

STAD TIENEN

1. Verslag commissie 3 van 22 april 2026

Toelichting

Voorzitter en verslaggever: David Geladé

Openen van de vergadering om 19u.

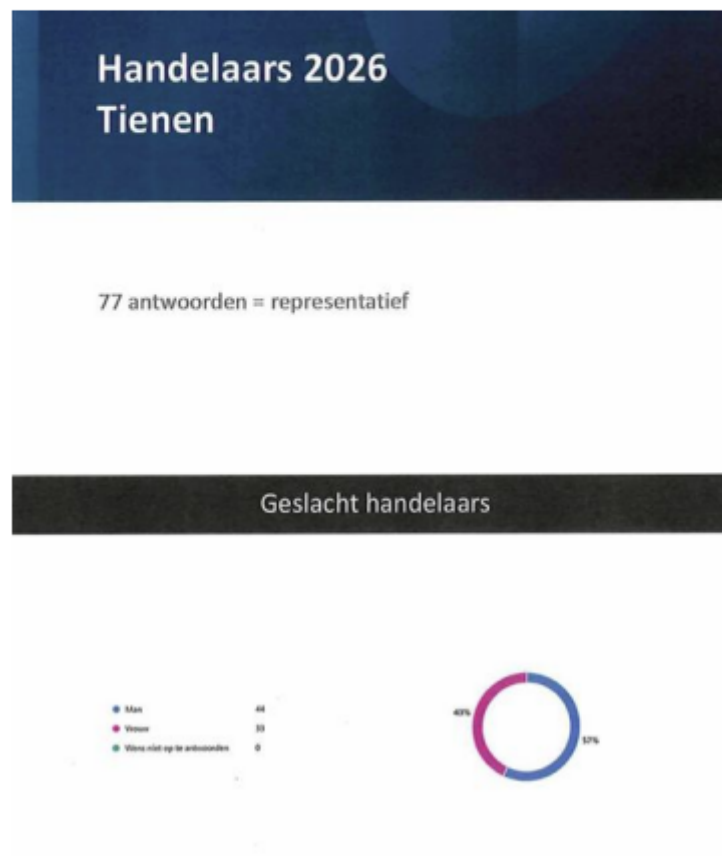
Goedkeuren verslag van vorige commissie.(in orde)

Agenda: Toelichten punten GR

Presentatie detailhandelscoaching

Toelichting werd gegeven door 2 mensen van de provincie

Vlaams-Brabant. (zie powerpoint)



Leeftijdscategorie handelaars

18 tot 30 jaar	0
30 tot 40 jaar	9
40 tot 50 jaar	26
50 tot 65 jaar	37
> 65 jaar	5



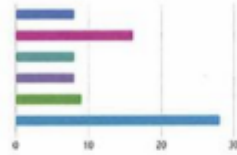
Locatie van de zaak

Centrum Tienen	51
In één van de omliggende gemeenten	8
Langs de IJzerleegweg	11
Andere	7

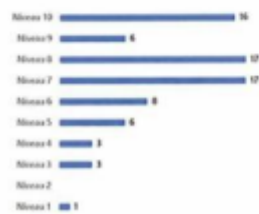


Hoelang actief in Tienen

Minder dan 1 jaar	8
Tussen de 1 en 5 jaar	16
Tussen de 5 en 10 jaar	8
Tussen de 10 en 15 jaar	8
Tussen de 15 en 20 jaar	9
Meer dan 20 jaar	28



Bereikbaarheid van de handelskern



Bereikbaarheid van de handelskern

*Parkeren dichtbij & eenvoudig vinden tekort aan nabije plekken; residentiekaarten bezetten plaatsen in handelsstraten; behoefte aan shop-&-go; wens voor duidelijke route en elektronische info over vrije plaatsen.

*Doorstroming & route-logica Ring en lichterregelingen veroorzaken files; eenrichtingsverkeer/knips en "lussen" maken omrijden noodzakelijk.

*Werken & communicatie gelijktijdige werken, afsluitingen en timing (bv. bouwverlof) zonder heldere voorafinfo; langdurige hinder.

*Te voet / fiets / OV onveilige/ontbrekende fiets- en voetpaden; verminderde busbediening

*De route van parking naar kern is soms onaantrekkelijk (leegstand, verrommeling, beleving op peil).

Voldoende parkeergelegenheid ?



Voldoende sterke branding = gekend als winkelstad ?



Bestuur /stad moet meer inzetten op promotie van het handelsaanbod



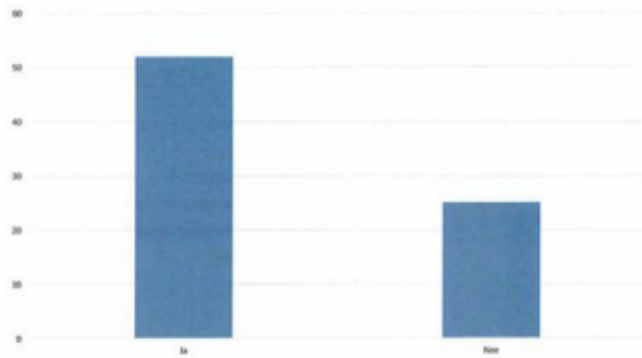
Visie over handelskernafbakening



Lid van handelsvereniging Newton



Eigenaar van het handelspand



Stad Tienen heeft een duidelijke identiteit en aantrekkelijkheid



Beleving in de kern



Beleving in de kern

Wat komt het vaakst terug?

1. Beleving & sfeer is hét kernthema

Wens naar aantrekkelijke etalages (ook leegstand creatief invullen), muziek, verlichting, en aangenaam kuieren.

2. Evenementen werken, maar missen continuïteit

Piekmomenten (braderie, Kerst, De Lazuur) brengen volk, maar er ontbreekt regelmaat en kwaliteit doorheen het jaar.

3. Leegstand, verspreide winkels & straatkwaliteit

Leegstand breekt winkelervaring: verspreid aanbod en verloedering van stoepen/straten temperen de beleving.

4. Samenwerking & openingsuren

Afstemming tussen handelaars (openingsuren, gezamenlijke aankleding) kan beter; mixéde signals op koopzondagen.

5. Publiek & koopkracht

Weinig passanten die effectief shoppen; sommigen signaleren beperkte bestedingsruimte.

Aantrekkelijkheid van de publieke ruimte



Hoe scoort u het beleid op het vlak van kernversterking (focus lokale economie en handelskern).



Hoe scoort u de samenwerking tussen handelaars



Hoe scoort u de samenwerking met de stad



Hoe scoort u de communicatie met de stad



Plannen voor uw zaak de komende 5 jaar

Stoppen	27
Overlaten	19
Uitbreiden	38
Afhaken	16
Verhuizen naar andere gemeenten	21



Investeren ?

Bijna de helft (45,5%) zegt expliciet "Nee"

Meestal omwille van:

Onzekerheid over Tienen ("te onzeker", "afwachten evolutie")

Reeds zware investeringen gedaan

Belastingen / regelgeving / stedenbouw

Overweging om zelfs af te bouwen of te stoppen

37,7% blijft investeren

Vaak:

Noodzakelijke investeringen (onderhoud, verwarming, dak, stock)

Concrete bedragen (bv. €5.000 – €25.000 – €300.000)

Shopconcept / terras / infrastructuur

"Blijven investeren is noodzakelijk"

16,9% twijfelt of weet het niet

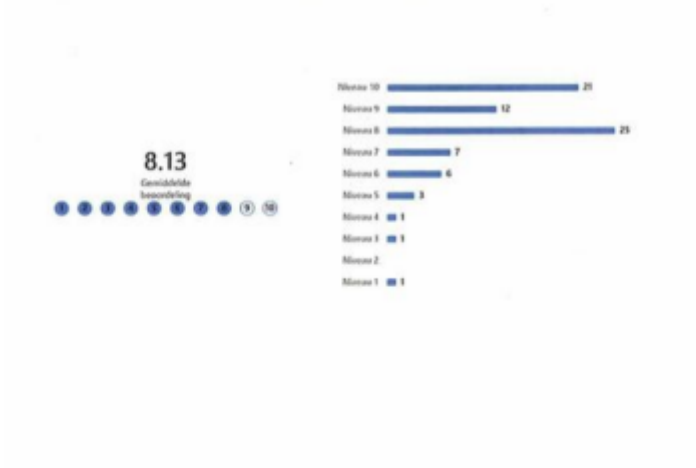
Hangt af van hoe Tienen evolueert

Problemen waarmee in aanraking gekomen

Hangmatten	38
Vuileis	54
Vandalisme	20
Diefstal	23
Andere	24



Leegstand zichtbaar



Doet de stad voldoende om de leegstand aan te pakken



Is de stad gebaat met projecten zoals pop-ups om de leegstand aan te pakken



De stad onderneemt voldoende acties ter ondersteuning van de handelaars



De stad dient sterk in te zetten op de promotie van Tienen als een winkelstad



De wekelijkse markten hebben een positieve invloed op de beleving en zorgen voor extra klanten



Welke markt biedt de meeste meerwaarde voor de lokale economie



Wat verwacht men van de stad om de handelskern te activeren

Parkeren, mobiliteit & bereikbaarheid (meest genoemd)

- Vlot en logisch parkeerbeleid
- Minder repressie (parkeerboetes, tolerantie laden/lossen)
- Bereikbaarheid voor auto, fiets en voetganger
- Duidelijke keuzes in verkeerscirculatie

Voorbeelden:

- *"Aantrekkelijkheid, gemak van parkeren"*
- *"Afschaffen parkeerboetes, nieuw verkeersplan, aanpak verkrotting"*
- *"Parkeerplaatsen aan de winkels"*

Wat verwacht men van de stad om de handelskern te activeren

Promotie, communicatie & imago van Tienen

- Actieve stadspromotie (ook buiten Tienen)
- Sterkere branding van de handelskern
- Duidelijke communicatie over evenementen en troeven
- Promotie van lokaal shoppen

Voorbeelden:

- *"Promoten van lokaal shoppen"*
- *"Reclame maken voor Tienen"*
- *"Imago van de stad verbeteren"*
-

Aantrekken van winkels & ketens (aanbod versterken)

- Ketens en publiekstrekkers zijn nodig als motor
- Ketens versterken ook lokale winkels
- Actieve lobby en selectiebeleid gewenst

Voorbeelden:

- *"Er moeten enkele ketens aangetrokken worden om de gaten te dichten"*
- *"Het stadsbestuur moet lobbyen naar publiekstrekkers"*
- *"Nieuwe handelszaken zoeken"*

Wat verwacht men van de stad om de handelskern te activeren

Leegstand & vastgoedbeleid

- Actieve leegstands aanpak
- Druk op eigenaars (onderhoud, invulling)
- Lagere of realistische huurprijzen
- Tijdelijke invullingen

Voorbeelden:

- *"Leegstand aanpakken"*
- *"Huurprijzen lager"*
- *"Regels opleggen i.v.m. leegstand"*

Ondersteuning & regelgeving (financieel/administratief)

- Minder taksen en administratieve last
- Premies en steunmaatregelen
- Handelaars niet tegenwerken

Voorbeelden:

- *"Extra taksen opleggen is alles behalve stimuleren"*
- *"Financiële maatregelen (premies, vrijstelling promotaks)"*
- *"Ondersteuning, reglementering vereenvoudigen"*
-

Wat verwacht men van de stad om de handelskern te activeren

Samenwerking & activering van handelaars

- Stad als verbindend en regisseur
- Overlegstructuren (bv. via Newton)
- Gezamenlijke acties en afstemming

Voorbeelden:

- "Het activeren van de handelaars"
- "Gezamenlijke initiatieven ondernemen"

Netheid, infrastructuur & publieke ruimte

- Propere straten
- Mooie inrichting en aankleding
- Aantrekkelijke verblijfsruimte

Voorbeelden:

- "Stadsinfrastructuur vernieuwen/renoveren"
- "Versiering met mooie bloempartijen"

Evenementen & beleving

- Evenementen registreren en ondersteunen
- Geen losse flodders, maar samenhang
- Handelaars actief betrekken

Voorbeelden:

- "Meer evenementen doen" "Meer activiteiten organiseren"

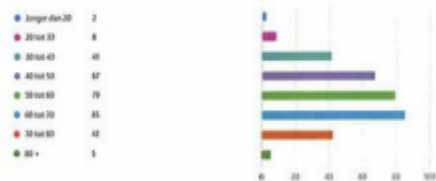
Resultaten enquête

Inwoners 329 antwoorden = representatief

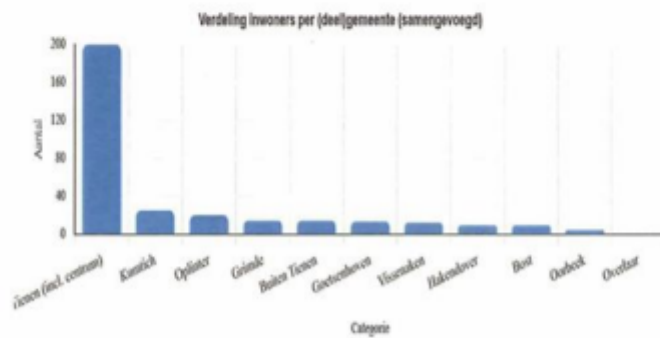
Geslacht



Leeftijd



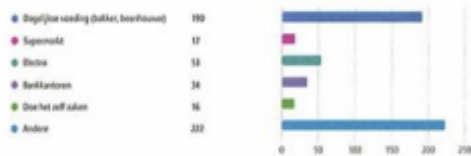
Woonplaats



Aanbod voldoende ruim ?



Welk type van handelszaak ontbreekt ?



Welk type van handelszaken ontbreekt ?

Mode

- Kledingwinkels (dames / heren)
- Mannenkleding (ook hipper / casual)
- Kinderkleding & jeugdkleding (14-20 jaar)
- Grote maten kleding / plus size
- Feest- en bruidskledij
- Schoenwinkels
- Betaalbare modeketens (bv. Zara, H&M, Primark, Only)
- Vintage kledingwinkels

Hobby, creatief

- Hobbywinkels
- Crea-winkels (knutselmateriaal, teken- en schildermateriaal)
- Stoffen, wol, naaien, breien, haken
- Kunstmateriaal
- Alternatieve speelgoedwinkels/ Speelgoedwinkels
- Boekenwinkels
- Platenwinkels / CD-DVD winkels
- Game- en gadgetwinkels

Welk type van handelszaken ontbreken ?

Interieur, wonen & lifestyle

- Interieur en decoratiewinkels
- Woonwarenhuizen
- Conceptstores
- Huishoudlinnen
- Beddengoed
- Design en meubelzaken
- Cadeauwinkels
- Kleine bijzondere cadeautjes
- Bloemenwinkels (ook droogbloemen)

Horeca & beleving

- Restaurants
- Brasseries, gezellig café
- Tearooms
- Koffiebars & specialty coffee places
- Lunchzaken
- Ontbijtbars
- Wijnbar
- Ijsjeszaak / crème ijs
- Fastfoodketens (bv. McDonald's, Quick, Burger King)
- Horeca van hoger niveau

Welk type van handelszaak ontbreekt ?

Speciaalzaken

- Vishandel
- Kaaswinkel
- Traiteur
- Drankshop
- Parfumerie & cosmetica
- Verzorgings- en lifestylezaken (bv. Rituals achtig concept)
- Schoenmaker
- Huishoud en papierwaren
- Baby en kindwinkels
- Dierenbenodigdheden

Sport, outdoor & vrije tijd

- Sportwinkels, Sportkledij & sportmateriaal
- Outdoor en adventurewinkels
- Skateshop
- Reizen & outdoor beleving
- Bioscoop (kleine of buurtbioscoop)

Divers

- Wereldwinkels / internationale producten
- Zuid Amerikaanse of Aziatische speciaalzaken (niet supermarkt)
- Mediamarkt / verzorgingsproducten
- Scooter en mobiliteitswinkels
- Pakketpunten & lockers (Mondial Relay, DPD, DHL, ...)

Welk producten koop je in Tienen

Voeding	28
Kleding	23
Verzorgingsproducten	18
Andere	29

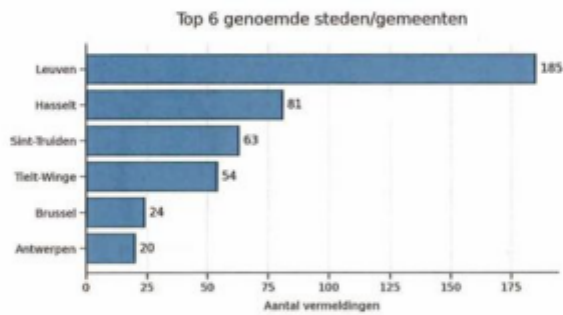


Welk producten koop je meestal in een andere gemeente



Andere : hobby/crea, Boeken & media, Decoratie/interieur, Doe-het-zelf, Muziek, Sieraden, Speelgoed, planten.

Welke Gemeente(n) buiten Tienen koop je uw producten



Handelskern voldoende proper en veilig



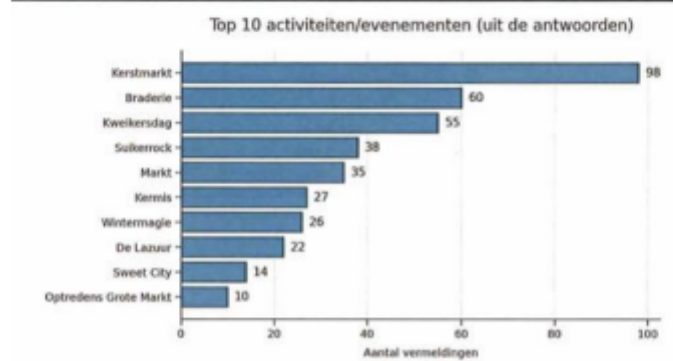
Handelskern voldoende levendig



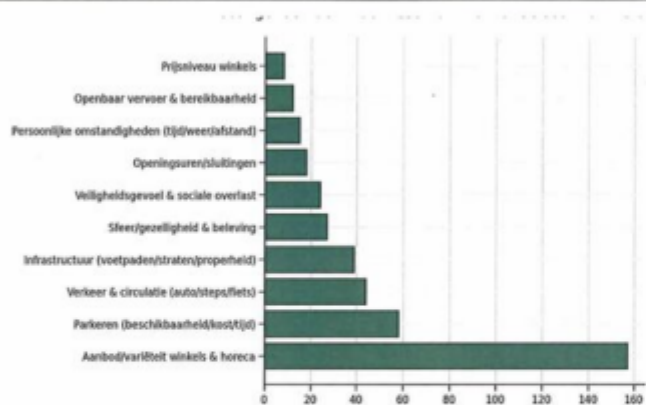
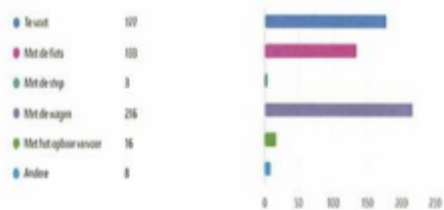
Er worden voldoende activiteiten of evenementen georganiseerd?



Aan welke evenementen nam u deel (top 10)



Verplaatsing naar de handelskern



Er zijn voldoende parkeerplaatsen



De tarieven om te parkeren in Tienen zijn correct



Er zijn voldoende fiets stallingen



De leegstand is zichtbaar



De stad neemt voldoende acties om de lokale handel te promoten



De gemeente neemt voldoende acties om de lokale handel te promoten.



Hoe vaak gaat u naar de wekelijkse markt

1 keer per week: 54
1 keer per maand: 24
Eenmalig per jaar: 130
Noot: 41



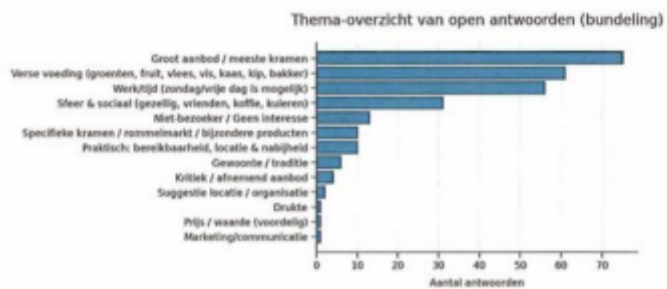
Welke markt bezoekt u het vaakst



Het aanbod op de markt is voldoende divers



Mening over de markt



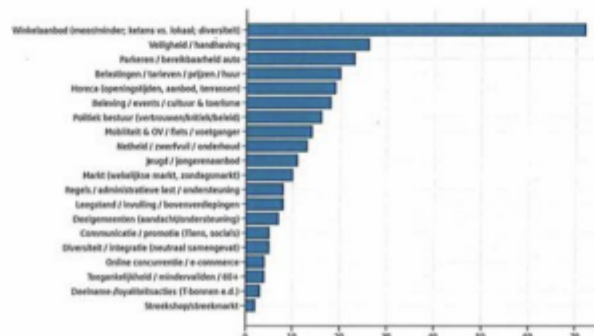
De prijzen op de markt zijn correct



De wekelijkse markten hebben een positieve invloed op de beleving in Tienen



Algemene afsluitende opmerkingen



Vaststellingen

- Leegstand
- Samenwerking/communicatie stad
- Parkeerbeleid
- Beleving
- Branding

Komen naar boven als werkpunten

Volgende stappen

- Handelaars avond
- Branche en formule analyse

Opmerkingen hierover:

Els Moyens: 1 pop-ups interessant of niet voor een stad?

Antwoord provincie: ja, mits er duidelijke voorwaarden

opgelegd worden. Pop-uptraject: hele tijd voordelen bieden

om ze daarna(op lange termijn) marktconforme prijzen

te laten betalen. Investeren in een pand niet echt ok.

Je mag normaal maar 1jaar een pop-up uitbaten.

2 interessant om eigenaars te betrekken bij pop-up?

Antwoord: eigenaars zijn moeilijk te bereiken volgens de provincie.

Bart Maes: doet vaststelling: veel met de wagen om boodschappen te gaan doen.

Bert Valkeniers: ik neem ook de wagen om naar het centrum te komen.

Is het aanbod wel gekend?

Sofie De Bruyne: alles is niet te vinden in Tienen. Vb: kledij voor haar kinderen.

Leegstand van panden invullen.....ledere dag 5000 leerlingen
in onze stad.

Winkels clusteren en beleving creëren.

Ketens aantrekken om detailhandel naar hier te krijgen.

Sofie De Bruyne: zijn leegstandpanden geschikt voor grote ketens?

Els Moyens: het 1 trekt het andere aan.

Vb:Mechelen is onherkenbaar verbeterd.

Schepen Sabo: er is veel geld en tijd nodig om deze verandering te realiseren.

Nico Bielen: zegt over Mechelen dat er veel variatie is en veel uitbating door jonge ondernemers.

Provincie: zegt hier nochtans dat de oudere garde herstel heeft bevorderd en

Jonge ondernemers heeft gestimuleerd.

Volgens mr Bielen werd er in Mechelen veel geclusterd.

Vb: koffiebars samen.

dezelfde branches allemaal samen.

Provincie: in cirkel winkelen (nooit door zelfde straat terugkeren.

Mechelen is een mooi vb. van verandering/ verbetering.

Provincie gaat ook nog verder met analyses.... vooral betreffende leegstand!

Punten GR schepen Huts:

Punt 10: Julia Tulkens (samenwerking tussen Tienen, Landen en Linter)

Punt 13: Aarschot , Zichem, Diest en Tienen. (goede samenwerking)

Erfgoedcel.....positief onthaald.

Punt 2 AGB: Sweet City. Stad geeft ondersteuning via gebruik infrastructuur:

in dit geval de zaal manège.

Punt 7: reglement uitbating Heldenbar Heldenland 2026.

Toelichting schepen Huts over totale budget evenementen op vraag

van raadslid Vandereyken. Zie powerpoint.

Moyen Els: zit kosten van politie ook in deze budgetten? Vb:paardenprocessie.

Schepen Huts: ja en nee. Evenementen worden opgedeeld in a-categorie tot en
met e-categorie. A-categorie vb: suikercorrida. De meeste evenementen vallen onder
e-categorie. Vb: buitenspeeldag.

Deze kosten worden mee ingeschat sinds 2025.

De Bruyne Sofie: positief over de buitenspeeldag, maar een kleine groep van

Jongeren vertoonden nogal agressief gedrag op dit evenement. Veel kinderen die onbewaakt aanwezig waren! Opmerking naar volgend jaar toe. Mensen van de stadsdiensten wisten niet goed hoe ingrijpen?!?

Schepen Huts: burgemeester was snel op de hoogte hiervan en heeft direct kort op de bal gespeeld.

Varia: raadslid Reynaers vraagt waar mensen moeten zijn om zich in te zetten voor LOV2030 ?

Schepen Huts: goede ideeën en vrijwilligers kan hij op een lijst zetten.

De Bruyne Sofie: komt er iets van logies?

Schepen Huts: nog niet concreet.

Einde commissievergadering 3 om 20u22.

Voorzitter en verslaggever: David Geladé

Openen van de vergadering om 19u.

Goedkeuren verslag van vorige commissie.(in orde)

Agenda: Toelichten punten GR

Presentatie detailhandelscoaching

Toelichting werd gegeven door 2 mensen van de provincie

Vlaams-Brabant. (zie powerpoint)

Handelaars 2026

Tienen

77 antwoorden = representatief

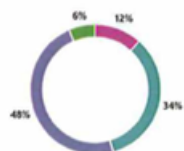
Geslacht handelaars

Man	44
Vrouw	33
Wens niet op te antwoorden	0



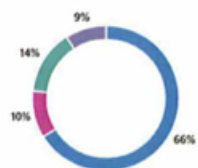
Leeftijdscategorie handelaars

18 tot 30 jaar	0
30 tot 40 jaar	9
40 tot 50 jaar	26
50 tot 65 jaar	37
+ 65 jaar	5



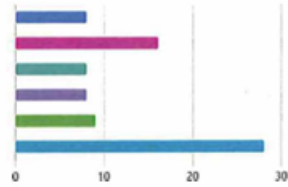
Locatie van de zaak

Centrum Tienen	51
In één van de deelgemeentes	8
Langs de invalswegen	11
Andere	7

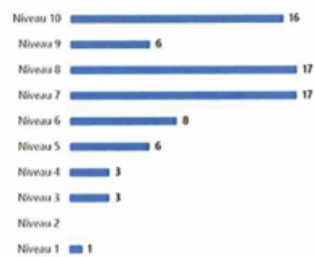


Hoelang actief in Tienen

Minder dan 1 jaar	8
Tussen de 1 en 5 jaar	16
Tussen de 5 en 10 jaar	8
Tussen de 10 en 15 jaar	8
Tussen de 15 en 20 jaar	9
Meer dan 20 jaar	28



Bereikbaarheid van de handelskern



Bereikbaarheid van de handelskern

*Parkeren dichtbij & eenvoudig vinden tekort aan nabije plekken; residentiekaarten bezetten plaatsen in handelsstraten; behoefte aan shop-&-go; wens voor duidelijke route en elektronische info over vrije plaatsen.

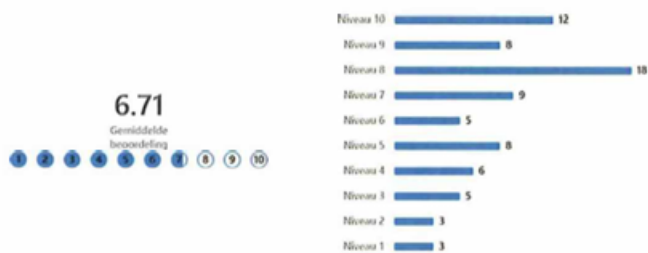
*Doorstroming & route-logica Ring en lichtenregelingen veroorzaken files; eenrichtingsverkeer/knips en "lussen" maken omrijden noodzakelijk.

*Werken & communicatie gelijktijdige werven, afsluitingen en timing (bv. bouwverlof) zonder heldere voorafinfo; langdurige hinder.

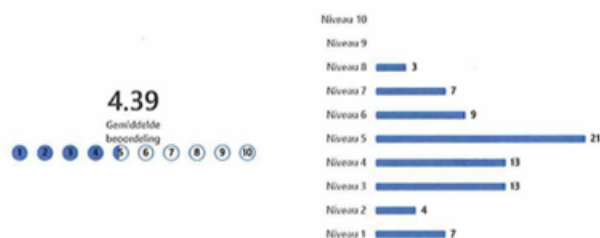
*Te voet / fiets / OV onveilige/ontbrekende fiets- en voetpaden; verminderde busbediening

*De route van parking naar kern is soms onaantrekkelijk (leegstand, verrommeling, beleving op peil).

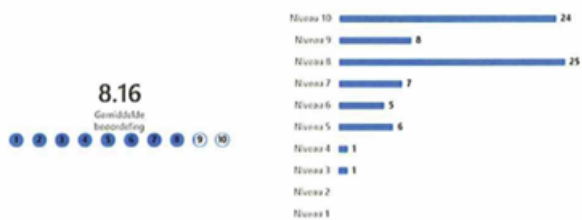
Voldoende parkeergelegenheid ?



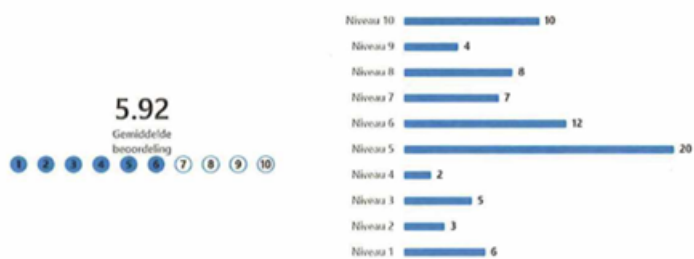
Voldoende sterke branding = gekend als winkelstad ?



Bestuur /stad moet meer inzetten op promotie van het handelsaanbod



Visie over handelskernafbakening

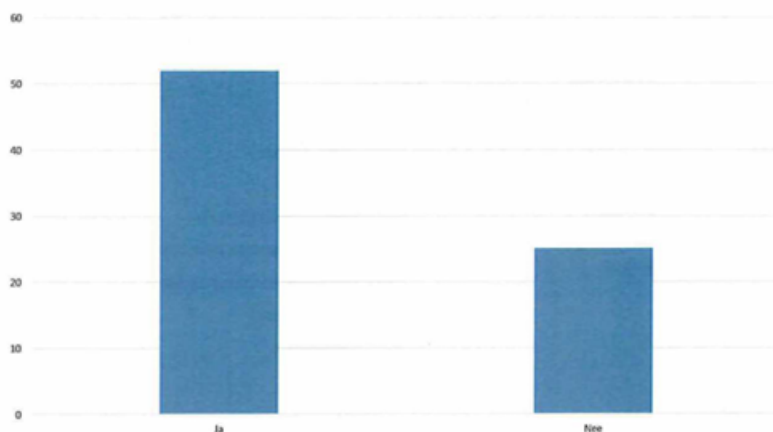


Lid van handelsvereniging Newton

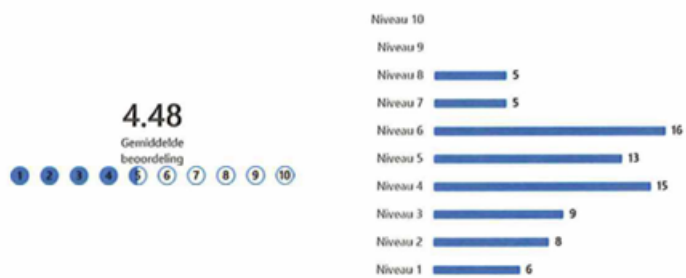
Ja 33
Nee 44



Eigenaar van het handelspand



Stad Tienen heeft een duidelijke identiteit en aantrekkelijkheid



Beleving in de kern



Beleving in de kern

Wat komt het vaakst terug?

1. Beleving & sfeer is hét kernthema

Wens naar aantrekkelijke etalages (ook leegstand creatief invullen), muziek, verlichting, en aangenaam kuieren.

2. Evenementen werken, maar missen continuïteit

Piekmomenten (braderie, Kerst, De Lazuur) brengen volk, maar er ontbreekt regelmaat en kwaliteit doorheen het jaar.

3. Leegstand, verspreide winkels & straatkwaliteit

Leegstand breekt winkelervaring; verspreid aanbod en verloedering van stoepen/straten temperen de beleving.

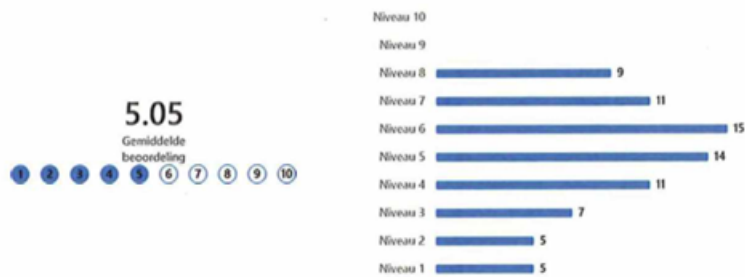
4. Samenwerking & openingsuren

Afstemming tussen handelaars (openingsuren, gezamenlijke aankleding) kan beter; mixed signals op koopzondagen.

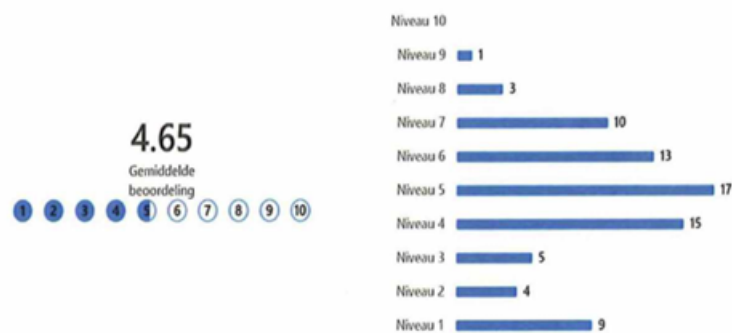
5. Publiek & koopkracht

Weinig passanten die effectief shoppen; sommigen signaleren beperkte bestedingsruimte.

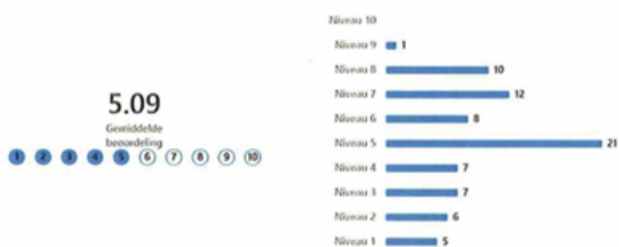
Aantrekkelijkheid van de publieke ruimte



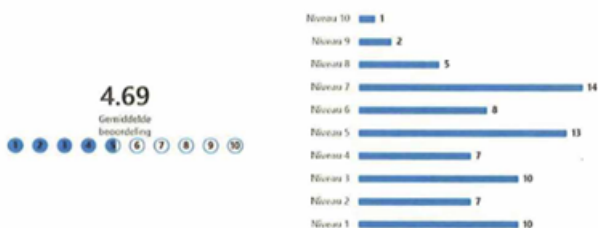
Hoe scoort u het beleid op het vlak van kernversterking (focus lokale economie en handelskern).



Hoe scoort u de samenwerking tussen handelaars



Hoe scoort u de samenwerking met de stad



Hoe scoort u de communicatie met de stad



Plannen voor uw zaak de komende 5 jaar

Stopzetten	27
Overlaten	19
Uitbreiden	38
Afslanken	14
Verhuizen naar andere gemeenten	21



Investeren ?

Bijna de helft (45,5%) zegt expliciet "Nee"

Meestal omwille van:
 Onzekerheid over Tienen ("te onzeker", "afwachten evolutie")
 Reeds zware investeringen gedaan
 Belastingen / regelgeving / stedenbouw
 Overweging om zelfs af te bouwen of te stoppen

37,7% blijft investeren

Vaak:
 Noodzakelijke investeringen (onderhoud, verwarming, dak, stock)
 Concrete bedragen (bv. €5.000 – €25.000 – €300.000)
 Shopconcept / terras / infrastructuur
 "Blijven investeren is noodzakelijk"

16,9% twijfelt of weet het niet

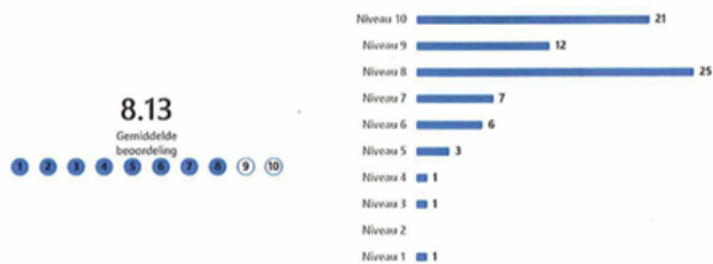
Hangt af van hoe Tienen evolueert

Problemen waarmee in aanraking gekomen

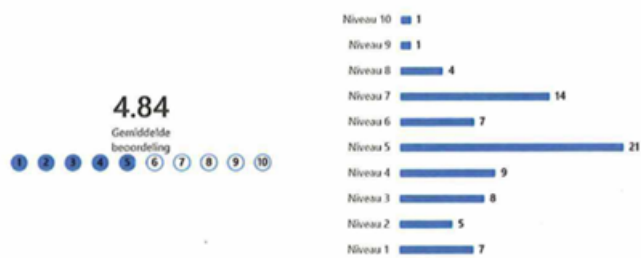
Hangjongeren	38
Vuileis	54
Vandalisme	20
Diefstal	23
Andere	24



Leegstand zichtbaar



Doet de stad voldoende om de leegstand aan te pakken



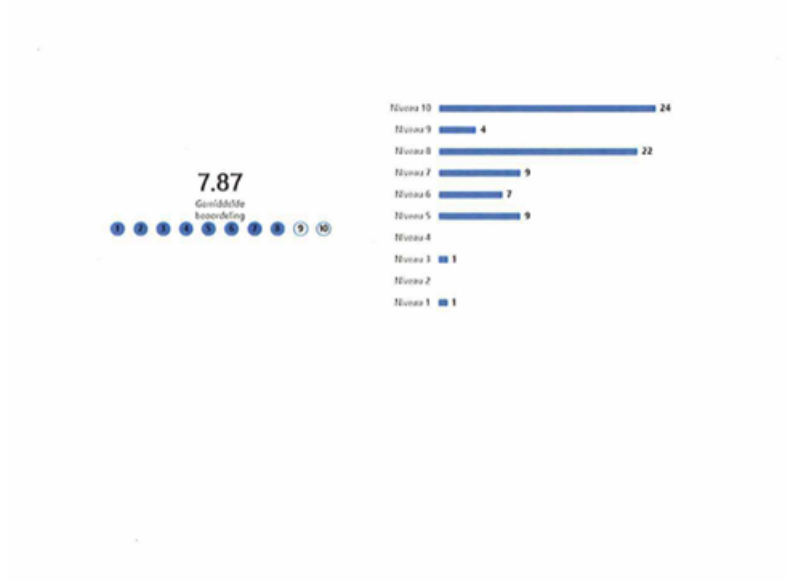
Is de stad gebaat met projecten zoals pop-ups om de leegstand aan te pakken



De stad onderneemt voldoende acties ter ondersteuning van de handelaars



De stad dient sterk in te zetten op de promotie van Tienen als een winkelstad



De wekelijkse markten hebben een positieve invloed op de beleving en zorgen voor extra klanten



Welke markt biedt de meeste meerwaarde voor de lokale economie



Wat verwacht men van de stad om de handelskern te activeren

Parkeren, mobiliteit & bereikbaarheid (meest genoemd)

- Vlot en logisch parkeerbeleid
- Minder repressie (parkeerboetes, tolerantie laden/lossen)
- Bereikbaarheid voor auto, fiets en voetganger
- Duidelijke keuzes in verkeerscirculatie

Voorbeelden:

- *"Aantrekkelijkheid, gemak van parkeren"*
- *"Afschaffen parkeerboetes, nieuw verkeersplan, aanpak verkrotting"*
- *"Parkeerplaatsen aan de winkels"*

Wat verwacht men van de stad om de handelskern te activeren

Promotie, communicatie & imago van Tienen

- Actieve stadspromotie (ook buiten Tienen)
- Sterkere branding van de handelskern
- Duidelijke communicatie over evenementen en troeven
- Promotie van lokaal shoppen

Voorbeelden:

- *"Promoten van lokaal shoppen"*
- *"Reclame maken voor Tienen"*
- *"Imago van de stad verbeteren"*
-

Aantrekken van winkels & ketens (aanbod versterken)

- Ketens en publiekstrekkingen zijn nodig als motor
- Ketens versterken ook lokale winkels
- Actieve lobby en selectiebeleid gewenst

Voorbeelden:

- *"Er moeten enkele ketens aangetrokken worden om de gaten te dichten"*
- *"Het stadsbestuur moet lobbyen naar publiekstrekkingen"*
- *"Nieuwe handelszaken zoeken"*

Wat verwacht men van de stad om de handelskern te activeren

Leegstand & vastgoedbeleid

- Actieve leegstands aanpak
- Druk op eigenaars (onderhoud, invulling)
- Lagere of realistische huurprijzen
- Tijdelijke invullingen

Voorbeelden:

- *"Leegstand aanpakken"*
- *"Huurprijzen lager"*
- *"Regels opleggen ivm leegstand"*

Ondersteuning & regelgeving (financieel/administratief)

- Minder taken en administratieve last
- Premies en steunmaatregelen
- Handelaars niet tegenwerken

Voorbeelden:

- *"Extra taken opleggen is alles behalve stimuleren"*
- *"Financiële maatregelen (premies, vrijstelling promotaks)"*
- *"Ondersteuning, reglementering vereenvoudigen"*
-

Wat verwacht men van de stad om de handelskern te activeren

Samenwerking & activering van handelaars

- Stad als **verbinder** en **regisseur**
- Overlegstructuren (bv. via Newton)
- Gezamenlijke acties en afstemming

Voorbeelden:

- *"Het activeren van de handelaars"*
- *"Gezamenlijke initiatieven ondernemen"*

Netheid, infrastructuur & publieke ruimte

- Propere straten
- Mooie inrichting en aankleding
- Aantrekkelijke verblijfsruimte

Voorbeelden:

- *"Stadsinfrastructuur vernieuwen/renoveren"*
- *"Versiering met mooie bloempartijen"*

Evenementen & beleving

- Evenementen **regisseren** en **ondersteunen**
- Geen losse flodders, maar samenhang
- Handelaars actief betrekken

Voorbeelden:

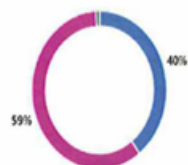
- *"Meer evenementen doen"* *"Meer activiteiten organiseren"*

Resultaten enquête

Inwoners 329 antwoorden = representatief

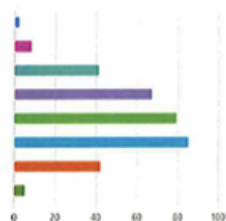
Geslacht

Man	131
Vrouw	195
Wens niet op te antwoorden	3

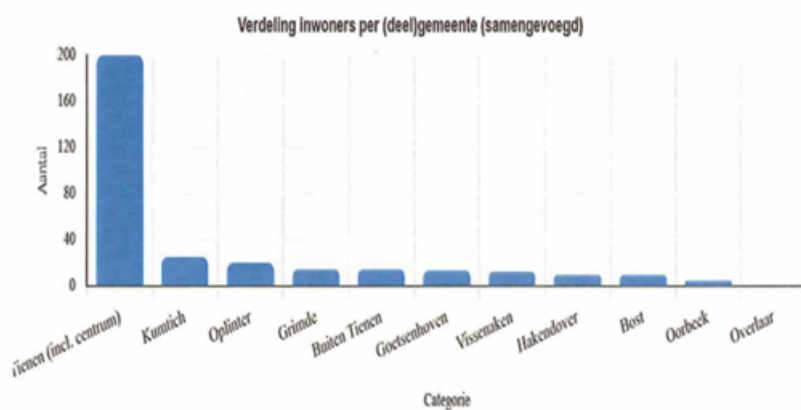


Leeftijd

Jonger dan 20	2
20 tot 33	8
33 tot 43	41
43 tot 50	67
50 tot 60	79
60 tot 70	85
70 tot 83	42
83 +	5



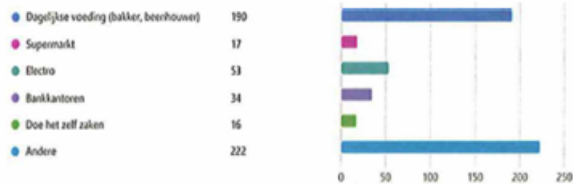
Woonplaats



Aanbod voldoende ruim ?



Welk type van handelszaak ontbreekt ?



Welk type van handelszaken ontbreekt ?

Mode

- Kledingwinkels (dames / heren)
- Mannenkleding (ook hipper / casual)
- Kinderkleding & jeugdkleding (14-20 jaar)
- Grote maten kleding / plus size
- Feest- en bruidskledij
- Schoenwinkels
- Betaalbare modeketens (bv. Zara, H&M, Primark, Only)
- Vintage kledingwinkels

Hobby, creatief

- Hobbywinkels
- Crea-winkels (knutselmateriaal, teken- en schildermateriaal)
- Stoffen, wol, naaien, breien, haken
- Kunstmateriaal
- Alternatieve speelgoedwinkels/ Speelgoedwinkels
- Boekenwinkels
- Platenwinkels / CD-DVD winkels
- Game- en gadgetwinkels

Welk type van handelszaken ontbreken ?

Interieur, wonen & lifestyle

- Interieur en decoratiewinkels
- Woonwarenhuizen
- Conceptstores
- Huishoudlinnen
- Beddengoed
- Design en meubelzaken
- Cadeauwinkels
- Kleine bijzondere cadeautjes
- Bloemenwinkels (ook droogbloemen)

Horeca & beleving

- Restaurants
- Brasseries, gezellig café
- Tearooms
- Koffiebars & specialty coffee places
- Lunchzaken
- Ontbijtbars
- Wijnbar
- Ijsjeszaak / crème ijs
- Fastfoodketens (bv. McDonald's, Quick, Burger King)
- Horeca van hoger niveau

Welk type van handelszaak ontbreekt ?

Speciaalzaken

- Vishandel
- Kaaswinkel
- Traiteur
- Drankshop
- Parfumerie & cosmetica
- Verzorgings- en lifestylezaken (bv. Rituals achtig concept)
- Schoenmaker
- Huishoud en papierwaren
- Baby en kindwinkel
- Dierenbenodigdheden

Sport, outdoor & vrije tijd

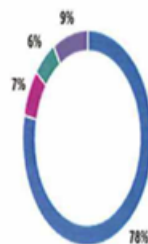
- Sportwinkels, Sportkleding & sportmateriaal
- Outdoor en adventurewinkels
- Skateshop
- Reizen & outdoor beleving
- Bioscoop (kleine of buurtbioscoop)

Divers

- Wereldwinkels / internationale producten
- Zuid Amerikaanse of Aziatische speciaalzaken (niet supermarkt)
- Medimarket / verzorgingsproducten
- Scooter en mobiliteitswinkels
- Pakketpunten & lockers (Mondial Relay, DPD, DHL, ...)

Welk producten koop je in Tienen

Voeding	258
Kleding	23
Verzorgingsproducten	19
Andere	29

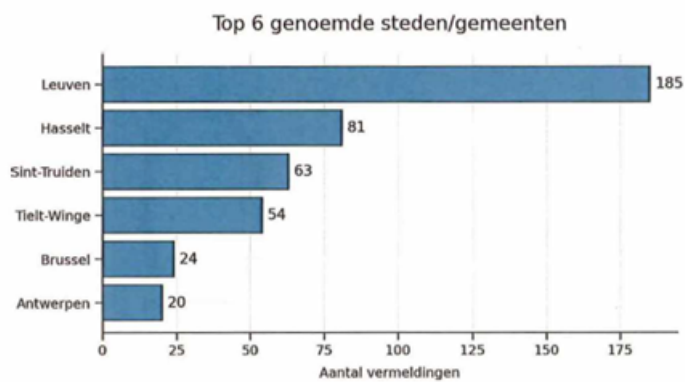


Welk producten koop je meestal in een andere gemeente

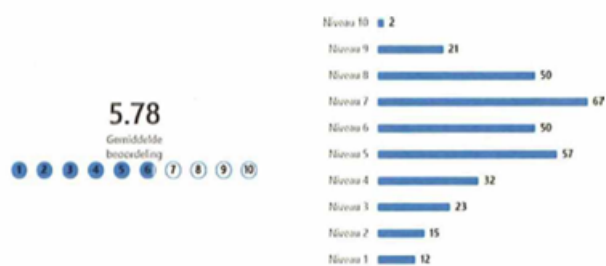


Andere : hobby/crea, Boeken & media, Decoratie/interieur, Doe-het-zelf, Muziek, Sieraden, Speelgoed, planten.

Welke Gemeente(n) buiten Tienen koop je uw producten



Handelskern voldoende proper en veilig



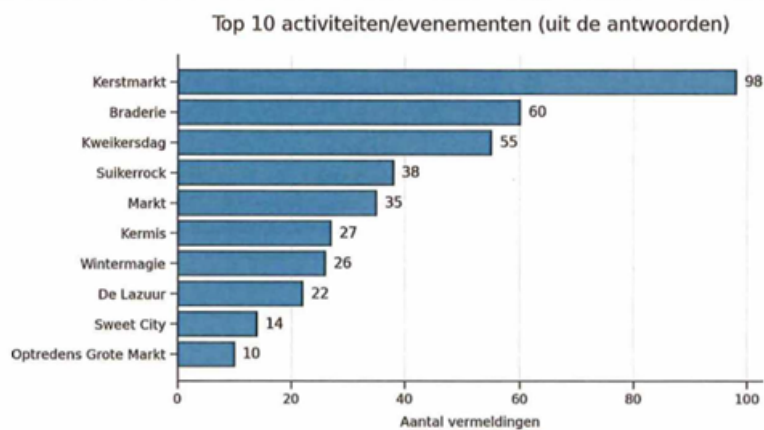
Handelskern voldoende levendig



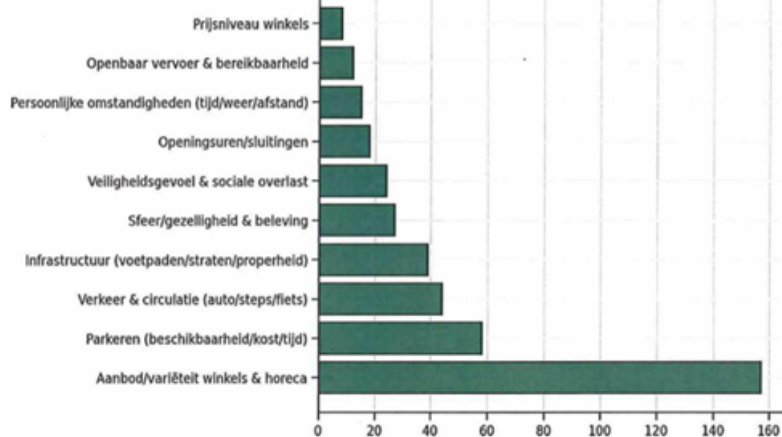
Er worden voldoende activiteiten of evenementen georganiseerd?



Aan welke evenementen nam u deel (top 10)



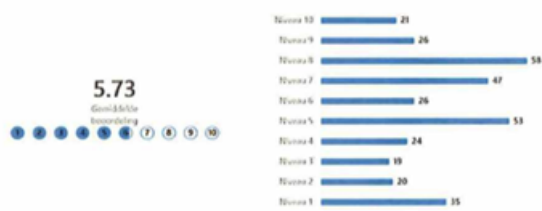
Verplaatsing naar de handelskern



Er zijn voldoende parkeerplaatsen



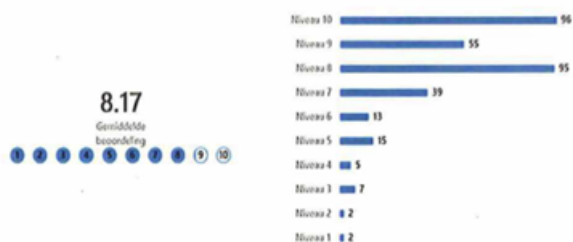
De tarieven om te parkeren in Tienen zijn correct



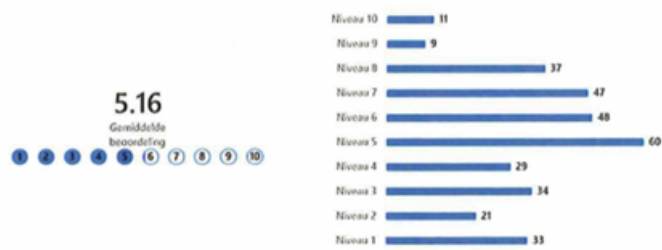
Er zijn voldoende fiets stallingen



De leegstand is zichtbaar



De stad neemt voldoende acties om de lokale handel te promoten



De gemeente neemt voldoende acties om de lokale handel te promoten.



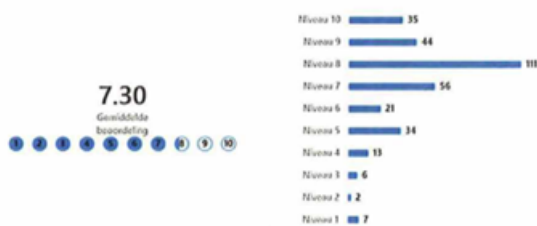
Hoe vaak gaat u naar de wekelijkse markt



Welke markt bezoekt u het vaakst



Het aanbod op de markt is voldoende divers



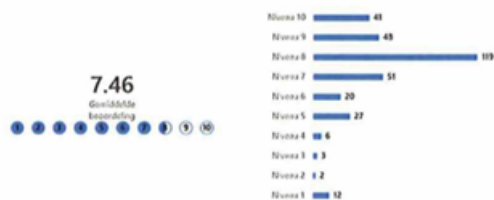
Mening over de markt



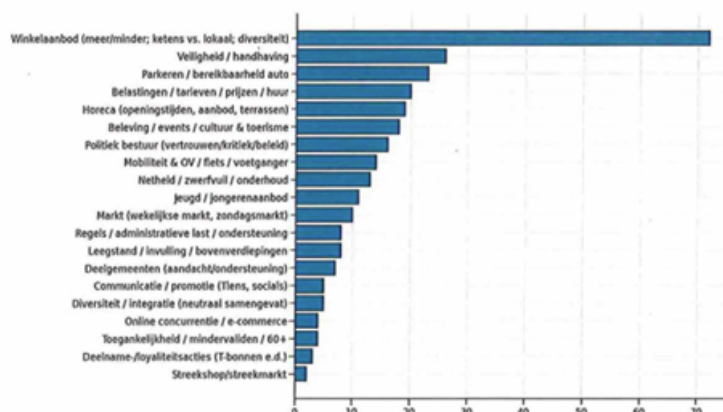
De prijzen op de markt zijn correct



De wekelijkse markten hebben een positieve invloed op de beleving in Tienen



Algemene afsluitende opmerkingen



Vaststellingen

- Leegstand
- Samenwerking/communicatie stad
- Parkeerbeleid
- Beleving
- Branding

Komen naar boven als werkpunten

Volgende stappen

- Handelaars avond
- Branche en formule analyse

Opmerkingen hierover:

Els Moyens: 1 pop-ups interessant of niet voor een stad?

Antwoord provincie: ja, mits er duidelijke voorwaarden opgelegd worden. Pop-uptraject: hele tijd voordelen bieden om ze daarna(op lange termijn) marktconforme prijzen te laten betalen. Investeren in een pand niet echt ok.

Je mag normaal maar 1jaar een pop-up uitbaten.

2 interessant om eigenaars te betrekken bij pop-up?

Antwoord: eigenaars zijn moeilijk te bereiken volgens de provincie.

Bart Maes: doet vaststelling: veel met de wagen om boodschappen te gaan doen.

Bert Valkeniers: ik neem ook de wagen om naar het centrum te komen.

Is het aanbod wel gekend?

Sofie De Bruyne: alles is niet te vinden in Tienen. Vb: kledij voor haar kinderen.

Leegstand van panden invullen.....iedere dag 5000 leerlingen in onze stad.

Winkels clusteren en beleving creëren.

Ketens aantrekken om detailhandel naar hier te krijgen.

Sofie De Bruyne: zijn leegstandpanden geschikt voor grote ketens?

Els Moyens: het 1 trekt het andere aan.

Vb:Mechelen is onherkenbaar verbeterd.

Schepen Sabo: er is veel geld en tijd nodig om deze verandering te realiseren.

Nico Bielen: zegt over Mechelen dat er veel variatie is en veel uitbating door jonge ondernemers.

Provincie: zegt hier nochtans dat de oudere garde herstel heeft bevorderd en

Jonge ondernemers heeft gestimuleerd.

Volgens mr Bielen werd er in Mechelen veel geclusterd.

Vb: koffiebars samen.

dezelfde branches allemaal samen.

Provincie: in cirkel winkelen (nooit door zelfde straat terugkeren.

Mechelen is een mooi vb. van verandering/ verbetering.

Provincie gaat ook nog verder met analyses.... vooral betreffende leegstand!

Punten GR schepen Huts:

Punt 10: Julia Tulkens (samenwerking tussen Tienen, Landen en Linter)

Punt 13: Aarschot , Zichem, Diest en Tienen. (goede samenwerking)

Erfgoedcel.....positief onthaald.

Punt 2 AGB: Sweet City. Stad geeft ondersteuning via gebruik infrastructuur:
in dit geval de zaal manège.

Punt 7: reglement uitbating Heldenbar Heldenland 2026.

Toelichting schepen Huts over totale budget evenementen op vraag
van raadslid Vandereyken. Zie powerpoint.

Moyen Els: zit kosten van politie ook in deze budgetten? Vb:paardenprocessie.

Schepen Huts: ja en nee. Evenementen worden opgedeeld in a-categorie tot en
met e-categorie. A-categorie vb: suikercorrida. De meeste evenementen vallen onder
e-categorie. Vb: buitenspeeldag.

Deze kosten worden mee ingeschat sinds 2025.

De Bruyne Sofie: positief over de buitenspeeldag, maar een kleine groep van
Jongeren vertoonden nogal agressief gedrag op dit evenement. Veel kinderen
die onbewaakt aanwezig waren! Opmerking naar volgend jaar toe. Mensen van de
stadsdiensten wisten niet goed hoe ingrijpen?!?

Schepen Huts: burgemeester was snel op de hoogte hiervan en heeft direct kort
op de bal gespeeld.

Varia: raadslid Reynaers vraagt waar mensen moeten zijn om zich in te zetten voor
LOV2030 ?

Schepen Huts: goede ideeën en vrijwilligers kan
hij op een lijst zetten.

De Bruyne Sofie: komt er iets van logies?

Schepen Huts: nog niet concreet.

Einde commissievergadering 3 om 20u22.

