

HASSELT

Centrummanager moet winkelstad weer grandeur geven

Hasselt gaat op zoek naar een centrummanager: die moet meer shoppers naar de stad lokken, zorgen voor een betere verstandhouding tussen de handelaars en wellicht ook de weg banen naar elke maand zondagsopening. De zoektocht (en het uittekenen van een plan voor meer volk) geeft de stad in handen van het Brusselse bureau IDEA Consult voor 54.000 euro.

Centrummanagement heeft de stad intussen al uit de grond gestampt; samen met horeca, handelaars, Unizo, provincie, Toerisme Limburg en City Depot zitten ze al zes maanden aan tafel. De komende twee jaar is zelfs jaarlijks 500.000 euro uitgetrokken om Hasselt opnieuw actiever op de winkelkaart te zetten. "Nu gaat een adviesbureau ons daarin het komende half jaar bijstaan. Ze gaan een plan voor de handel in Hasselt uittekenen en een centrummanager zoeken die dat uitvoert", zegt schepen Tom Vandeput (CD&V).

Vanuit handelaarshoek wordt enthousiast gereageerd. "Na twee jaar geduld hebben, zijn we heel blij met deze stap", zegt Karine Valy, voorzitter van handelaarsvereniging HCH en uitbaatster van La Bottega. "Dit is echt nodig, als handelaars is het belangrijk dat we iemand vinden die naar onze noden luistert en ze



Een adviesbureau moet een centrummanager vinden en een plan uittekenen om meer volk naar Hasselt te lokken. FOTO SERGE MINTEN

aanpakt. Tenminste, als we Hasselt opnieuw de grandeur van de winkelstad van vroeger willen geven. Wat die noden dan zijn? Nu werkt iedereen bijvoorbeeld te veel op z'n eigen eilandje, terwijl de retail zeker het laatste jaar helemaal veranderd is. Er is het online verhaal, het tekort aan parking in Hasselt, een gebrek aan visie. Er zijn heel wat mooie, individuele initiatieven, maar alleen krijg je niets veranderd. Daarom is er zeker een centrummanager nodig."

Zondagsopening

Een half jaar krijgt IDEA om een plan op papier te zetten (én die manager te vinden). "Ze gaan een aantal onderzoeken doen, zoals

naar maandelijkse zondagsopening. We gaan die als stad niet opleggen. Het bedrijf gaat een rondvraag doen, de impact staven met cijfers, kijken of er een draagvlak is. Ook het parkeerverhaal wordt opgenomen, op zich is er geen tekort aan parkings maar mensen moeten de parkeerplaatsen vinden. We denken aan kaartjes - bijvoorbeeld met QR-code - die bij de handelaars op de toonbank liggen om hun klanten te gidsen, met kortingsbon. Daarnaast moeten winkels en horeca ook veel meer betrokken worden bij evenementen in de stad. Bij Dwars door Hasselt doen veel zaken bijvoorbeeld de deuren dicht, terwijl er duizenden mensen in Hasselt zijn", benadrukt Vandeput. (dj/cv)