

Actieplan Lokale Economie

Inleiding

Blijven wij altijd binnen onze gemeente om inkopen te doen? Waarschijnlijk niet. Maar dat geldt eigenlijk voor bijna iedereen die winkelt. De consument gaat op zoek naar verschillende kanalen en kiest ook voor verschillende kanalen afhankelijk van zijn voorkeuren of de situatie waarin men zich op dat moment bevindt. Onze lokale handelaren moeten zich bewust zijn van de wispelturigheid van de consument en moeten hier ook op inspelen. De evolutie gaat echter heel snel. Daarenboven begon begin maart 2020 de motor van onze hele maatschappij te sputteren. Lockdowns en tijdelijke sluitingen hakten er stevig op in. Het normale (economische) leven is ondertussen terug op gang gekomen, maar de nasleep van de crisis zal nog lang voelbaar zijn.

Mede door deze crisis beseffen we maar al te goed dat zonder handelaren en ondernemers onze maatschappij stilvalt. Daarom is het heel belangrijk dat wij als lokale overheid onze lokale economie blijven ondersteunen en hen mee wapenen voor de toekomst. Dit belang werd door het lokaal bestuur van de gemeente Hulshout reeds meegenomen in het meerjarenplan 2020-2025.

Beleidsdoelstelling 1: Kwaliteitsvolle, duurzame en veilige leefomgeving

Actieplan 13: Economische activiteiten binnen de gemeente mogelijk maken of stimuleren

Actie 107: Een strategisch commercieel plan opmaken in samenwerking met een detailhandelscoach van de provincie

Met de opmaak van dit actieplan spreekt het lokaal bestuur zijn ambitie uit om de komende jaren de lokale economie te versterken. Hulshout moet gaan kijken welke economische troeven ze bezit en deze dan ook gaan benutten en in de verf zetten.

Om tot de verschillende actiepunten te komen, heeft het lokaal bestuur – samen met de detailhandelscoach van de provincie – een heel traject doorlopen. Een update geven we u verder in dit document.

Start van het project

De basis van dit document start bij het project 'buurtwinkelen' van de provincie Antwerpen. Met dit project wil de provincie gemeenten waar het basisaanbod beperkt is geworden een extra duwtje in de rug geven. Enerzijds willen ze inzetten op het ontwikkelen van nieuwe concepten van basisaanbod. Anderzijds zal de focus liggen op de innovatieve aanpak van ambulante handel waarbij, in relatie met lokale producenten, naar interessante distributiemodellen wordt gezocht om de nabijheid van dagelijkse goederen naar de consument mogelijk te maken. Een studie van de provincie over detailhandel toont aan dat het merendeel van het aanbod aan diverse goederen zich verlegd heeft naar perifere gebieden waarbij bereikbaarheid doorgaans enkel met de auto mogelijk is. Daarenboven zijn vele dorpskernen gestaag verschaald op vlak van hun aanbod; tot zelfs het basisaanbod. Deze ontwikkeling blijft in een spiraalbeweging verder gaan en bevordert steeds meer de teloorgang van leefbare kernen en een kloof in demografische diversiteit waarbij ouderen en hulpbehoevenden ook niet meer kunnen participeren in het dorpsgebeuren.

Hulshout werd gekozen (samen met Herselt, Laakdal, Meerhout en Balen) omdat wij als gemeente te maken hebben met een combinatie van deze problematiek, namelijk vergrijzing, werkloosheid, een schraal basisaanbod en mobiliteitsarmoede.

Het project rond 'buurtwinkelen' vertrekt vanuit verschillende invalshoeken en brengt deze samen in een innovatief concept:

- Economisch: SWOT wordt opgemaakt en pijnpunten worden blootgelegd. Het potentieel voor economische ontwikkeling van een handelsactiviteit wordt berekend
- Ondernemerschap: Het in kaart brengen van mogelijke producenten uit de regio, en producenten en ondernemers mee laten denken en participeren
- Maatschappelijk: socio-demografische analyse binnen de gemeente duiden
- Ecologisch: duurzaamheidsaspect meenemen door vooral te kijken naar de korte keten
- Mobiliteit: openbaar vervoer is steeds minder en minder aanwezig waardoor ook andere vormen van beleving bekeken moeten worden
- Beleidsontwikkeling

Bij 'buurtwinkelen' gaat het om een model van aanbod voor dagelijkse goederen te organiseren die dichterbij de mensen komt, aandacht besteedt aan het aspect van 'ontmoeten' ter bevordering van de sociale cohesie en tot slot in een economisch haalbaar basisaanbod kan voorzien. Om dit mogelijk te maken moet er per gemeente een commercieel strategisch plan opgemaakt worden. Dit project werd gesubsidieerd door de provincie Antwerpen.

Analyse detailhandel

Het traject is gestart met een analyse van Hulshout door een detailhandelscoach van de provincie Antwerpen waar er in het algemeen werd gekeken naar:

- Aantal handelspanden (en hun verdeling)
- Leegstand
- Vergelijking met soortgelijke gemeenten

Per deelgemeente werd er dan verder in gegaan op de verschillende goederen en diensten die aangeboden worden:

- Dagelijkse goederen
- Periodieke goederen
- Uitzonderlijke goederen
- Diensten
- Horeca

Binnen deze categorieën werd er gekeken naar het aantal handelspanden, de leegstand, de evolutie over de afgelopen 10 jaar en naar de koopstroom.

Uit deze analyse kwamen volgende conclusies:

- Hulshout
 - o Kern goed voorzien, sterk lokaal verzorgingsgebied
 - o Net buiten de kern supermarkt
 - o Invullen leegstand prioriteit
 - o Behouden/versterken van basisvoorzieningen
- Westmeerbeek
 - o La Corbeille op 800 m van de kern; 7500 m² nieuwe retail oppervlakte
 - o Reeds aanwezig op La Corbeille: supermarkt, Kruidvat, CM, horeca, krantenwinkel, tankstation, showrooms B2C, ...
 - o Leegstand centrum vooral door horeca en verhuis
 - o Kunnen twee gebieden naast elkaar bestaan?
- Houtvenne
 - o Slaapdorp, auto gebonden
 - o Dichtstbijzijnde aanbod in Ramsel en Westmeerbeek
 - o Aandacht voor kwetsbare groepen: 15% van de inwoners van Houtvenne hebben een inkomen < 10.000 euro

Deze analyse werd voorgesteld aan de gemeenteraad en aan de handelaren om ook hen een beeld te geven van hoe Hulshout er voor staat. Nadien werd hen gevraagd een enquête in te vullen. De vragen die hier gesteld werden, focusten zich vooral op waarom Hulshout aantrekkelijk is als winkelgebied, waarom niet, wat de grootste bedreiging is voor onze kernen, en waar onze grootste mogelijkheden liggen. 62% van de gemeenteraad vulde de enquête in; aangevuld met 15% van het totaal aantal handelszaken. De antwoorden van de gemeenteraadsleden en de handelaren werden dan samen genomen en zo kwamen we tot volgende SWOT-analyse.

SWOT-analyse

(Cursief gedrukte tekst zijn antwoorden die zowel door de handelaren als de gemeenteraadsleden gegeven werden)

SWOT sterkte

Wat maakt de gemeente vandaag aantrekkelijk om er te winkelen en handel te drijven?

Handelaren

- Vernieuwde dorpskern
- *Gratis en voldoende parkeren*
- Handelaren wonen in Hulshout
- Handelaar kent zijn klanten
- *Sterke lokale binding*
- Kwaliteit van de handelszaken
- *Weinig concurrentie*
- *Warme gemeente*
- Alles bereikbaar met de fiets
- La Corbeille = aantrekkingskracht

Gemeenteraad

- *Gratis en voldoende parkeren*
- *Weinig concurrentie*
- Alles is aanwezig
- Doorgaand verkeer
- Goed verenigingsleven
- Jonge gezinnen
- *Hulshout gevoel, loyaliteit*

SWOT zwakte

Wat maakt de gemeente vandaag NIET aantrekkelijk om er te komen winkelen en handel te drijven?

Handelaren

- Leegstand
- *Weinig verblijfskwaliteit in de kern*
- Inrichting dorpskern (Westmeerbeek)
- *Te weinig handelszaken*
- Beperkt aanbod waardoor geen bovenlokale aantrekkingskracht
- Te weinig kwalitatieve handelaren
- *Handelszaken liggen te verspreid*
- *Verkeersdrukte (Westmeerbeek)*
- Weinig te doen in Hulshout

Gemeenteraad

- *Te weinig winkels in de kernen*
- *Geen uitstraling, weinig verblijfskwaliteit*
- Beperkte parkeerruimte (geen blauwe zone)
- *Versnipperd aanbod*
- Nabijheid van grotere handelskernen zoals Heist op den Berg
- *Verkeersdrukte, veiligheid zwakke weggebruiker (Westmeerbeek)*
- Te weinig handelspanden, handelspanden zijn woningen geworden
- Te landelijk, te kleinschalig voor handelaar

SWOT kansen

Waar liggen volgens u de kansen voor ontwikkeling van de detailhandel binnen de gemeente?

Handelaren

- Meer samenwerking met het bestuur
- *Meer samenwerking tussen handelaars*
- Meer overleg
- *Nieuwe ontwikkelingen met handelsplint*
- *Houtvenne extra winkels*
- Innovatieve concepten
- Geen wildgroei van lokale handel
- Meer parking
- *Wekelijkse markt*
- Grotere trekkers in Hulshout
- *Meer sfeer en activiteiten die inwoners naar de kern trekken*

Gemeenteraad

- *Bij nieuwe ontwikkelingen in de kern handelsplint voorzien*
- *Meer ambulante handel, invullen potentieel dagelijkse goederen*
- Visie op ondernemerschap
- Vast aanspreekpunt lokale economie
- *Handelaars aanmoedigen om samen te werken*
- Verbeteren van de verkeerssituatie in de kernen en veilige fietsomgeving
- *Meer parkeerplaatsen*
- *Wekelijkse markt*
- Stimuleren en motiverend kader voor lokale ondernemers en starters
- *Inzetten op Hulshout gevoel*
- *Buurtwinkel in Houtvenne*

SWOT bedreigingen

Welke evoluties kunnen een bedreiging vormen voor de detailhandel binnen de gemeente?

Handelaren

- Online
- Nog meer verdwijnen van handelszaken
- Jaarlijkse gemeentebelasting voor handelszaken
- Beperkte toegankelijkheid
- Beperkte parkeermogelijkheden
- *Te veel supermarkten*
- *Grote ketens met lage prijzen*

Gemeenteraad

- *Kleine handelaar vs supermarkt*
- Ontbreken van een visie
- Weinig ruimte voor nieuwe handelaars
- Groei van het aanbod in nabijgelegen goed bereikbare gemeentes
- Dorpskern Westmeerbeek vs La Corbeille
- Één partij in de meerderheid
- Site Ter Nethe

Bij de verschillende doorgegeven suggesties wordt er (meestal) geen onderscheid gemaakt tussen de verschillende dealkernen. Hierdoor lijken er wat contradicties te ontstaan tussen zwaktes en sterktes, en bedreigingen en opportuniteiten. We hebben bij elke suggestie wel gekeken waar de handelaar gevestigd is, of uit welke gemeente het gemeenteraadslid kwam, om zo de gegevens zo juist mogelijk te interpreteren.

Actieplan

Vanuit deze SWOT-analyse werd er gekeken wat de gemeente kan doen op korte, middellange en lange termijn. Na analyse bleek dat de actiepunten teruggebracht kunnen worden tot 4 sterke onderwerpen:

- Lokaal engagement
- Mobiliteit verzekeren
- Communicatie en verbinden
- Leefbare kernen

De meeste actiepunten vallen onder een combinatie van deze onderwerpen. Daarom zullen we deze onderverdeling hieronder niet hanteren.

Actiepunt 1: Promoten / bekendheid van het lokale aanbod bij inwoners

Doelstelling	Hulshout heeft heel veel lokale ondernemers die niet altijd even zichtbaar zijn in het straatbeeld. We vinden het belangrijk om een overzicht te creëren van alle handelaren en ondernemers, zodat onze inwoners weten voor welke zaken ze in hun eigen dorp terecht kunnen. Bovendien kan dit helpen om de koopvlucht tegen te gaan.
Achtergrond / Aanleiding	De laatste jaren zijn er heel wat lokale ondernemers bijgekomen. Heel wat mensen oefenen een bijberoep uit, waarvan het bestaan niet gekend is bij het grote publiek. Bovendien leven we in een digitaal tijdperk waardoor we veronderstellen dat we alles online kunnen vinden. Toch is dit voor de vele zelfstandigen in bijberoep niet het geval. Deze personen willen we dan ook de kans geven om hun naamsbekendheid te vergroten. Uit een bevraging bij de handelaren bleek dat er nood is aan ondersteuning van de gemeente voor het opzetten van een platform waar alle handelszaken vermeld staan. Als lokaal bestuur zijn wij van mening dat we zowel naar een online als offline oplossing moeten kijken om zoveel mogelijk mensen te bereiken.
Beoogd resultaat	Handelsgids waarin alle ondernemers en handelaren – die dit wensen – opgenomen worden met de nodige gegevens (adres, website, openingsuren, ...). “Ik koop lokaal” stimuleren.
Onderdelen	De komende jaren willen we inzetten op lokaal kopen om ook zo de naamsbekendheid van handelaren en ondernemers te vergroten. Maar we kunnen het ook omdraaien; als de naamsbekendheid van de handelaren en ondernemers groter is, dan zal er ook meer lokaal gekocht worden. <ul style="list-style-type: none"> - In het gemeenteboekje zetten we elke maand een nieuwe ‘Handelaar in de kijker’. Deze personen krijgen een volledige pagina toegewezen, samen met een pagina op onze website. - Naast deze nieuwe rubriek gaan we ook inzetten op de ‘Hulshout leeft’ facebookpagina. De bedoeling van deze facebookpagina is om

	<p>evenementen van handelaren, ondernemers en verenigingen te promoten, maar ook gewoon om onze zelfstandigen extra zichtbaarheid te geven.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cadeaubon: De Hulshoutse cadeaubon bestaat reeds enkele jaren maar na de lanceringscampagne werd er niet veel meer gedaan om deze cadeaubon te promoten. Wij willen de mogelijkheden bekijken om een aantal keer per jaar (naar aanleiding van speciale dagen/perioden) toch bepaalde acties op te zetten. - Evenementen: We willen inzetten op bepaalde terugkerende evenementen zoals een avondmarkt, dag van de Hulshoutse handelaar, Bepaalde evenementen willen we zelf in handen nemen, maar voor andere zaken zullen wij ook terugvallen op de initiatieven van handelaren. <p>Met deze verschillende acties willen we de detailhandel en horeca onder de aandacht brengen.</p>
Trekker	Dienst lokale economie, in samenwerking met dienst communicatie
Andere betrokken partijen	Lokale ondernemers, handelaren en verenigingen Dienst financiën
Tijdsindicatie	<ul style="list-style-type: none"> - Handelaar in de kijker: 2022 - ... - Cadeaubon: 2022 (meer promotie voeren voor cadeaubon tijdens bepaalde perioden in het jaar) + 2023 (bekijken of we er acties kunnen aan vasthangen) - Evenementen: 2023 - ...

Actiepunt 2: Inzetten op digitaal loket / online zichtbaarheid

Doelstelling	<p>Met het digitaal loket willen we de beschikbare informatie voor handelaren en ondernemers verbeteren. Als ze toch nog op zoek zijn naar andere informatie, dan moet het ook op de website duidelijk zijn wie ze hiervoor kunnen aanspreken of waar ze terecht kunnen.</p> <p>Verder willen we alleen nog werken met online aanvraagformulieren om het aanvraagproces te versnellen.</p> <p>Voor de online zichtbaarheid willen we een handelsgids creëren, waar we de verantwoordelijkheid voor het up-to-date houden van gegevens bij de handelaren/ondernemers zelf gaan leggen.</p>
Achtergrond / Aanleiding	<p>Door meer informatie, nuttige links en websites aan te leveren, hopen we onze lokale economie meer te kunnen ondersteunen.</p> <p>Bovendien horen we – net zoals in vorig actiepunt – van de handelaren zelf dat we moeten inzetten op de online zichtbaarheid van alle zelfstandigen in de gemeente. De verantwoordelijkheid voor het weergeven van de juiste gegevens gaan we wel bij henzelf leggen. Met de huidige handelarengids is dit niet het geval, waardoor er heel wat verouderde gegevens tussen staan.</p>
Beoogd resultaat	<p>We leven in een digitale wereld, dus we moeten er voor zorgen dat ons lokale economie-veld ook hier beschikbaar is. Heel wat mensen hebben een eigen website of facebookpagina, maar het ondersteunend aanbieden van een handelsgids door de gemeente lijkt toch belangrijk.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - Het creëren van een handelsgids waarin alle ondernemers en handelaren – die dit wensen – opgenomen worden. Op lange termijn zouden we de gegevens in deze handelsgids kunnen gebruiken om beter te communiceren met onze ondernemers/handelaren. - Blijven inzetten op het aanbrengen van informatie op onze website die belangrijk is voor ondernemers/handelaren.
Trekker	Dienst lokale economie, in samenwerking met dienst IT
Andere betrokken partijen	Lokale ondernemers en handelaren
Tijdsindicatie	<ul style="list-style-type: none"> - Informatie website: 2022 - ... - Handelsgids online: 2024 - ...

Actiepunt 3: Branding van de gemeente

Doelstelling	Uniformiteit creëren in alle initiatieven die ondernomen worden om de lokale handelaren en ondernemers te ondersteunen en deze identiteit ook koppelen aan de uitstraling van de gemeente.
Achtergrond / Aanleiding	De branding van de gemeente Hulshout is momenteel onvoldoende aanwezig in onze kernen. We willen er werk van maken om de identiteit van onze gemeente meer visueel in het straatbeeld zichtbaar te maken en inspelen op de troeven die wij als gemeente hebben.
Beoogd resultaat	Levendigheid brengen in de kernen
Onderdelen	<p>Citybranding moet bijdragen aan het geluk van onze inwoners en aan een aantrekkelijke gemeente. De branding van de gemeente of het DNA benoemt de essentiële kenmerken van onze gemeente. Het creëert bovendien een gemeenschappelijke houvast. Het geeft richting aan beleid en strategie, en brengt focus aan de citymarketing en communicatie van de gemeente en partners. Het is de bedoeling dat deze kernmerken van Hulshout terugkomen in woorden, beelden en daden.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Door middel van participatie met handelaren en ondernemers komen tot een DNA van Hulshout, dat voortdurend uitgedragen kan worden; zowel door het bestuur als de handelaren, ondernemers en verenigingen. - Kleur brengen in de kernen aan de hand van bijvoorbeeld bloemen, vlaggen, kerstverlichting, ...
Trekker	Dienst lokale economie en communicatie
Andere betrokken partijen	Lokale ondernemers en handelaren
Tijdsindicatie	<ul style="list-style-type: none"> - DNA bepaling: 2023 - Herkenbaarheid: 2023 - ...

Actiepunt 4: Creëren van een gunstig ondernemersklimaat voor bestaande en nieuwe ondernemers

Doelstelling	Hulshout profileren als een interessante plaats om je als bestaande of nieuwe ondernemer/handelaar te vestigen.
Achtergrond / Aanleiding	Uit een bevraging van de handelaren en ondernemers blijkt dat ze zich niet altijd ondersteund voelen door de gemeente. Bovendien lijkt het hen interessant om workshops te volgen (georganiseerd door de gemeente) om dingen bij te leren maar ook als netwerkmoment met andere handelaren/ondernemers.
Beoogd resultaat	Betere wisselwerking tussen handelaren/ondernemers en gemeente, waardoor ook wij weten waarop we moeten inzetten.
Onderdelen	<p>Momenteel is er weinig communicatie met de handelaren/ondernemers, waardoor het ook niet gemakkelijk is om te weten wat voor hen belangrijk is en wat zij verwachten van de gemeente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Overleg/Participatieplatform: Via dit platform willen we de dialoog aangaan met onze handelaren/ondernemers. Via een terugkerend overleg kan er een mooie wisselwerking ontstaan. <ul style="list-style-type: none"> o Ondernemers de kans geven hun stem te laten horen o Zeggenschap geven in de uitwerking van korte- en langetermijnacties o Onderlinge relaties tussen de handelaren en ondernemers versterken o Samenwerking tussen gemeente en handelaren/ondernemers versterken - Organiseren van workshops of events met een gastspreker die interessant zijn voor onze zelfstandigen. Bovendien doen deze events ook dienst als netwerkevent tussen de handelaren en ondernemers zelf. - Bekijken wat we kunnen doen om mensen te motiveren een zaak te starten in één van onze kernen.
Trekker	Dienst lokale economie
Andere betrokken partijen	Lokale ondernemers en handelaren
Tijdsindicatie	<ul style="list-style-type: none"> - Participatieplatform: 2023 - ... - Workshops/events: 2023 - ... - Motivatie om zaak te starten in kern: 2024

Actiepunt 5: Ruimtelijke differentiatie vastleggen in het RUP

Doelstelling	Handelskernen vastleggen in het RUP
Achtergrond / Aanleiding	Om onze handelskernen te kunnen versterken, moeten we er voor zorgen dat er een juridisch kader bestaat waarop we kunnen terugvallen. Momenteel hebben wij enkel een woonomgevingsplan, wat gezien kan worden als een richtinggevend beleidsinstrument. Bovendien werd er bij de opmaak van het WOP niet specifiek aandacht besteed aan de vele aspecten van lokale economie.
Beoogd resultaat	Duidelijke afbakening van de kernen voor iedere deelgemeente.

	Met de afbakening van de kernen geeft het lokaal bestuur een signaal aan ondernemers dat duidelijk maakt waar bijkomende winkels wenselijk zijn en waar het grootste economische potentieel zit in de gemeente.
Onderdelen	<p>Om de aantrekkelijkheid voor consumenten te garanderen, is een goede mix tussen detailhandel, diensten en horeca in de kern belangrijk. Door de focus te leggen op de kernen kan de gemeente ervoor zorgen dat de bestaande winkels zoveel mogelijk behouden blijven.</p> <ul style="list-style-type: none"> - In het RUP gaan we moeten kijken wat we waar gaan toelaten en waar niet. Als er bepaalde zaken niet meer mogelijk zijn in bepaalde zones moeten we ook zien dat we als bestuur alternatieven kunnen aanbieden. - Het RUP moet ook vermijden dat handelszaken gaan verdwijnen in de toekomst.
Trekker	Dienst lokale economie en ruimtelijke ordening
Tijdsindicatie	- Nog nader te bepalen

Actiepunt 6: Vooroverleg met ontwikkelaars

Doelstelling	Met ontwikkelaars in gesprek gaan zodat er projecten gerealiseerd worden die ook de lokale economie ten goede komen.
Achtergrond / Aanleiding	Bij grotere projecten wordt er vaak een vooroverleg gepland met de projectontwikkelaar. Belangrijk is om hier op toe te zien dat elke gemeentelijke dienst die belang kan hebben bij dit vooroverleg ook aanwezig is.
Beoogd resultaat	Projecten die bijdragen tot de identiteit van de gemeente.
Trekker	Ruimtelijke ordening
Andere betrokken partijen	Lokale economie en mobiliteit
Tijdsindicatie	- Vooroverleg ontwikkelaars grote projecten: 2022 - ...

Actiepunt 7: Bereikbaarheid garanderen en tijdig informeren van handelaren en ondernemers bij werken

Doelstelling	Betere communicatie met handelaren en ondernemers omtrent wegenwerken.
Achtergrond / Aanleiding	Wegenwerken zijn een gevoelig onderwerp bij handelaren en ondernemers. Het is dan ook noodzakelijk dat zij tijdig op de hoogte gebracht worden van bepaalde werken waardoor zij de tijd hebben om hun klanten, leveranciers, ... te informeren.
Beoogd resultaat	<p>Duidelijke signalisatie wie bereikbaar is en hoe.</p> <p>Handelaren en ondernemers ruim op voorhand informeren over wegenwerken.</p>
Onderdelen	Bij werken is duidelijkheid heel belangrijk. Om deze duidelijkheid te creëren, moet er ook beter gecommuniceerd worden.

	<ul style="list-style-type: none"> - Bij grote werken willen we inzetten op zuilen waar duidelijk opstaat welke handelaren bereikbaar zijn en hoe – naar voorbeeld van Westerlo. - Latere fase zouden we zelfs signalisatieplannen willen opstellen voor handelaren, die zij op hun beurt kunnen meegeven met hun klanten of delen op hun sociale media. - Communicatie moet vooral sneller gebeuren. Vaak vragen handelaren al informatie als zelfs de planning nog niet volledig is. Een indicatie van ruimte en tijd is voor hen wel belangrijk. <p>Ook dit actiepunt hangt samen met de creatie van een online handelsgids, omdat we dan de gegevens die we hierin verzamelen kunnen gebruiken om mensen te contacteren.</p>
Trekker	Dienst mobiliteit
Andere betrokken partijen	Lokale economie en IT
Tijdsindicatie	<ul style="list-style-type: none"> - Zuilen: 2023 - ... - Signalisatieplannen: 2024 - ... - Communicatie: 2024/2025 - ...

Actiepunt 8: Parkeerbeleid / STOP

Doelstelling	Bij elke ontwikkeling het parkeerbeleid en het STOP principe in acht nemen.
Achtergrond / Aanleiding	<p>Er moet steeds meer ingezet worden op duurzame mobiliteit. Daarom moet bij elke ontwikkeling het STOP-principe in het achterhoofd gehouden worden – stappen, trappen, openbaar vervoer en personenwagen.</p> <p>Verder moet ook het voorzien van veilige en bereikbare parkeerplaatsen in acht genomen worden.</p>
Beoogd resultaat	Meer duurzame mobiliteit
Trekker	Dienst mobiliteit
Andere betrokken partijen	Ruimtelijke ordening
Tijdsindicatie	<ul style="list-style-type: none"> - STOP principe: 2022 - ... - Parkeerbeleid: 2022 - ...