

# Iedere gemeente zijn centrummanager

Gemeenten spenderen tussen 50.000 en 700.000 euro om handelscentrum te promoten



Hasselt trekt jaarlijks een half miljoen euro uit om zich nog meer als shoppingstad te profileren.

FOTO: POL DE WILDE



**HASSELT** - Hasselt krijgt in 2017 zijn eigen centrummanager, die met een jaarbudget van 500.000 euro het handelscentrum moet promoten. Centrummanagement is niet nieuw. In ruim tien Limburgse gemeenten wordt er vandaag al een bedrag tussen 50.000 en 700.000 euro vrijgemaakt om het handelsleven in het centrum nieuw leven in te blazen. Maar levert al dat centrummanagement ook iets op? In Sint-Truiden alvast wel.

Afgelopen week werd in Hasselt groen licht gegeven voor de oprichting van de vzw Centrummanagement, met daarin vertegenwoordigers van de stad, de lokale handelaars, de Kanaalkom Retail, maar ook Horeca Limburg, Comeos, City Depot, Toerisme Limburg en Unizo. Een centrummanager, die begin 2017 wordt geïnstalleerd, moet dit alles in goede banen leiden. Met een jaarbudget van 500.000 euro krijgt de manager als taak om Hasselt in binnen- en buitenland extra te promoten en meer volk naar de binnenstad te lokken, vooral tijdens evenementen als Winterland of Dwars door Hasselt.

## Genk

Hasselt is op dit vlak zeker geen pionier. Eind jaren negentig al kwam het idee van centrummanagement van Nederland - of wat had u gedacht - overgewaaid naar Vlaanderen. De eerste centrummanager van Vlaanderen werd in 1999 geïnstalleerd in Genk. "In die periode kon je bij de Vlaamse overheid een project indienen om de binnenstedelijke verschrapping tegen te gaan. Genk kwam met enkele voorstellen om het handelscentrum te pimpen en kreeg als eerste stad in Vlaanderen subsidies uit het zogenaamde Mercuriusfonds (een initiatief van toenmalig Vlaams minister Eric Van Rompuy red.)", zegt Jan Boots, Vlaanderens eerste centrum-

manager in Genk. "Als centrummanager stond ik in Genk tussen het stadsbestuur en de handelaars en ben ik met verschillende ideeën gekomen om van Genk een winkelstad te maken en het handelscentrum een nieuw imago te geven. Ik denk dat ik daar destijds wel in geslaagd ben."

Eind 2004 stopte Boots als centrummanager in Genk en richtte hij zijn eigen bedrijf op. "Met City D zijn we vandaag marktleider in Vlaanderen op vlak van centrummanagement en tekenen we samen met stadsbesturen en handelaars actieplannen uit", zegt Boots. "We helpen bijvoorbeeld met de oprichting van een vzw waarin zowel het stadsbestuur als de handelaars zijn vertegenwoordigd, maar we vaardigen soms ook zelf een centrummanager af." Zo is Jan Boots vandaag centrummanager in Tongeren, collega Marijke Houben is actief in Houtalen en collega Jennifer Op de Locht is vandaag centrummanager in Lanaken en Beringen. "Voor elke gemeente werken we een actieplan en evenementen uit, er wordt nagedacht over investeringen die gemeenten kunnen doen om hun centrum te promoten - bijvoorbeeld de aankoop van straatbanners of tenten -, maar we werken bijvoorbeeld ook rond leegstand", zegt Jennifer Op de Locht.

## Eenheidsworst?

Ofer geen eenheidsworst dreigt als zoveel Limburgse gemeenten bij eenzelfde commercieel bedrijf gaan aankloppen om hun centrum te pimpen? "Je kan een evenement dat je organiseert in pakweg Tongeren niet zomaar kopiëren in Lanaken", zegt Op de Locht. "Iedere gemeente heeft zijn eigen identiteit. Het is de bedoeling dat we in elke gemeente op zoek gaan naar de specifieke troeven en die uitspelen in een actieplan."

Hoeveel geld gemeenten uittrekken om hun handelscentrum een nieuw

imago te geven? "Afhankelijk van de gemeente gaat dat van 50.000 tot 700.000 euro per jaar", zegt Mary-Ann Smits van de Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten (VMSG). "Dat geld komt voor een stuk van de gemeente. De rest wordt bijgedragen door de handelaars, vaak via een promotaks." In Diest, dat sinds 2011 zwaar inzet op centrummanagement, bedraagt dat jaarbudget bijvoorbeeld 300.000 euro. "Bij de handelaars halen we via een promotaks 150.000 euro en de stad legt daar nog eens 150.000 euro bovenop", zegt centrummanager Joachim Vancluyssen. "Onze initiatieven werpen hier duidelijk hun vruchten af. De handelaars zijn alvast heel tevreden."

## Gratis auto

In Limburg is vandaag vooral Sint-Truiden een voorbeeld op vlak van centrummanagement. "In 2007 hebben we hier de vzw Trud'Or opgericht en de afgelopen jaren heeft het handelscentrum een serieuze boost gekregen door evenementen en acties", zegt schepen Pascal Vossius (Open Vld). "Maar vooral de lancering van de Shop & The City-kaart, één digitale klantenkaart voor heel Sint-Truiden, is een groot succes." "Twee jaar na de lancering maken al 310 handelaars gebruik van de kaart en zijn er 100.000 kaarten in omloop", zegt Trud'Or-manager Marijn Geys. "Een kwart van de gebruikers woont buiten Sint-Truiden." Het succes van de Shop & The City-kaart heeft zeker te maken met de bijzondere prijzenpot die eraan verbonden is. Elke gebruiker maakt elke maand - intussen is dit tweemaandelijks - kans om een auto te winnen. "Op twee jaar tijd hebben we zo al 26 gratis auto's weggegeven", zegt Geys. "De actie kan trouwens op veel belangstelling van andere steden rekenen. Deze week nog kregen we een delegatie uit Arnhem over de vloer."



**Eenheidsworst? Je kan een evenement in Tongeren niet zomaar kopiëren in Lanaken**

Jennifer Op de Locht, City D

Door Koen Snoekx

