binnen dit gebied is de Ezelstraat. Deze kent echter relatief veel leegstand en is maar beperkt ingevuld door commerciële ontwikkelingen. Winkels die zich binnen het gebied Ezelpoort willen vestigen worden aangemoedigd om zich te vestigen op de handelsas Ezelstraat.

- Handelsas: Ezelstraat



## 5.4. Rand Brugge – Deelgemeenten

### 7. Winkelgebied Zeebrugge

*Typologie: Winkelgebied met toeristische en lokaal verzorgende functie*

**Zeebrugge** kent een vrij specifieke plaats binnen de structuur van het detailhandelsapparaat van Brugge. Een deel van deze deelgemeente is immers gericht op de **toeristische functie** gezien haar ligging aan de Vlaamse kust. Het gaat hier vooral om de omgeving van de dijk en oude vismijnsite/Rederskaai. Het aanbod van winkels mag zich daarom richten op funshoppen verweven met horeca en terrassen. Op de site van de oude vismijn moet gestreefd worden naar een bijkomende handelsfunctie (mix handel-wonen).



Een ander deel van de deelgemeente kent voornamelijk een **lokaal verzorgende functie** waar de dagelijkse boodschappen primeren.

### Landelijke winkelgebieden

8. **Lissewege**

9. **Zwankendamme**

10. **Dudzele**

11. **Koolkerke/Sint-Jozef**

*Typologie: Winkelgebied met lokaal verzorgend karakter*

De winkels in deze landelijke deelgemeenten zijn zuiver **lokaal verzorgend** die enkel de lokale bevolking bedienen. Enkel Lissewege kent een toenemend belang op toeristisch vlak.

In deze gebieden is er aandacht nodig voor behoud van de aanwezige buurtwinkels en eventuele uitbreiding voor ontbrekende buurtwinkels. In deze gebieden kan geen grootschalige detailhandel komen indien deze de lokale draagkracht overstijgt.

## 12. Winkelgebied Sint-Pieters

*Typologie: Winkelgebied met lokaal tot bovenlokaal verzorgend karakter.*



De volgende assen in dit gebied hebben een bovenlokaal verzorgend karakter en kunnen verder ontwikkeld worden als handelsas:

- Blankenbergse Steenweg
- Oostendse Steenweg
- *Sint-Pieterskaai/Fort Lapin/Veemarkt Sint-Pieters: cfr. Grootschalige detailhandel*
- *Blauwe Toren: Cfr. Grootschalige detailhandel*

Stad Brugge blijft verder investeren in het openbaar domein om de handelsassen algemeen te verbeteren, de bereikbaarheid te optimaliseren en parkeerfaciliteiten te behouden of te voorzien. Nieuwe handelaars worden gestimuleerd om zich te vestigen op de geselecteerde handelsassen.

## 13. Winkelgebied Christus-Koning

*Typologie: Winkelgebied met lokaal tot bovenlokaal verzorgend karakter*

De volgende as in dit gebied heeft een bovenlokaal verzorgend karakter en kan verder ontwikkeld worden als handelsas:

- Scheepsdalelaan

Stad Brugge blijft verder investeren in het openbaar domein om deze handelsas algemeen te verbeteren, de bereikbaarheid te optimaliseren en parkeerfaciliteiten te behouden of te voorzien. Nieuwe handelaars binnen dit gebied worden gestimuleerd om zich te vestigen op de Scheepsdalelaan.

## 14. Winkelgebied Sint-Andries

*Typologie: Winkelgebied met lokaal tot bovenlokaal verzorgend karakter*

De volgende assen in dit gebied hebben een bovenlokaal verzorgend karakter en kunnen verder ontwikkeld worden als handelsas:

- Gistelse Steenweg
- Torhoutse Steenweg

- ▣ *Winkelcentrum "Hoge Express": cfr. Grootschalige detailhandel*  
Stad Brugge blijft verder investeren in het openbaar domein om deze handelsassen algemeen te verbeteren, de bereikbaarheid te optimaliseren en parkeerfaciliteiten te behouden of te voorzien. Nieuwe handelaars worden gestimuleerd om zich te vestigen op de geselecteerde handelsassen.

## **15. Winkelgebied Sint-Michiels**

*Typologie: Winkelgebied met lokaal tot bovenlokaal verzorgend karakter*

De volgende assen in dit gebied hebben een lokaal tot bovenlokaal verzorgend karakter en kunnen verder ontwikkeld worden als handelsas:

- ▣ omgeving Rijselstraat/Leiselestraat
- ▣ *Vogelzang/Veemarkt Sint-Michiels: cfr. Grootschalige detailhandel*

Stad Brugge blijft verder investeren in het openbaar domein om de handelsassen algemeen te verbeteren, de bereikbaarheid te optimaliseren en parkeerfaciliteiten te behouden of te voorzien. Nieuwe handelaars worden gestimuleerd om zich te vestigen op de geselecteerde handelsassen.

## **16. Winkelgebied Assebroek**

*Typologie: Winkelgebied met lokaal tot bovenlokaal verzorgend karakter*

De volgende assen in dit gebied hebben een lokaal tot bovenlokaal verzorgend karakter en kunnen verder ontwikkeld worden als handelsas:

- ▣ Generaal Lemanlaan – Astridlaan
- ▣ Baron Ruzettelaan

Stad Brugge blijft verder investeren in het openbaar domein om de handelsassen algemeen te verbeteren, de bereikbaarheid te optimaliseren en parkeerfaciliteiten te behouden of te voorzien. Nieuwe handelaars worden gestimuleerd om zich te vestigen op de geselecteerde handelsassen.

## 17. Winkelgebied Sint-Kruis

*Typologie: Winkelgebied met lokaal tot bovenlokaal verzorgend karakter*

De volgende assen in dit gebied hebben een lokaal tot bovenlokaal verzorgend karakter en kunnen verder ontwikkeld worden als handelsas:

- Moerkerkse Steenweg
- Maalse Steenweg

Stad Brugge blijft verder investeren in het openbaar domein om de handelsassen algemeen te verbeteren, de bereikbaarheid te optimaliseren en parkeerfaciliteiten te behouden of te voorzien. Nieuwe handelaars worden gestimuleerd om zich te vestigen op de geselecteerde handelsassen.

### 5.5. Grootschalige detailhandel<sup>2</sup>

#### ***Binnenstad***

Grootschalige detailhandel blijft mogelijk op en langs alle handelsassen in de binnenstad. Nieuwe grootschalige detailhandel buiten de handelsassen in de binnenstad wordt niet meer toegelaten.

Waar mogelijk kunnen **grotere winkeloppervlaktes gecreëerd** worden. Op die manier kan ingespeeld worden op de trend van schaalvergroting. Zo kunnen meer trekkers zich vestigen in dit gebied en kan het aanbod verder verruimd worden.

Het stadsbestuur erkent dat een binnenstedelijk shoppingcenter een belangrijke kernversterkende invloed kan uitoefenen. Voorstellen en vragen van projectontwikkelaars of kandidaat-investeerders kunnen in die optiek onderzocht worden.

Een gezonde mix in assortimenten, tussen kleine en grote zaken, ketens en zelfstandigen moet echter voor de volledige binnenstad bewaard blijven.

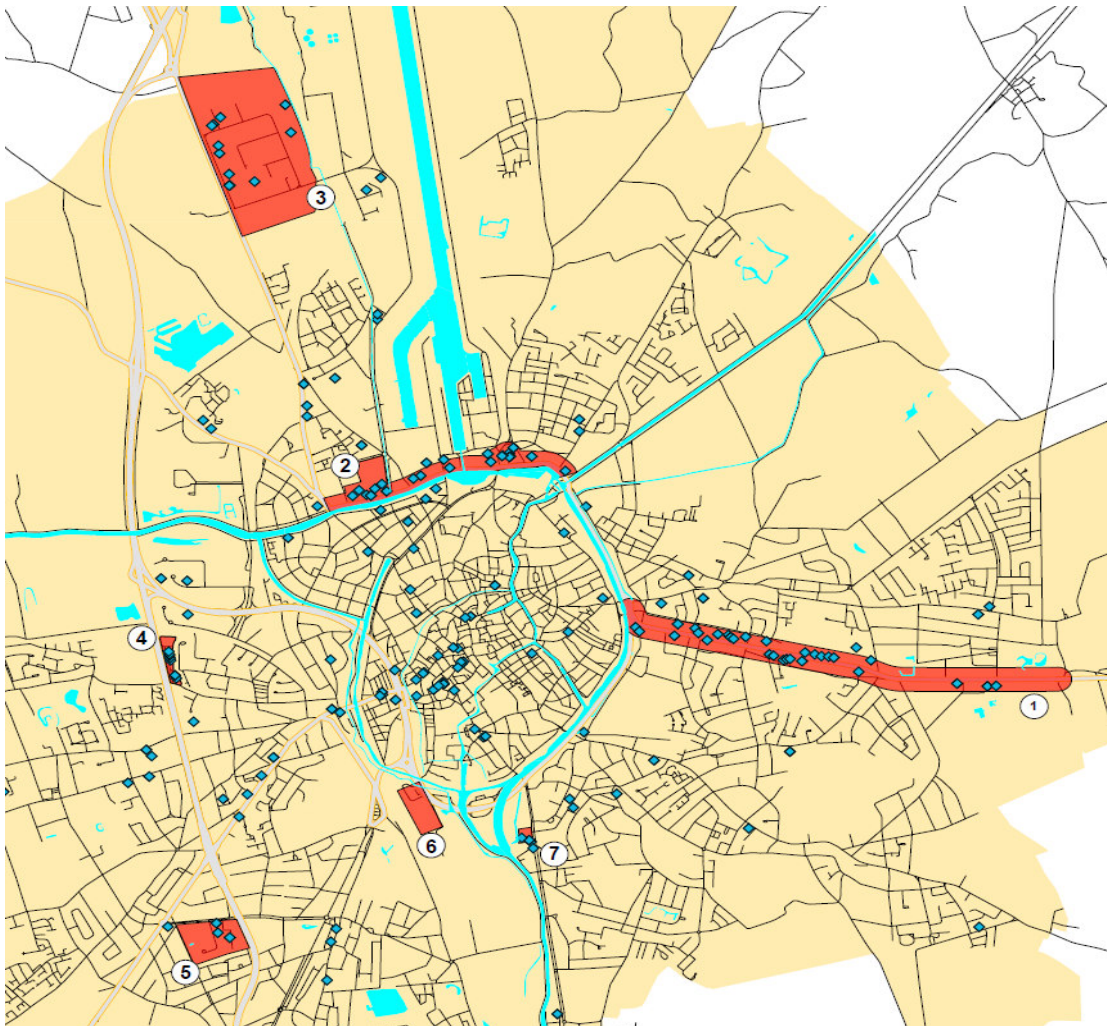
---

<sup>2</sup> Als grootschalige detailhandel wordt in het kader van de wet op de handelsvestigingen ("Ikea-wet" met socio-economische vergunningen), alle handel begrepen met een netto-handelsoppervlakte van minstens 400m<sup>2</sup>. Ook de handelscomplexen waarvan de verschillende handelszaken minstens een nettohandelsoppervlakte hebben van 400m<sup>2</sup> zijn hierin vervat.

## Zones voor grootschalige detailhandel in de rand

Brugge kent in de rand 7 winkelconcentraties met overwegend grootschalige detailhandel (ligging en afbakening zie figuur):

18. **Blauwe Toren<sup>3</sup> (Sint-Pieters)** zie nr. 3 op kaart
19. **Maalse Steenweg (Sint-Kruis)** zie nr. 1 op kaart
20. **Fort Lapin - Sint-Pieterskaai - Veemarkt (Sint-Pieters)** zie nr. 2 op kaart
21. **Hoge Express (Sint Andries)** zie nr. 4 op kaart
22. **Vogelzang/Veemarkt (Sint-Michiels)** zie nr. 5 op kaart
23. **Concentratie Baron Ruzettelaan (Assebroek)** zie nr. 7 op kaart
24. **Station (in ontwikkeling)** zie nr. 6 op kaart



Kaart met spreiding van en zones voor grootschalige detailhandel (Bron Gis-Cel Brugge / Locatus)

<sup>3</sup> Het gaat hierbij om zowel het gebied van Blauwe Toren Noord (B-Park) als het reeds sterk commercieel uitgebouwd industriepark Blauwe Toren. In het voorontwerp van gewestelijk RUP voor de afbakening van het regionaal stedelijk gebied Brugge, krijgen de bestaande detailhandelsactiviteiten alle mogelijkheden naar de toekomst toe en zijn nieuwe detailhandelszaken in beperkte mate en onder bepaalde omstandigheden mogelijkheden. Deze bepalingen zijn pas van toepassing bij definitieve vaststelling van dit gewestelijk RUP.

Grote winkels die geen plaats vinden in de Brugse binnenstad door hun omvang of doordat zij veel verkeersbewegingen genereren, kunnen zich op deze clusters vestigen.

De stad wenst de **optimalisatie** van de grootschalige clusters (bijvoorbeeld als retailparken) te faciliteren.

- ▣ Lintstructuren met solitaire baanwinkels worden niet gestimuleerd.
- ▣ Functioneel ruimtegebruik van o.a. de parking is een eis van de stad.
- ▣ Een goede bereikbaarheid per auto en voldoende parkeergelegenheid op eigen terrein is een belangrijk aspect van de perifere grootschalige detailhandel. Sites voor grootschalige detailhandel moeten ook bereikbaar zijn via andere vervoersmodi.

Er worden **overwegend grote volumes** toegestaan op deze clusters. Kleinere oppervlaktes of shop-in-shop concepten kunnen enkel op die plaatsen waar dit op vandaag reeds bestaat en toegelaten is.

### ***Solitaire vestigingen in de rand***

**Nieuwe solitaire vestigingen** buiten de afgebakende zones voor grootschalige detailhandel kunnen slechts indien zij in overeenstemming zijn met de vigerende ruimtelijke plannen van de stad en de bepalingen in deze nota. Het stadsbestuur hanteert o.m. **volgende criteria** voor nieuwe vestigingen en uitbreiding van bestaande winkelconcentraties met overwegend grootschalige detailhandel:

#### **Criteria voor solitaire vestigingen $\geq 400m^2$** (buiten afgebakende zones):

1. de nieuwe concentratie dient een toegevoegde waarde te hebben op het bestaande detailhandelsaanbod.
2. de nieuwe concentratie dient aantoonbaar niet ten koste te gaan van de bestaande kernen (dus ook het kernwinkelgebied) en bij voorkeur deze gebieden te versterken.  
Funshoppingassortimenten zoals bvb. kledij, schoenen, boeken & multimedia horen in de binnenstad.
3. Er dient sprake te zijn van een goede autobereikbaarheid zonder (noemenswaardige) mobiliteitsproblemen te veroorzaken. Bereikbaarheid via andere vervoersmodi is tevens een vereiste.
4. De parkeerbehoefte voor auto's en fietsen wordt op eigen terrein opgelost.
5. De netto-werkgelegenheid<sup>4</sup> moet minstens positief zijn.
6. Grootschalige detailhandel op handelsassen zijn te prefereren buiten vestigingen die volledig buiten deze zones vallen.

---

<sup>4</sup> Netto-Werkgelegenheid: Het saldo van bijkomende banen en te verwachten verlies van banen elders

Alle bestaande en vergunde solitaire vestigingen van meer dan 400 m<sup>2</sup> in Brugge kunnen blijven bestaan.

<b>Actie</b>	<b>Impact</b>	<b>Wie</b>
Beleidsnota detailhandel gebruiken bij beoordeling van socio-economische vergunningen en andere vergunningen of projecten m.b.t. detailhandel.	Betere controle over de vestiging van de grootschalige detailhandel	Dienst Economie DIRO Diverse diensten



## 5.6. Buurtwinkels

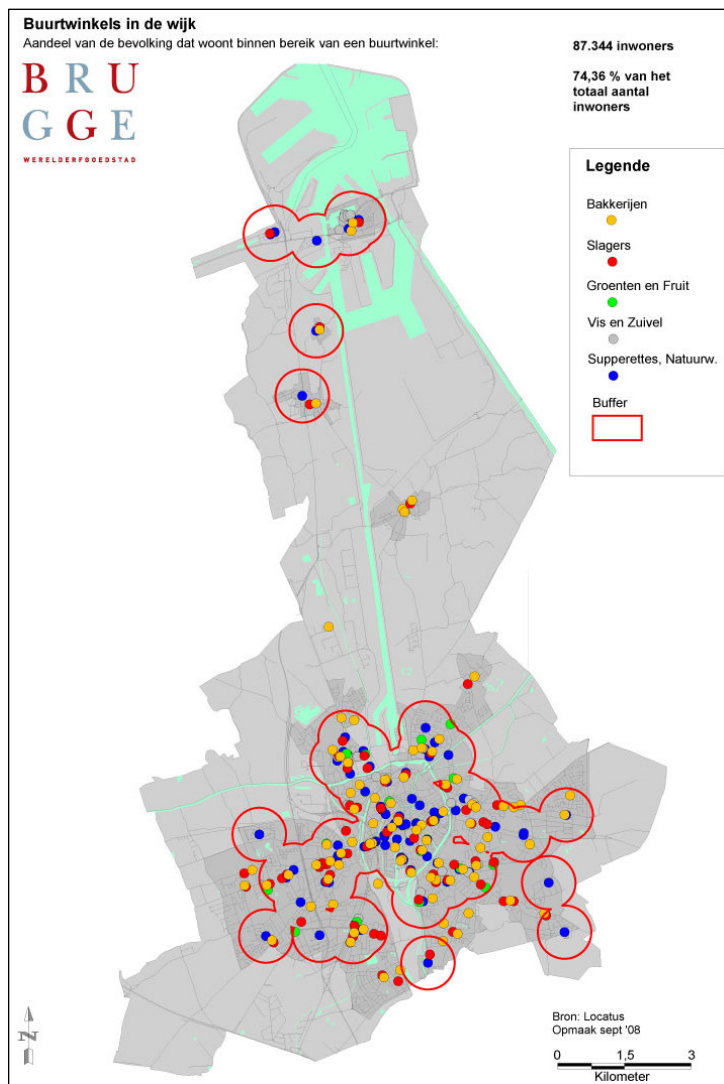
Het stadsbestuur erkent de belangrijke rol van buurtwinkels in Brugge. Deze winkels hebben een verzorgende functie voor de Brugse bevolking en zijn ook op sociaal en economisch vlak niet onbelangrijk. Het gaat o.m. om volgende kleinschalige winkels in dagelijkse goederen:

- Slagers
- Bakkers
- Groentenwinkels
- Superettes
- Vis-, kaas- en overige kleine voedingswinkels
- Krantenwinkels
- Fietsenwinkels
- ...

Ook in de commerciële dienstverlening zijn er zaken met een dagelijks karakter. Het gaat hierbij om bvb. kapsalons en banken.

Buurtwinkels en zaken met een dagelijks karakter hoeven zich niet te concentreren op de geselecteerde handelsassen en kunnen verweven worden in woonwijken.

Stad Brugge wenst de rol van deze winkels te bestendigen en waar mogelijk te versterken. Zo is het de expliciete doelstelling om in elke kern een minimaal aanbod van dagelijkse goederen te krijgen. Het gaat hierbij concreet om een bakker, slager en groentenwinkel of superette in elke kern.



Het stadsbestuur wenst ook het gebruik van buurtwinkels verder te promoten door o.a. haar deelname en medewerking aan acties zoals "Met belgerinkel naar de winkel".

Actie	Impact	Wie
Onderzoek naar waar nog buurtwinkels tekort zijn en nieuwe vestiging stimuleren via vestigingspremie.	Nieuwe buurtwinkels waar nodig	Dienst Economie Stedenbeleid SAK's?
Promotie-acties voor buurtwinkels zoals "Met belgerinkel naar de winkel".	Buurtwinkelgebruik stimuleren	Dienst Economie UNIZO



## **6 ACTIEPUNTEN (Thematisch)**

### **6.1. Winkelaanbod**

#### **Concentratie van de handel**

Straten met hoofdzakelijk handel, horeca en diensten zijn altijd sterke handelsassen. Het stadsbestuur zet daarom in om de in dit document geselecteerde handelsassen te versterken. Via planningsprocessen en vergunningenbeleid kan dit verder gestuurd worden.

Buurtwinkels voor dagelijkse goederen zoals bakkers, slaggers, groentenwinkels en krantenwinkels moeten wel overal mogelijk blijven en verder gestimuleerd worden.

Het stadsbestuur engageert zich om op handelsassen op haar eigendommen of bij strategische projecten op handelsassen, detailhandel te faciliteren.

Om bepaalde handelsassen te versterken kan een vestigingssubsidie gegeven worden aan bepaalde detailhandelszaken die deze assen willen versterken. Een herlocalisatiepremie voor handelszaken die wensen te verhuizen van buiten één van de geselecteerde handelsassen naar één van de handelsassen is eveneens een mogelijkheid. De huidige premie voor herontwikkeling van leegstaande handelspanden kan hiervoor aangepast worden.

#### **Meer kwaliteit**

Het stadsbestuur wenst meer kwaliteitszaken aan te trekken om het detailhandelsaanbod kwalitatief op te trekken. Er is in Brugge op vandaag een beperkt aanbod in dit segment terwijl er wel een ruim voldoende draagvlak bestaat voor dergelijke kwaliteitswinkels.

Er zal een investeringsdossier opgesteld worden die kandidaat-investeerders in het kwaliteitssegment van detailhandel kan overtuigen. Op retailbeurzen en retailfora kunnen de nodige contacten gelegd worden om voor Brugge te kiezen.

#### **Mix speciaalzaken / ketens**

Een gezonde mix tussen ketens en speciaalzaken is van cruciaal belang op handelsassen. Ketens trekken vaak shoppers aan en zijn nodig voor de uitstraling van handelsassen. Het zijn echter de speciaalzaken die zorgen voor het unieke karakter van een handelsas en die de shopper kunnen verrassen en binden met iets dat hij enkel op die handelsas of in die stad kan vinden.

## Zondagsopening

Uit onderzoek van Idea Consult en WES blijkt dat veel Bruggelingen en niet-Bruggelingen op zondag gaan shoppen naar steden waar de winkels wel op zondag open zijn. Als badplaats en toeristisch centrum mogen de winkels in Brugge op zondag open zijn en voor een geselecteerd aantal zondagen mogen deze winkels ook personeel tewerkstellen op zondag. Om diverse redenen zijn de winkels maar beperkt open op zondag.

Het stadsbestuur laat de keuze aan de individuele handelaars, maar wil in elk geval de mogelijkheid voor hen openhouden. Hiervoor dient in het kader van het KB (9 mei 2007) betreffende de tewerkstelling op zondag in toeristische centra tegen 2011 de aanvraag als toeristisch centrum hernieuwd te worden. Het stadsbestuur zal in samenspraak met de handel opnieuw afspraken maken voor de zondagsopening van winkels in het kader van de wet op tewerkstelling van personeel op zondag in de detailhandel.

## Koopavonden

In diverse steden werd reeds succesvol geëxperimenteerd met verlenging van de normale openingstijden tijdens koopavonden. Stad Brugge wenst uitdrukkelijk zijn steun te geven aan evenementen die hierop wensen in te spelen. Het initiatief ligt echter bij de handelsverenigingen.

<b>Actie</b>	<b>Impact</b>	<b>Wie</b>
Detailhandel faciliteren bij stadseigendommen en strategische projecten op handelsassen.	Versterken van geselecteerde handelsassen	Dienst eigendommen Stedenbeleid DIRO Dienst Economie
Het stadsbestuur vormt de premie voor herontwikkeling van leegstaande panden om tot een vestigingssubsidie voor versterking op handelsassen.	Versterken van geselecteerde handelsassen	Dienst Economie
Opstellen van een investeringsdossier om kandidaat-investeerders te overtuigen.	Meer kwaliteitszaken	Dienst Economie
Bezoeken van retail-beurzen en pro-actief benaderen van bekende kwaliteitszaken met een meerwaarde voor Brugge	Meer kwaliteitszaken	Dienst Economie
Vestigingssubsidie voor speciaalzaken	Meer speciaalzaken	Dienst Economie
Herlocalisatiepremie voor handelszaken buiten geselecteerde handelsassen die willen verhuizen naar een geselecteerde handelsas	Concentratie handel	Dienst Economie
Hernieuwen aanvraag toeristisch centrum in het kader van sociale wetgeving.	Zondagsopening mogelijk houden	Dienst Economie
Steun aan koopavonden	Meer shoppers buiten normale openingsuren	Dienst Economie Brugse handel

## 6.2. Promotie

### Bijzonder Brugge

Het stadsbestuur zet in op citymarketing om de attractie van Brugge als shoppingstad te vergroten en de koopbinding van Bruggelingen te bestendigen. Enkel hoogwaardige en kwaliteitsvolle acties die de koopbinding verhogen of het attractiegebied van Brugge vergroten komen hiervoor in aanmerking. Grensoverschrijdende acties naar Zeeuws-Vlaanderen of Noord-Frankrijk moeten hierbij mogelijk zijn.



### Animatie en promotie door handelaars

Elke individuele handelsgebuurtekring of andere vereniging van handelaars kan op vandaag een premie krijgen voor de kosten van zijn evenementen. Het stadsbestuur wil hiervoor de helft bijdragen met een plafond tot 2.000 EUR per vereniging. Dit plafond zal worden opgetrokken. Andere bestaande premies voor bvb. vlaggen kunnen (mits budgettaire neutraliteit voor handelsverenigingen) hierin geïntegreerd worden.



Handelsverenigingen kunnen bij hun activiteiten rekenen op logistieke steun (dranghekkens, kostuums,...) van de Stad Brugge via de dienst Cultuur. Samenwerkingsverbanden tussen handel en cultuur worden aangemoedigd. Onder meer straatanimatie in winkelstraten kan verder worden aangemoedigd.

### Verlichting & Reclame

Een gezellige atmosfeer trekt klanten aan en verhoogt de beleving van de shoppers. Reclame en verlichting dragen hier sterk toe bij.

Brugge kent geen wildgroei van reclameborden of opschriften door een strikte reglementering. De mooie beeldkwaliteit is één van de absolute sterktes van Werelderfgoedstad Brugge. Het stadsbestuur wenst de bestaande regelgeving voor de historische kernen te behouden. In het kader van het lichtplan zal bekeken worden of individuele acties van handelaars voor kwalitatieve verlichting mogelijk en opportuun zijn. Het stadsbestuur geeft wel premies aan handelaars die speciale kunstzinnige uithang- en uitsteekborden willen plaatsen. Buiten de historische kernen en werelderfgoedsite zal onderzocht worden of de bestaande regelgeving kan aangepast worden om handelaars meer mogelijkheden te geven om zich te profileren.

Het stadsbestuur blijft de handel ondersteunen voor de kerst- en andere verlichting in hun straat.

## Shopper en toerisme

Toeristen zijn in Brugge op zoek naar een totale beleving van cultuur, bezienswaardigheden, gastronomie, gezelligheid,... Shoppen is voor vele toeristen ook een element in deze totale beleving. Het stadsbestuur wenst daarom in haar communicatie ook te verwijzen naar Brugge als shoppingstad. De citymarketing van Bijzonder Brugge zal voor de nationale of toekomstig grensoverschrijdende campagnes ook de link maken met de toeristische kant van Brugge en omgekeerd.

## Website



Consumenten zoeken vaak informatie op via internet over shoppen of winkels. Het stadsbestuur ondersteunt hierbij de website [www.bezigbrugge.be](http://www.bezigbrugge.be). Ook op de stedelijke website zelf zal meer informatie komen over shoppen in Brugge met o.a. informatie over braderieën, soldenperiodes en de verschillende handelstraten en -zones.

## Themaroutes

Voor bepaalde doelgroepen kunnen themaroutes worden uitgewerkt. Zo kunnen themaroutes gemaakt worden voor jongeren, senioren, toeristen, jonge ouders,... Op die manier kunnen deze doelgroepen sneller en beter de winkels terugvinden die hen interesseren en kunnen ze kennismaken met kwalitatieve winkels die misschien minder gekend zijn.

Acties	Impact	Wie
Bestendigen <a href="http://www.bezigbrugge.be">www.bezigbrugge.be</a>	Bestendigen on-line info over shoppen	Dienst Economie DM&P (Dienst Toerisme)
Uitbreiden stedelijke website met info over shoppen	Meer en betere on-line info over shoppen	Dienst Economie Communicatiedienst (Dienst Toerisme)
Citymarketing – Bijzonder Brugge	Bestaande actie	Dienst Economie Brugse handel
Plafond voor Animatie- en Promotiepremie verhogen	Bestaande actie	Dienst Economie Brugse handel
Logistieke steun voor evenementen van handelsgebuurtekringen.	Bestaande regeling behouden	Dienst Cultuur Brugse handel
Samenwerking voor evenementen tussen culturele sector en handel aanmoedigen (bvb. meer straatanimatie in winkelstraten)	Meer animatie bij het winkelgebeuren	Dienst Cultuur Brugse handel
Reclame & Licht <ul style="list-style-type: none"><li>■ Onderzoek of in het kader van het lichtplan kwalitatieve elementen van handelaars mogelijk en wenselijk zijn.</li><li>■ Onderzoek naar soepelere publiciteitsmogelijkheden buiten de historische kern(en).</li></ul>	Mooiere uitstraling winkelgebieden en meer mogelijkheden buiten de kern	DIRO Brugse Handel
Premie voor kwalitatieve uithangborden	Mooiere uitstraling	DIRO

	winkelgebieden	
Toelage kerstverlichting	Mooiere uitstraling winkelgebieden	DIRO Brugse handel
Link shoppen en toerisme (Winter in Brugge, Bijzonder Brugge,...)	Verbetering bestaande promotie	Dienst Toerisme Dienst Economie Handel
Behoud en versterken van kwalitatieve spelprikkel op het openbaar domein. Integreren van speelse elementen in het straatbeeld met respect voor de werelderfgoedstad Brugge en zonder bijkomende hinder of obstructies te veroorzaken. Voorzien van animatie voor kinderen tijdens braderieën en andere evenementen van handelsgebuurtekringen.	Bestaande acties	Jeugddienst Stedenbeleid Brugse handel (Dienst Economie) DIRO
Themaroute voor toeristen met aanduiding van speciale winkels,...	Bestedingen van toeristen verhogen	Dienst Toerisme Dienst Economie Brugse handel
Themaroute Jonge Ouders naar winkels met speelgoed, kinderkledij, babyzaken,... Gekoppeld aan een mailing naar jonge ouders in Brugge (en de regio)	Beter informeren doelgroep en promoten van Brugge als stad met kindvriendelijke winkels	Jeugddienst Dienst Economie Brugse handel
Themaroute Jongeren naar winkels met muziek, jongerenkledij, skateshops,... Gekoppeld aan een mailing naar jongeren in Brugge (en de regio)	Beter informeren doelgroep en promoten van Brugge als stad voor jongeren	Jeugddienst Dienst Economie Brugse handel
Themaroute naar winkels voor senioren. Gekoppeld aan een mailing naar senioren in Brugge (en de regio)	Beter informeren doelgroep en promoten van Brugge als stad voor senioren	Maatschappelijke begeleiding Dienst Economie Brugse handel
Themaroute naar speciale en unieke kwaliteitswinkels.	Unieke kwaliteitswinkels in de verf zetten	Dienst Economie Charmecollectief Brugse handel

### 6.3. Mobiliteit



Bereikbaarheid en parkeergelegenheid zijn een essentieel onderdeel van het succes van winkels en winkelgebieden. Stad Brugge erkent deze problematiek en houdt in haar mobiliteitsplan rekening met de belangen van de Brugse detailhandel. Waar mogelijk worden accenten gelegd die de detailhandel kunnen stimuleren. Het mobiliteitsplan Brugge omvat de beleidslijnen en concrete maatregelen rond mobiliteit.

#### Duurzame vervoersmodi

Stad Brugge promoot duurzame mobiliteitsopties via openbaar vervoer, fietsgebruik en voetgangersverkeer. O.m. volgende zaken komen hieraan tegemoet:

- ▣ Inzetten van extra bussen tijdens piekperiodes om de toevloed aan shoppers op te vangen.
- ▣ Voorzien van fietsenstallingen
- ▣ Blijven waken over fiets- en voetgangerscomfort
- ▣ Voorzien van gratis openbaar vervoer op koopzondagen voor eindejaarsshopping
- ▣ P+bus met goedkope parking aan het station + gratis busticket naar het centrum.

#### Parkeergelegenheid

Het stadsbestuur is zich bewust van het belang van parkeergelegenheid op de werking van de handel. Het onderscheid tussen de verschillende types handel en verblijfsduur van de shopper is hierbij essentieel. Hoe langer de verblijfsduur van de klant, hoe verder de afstand tot de parkeervoorzieningen mag zijn.



- ▣ Voor buurtwinkels en gebieden met voornamelijk "runshopping" moet er parkeergelegenheid behouden worden in de onmiddellijke nabijheid van de winkels.
- ▣ Voor het kernwinkelgebied met "funshopping" is er voldoende parkeergelegenheid op wandelafstand.
- ▣ Grootschalige detailhandelszaken in de rand van Brugge voorzien hun behoefte aan parkeergelegenheid op eigen terrein.

De ondergrondse parkings en parking station zullen beter aangeduid worden via een dynamische signalisatie van de beschikbare parkeervoorzieningen reeds vanop afstand (bv. vanaf N31). De reeds uitgevoerde naamswijziging van "Parking Begijnhof" naar "Parking Katelijne" kadert in deze verbeterde signalisatie.



De handelaars zullen gestimuleerd worden om deel te nemen aan de actie Park & Shop waarbij de handelaars zelf kunnen voorzien in de parkeervoorzieningen van hun klanten.

De acties Park & Ride (combinatie randparking-bus), P+bus (parking station + gratis bus), SMS parkeren met real-time parkeertijd en het 10 cent tarief voor ultrakortparkeren verder intensief promoten naar de Brugse consument.

Laad- en loszones in winkelstraten zijn essentieel voor een vlotte bevoorrading en voor de vlotte doorstroming van het dagelijks verkeer en het openbaar vervoer in de stad. Het belet ook het dubbel parkeren en dus ook de ergernis die ermee gepaard kan gaan. Voldoende laad- en loszones zijn noodzakelijk. Bijkomende laad- en loszones kunnen voorzien worden door de bevoegde diensten van Stad Brugge en in samenspraak met de lokale handelaars.

<b>Actie</b>	<b>Impact</b>	<b>Wie</b>
Extra openbaar vervoer op piekmomenten.	Verbetering bestaande actie	Dienst Mobiliteit Dienst Economie Brugse handel
Afgestemd parkeerbeleid en voldoende parkeervoorzieningen in functie van type handel.		
Park & Ride: beter promoten van randparkings en gebruik stimuleren	Meer gebruik van randparkings	Dienst Mobiliteit
Park & Shop: Beter promoten van de mogelijkheid dat handelaars zelf kunnen voorzien in de parkeervoorziening van hun (betalende) klanten.	Betere klantentevredenheid	Dienst Economie Interparking Brugse handel
Naamswijziging "Parking Begijnhof" naar "Parking Katelijne" (reeds uitgevoerd)	Meer gebruik van deze parking	Dienst Mobiliteit Interparking Dienst Economie
Dynamische signalisatie van beschikbaarheid parkeervoorzieningen	Beter gebruik van parkings en beperken parkeerzoekverkeer.	Dienst Mobiliteit Interparking Dienst Economie

## 6.4. *Wegenwerken*



Wegenwerken zijn een zeer belangrijk aandachtspunt voor detailhandel. De bereikbaarheid van hun zaak voor rechtstreeks contact met de consument is immers van essentieel belang. Hoewel wegenwerken vaak noodzakelijk zijn, is omzetverlies door beperktere bereikbaarheid veelal een logisch gevolg. Een tijdige communicatie zodat de handelszaken zich hierop kunnen voorbereiden is noodzakelijk.

### **Aanbestedingscontracten**

De hinder bij wegenwerken is voor handelaars anders dan voor bewoners. De handelaars worden bij wegenwerken immers ook sterk getroffen in hun inkomsten en omzet. Om deze reden voorziet het stadsbestuur bij wegenwerken op handelsassen van gemeentewegen in het aanbestedingscontract clausules voor een spoedige uitvoering van de werken. In aanbestedingscontracten van werken op handelsassen van gemeentewegen staan ook clausules in verband met de bereikbaarheid van de handelszaken. Toelevering en bereikbaarheid voor de klanten moeten zo goed als mogelijk gegarandeerd worden.



### **Communicatie & Vergunningen**

Alle wegenwerken en werken met inname van het openbaar domein moeten minstens 30 kalenderdagen op voorhand aangevraagd worden en kunnen pas aanvangen 30 kalenderdagen na volledig verklaring van het dossier. Op die manier kunnen handelaars tijdig ingelicht worden van werken op Brugs grondgebied.

Hiervan kan worden afgeweken in volgende gevallen:

1. Werken die weinig of geen hinder veroorzaken voor verkeer en/of aangelanden.
2. Bij zeer uitzonderlijke gevallen van hoogdringendheid en spoed. Voor dergelijke uitzonderlijke omstandigheden zal er alles aan gedaan worden om de buurt tijdig te verwittigen.

Het stadsbestuur is als stad reeds zeer actief bij de communicatie rond wegenwerken. De bestaande acties hiervoor worden verder bestendigd en waar mogelijk versterkt. In het kader van de wet op de



inkomenscompensatievergoeding wordt gestreefd om handelaars minimaal 14 dagen voorafgaand aan de werken op de hoogte te brengen.

<b>Actie</b>	<b>Impact</b>	<b>Wie</b>
Alle wegenwerken met een min. duur van 5 werkdagen moeten minimaal 30 kalenderdagen op voorhand aangevraagd worden.	Tijdige communicatie rond wegenwerken (ook in kader van Wet Dedecker)	Communicatiedienst Verkeersbelemmeringen Dienst Economie
Bewonersbrieven naar handelsvestiging en maatschappelijke zetel	Betere communicatie rond wegenwerken	Communicatiedienst Verkeersbelemmeringen Dienst Economie
Bestendigen actie <a href="http://www.Bruggebereikbaar.be">www.Bruggebereikbaar.be</a>	Betere communicatie rond wegenwerken	Dienst Mobiliteit Communicatiedienst Diverse partners
Up to date houden en soepele aflevering hinderattesten <a href="http://www.brugge.be/hinder">www.brugge.be/hinder</a>	Betere communicatie van compenserende maatregelen rond wegenwerken	Dienst Economie
Bestendigen overleg- en inspraakvergaderingen met handel in verband met wegenwerken.	Betere communicatie en inspraak en vergroten draagvlak voor wegenwerken	Communicatiedienst DIRO - Wegendienst Dienst Mobiliteit Diverse partners
Boeteclausules of clausules voor een spoedige uitvoering van werken op handelsassen	Minder hinder voor handelaars	DIRO - Wegendienst
Clausules voor bereikbaarheid klanten en toelevering	Minder hinder voor handelaars	DIRO - Wegendienst

## 6.5. Dienstverlening

Handelaars moeten vaak een beroep doen op de gemeentelijke diensten voor vergunningen of premies. Stad Brugge engageert zich om een vlotte dienstverlening te verlenen met voldoende communicatie over de stand van zaken van het dossier.



Het KMO-Loket/Dienst economie is hiervoor het aanspreekpunt voor handelaars binnen Stad Brugge. Vragen van investeerders/projectontwikkelaars voor nieuwe projecten of vragen van handelaars om herlocalisatie worden begeleid via het KMO-Loket.

Er wordt gedacht aan het aanstellen van een ambtenaar bij de Dienst Economie als winkelstraatmanager. De winkelstraatmanager kan zich bezighouden met de contacten met de handel en de concrete uitwerking van acties en evenementen uit het commercieel strategisch plan.

De dienst economie zal ook belast worden met het opstellen van een detailhandelsmonitor zodat de evoluties op vlak van detailhandel beter opgevolgd en bijgestuurd kunnen worden.

Actie	Impact	Wie
Jaarlijks opstellen detailhandelsmonitor met bvb.: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aantal handelszaken</li> <li>▪ Tewerkstelling detailhandel</li> <li>▪ Nieuwe trekkers of grote ontwikkelingen</li> <li>▪ Bespreking evolutie per handelsas</li> <li>▪ Evoluties in concurrerende steden (Kortrijk, Roeselare, Oostende)</li> <li>▪ Algemene evoluties detailhandel</li> </ul>	Betere opvolging detailhandel	Dienst Economie
Indien een winkelstraatmanager aangesteld wordt dan kan deze instaan voor uitvoering van volgende acties: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ promotie-acties,</li> <li>▪ Shoppingroutes,</li> <li>▪ investeringsdossier,</li> <li>▪ Detailhandelsmonitor</li> <li>▪ premies,</li> <li>▪ Contacten met handel, investeerders,</li> <li>▪ Aanspreekpunt en mee helpen zorgen voor vlotte dienstverlening</li> <li>▪ Aanwezigheid op beurzen</li> <li>▪ Opvolgen retailontwikkelingen</li> </ul>	Uitvoering actieplan en betere dienstverlening	Dienst Economie

## 7 INDICATOREN

Indicator	Waarde	Bron
Aantal detailhandelszaken in Brugge	1.530 panden (2008)	Locatus
Aantal horecazaken in Brugge	806 panden (2008)	Locatus
Omzet detailhandel in Brugge	556.726.400 EUR (2006) 7,99 % van totale omzet (2006)	FOD Economie FOD Economie
Winkelvloeroppervlakte in Brugge	290.534 m <sup>2</sup> (2008)	Locatus
Winkelvloeroppervlakte per inwoner	2,7 m <sup>2</sup> per inwoner (Brugge 2008) 2,1 m <sup>2</sup> per inwoner (gem. België)	IDEA Consult IDEA Consult
Leegstand te Brugge (ook horeca en dienstverlening)	20.548 m <sup>2</sup> (2008) 157 panden (2008) 6,6% (2008)	Locatus Locatus IDEA Consult
Tewerkstelling in Brugse detailhandel	3.601 arbeidsplaatsen (2005) 6,09% van Brugse tewerkstelling	RSZ
Tewerkstelling in Brugse Horeca	2.808 arbeidsplaatsen (2005)	RSZ
% Zelfstandigen/totaal (aantal)	89 %	Idea Consult
% zelfstandigen/totaal (oppervlakte)	52 %	Idea Consult
Passanten in kernwinkelgebied	100.000 passanten per week (2006)	Fastigon
Tophuurprijzen Steenstraat	1.200 EUR/m <sup>2</sup> /jaar	Cushman & Wakefield
Gem. huurprijzen Steenstraat	700 EUR/m <sup>2</sup> /jaar	Jones, Lang & Lasalle
Parkeerplaatsen in centrum (incl. parking station)	9.738 parkeerplaatsen	Mobiliteitscel Brugge

### Brancheverdeling Brugse detailhandel (Locatus – Idea Consult 2008)

Branche	aantal	m <sup>2</sup>	gem. Grootte	Branchemix naar aantal	Branchemix naar m <sup>2</sup>
Leegstand	157	20.548 m <sup>2</sup>	131 m <sup>2</sup>	9,31%	6,61%
Levensmiddelen	454	62.502 m <sup>2</sup>	138 m <sup>2</sup>	26,91%	20,09%
Persoonlijke Verzorging	85	6.051 m <sup>2</sup>	71 m <sup>2</sup>	5,04%	1,95%
Warenhuis	2	4.700 m <sup>2</sup>	2.350 m <sup>2</sup>	0,12%	1,51%
Kleding & Mode	245	44.872 m <sup>2</sup>	183 m <sup>2</sup>	14,52%	14,42%
Schoenen & Lederwaren	46	9.299 m <sup>2</sup>	202 m <sup>2</sup>	2,73%	2,99%
Juwelier & Optiek	60	2.781 m <sup>2</sup>	46 m <sup>2</sup>	3,56%	0,89%
Huishoudelijke- & luxe artikelen	64	9.907 m <sup>2</sup>	155 m <sup>2</sup>	3,79%	3,18%
Antiek & Kunst	39	3.894 m <sup>2</sup>	100 m <sup>2</sup>	2,31%	1,25%
Sport & Spel	39	13.251 m <sup>2</sup>	340 m <sup>2</sup>	2,31%	4,26%
Hobby	56	4.465 m <sup>2</sup>	80 m <sup>2</sup>	3,32%	1,44%
Media	35	6.215 m <sup>2</sup>	178 m <sup>2</sup>	2,07%	2,00%
Plant & Dier	58	11.633 m <sup>2</sup>	201 m <sup>2</sup>	3,44%	3,74%
Bruin & Witgoed	58	8.924 m <sup>2</sup>	154 m <sup>2</sup>	3,44%	2,87%
Auto & Fiets	33	3.653 m <sup>2</sup>	111 m <sup>2</sup>	1,96%	1,17%
Doe-Het-Zelf	38	34.404 m <sup>2</sup>	905 m <sup>2</sup>	2,25%	11,06%
Wonen	121	53.560 m <sup>2</sup>	443 m <sup>2</sup>	7,17%	17,22%
Detailhandel overig	97	10.423 m <sup>2</sup>	107 m <sup>2</sup>	5,75%	3,35%
	1687	311.082 m <sup>2</sup>	184 m <sup>2</sup>	100,00%	100,00%

### Koopbinding van Bruggeling (WES Koopstromenonderzoek 2006)

Indicator	Waarde	Bron
Koopbinding voor dagelijkse goederen	90,7 %	WES
Koopbinding voor periodieke goederen	89,7 %	WES
Koopbinding voor uitzonderlijke goederen	80,1 %	WES

### Koopattractie van buiten Brugge (WES Koopstromenonderzoek 2006)

Indicator	Waarde	Bron
Attractie voor <u>dagelijkse</u> goederen <u>Primaire</u> zone (> 40% koopt in Brugge)	Brugge, Zuienkerke & Damme	WES
Attractie voor <u>dagelijkse</u> goederen <u>Secundaire</u> zone (tussen 20% & 40% koopt in Brugge)	Jabbeke, Beernem	WES
Attractie voor <u>dagelijkse</u> goederen <u>Tertiaire</u> zone (tussen 3% en 20% koopt in Brugge)	Blankenberge, De Haan, Bredene, Oudenburg, Zedelgem, Oostkamp, Ruiselede	WES
Attractie voor <u>periodieke</u> goederen <u>Primaire</u> zone (> 40% koopt in Brugge)	Brugge, Zuienkerke, Jabbeke, Zedelgem, Beernem & Damme	WES
Attractie voor <u>periodieke</u> goederen <u>Secundaire</u> zone (tussen 20% & 40% koopt in Brugge)	Blankenberge, De Haan, Oostkamp	WES
Attractie voor <u>periodieke</u> goederen <u>Tertiaire</u> zone (tussen 3% en 20% koopt in Brugge)	Knokke-Heist, Sluis, Maldegem, Eeklo, Knesselare, Aalter, Ruiselede, Tielt, Wingene, Lichtervelde, Izegem, Torhout, Kortemark, Ichtegem, Oudenburg, Bredene, Oostende, Middelkerke, Nieuwpoort, Koksijde, De Panne, Veurne, Alveringem, Vleteren, Lo-Reninge, Diksmuide, Gistel & Koekelare	WES
Attractie voor <u>uitzonderlijke</u> goederen <u>Primaire</u> zone (> 40% koopt in Brugge)	Brugge, Zuienkerke, Jabbeke, & Damme	WES
Attractie voor <u>uitzonderlijke</u> goederen <u>Secundaire</u> zone (tussen 20% & 40% koopt in Brugge)	Blankenberge, De Haan, Oostkamp, Zedelgem & Beernem	WES
Attractie voor <u>uitzonderlijke</u> goederen <u>Tertiaire</u> zone (tussen 3% en 20% koopt in Brugge)	Knokke-Heist, Maldegem, Eeklo, Knesselare, Wingene, Pittem, Lichtervelde, Hooglede, Kortemark, Torhout, Ichtegem, Koekelare, Gistel, Oudenburg & Bredene	WES

## 8 BIBLIOGRAFIE

IDEA Consult (2008), Strategisch commercieel plan voor de Brugse Detailhandel – Onderzoeksrapport juni 2008 (155p.)

IDEA Consult (2008), Strategisch commercieel plan voor de Brugse Detailhandel – Visierapport oktober 2008 (87p.)

Stad Antwerpen (2006), Beleidsnota detailhandel (104p.)

WES (2004), Strategisch beleidsplan voor het Toerisme – eindrapport juni 2004 (171 p.)

Toerisme Vlaanderen (2006), De recreatieve verblijfstoerist in de Kunststeden (Antwerpen, Gent, Brugge, Brussel & Leuven) – augustus 2006 (120 p.)

Stad Brugge (2007), Handelsverenigingen die werkzaam zijn in Brugge (p.60)

Stad Brugge (2006), Operationele positionering van Brugge als (cultuur-) historische bestemming – finaal document januari 2006 (25p.)

Stad Brugge (2006), Gemeentelijk ruimtelijk structuurplan Brugge

Stad Brugge (2008), Mobiliteitsplan Brugge 2004 & evaluatie mobiliteitsplan 2008

Stad Gent (2001), Beleidsnota voor Economie, Werkgelegenheid, detailhandel en horeca in Gent – D. Termont (84p.)

Fastigon (2006), Passantentelling in Brugge Centrum (4p.)

WES (2006), Onderzoek naar de grensoverschrijdende bezoekersstromen in de EU-regio Scheldemonde

WES (1997), Commercieel-strategische studie omtrent de detailhandel in Brugge (148p.)

WES (2006), Onderzoek naar de verklarende relaties tussen de leegstand en andere geïnventariseerde factoren in Brugge – eindrapport mei 2006 (11p.)

Dimarso (2003), Imago van Brugge als winkelstad – mei 2003

VVSG, UNIZO, Politeia (2007), Handleiding voor een gemeentelijk economisch beleid (216 p.)

VVSG, Politeia (2008), Lokale Economie – Wegwijzer

Provincie West-Vlaanderen (2008), Beleidsnota Economie 2007-2012 (164 p.)

Provincie West-Vlaanderen (2008), West-Vlaanderen Sociaaleconomisch feiten en cijfers – editie 2008 (164p.)

Vlaamse Overheid, Thuis-in-de-Stad (2006), Steden op koers? – Stadsmonitor voor leefbare en duurzame Vlaamse steden (440p.)

Stad Gent (1997), Detailhandelsatlas Stad Gent (170 p.)