

Werkboek

april 2022



Van inventaris leegstand tot **pop-up**



Inhoud

1	Context ontwikkeling werkboek	[04]
1.1	Doel traject 'Van inventaris leegstand tot pop-up'	[05]
1.2	Doel werkboek	[06]
2	Basingrediënten pop-up	[07]
2.1	Lokaal bestuur	[08]
2.2	Ondernemer	[09]
2.3	Het pand en de eigenaar	[10]
2.4	Globale/lokale context	[12]
3	Bepalen aanpak	[13]
3.1	Analyse lokale context	[14]
3.2	Beleidskeuze	[16]
3.2.1	Welke beleidskeuzes en reglementering en/of dienstverlening bestaan er al?	[16]
3.2.2	Welke pop-up initiatieven zijn reeds geprobeerd nu of in het verleden?	[17]
3.3	Keuze aanpak/actie	[18]
3.3.1	Waar wil het lokaal bestuur pop-up formules stimuleren?	[18]
3.3.2	Welke soort pop-up activiteiten wil het bestuur stimuleren?	[18]
3.3.3	Hoeveel en welk type ondernemers wil het bestuur stimuleren?	[19]
3.3.4	Hoelang wil het bestuur pop-ups stimuleren?	[19]
3.3.5	Op welke manier kan en wenst het bestuur te ondersteunen/stimuleren?	[20]
3.3.6	Welke juridische rol(len) kan en wenst het bestuur op zich te nemen?	[21]
3.3.7	Welke pop-up insteek en formats wenst het bestuur te stimuleren?	[22]
3.3.8	Welke middelen kan het bestuur inzetten (mensen en budget) voor dit traject?	[23]
4	Reglementering en andere documenten	[25]
5	In kaart brengen van relevante lege handelspanden	[27]
5.1	Selectiecriteria afbakenen actiegebied	[27]
5.1.1	Beleidscriteria	[27]
5.1.2	Infrastructurele/wettelijke criteria	[28]
5.2	Concrete aanpak	[29]
5.2.1	Selectie maken van straten/gebied waarin je panden in kaart wil brengen	[29]
5.2.2	Lijst (lege) handelspanden uit Locatus	[29]
5.2.3	Info Locatus ter plaatse controleren en verder aanvullen + online onderzoek	[30]
5.2.4	Tweede selectie maken van relevante panden voor de verdere stappen	[31]
5.2.5	Opmaak overzichtslijst legen panden/eigenaarsinfo	[32]



6	Eigenaars overtuigen	[33]
6.1	Meerwaarde voor de eigenaar	[33]
6.1.1	Belangrijke voordelen voor de eigenaar	[33]
6.1.2	Bepalingen huurcontract korte duur (volgens pop-up decreet)	[34]
6.2	Mogelijkheden om pop-up te stimuleren bij eigenaars	[36]
6.3	Concrete aanpak: eigenaars contacteren	[38]
6.3.1	Contactgegevens eigenaars	[38]
6.3.2	Gesprek	[40]
6.3.3	Indien positief t.o.v. pop-up: check pand pop-up klaar?	[43]
7	Pop-up ondernemers overtuigen	[44]
7.1	Meerwaarde voor de ondernemer	[44]
7.2	Voorwaarden voor pop-up ondernemer?	[46]
7.3	Mogelijkheden om pop-up bij ondernemers te stimuleren?	[48]
7.4	Concrete aanpak: ondernemers activeren	[50]
7.4.1	Pop-up ondernemers bereiken	[50]
7.4.2	Mogelijke bijkomende aandachtspunten	[51]
8	Matchen eigenaars en ondernemers	[52]
8.1	Factoren die voor de ondernemer een rol spelen bij match	[52]
8.2	Factoren die voor de eigenaar een rol spelen bij match	[53]
9	Specifieke aandachtspunten per type actie	[54]
9.1	Win je winkel format	[54]
9.1.1	Aanpak	[54]
9.1.2	Mogelijke onderdelen stappenplan	[55]
9.1.3	Aandachtspunten	[56]
9.2	Matchmaking	[58]
9.2.1	Aanpak	[58]
9.2.2	Mogelijke onderdelen stappenplan	[59]
9.2.3	Aandachtspunten	[59]
9.3	Tijdelijke premie met selectie	[61]
9.3.1	Aanpak	[61]
9.3.2	Stappenplan	[61]
9.3.3	Aandachtspunten	[63]
10	Bijlagen	[64]
1	Externe bronnen	[64]
2	Projectfiche	[65]
3	Voorbeeld overzichtslijst panden	[70]
4	Voorbeeld infofiche ondernemer	[75]
5	Informatie belangrijkste bepalingen handelshuurovereenkomst korte duur	[77]
6	Voorbeeld handelshuurovereenkomst korte duur	[80]



Dankwoord

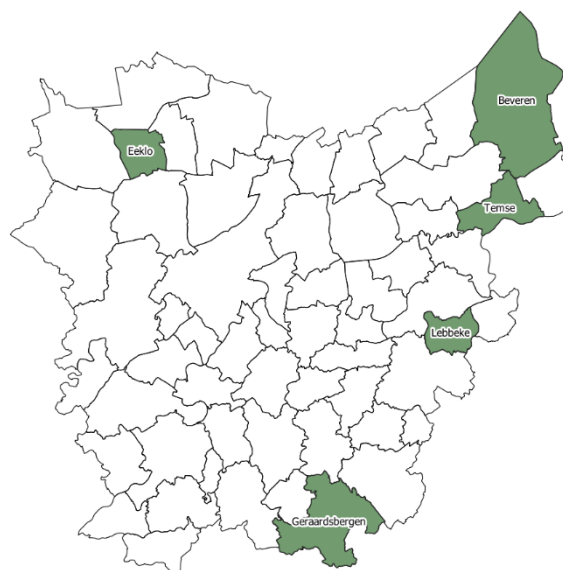
Dit werkboek kwam tot stand met medewerking van 5 Oost-Vlaamse besturen betrokken in het thematisch traject.

We danken ook graag alle andere lokale besturen die tijdens het traject kennis en ervaring deelden over hun pop-up initiatieven.

Alvast veel inspiratie en leesplezier.

1 Context ontwikkeling werkboek

Deze methodiek is door team Economie uitgewerkt op basis van onderzoek en vijf concrete cases, namelijk op basis van de ervaringen opgedaan in de 5 deelnemende besturen aan het thematisch traject 'Van inventaris leegstand tot pop-up' (eind 2021 – begin 2022).



- Lokaal bestuur Beveren – Tijdelijk pop-up project (premie)
- Lokaal bestuur Eeklo – Matchmaking (en doorstartpremie)
- Lokaal bestuur Geraardsbergen - Matchmaking
- Lokaal bestuur Lebbeke – Matchmaking en pop-up premie
- Lokaal bestuur Temse – Win je Winkel wedstrijd

Dit thematisch traject is onderdeel van het **EFRO-project 'Onderneem Er Op Uit'** van **het provinciebestuur Oost-Vlaanderen**. Dit project wordt gefinancierd vanuit de Provincie Oost-Vlaanderen (372.025,92 EUR), het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (372.025,92 EUR) en het Vlaamse Hermesfonds (186.012,96 EUR).



1.1 Doel thematisch traject 'Van inventaris leegstand tot pop-up'

Afhankelijk van de doelstellingen kan het stimuleren van pop-ups in heel wat vormen en op verschillende manieren. Binnen het traject is volgende **algemene doelstelling** bepaald:

De lege handelspanden in de handelskern activeren door de hefboom van de pop-up formule te stimuleren bij (startende) ondernemers en eigenaars.

De **redenen** waarom het traject gestart werd door Provinciebestuur Oost-Vlaanderen zijn:

- hoge leegstand van handelspanden in veel centrale winkelgebieden;
- ondanks onzekere context toch veel ondernemerschap (starters) in Oost-Vlaanderen;
- pop-up is een drempelverlagende tussenstap voor ondernemers naar permanente activiteit.

Het doel impliceert volgende **focus** in de verschillende trajecten

- Locatie:
 - lege **handelspanden**;
 - in de **handelskern** van de gemeente/stad (met focus op enkele centrale straten)
→ **niet** pop-ups in buitenruimte of in niet-handelspanden.
- Soort activiteit in pop-up:
 - **Detailhandel**;
 - **horeca**
→ **niet** tijdelijke invulling met co-workingspaces, sociaal-culturele activiteiten, of andere niet-commerciële activiteiten;
→ **niet** seizoensgebonden pop-ups bv. zomerbar.
- Type initiatief:
 - **pop-up formule** (tijdelijke invulling, eventueel alternatief pop-up vitrine);
 - → **niet** andere leegstandsinitiatieven zoals bv. bestickering ramen.

Het provinciebestuur Oost-Vlaanderen ondersteunde de lokale besturen in het traject als volgt:

- Advies keuze aanpak pop-up initiatief (keuzes i.v.m. rol bestuur, type actie en timing);
- Het in kaart brengen van leegstaande panden en aanpak selectie;
- Eigenaars (en vertegenwoordigers zoals immo of andere) contacteren en informeren;
- Advies in de aanpak van het bereiken, informeren en spreken met pop-up ondernemers;
- Ondersteunen in de gesprekken met en tussen eigenaars en ondernemers;
- Het aanreiken van een methodiek, sjablonen en formats.

Na het afronden van het traject zijn de lokale besturen verder aan de slag gegaan met de opgedane kennis en ervaring.



1.2 Doel werkboek

Dit werkboek bundelt de praktische tips en tricks uit de verschillende trajecten omgevormd naar een soort **stappenplan** om als **lokaal bestuur** aan de slag te gaan met het stimuleren van pop-ups.

Gezien de specifieke doelstelling van het traject is dit werkboek **geen overzicht van alle** mogelijke tijdelijke invulling **formats**. De ervaring uit de 5 verschillende trajecten dient vooral als **inspiratie voor de lokale besturen**.

Het werkboek is ook relevant indien men andere vormen van tijdelijke invulling wenst te stimuleren. Immers, je hebt altijd dezelfde **basingrediënten**: een lokaal bestuur die een doelstelling bepaalt en initiatief neemt, een pand dat geschikt is om ingevuld te worden, een eigenaar die akkoord gaat met een tijdelijk gebruik en een ondernemer/initiatiefnemer die het tijdelijk wil invullen.

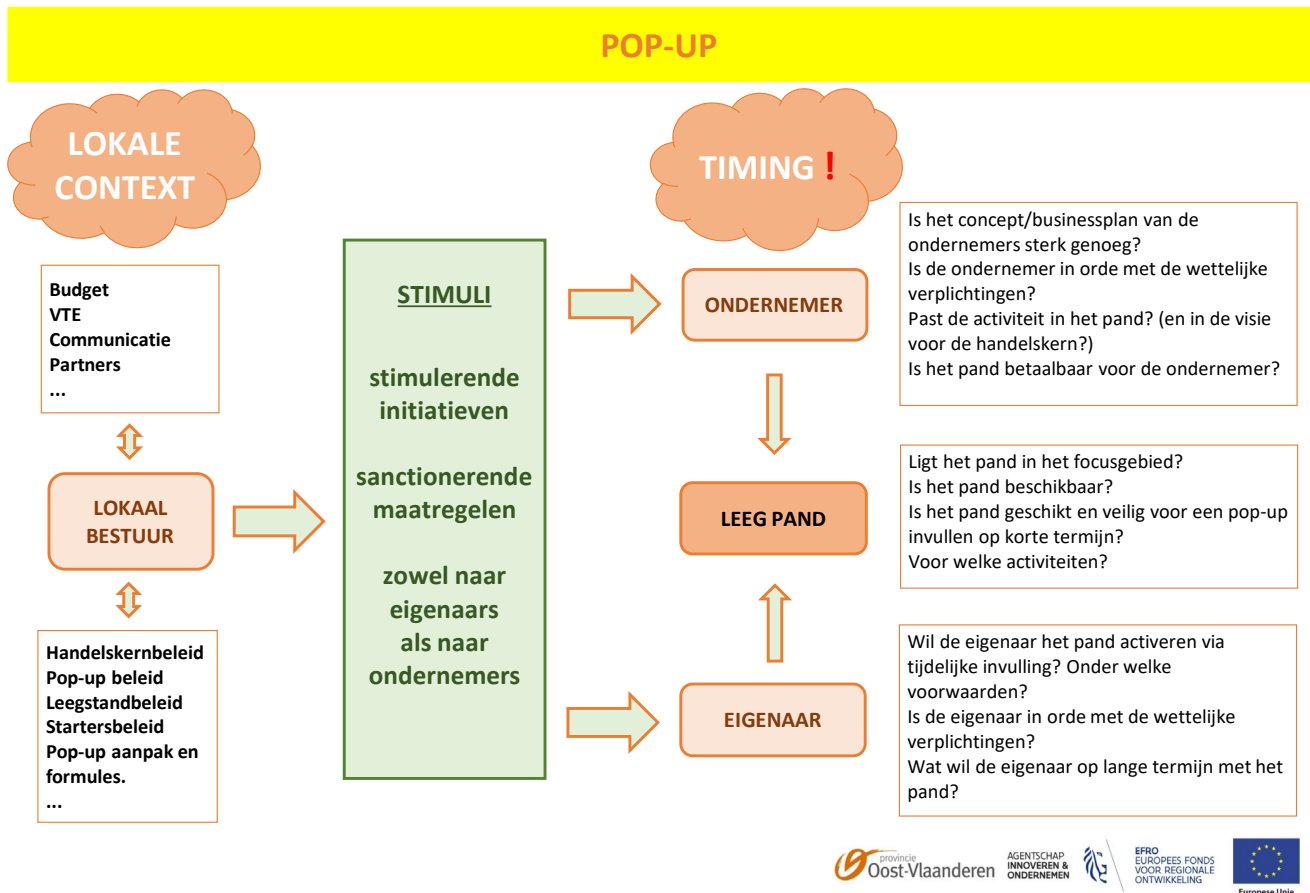
Belangrijk is om te beseffen dat welk format ook als voorbeeld wordt genomen voor het eigen initiatief, een simpele **copy paste niet is aan te raden**. Elke lokale context en lokaal beleid zijn anders: de gewenste focus, de coherentie met bestaande lokale regelgeving, de draagkracht van het lokaal bestuur (mensen en middelen), de bestaande startersdynamiek, ... Het is altijd aangewezen om alle factoren mee te nemen in de overwegingen en de uitwerking van het initiatief.

Gebruik het werkboek eerder als **leidraad** en checklist voor te maken keuzes en het bewust worden van de specifieke **aandachtspunten** bij de uitwerking van het eigen initiatief eerder dan een vast stappenplan.

Het is ook een soort **naslagwerk** waar je heel praktische info kan in terugvinden (gebruik de inhoudstabel om de gewenste info op te zoeken).



2 Basingrediënten pop-up



Aan de hand van (een) stimulerende actie(s) geïnspireerd door de lokale context en mee bepaald door de beschikbare middelen van het lokaal bestuur, stimuleert het lokaal bestuur de realisatie van pop-ups waarbij een juiste match gevonden wordt tussen een pop-up ondernemer, een handelspand en de eigenaar ervan.

De puzzelstukjes dienen op het juiste moment in elkaar te vallen. Dat is niet evident. Als bestuur kan je hiertoe wel enkele stimulerende acties opzetten.



2.1 Lokaal bestuur

Het **lokaal bestuur**:

- neemt het *initiatief*;
- zit aan het stuur wat betreft *type actie*;
- tekent de *beleidslijnen* uit (inhoudelijke keuzes rekening houdend met de lokale context en bestaand beleid);
- bepaalt de (bijkomende) *stimuli* naar eigenaars en/of ondernemers
- (stimulerende of sanctionerende maatregelen);
- zoekt eventueel *partners* om het initiatief mee uit te dragen en te realiseren;
- *communiceert* over het initiatief naar de doelgroep(en).

Belangrijk om te beseffen: je hebt als bestuur slechts een deel van de factoren in de hand. In het geval dat het bestuur zelf eigenaar of huurder is van een handelspand, heb je wel meer controle. Of deze optie de meest aangewezen is, hangt af van de doelstellingen.



Aandachtspunten:

- Neem de tijd om de lokale **context** goed te analyseren (omvang en type leegstand, starters- en eigenaarsdynamiek, detailhandelsbeleid, bestaande beleidsinitiatieven,...).
- Bekijk in welke mate het bestuur zelf taken opneemt en waar eventueel **lokale partners** mee kunnen bijdragen.
- Neem de tijd om de **doelstellingen** van je initiatief goed af te bakenen (deze zullen mee bepalen welk format het best past in de context).
- Neem de tijd om de **complementariteit** met bestaande acties rond ondernemerschap en eigenaarschap af te stemmen, zowel inhoudelijk als op vlak van timing. Een geslaagde actie staat immers niet op zich maar maakt deel uit van een multidimensionale aanpak ingebed in een breder actieplan. Het lokaal detailhandelsbeleid, startersbeleid, leegstandsbeleid, enzovoort spelen direct of indirect een rol in het bevorderen van pop-ups.
- Gezien je voor het verloop voor een deel afhankelijk bent van externe actoren (o.a. eigenaars en ondernemers), is het belangrijk om in de planning voldoende **flexibiliteit** te houden.
- Indien je actie ook **reglementen** aanmaken vergt (in kader van bijkomende stimulerende of sanctionerende maatregelen), hou dan rekening met de nodige tijd voor de opmaak en het goedkeuringsproces. Dit heeft ook een invloed op de timing van andere onderdelen van de actie.
- Voldoende en goede **communicatie** is, zoals bij elke actie, van belang. Zowel om de ondernemers en eigenaars te overtuigen in te stappen in het initiatief, maar ook om de inwoners warm te maken voor het bijkomende winkelaanbod.
- Heb in de uitwerking van het initiatief ook oog voor de **bestaande ondernemers** zodat ze de pop-up ondernemers als een meerwaarde beschouwen, eerder dan een bedreiging.
- Indien in de lokale context veel van de handelspanden via **immokantoren** worden verhuurd/verkocht, neem ook hen mee in de aanpak. Ze vormen immers een belangrijke tussenschakel met de eigenaars, zowel naar contact als naar advies in het openstaan voor de pop-up formule als vorm voor (her)activeren pand.



2.2 Ondernemer

Ondernemerschap is de basis van elke actie. De **ondernemer** heeft in principe op het moment van het initiatief:

- een levensvatbaar *businessplan* voor het pop-up concept;
- is op zoek naar een pand *geschikt* voor de pop-up activiteit (al dan niet als bewuste tussenstap naar een vaste winkel);
- is op zoek naar een *betaalbaar* pand;
- is op zoek naar een pand dat op het gewenste moment *vrij* is;
- beschikt over de nodige *wettelijke bepalingen* om de activiteit uit te voeren;
- is *op de hoogte* van het pop-up initiatief van het lokaal bestuur.



Aandachtspunten:

- Het is in het belang van de pop-up ondernemer, de eigenaar van het handelspand én het lokaal bestuur dat het pop-up concept voldoende klaar is voor een effectieve start. Denk na over hoe het bestuur zelf of via partners de ondernemer extra kan **ondersteunen** in het uitwerken van een sterk (pop-up) **businessplan**.
- Voor ondernemers is het veel moeilijker om te achterhalen welke handelspanden er ook **beschikbaar** zijn voor een pop-up invulling. Faciliteer als bestuur hierin (meerwaarde!)
- Vooral startende ondernemers onderschatten de **kosten** voor het inrichten en huren van een pand. Welk format je ook kiest als actie, stimuleer kostentransparantie tussen de pop-upper en de eigenaar(s) over de volledige kosten tijdens de pop-up periode (bv. informeer aan de hand van het voorbeeldcontract).
- Indien er budgettaire mogelijkheden zijn voor het bestuur, kan het een optie zijn om te voorzien in een **financiële tussenkomst** voor de starter/pop-upper om de drempel naar het ondernemerschap verder te verlagen. Dit kan onder de vorm van terugbetaling van bepaalde kosten, tijdelijke vrijstelling op lokale bedrijfsbelastingen, een premie voor starters/pop-uppers.
- Een **handelshuurcontract korte duur** heeft andere bepalingen dan een normaal handelshuurcontract. De kennis hierover is vaak niet aanwezig bij de pop-up ondernemer of eigenaar, hierover informeren is belangrijk.
- Indien het aanbod (eigenaars die voor pop-up openstaan) een stuk groter is dan de **vraag** (pop-up vragen) kan het nodig zijn om extra in te zetten op het aantrekken van starters (startersbeleid).



2.3 Het pand en de eigenaar



Hoewel het twee verschillende factoren zijn in de pop-up mix, zijn ze onlosmakelijk verbonden aan elkaar. Een geschikt pand kan niet zonder instemming van een eigenaar voor pop-up activiteit verhuurd worden, omgekeerd heeft het geen zin als een eigenaar wel instemt met een tijdelijke invulling als het pand zelf niet voldoende geschikt is.

De eerste stap is het checken van het handelspand.

Niet elk **handelspand** komt in aanmerking voor een pop-up invulling. Voor een geslaagde pop-up dient het pand:

- bij voorkeur in een commercieel gunstige *ligging* te staan (locatie);
- bouwkundig (en dus ook naar veiligheidsnormen) *geschikt* te zijn;
- tijdens de voorziene pop-up periode van de actie *beschikbaar* te zijn;
- geschikt zijn voor de vooropgestelde soorten *commerciële activiteiten*.



Aandachtspunten:

- Los van de inhoudelijke oefening (locatie van het panden, welk type pand, voor welke soort activiteit) vergt het ook heel wat inspanningen om een **correct beeld** te krijgen op de effectieve lege handelspanden die relevant zijn voor een pop-up format (zie verder).
- Schakel de dienst Omgeving in voor een controle op de **vergunde functie** van het pand, soms is deze intussen gewijzigd naar woonfunctie of is er een (ver)bouwvergunning geleverd.
- Een deel van de panden zitten sowieso **'geblokkeerd'** (bv. juridisch, als deel van vastgoedproject, geen aparte ingang voor het privé-gedeelte waar de eigenaar woont, enzovoort). Hou de inspanning-return balans in het oog en durf grondig uit te selecteren voor je volgende stappen.
- Een pand kan er langs buiten goed uitzien maar dat is geen garantie dat het binnenin **bouwkundig veilig** is. Bij een handelshuur korte duur zit er een decretale beperking op de grootte van mogelijke verbouwkosten. Verouderde panden, zeker waar nutsvoorzieningen niet in orde zijn, vallen daardoor vaak uit de boot als potentieel pop-up pand (tenzij de eigenaar zelf de kosten draagt).
- Door periodiek de 'wissels' in handelspanden op te volgen, krijg je als bestuur veel beter zicht op de werkelijke **rotatie** in de handelspanden en een betere inschatting in mogelijke oorzaken waarom bepaalde panden slecht of niet roteren. (Locatus is een jaarlijkse 'foto').





De meest onvoorspelbare factor in het realiseren van een pop-up actie is het vinden van **eigenaars** die hun pand ook tijdelijk willen verhuren. Hiervoor dienen ze:

- de *meerwaarde* van een tijdelijke invulling als eigenaar te erkennen;
- *kennis* te hebben over de specifieke bepalingen van een *handelshuurcontract korte duur*;
- *bereid* zijn om het pand te activeren via een tijdelijke invulling tijdens de periode van de actie;
- in orde zijn met de *wettelijke verplichtingen* als eigenaar in verband met het pand (onder andere geldige brandverzekering);
- *kennis* te hebben over het *initiatief* van het lokaal bestuur.



Aandachtspunten:

- Het is moeilijk om eigenaars te **contacteren** indien niet via immo of geen tel/mail zichtbaar op het pand. Onderschat niet het effect van **persoonlijke contacten** (netwerk) om eigenaars te bereiken. Brieven sturen (adres via dienst Omgeving) geeft weinig respons. Een algemene publieke oproep doen naar eigenaars via de eigen communicatiekanalen kan daarin een alternatief zijn (de eigenaar contacteert individueel het lokaal bestuur i.p.v. omgekeerd).
- Onbekend is onbemind: weinig eigenaars hebben voldoende **kennis** over de mogelijkheden en voordelen van de pop-up verhuuroptie. Informeer maar dring niet aan.
- De openheid van eigenaars voor de pop-up formule hangt samen met verschillende **factoren** waar je als bestuur weinig **invloed** op hebt. Concretiseer de meerwaarde voor de eigenaar, zeker bij langere leegstand waar meer voordelen zijn om te kiezen voor huur korte duur. Besef echter dat 'objectieve' argumenten niet altijd werken. Soms zijn er juridisch, familiale, economische, emotionele redenen om nee te zeggen. Wees dus realistisch in je doelstellingen.
- Een **boodschap** van een concreet uitgewerkte actie zal eigenaars sneller aanspreken en laten beslissen dan bij een vaag idee bij je eerste contact. Zorg ervoor dat je actie al zoveel mogelijk uitgewerkt is qua vorm, aanpak en timing.
- Een groot deel van de handelspanden worden via een **immokantoor** op de markt gebracht (te koop of te huur). Erken hun rol als tussenschakel bij het contacteren van de eigenaar en hun invloed op de eigenaar in het openstaan voor de pop-up formule. Ook hier is een win-win voor het immokantoor (extra kanaal om huurder te vinden) als voor het bestuur (verhogen succes actie, opbouw positief contact op lange termijn).





2.4 Globale/lokale context

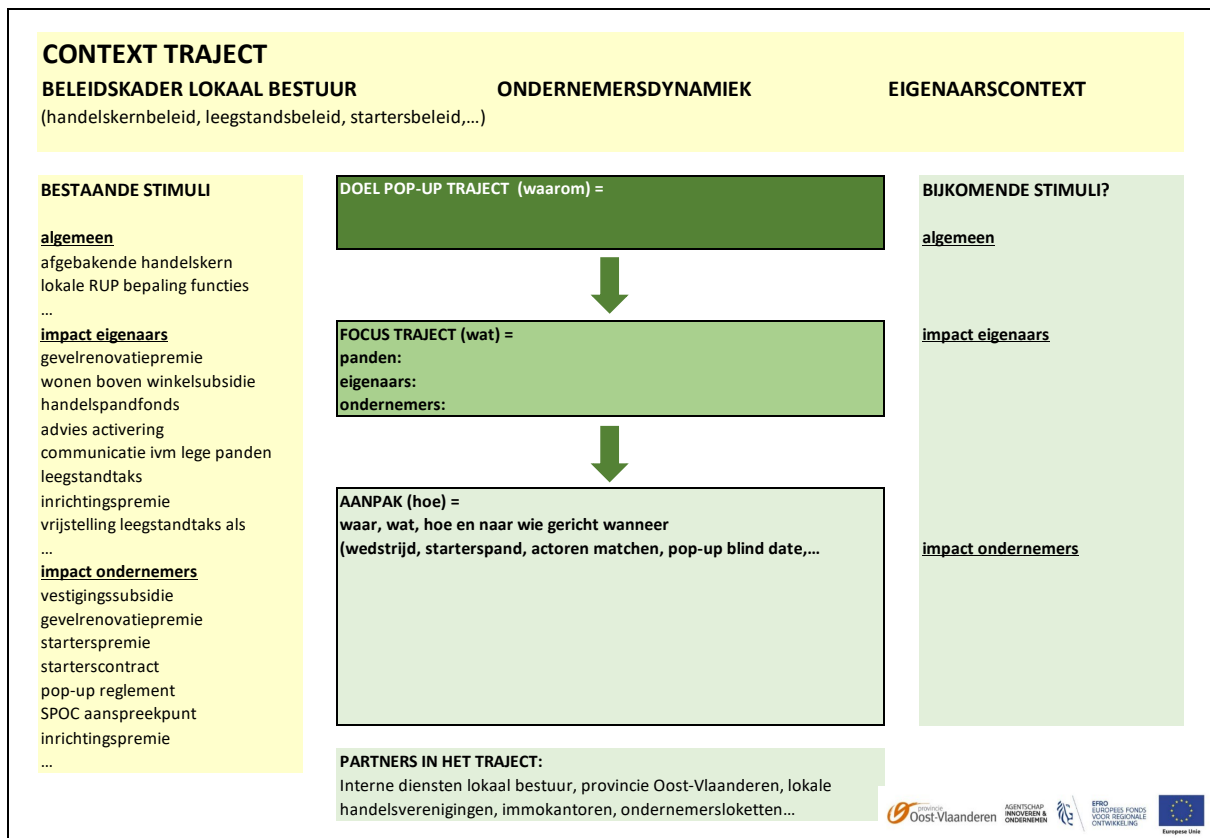


Naast deze hoofd(f)actoren spelen er in de lokale context nog andere factoren een rol die de uitrol, timing en het succes van een initiatief kunnen bepalen. Enkele van deze factoren zijn:

- de algemene toestand in de wereld met lokale economische impact (bv. covid pandemie, oorlogsdreiging);
- de aantrekkelijkheid van de gemeente/stad voor ondernemers (imago gemeente/stad);
- de spreiding, type en omvang van de leegstand binnen de gemeente/stad;
- de mate van aanwezigheid en houding van immokantoren op de handelspandenmarkt;
- de courante huurprijzen voor handelspanden op de markt en de toekomstige verwachte evolutie;
- de aan- of afwezigheid van lokale partners die het initiatief mee kunnen ondersteunen en uitdragen (bv. ondernemersverenigingen, ondernemersloketten, onderwijsinstellingen, immokantoren, ...);
- de historiek tussen personen/actoren die een positief of negatief effect kunnen hebben op het initiatief;
- de houding van de bestaande ondernemers naar pop-up initiatieven toe;
- de beschikbare communicatiekanalen en perscontacten van het lokaal bestuur in het kader van de zichtbaarheid van de acties;
- enzovoort.



3 Bepalen aanpak



De gele kaders behoren tot de eerste fase: analyse van de lokale context. Dit geeft de nodige input om te bepalen hoe het pop-up initiatief verder uit te werken (de groene kaders).



3.1 Analyse lokale context

Als lokaal bestuur is het belangrijk in de voorbereiding tot het bepalen van de actie de lokale context goed te analyseren. Er bestaan immers heel wat mogelijke aanpakken om lege handelspanden in te vullen en starters via pop-ups te activeren. **Elke format heeft een specifieke aanpak, vereist nodige middelen en beoogt verschillende resultaten.** Het is dus belangrijk om voldoende stil te staan bij de huidige situatie zodat je een actie kan kiezen die het gewenste effect genereert bv. nadruk op kwantiteit of kwaliteit van pop-ups, eenmalige actie binnen een beperkte tijdsperiode of opstart van een bijkomende vaste dienstverlening, ... Hier speelt ook de kennis en ervaring van de medewerker lokale economie van het lokaal bestuur een belangrijke rol. Bevraag indien nodig ook ondernemers en andere partners.

Door onderstaande vragen te stellen, krijg je als bestuur beter voeling met de noden en opportuniteiten.

Te bekijken.

▪ **Hoe ziet het huidige winkelaanbod van producten en diensten eruit?**

- Welk aanbod ontbreekt nog of is al verzadigd?
- Wat is de evolutie in het aanbod?
- Hoe zit de verdeling van het aanbod tussen het centrum en omgeving?
- Enzovoort.

▪ **Hoe zit het met de ondernemersdynamiek? (vraagzijde)**

- Hoe wordt de gemeente/stad gepercipieerd door ondernemers op dit moment? Ondernemersvriendelijk? Imago als aantrekkelijke winkelgemeente/stad? Enzovoort.
- Hoeveel en welke ondernemers/starters trek je op dit moment aan? Hoe evolueert het startersbestand?
- Hoe zit het met de 'vergrijzing' van het ondernemersbestand (welk aanbod dreigt weg te vallen op korte termijn en welke panden dreigen leeg komen te staan)?
- Hoe sterk is de dynamiek van onderuit (bv. aanwezigheid dienstverlenende partners in de regio, aanwezigheid ondernemersverenigingen, ...).
- Op welke noden botsen ondernemers/starters in jouw gemeente/stad op dit moment?
- Wat is de huidige vraag naar pop-up informatie door (pré-) starters?
- Wat heeft het bestuur nu al te bieden aan starters/ondernemers?
- Hoe verlopen de huidige contacten met (pre-)starters? (welke info, welke dienstverlening, via welke kanalen, ...).
- Wat heeft de gemeente/stad aan ondernemers te bieden t.o.v. de omliggende gemeenten/steden? M.a.w. wat is de meerwaarde van de lokale context?
- Enzovoort.



▪ **Hoe zit het met de leegstand en pandenrotatie? (aanbodzijde)**

- Hoe zit de spreiding van de lege handelspanden binnen het grondgebied?
- Welke type (= aanvang, langdurig, structureel, verbouw) leegstand is waar aanwezig? (zie Locatus).
- Welke grootte van panden staan (vooral) leeg? Mix, vooral grote, vooral kleinere panden?
- Hoe (niet, verkoop, te huur korte of lange termijn) worden handelspanden aangeboden?
- Door wie (via eigenaar of tussenpersoon bv. immo) worden lege panden aangeboden?
- Zijn er vastgoedprojecten die impact hebben op het aanbod van handelspanden en/of beleving in het winkelgebied?
- Hoe zijn de contacten met eigenaars van handelspanden/immo's, ... op dit moment?
- Enzovoort.

▪ **Met welke partners werkt het bestuur samen (rond lokale economie)?**

- Welke mogelijke partners kunnen potentieel ook inhoudelijk, financieel of operationeel bijdragen tot een pop-up initiatief?
- Op welke manier wordt er al met partners samengewerkt en waar zijn er opportuniteiten?
- Bv. bovenlokale overheid, lokale ondernemersverenigingen, economische adviesraad, immokantoren, ondernemersloketten, eigenaarsverenigingen, beheerders winkelgalerijen/shoppingcentra, vormingsinstellingen (met ondernemersopleidingen).
- Enzovoort.



□ 3.2 Beleidskeuze

Als bestuur is het belangrijk om een duidelijk kader te scheppen voor het pop-up initiatief en een duidelijke focus te kiezen. Zoals gezegd zal de analyse hierin al een heel stuk helpen.

Breng de bestaande beleidsinitiatieven (inhoudelijke keuzes, reglementen, acties) in kaart. Pop-ups stimuleren staat immers niet op zich maar hoort een onderdeel te zijn van een breder beleid rond ondernemerschap, detailhandelsbeleid, aanpak van de leegstand, enzovoort. Het is dus belangrijk om stil te staan bij het doel en de focus van deze actie t.o.v. het beleid en andere acties die het bestuur reeds onderneemt.

De bestaande beleidslijnen vormen het **kader** waarbinnen de pop-up oefening moet passen. Zorg ervoor dat de pop-up actie voldoende complementair en versterkend werkt.

3.2.1 Welke beleidskeuzes en reglementering en/of dienstverlening bestaan er al?

De beleidskeuzes met betrekking tot lokale economie verschillen per bestuur. Maar ook het omgevingsbeleid (bv. RUP, leegstand) spelen een rol. Check dus de bestaande beleidskeuzes en reglementeringen die een impact hebben op het pop-up traject.

Handelskern/detailhandelsbeleid

- Is er een handelskerngebied afgebakend? Is dit ook opgenomen in een lokaal RUP? Heeft dit impact op pop-up locaties en mogelijke toegestane activiteiten?
- Welke ondersteunende maatregelen worden er reeds genomen die ook een positief effect hebben op eigenaars en startende ondernemers?
- Welke commerciële profilering wenst het bestuur te realiseren/versterken? Aantrekking naar ondernemers, inwoners en bezoekers?
- Welke accenten werden gelegd in verband met ondernemersondersteuning, gewenste winkelaanbod, beleving in (het) winkelgebied(en)?
- Enzovoort.

Startersbeleid (impact op dynamiek lokaal ondernemerschap en duurzaam effect)

- Welke ondersteuning biedt het bestuur aan (startende) ondernemers? Onder welke vorm? Informeren, adviseren, financieel, faciliteren, enzovoort. Voorbeelden zijn het geven van een starterspremie en/of renovatiepremie, het terugbetalen van de inschrijvingskosten KBO, het geven van vorming, (co)financieren van inrichtingskosten, voorzien van promotie, opmaken van een pop-up reglement, inrichten van een ondernemersloket.
- Meer specifiek: welke huidige ondersteuning helpt drempels te verlagen voor ondernemers om de stap naar een fysisch handelspand te zetten?
- Enzovoort.



Leegstandbeleid (impact op verhouding met eigenaar)

- Welke stimulerende en/of sanctionerende maatregelen zijn er al voorzien naar eigenaars van handelspanden toe?
- Voorbeelden: leegstandtaks, renovatiepremies (gevelrenovatie, wonen boven winkel, enzovoort), informeren over vraag ondernemers, zichtbaarheid beschikbare panden via eigen kanalen, handelspandenfonds, vrijstelling leegstandtaks onder bepaalde voorwaarden? ...
- Enzovoort.

Andere

- Partnerschappen: zijn er samenwerkingen met externe partners die ook een meerwaarde voor het pop-up project kunnen betekenen? (zie boven)
- Omgeving: Welke beleidskeuzes werden gemaakt met impact op het aantal panden en invulling van (handels)panden in de winkelgebieden?
- Enzovoort.

3.2.2 Welke pop-up initiatieven zijn reeds geprobeerd nu of in het verleden?

Zijn er al eerdere ervaringen met pop-up invullingen? Zo ja, welke ervaring/lessen kan je meenemen naar de huidige context en nieuwe actie?

Het kan ook dat er reeds ingezet wordt op het stimuleren van pop-up invullingen, maar dat het bestuur een nieuwe formule/aanpak zoekt, ter vervanging of complementair aan de reeds bestaande initiatieven. Wat neem je in die situaties mee naar het afbakenen en invullen van het huidige traject?



Tips:

- Kijk voor **inspiratie** rond beleid en de vertaling ervan in acties ook eens bij andere lokale besturen. De ervaring leert dat collega ambtenaren lokale economie graag informatie delen en interessante nuances kunnen meegeven over het waarom en hoe.



3.3 Keuze aanpak/actie

Wat wil het bestuur bereiken? Eens de analyse gemaakt en de bestaande beleidskeuzes gecheckt, heeft het bestuur al een duidelijker zicht naar welk **gewenste effect** men wil toewerken.

Volgende vragen helpen om naast de info uit de analyse en de bestaande beleidskeuzes, nog verder **het doel, de focus en de aanpak in het initiatief** scherper te krijgen.

3.3.1 *Waar wil het lokaal bestuur pop-up formules stimuleren?*

- In enkele straten?
- Het kernwinkelgebied hoofdgemeente? Centrum alle deelgemeenten? ...
- Op het gehele grondgebied?



Tips:

- *Is het de **eerste actie** van het bestuur in verband met pop-up? Dan kan het opportuun zijn om eerst een beperkt gebied af te bakenen om de aanpak uit te testen en bij te sturen. Bij besturen waar er beperkte man/vrouwkracht op lokale economie is voorzien, kan dit ook helpen om de actie haalbaar te houden.*
- *Een pop-up in een **handelskern** heeft meerwaarde voor de pop-up ondernemer gezien daar de reeds bestaande winkelpassage.*
- *Leegstand in de handelskern/centrum valt extra op voor inwoners en klanten en heeft impact op het imago van de gemeente/stad.*
- *Heb oog voor mogelijk **ongewenste neveneffecten** afhankelijk van de soort invulling van het pop-up initiatief (bv. verschuiven leegstand van ene gebied naar het andere).*

3.3.2 *Welke soort pop-up activiteiten wil het bestuur stimuleren?*

- Alle detailhandelsactiviteiten? Ambacht? Vrij beroep?
- Horeca? Opelet: extra verplichtingen in verband met het pand en voor de ondernemer.
- Heel specifieke soort detailhandel? Bv. opstart voedingszaak in deelgemeente waar nu geen aanbod meer is.
- Enkel ondernemers of ook andere soort activiteiten, bv. sociaal-culturele activiteiten door het bestuur zelf of andere actoren?
- Enzovoort.



Tips :

- Hou er rekening mee dat het **decreet handelshuur korte duur** enkel van toepassing is op voor korte duur huur van handelspanden die hoofdzakelijk gebruikt worden voor het uitoefenen van een kleinhandel of het bedrijf van de ambachtsman, waarbij er een rechtstreeks contact is tussen de huurder en het publiek. Indien je ook andere activiteiten wil stimuleren om panden te activeren hou er dan rekening mee dat er met andere juridische vormen dient gewerkt te worden.
- Het is een optie om eventueel bepaalde type activiteiten te **ontraden** als bestuur, dus die niet in aanmerking komen voor een pop-up invulling/ondersteuning bv. nachtwinkel, automatenshop, ...
- Hou ook rekening met eventuele **RUP's** die mee bepalen welke activiteit er wel of niet mag uitgeoefend worden in het focusgebied.

3.3.3 Hoeveel en welk type ondernemers wil het bestuur stimuleren?

- Handel, ambacht, vrij beroep, ...
- Ketenwinkels, franchisewinkels? Bv. pop-up Decatlon in het shoppingcenter Gent Zuid.
- Enkel starters of ook bestaande ondernemers met nieuw concept?
- Enzovoort.



Tips:

- Indien de focus 'starter' is, **definieer** dit ook concreet (bv. eerste keer ondernemer of ook herstarter?)
- Onderschat niet het belang van een sterk **businessplan** en nodige ondersteuning aan de potentiële pop-uppers om hun slaagkansen te vergroten.
- Een **herstarter of bestaande ondernemer** die nieuwe concepten wil uittesten kan ook interessant zijn als doelgroep.
- Bij grotere lege handelspanden kan het proactief contacteren van **ketens** die passen in het detailhandelsbeleid een optie zijn, men kan ook opteren voor een formule waarbij meerdere pop-uppers samenwerken (dan wel complexer juridisch en operationeel).
- Zoals gezegd, ligt de focus van dit traject op ondernemers, maar bij hoge leegstand kan een tijdelijke invulling met bv. **sociaal-culturele activiteiten** zoals een tentoonstellingsruimte of ontmoetingsplek ook een tussenoptie zijn om een pand te activeren (check bij de andere diensten voor mogelijke opportuniteiten).

3.3.4 Hoelang wil het bestuur pop-ups stimuleren?

- Eén ondernemer maximaal ondersteunen voor langere periode met maximale slaagkansen als inspirerend succesverhaal? (bv. Win je winkel format).
- Voor zoveel mogelijk starters de drempel verlagen en laten proeven via de pop-up formule? (bv. matchmaking format, pop-up wisselwinkel).
- Werk je het pop-up initiatief uit als een tijdelijk initiatief? (bv. Win je winkel, tijdelijke pop-up premie, eenmalig netwerkmoment eigenaars en pop-up ondernemers samenbrengen, ...).



- Werk je het initiatief uit als een bijkomende vaste dienstverlening vanuit het bestuur? (bv. eigen pop-up pand zelf beheren of via externe partner, zichtbaarheid lege handelspanden vergroten, matchmaking tussen eigenaars en ondernemers, ...).
- Enzovoort.



Tips:

- Is de **hoofdfocus ondernemerschap** stimuleren, dan kan je zowel opteren voor een succesverhaal die inspireert als voor ondersteunende initiatieven waardoor meerdere pop-ups mogelijk zijn. Dit kan zijn via 1 pand waar de pop-ups wisselen of via meerdere pop-ups in meerdere panden.
- Is de **hoofdfocus zoveel mogelijk leegstand terugdringen** dan kies je bij voorkeur eerder voor initiatieven waar meerdere pop-ups gerealiseerd kunnen worden in verschillende panden in dezelfde periode.
- De **draagkracht** van het bestuur (in budget en mensen) zal een deel mee bepalen voor welke duur je het initiatief kan laten lopen. Zie ook verder.

3.3.5 Op welke manier kan en wenst het bestuur te ondersteunen/stimuleren?

Er zijn de algemene inspanningen van het bestuur om het lokaal ondernemerschap en het winkelen te stimuleren. Er zijn verschillende opties om pop-up direct of indirect te stimuleren.

- **Vormen ondersteuning eigenaars**

- **Financieel:** leegstandtaks op handelspanden opschorten onder voorwaarde pop-up invulling, premies voor gevelrenovatie, premie afzonderlijke ingang privé-gedeelte bij gemengd gebruik, ...
- **Kennis:** informeren over pop-up formule/bepalingen, meerwaarde formule voor eigenaar, ...
- **Contacten:** in contact brengen met mogelijke ondernemers geïnteresseerd in pop-up handelspand (individueel matchmaking of via netwerkactiviteit), ...
- **Zichtbaarheid:** promotie/zichtbaar maken van lege handelspanden via de eigen kanalen (bv. overzicht lege handelspanden op aparte webpagina gemeentelijke website), doorverwijzen naar Bizlocator, event organiseren voor geïnteresseerde ondernemers om alle lege panden te bezoeken, ...
- Enzovoort.

- **Vormen ondersteuning ondernemers**

- **Financieel:** starterspremie, pop-up premie, terugbetaling bepaalde kosten (bv. inschrijving KBO, vorming of inrichtingskosten), tijdelijke vrijstelling van lokale bedrijfsbelastingen, systeem uitwerken waarbij pop-up huurprijssuggesties wordt, ...
- **Kennis:** informeren over pop-up formule, informeren over mogelijke pop-up locaties, advies bij businessplan, infomomenten voor (pre)starters, ...
- **Contacten:** faciliteren tussen eigenaars en geïnteresseerde ondernemers, netwerkmomenten voor pop-up/starters organiseren, doorverwijzen naar immokantoren, ...
- **Zichtbaarheid:** mee promoten pop-ups in eigen communicatiekanalen, zichtbaar maken van de pop-up ondernemers in bv. stadsmagazine, meer algemeen zich als startersvriendelijke gemeente/stad profileren, ...
- Enzovoort.





▪ **Zelf een meer actieve rol in pop-up opnemen?** (zie hieronder)

De algemene regel geldt: een combinatie van verschillende soorten stimuli zal vaak beter werken dan een alleenstaande stimulans.

3.3.6 Welke juridische rol(len) wenst het bestuur op zich te nemen?

Anders gezegd, welk engagement wil het bestuur opnemen in de pop-up formule t.o.v. de eigenaar van het pand en de pop-up ondernemer?

Verschillende opties.

- **Het bestuur is zelf eigenaar van een pand** (directe juridisch band tussen bestuur en pop-up ondernemer)
 - Als bestuur heb je volledig zelf in handen wie, wanneer en aan welke voorwaarden men een pop-up kan starten voor hoelang (groot voordeel t.o.v. de andere formats).
 - Deze optie vergt een heel grote financiële en menselijke investering (zowel in aankoop pand als in beheer en opvolging van de pop-ups).
 - Deze optie impliceert een langetermijnengagement en voldoende startersdynamiek (vraag) voor pop-up ruimte op lange termijn.
 - Bv. Deinze ([Deinze HupHub](#)), in ontwikkeling: [Boom](#) en [Denderleeuw](#).



Tips:

- *Je kan als lokaal bestuur nog tot eind 2022 een subsidie aanvragen via [VLAIO](#) om tot 30% van de aankoopkost van een pand te recupereren.*
- **Bestuur werkt met een partner** die de juridische overeenkomst met de eigenaar sluit en de derde partij sluit overeenkomst met de eigenaars enerzijds en door overname beheer de pop-uppers anderzijds.
 - Interessant bij focus zoveel mogelijk starters laten proeven via pop-up.
 - Bijkomende stimulerende of sanctionerende maatregelen naar eigenaars is meestal nodig om bij deze formule voldoende eigenaars te overtuigen in te stappen in dit systeem.
 - Hoewel er normaal geen juridische link is met het bestuur wordt er toch nog ondersteuning vanuit het bestuur verwacht in het vinden (en opvolgen) van eigenaars en pop-up ondernemers die instappen in de formule. Soms wordt ook een soort borgstelling door het bestuur van minimum huurinkomst voor de eigenaar als engagement gevraagd.
 - Ook hier gaat het om een meerjarig engagement van het lokaal bestuur.
 - Gezien een derde partner is het extra belangrijk om het financiële plaatje in het oog te houden en afhankelijk van de werkwijze welk effect dit heeft op de huurprijs voor ondernemers.
 - Bv. [the Box Vlaanderen](#) (Gent, Oostende, ...), [MEST](#) initiatief in Mechelen.



- **Het bestuur huurt het pand van de eigenaar** en stelt deze al dan niet gratis ter beschikking van de pop-up ondernemer (juridische band met beide)
 - Je kan volgens het bewuste 'pop-up' decreet niet onderverhuren bij een huurcontract korte duur. Dit betekent dat je als bestuur een normaal handelshuurcontract dient af te sluiten met de eigenaar en uitdrukkelijk akkoord van de eigenaar moet krijgen om onder te verhuren (of gratis ter beschikking stellen van) in functie van het pop-up initiatief.
 - Ook hier gaat het in principe om een langetermijnengagement en een relatief groot budget (zeker als de locatie gratis wordt aangeboden aan de pop-upper).
 - Onderschat ook niet zoals bij bovenstaande formats de praktische opvolging van het pand en de ondernemerswissels.
 - Bv. Ninove ([start-up winkel](#)), Leuven ([popstart](#)).

- **Het bestuur faciliteert tussen eigenaar en pop-up ondernemer** (brengt beide samen en informeert over/ondersteunt in de opmaak van de overeenkomst, ...) maar er is geen juridische band, enkel tussen eigenaar pand en de pop-up ondernemer.
 - Deze optie kan in principe ook zonder groot budget opgenomen worden afhankelijk van de aanpak en invulling.
 - Ook hier verschillende opties mogelijk: wedstrijd, tussenpersoon/coach, organiseren events die match faciliteert bv. een pop-up blind date ter verbinding van geïnteresseerden, een op een ondernemers en eigenaars met lege panden in verbinding stellen (al dan niet gelinkt aan een regeling rond leegstandstaks), ...
 - Bv. [Geraardsbergen](#), Lebbeke, Eeklo, Aalst '[Immo Cupido](#)' event en [win je winkel](#), [Ronse pop-up](#), Gent ([pand zoekt ondernemer](#)).

3.3.7 Welke pop-up insteek en formats wenst het bestuur te stimuleren?

- **Gebruik pand door pop-upper als tussenstap naar duurzame huur/aankoop van het pand door de pop-upper.**
 - De focus ligt op de duurzame invulling van (een) handelspand(en) en een goed startersbeleid om de doorstartkansen van starters te maximaliseren.

- **Pop-up pand als testomgeving voor ondernemerschap (verschillende starters).**
 - De focus ligt vooral op ondernemerschap: eerder hogere rotatie van ondernemers in (een) handelspand(en) en kortere pop-up periodes (eerder enkele maanden dan een jaar).
 - Meestal wordt hier geadviseerd om als bestuur zelf een pand in beheer te nemen (aankoop of huur) of te werken met een derde partner.

- **Pop-up als inspirerend succesverhaal: win je winkel wedstrijd.**
 - De focus ligt op 1 ondernemer, de winnaar.
 - Profilering gemeente/stad als ondernemersvriendelijk.
 - Andere ondernemers inspireren via een succesverhaal en zo dynamiek op gang brengen.



▪ **Achter de schermen faciliteren match eigenaar en ondernemer.**

- De focus ligt op de drempels verlagen voor zowel eigenaar als ondernemers om elkaar te vinden
- Drempels kunnen op verschillende manieren verlaagd worden (zichtbaarheid opportuniteiten, in contact brengen, informeren, financieel stimuleren via premie's, ...).

▪ **Enzovoort.**

Voor de volledigheid, geen pop-up maar wel alternatieven in geval eigenaar pop-up niet zien zitten: **vitrine pop-up** (geen activiteit, enkel verfraaiing straatbeeld en zichtbaarheid aanbod andere ondernemers) of **bestickering** ramen. Dit kan als plan b aangeboden worden aan eigenaars die tijdelijke pop-uppers niet zien zitten voor een bepaalde reden of voor panden die geblokkeerd zijn (juridisch, vastgoedproject, ...).

En tot slot maar niet minder belangrijk.

3.3.8 Welke middelen kan het bestuur inzetten (mensen en budget) voor dit traject?

- Koken kost geld. Hoe ambitieuzer je aanpak, hoe meer tijd en mogelijk ook kosten dit zal vergen. Wees **realistisch** in wat je als lokaal bestuur kan bolwerken.
- Hou rekening met **bevindingen** uit de analyse: aantal lege handelspanden (eigenaars), potentieel aan ondernemers, het type invulling (een wedstrijd, zelf een pand huren en ter beschikking stellen, ...) en de bestaande dynamiek van ondernemers en panden (moet je bv. extra middelen voorzien om het ondernemerschap te stimuleren?).
- Denk ook aan eventuele **opvolging** na het traject. Eigenaars contacteren, ondernemerschap stimuleren ... je zet iets in gang, je start een dialoog en je creëert als bestuur verwachtingen. Een goede follow-up is dus belangrijk. Sta stil welke tijdsbesteding en budget er ook na initiatief dient voorzien te worden:
 - wat met geïnteresseerde ondernemers die geen pand vonden?
 - Wat met eigenaars die een pand ter beschikking willen stellen maar geen match vonden met een ondernemer tijdens het traject?
 - Welke dienstverlening/acties ga je verduurzamen na het traject?

Bv. onderhouden contacten met eigenaars en immokantoren, doorverwijzen ondernemers naar eigenaars met lege panden, uitwerken behandelingskader pop-ups (meer algemeen), aparte webpagina van lege panden voor de ondernemers die locatie zoeken, ...

- Idem voor wat betreft **budgetten**: als je nauwelijks financiële ruimte hebt, kan je beter niet opteren voor bepaalde formats of ondersteuning (bv. Win je winkel waar het bestuur een deel of de volledige huur betaald, ...). Per aanpak heb je meer of minder budget nodig, per aanpak is de voorspelbaarheid van de kosten ook anders.



Tips:

- *Vergeet niet te onderzoeken of er ook **bovenlokale subsidies** zijn waarmee je het initiatief kan mee financieren. Wel rekening houden in de planning met de aanvraagperiodes t.o.v. timing lanceren pop-up actie.*
- *Mogelijk kunnen **lokale partners** een deel van de kosten op zich nemen of in natura bijdragen aan het initiatief (bv. adviesverstrekking, aanbieden materiaal of promotiekanalen, ...)*
- *Check ook vooraf met alle **interne diensten** (bv. dienst Communicatie, dienst Omgeving, Juridische dienst, ...) inzake timing en taken zodat ze kunnen anticiperen op het extra werk.*

Eens alle vragen beantwoord zijn, ben je klaar met de afbakening van de doelstelling en operationele vertaling ervan naar de pop-up actie. Er zijn geen 'juiste' of 'verkeerde' antwoorden op de vragen, enkel opties die afhankelijk van de vooropgestelde doelstellingen interessanter en/of haalbaarder kunnen zijn dan andere.

In bijlage vind je een projectfiche waarin je alle inhoudelijke en operationele keuzes overzichtelijk in een projectfiche kan gieten.



Belangrijk: zorg voor een duidelijk basisverhaal die zowel intern als extern gebruikt kan worden om de doelstellingen en aanpak van de pop-up actie eenduidig te communiceren.

Door een pop-up initiatief zet je intern leegstand en ondernemerschap zichtbaarder op de agenda. Dit kan ervoor zorgen dat er ook beleidsmatig meer afstemming komt in de aanpak van deze zaken op langere termijn.



4 Reglementering en andere documenten

Bij de uitwerking van de actie kan je tot de vaststelling komen dat het bestuur een **nieuw reglement** dient uit te werken (een wedstrijdreglement, een premiereglement, ...). Het kan ook zijn dat enkele **bestaande reglementen aangepast** dienen te worden of beter op elkaar dienen afgestemd worden. Het kan bv. interessant zijn om de leegstandstaksregels te koppelen met een vrijstelling ervan bij het beschikbaar stellen van het handelspand voor pop-up (bv. MEST in Mechelen, Ronse pop-up)

Belangrijk om de **timing** voor de uitwerking en het goedkeuringsproces, via het college van burgemeester en schepenen of via de gemeenteraad, goed in te schatten met de andere stappen in het actieplan. Zo kan je bv. niet beginnen communiceren naar het publiek over een wedstrijd als het reglement nog niet is goedgekeurd door het schepencollege. Dat kan problematisch zijn omdat er toch best wat 'teaser/aanlooptijd' voorzien wordt om de geesten bij ondernemers, eigenaars en publiek te doen rijpen.

Los van reglementen die normaal via de gemeenteraad gaan, kunnen er ook andere documenten nodig zijn. Zo stelde lokaal bestuur Beveren een afsprakennota op die zowel ondernemers als eigenaars dienden te ondertekenen binnen hun BV pop-up actie, waarbij het bestuur een financiële tussenkomst gaf aan de ondernemer. Lokaal bestuur Temse maakte niet alleen een wedstrijdreglement op voor de Win je Winkel wedstrijd, er werd ook een intentieverklaring opgesteld die met de eigenaar van het handelspand werd ondertekend om zo de beschikbaarheid van het pand en de hoofdhuurvoorwaarden voor de wedstrijdperiode te garanderen.

Een eigenaar zal ook meer vertrouwen hebben als je als bestuur al bepaalde documenten en/of reglementen kan voorleggen.



Tips:

- *Vergeet niet om bij de uitwerking van de reglementen ook oog te hebben voor de **bestaande ondernemers**. Zij staan soms negatief t.o.v. pop-up initiatieven en zien het soms (afhankelijk van de opgelegde regels) als oneerlijke concurrentie.*
- *Bij de bepaling van de criteria of de keuze voor een bepaald type pop-up format kan hier een deel in tegemoet gekomen worden. Bespreek het initiatief ook met de adviesraad lokale economie indien van toepassing.*
- *Vergeet niet om voldoende te communiceren rond de initiatieven zodat de stimuli voldoende gekend worden bij ondernemers/starters/eigenaars.*



Enkele voorbeelden (een online zoektocht kan je nog andere voorbeelden geven)

- Reglement (horeca) pop-up ([Lebbeke](#), [Erpe-Mere](#), [Brugge](#), [Destelbergen](#), [Denderleeuw](#), ...)
- Behandelingskader aanvragen pop-up horeca (Sint-Laureins, Wachtebeke, ...)
- Reglement voor een pop-up premie ([Lebbeke](#), [Aarschot](#), ...)
- Wedstrijdreglement win je winkel ([Temse](#), Beveren, Ronse, [Mol](#), Aalst, ...)
- Premie invulling leegstaande handelspanden ([Lier](#), ...)
- Reglement pop-up premie ([Lebbeke](#), ...)
- Starterspremie ([Gent](#), [Sint-Niklaas](#), [Hamme](#), [Buggenhout](#), [Aalst](#), [Lebbeke](#), ...)
- Reglement pop-up panden ([Ronse](#), ...)
- Vrijstelling van gemeentelijke belasting ([Sint-Niklaas](#), [Gent](#), ...)
- Reglement terugbetaling kosten ([Geraardsbergen](#), [Gent](#), [Melle](#), ...)



5 In kaart brengen van relevante lege handelspanden

Niet elk **handelspand** komt in aanmerking voor een pop-up invulling. Voor een geslaagde pop-up dient het pand:

- bij voorkeur in een commercieel gunstige *ligging* te staan (locatie);
- bouwkundig (en dus ook naar veiligheidsnormen) *geschikt* te zijn;
- tijdens de voorziene pop-up periode van de actie *beschikbaar* te zijn;
- geschikt zijn voor de vooropgestelde soorten *commerciële activiteiten*.



5.1 Selectiecriteria afbakenen actiegebied

Niet elk pand komt in aanmerking om op korte termijn een pop-up te realiseren. Vandaar is het belangrijk om stil te staan bij de volgende vraag: welke panden komen in aanmerking voor de pop-up formule binnen het traject?

Er zijn verschillende redenen om bepaalde panden wel of niet mee te nemen. Er zijn mogelijke keuzes te maken op vlak van ligging, bouwkundige kenmerken en wettelijke bepalingen. Zeker in grotere winkelgebieden is het nodig om goed te selecteren zodat tijd en energie efficiënt ingezet kunnen worden voor het pop-up initiatief.

De gekozen criteria zullen mee afbakenen welk gebied en welk soort panden in aanmerking komen.

Het kan ook een rol spelen in het bepalen van de volgorde van welke eigenaars je eerst contacteert. Panden in wat slechtere staat zet je best wat lager op de lijst.

5.1.1 *Beleidscriteria*

Mogelijke factoren die door de vastgelegde focus van het bestuur mee bepaald worden:

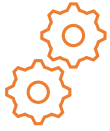
- **Ligging** van het pand (bepaalde straten, handelskern, ...).
- **Functie** van het pand (handelspand, gemengd gebruik, woonpand, ...).
- **Grootte** van het pand (bv. grote panden vormen een grotere (financiële) drempel voor de meeste starters, anderzijds zijn het vooral de kleinere panden die meest leeg komen te staan en mogelijk onvoldoende rendabel zijn als oppervlakte voor bepaalde type activiteiten).
- **Toestand** van het pand: enkel nieuwbouw, casco, gebruiksklaar, wordt niet op korte termijn gerenoveerd of afgebroken.
- Is er een gemeentelijk **RUP** of ander omgevingsplan dat bepaalt welke soort activiteiten er in bepaalde straten/handelspanden mogen uitgeoefend worden?
- Enzovoort.



5.1.2 Infrastructurele/wettelijke criteria

- Het pand is leeg en minstens voor de voorziene actieperiode **beschikbaar**.
- Het pand is **bouwkundig** geschikt (veiligheid infrastructuur, brandweer positief advies).
- Er is voldoende **infrastructuur** (bv. sanitair) en de wettelijke **keuringen** zijn in orde (nutsvoorzieningen nog geldige keuring?...).
- Het pand is geschikt voor de activiteit die uitgevoerd zal worden (m.a.w. wat is de vergunde **functie** van het gebouw?)
- Het pand is correct **verzekerd** door de eigenaar.
- Enzovoort.





5.2 Concrete aanpak

5.2.1 Selectie maken van straten/gebied vanwaar je panden in kaart wil brengen

Afhankelijk van de gemaakte beleidskeuzes en de vertaling ervan in de bovenstaande selectiecriteria, baken je de straten af waarvan je de handelspanden in kaart wil brengen.



Tip: De **visuele kaart** vanuit Locatus waar je de lege panden kan selecteren en zelfs visueel kan differentiëren tussen types leegstand (verbouwing, aanvangsleegstand, langdurige leegstand en structurele leegstand) kan helpen indien men een beperkt gebied wenst af te bakenen.



5.2.2 Lijst (lege) handelspanden uit Locatus

De medewerkers van Locatus verzamelen **jaarlijks** gegevens over alle commerciële panden in Vlaanderen: winkels, horeca, diensten en commerciële leegstand. Via de Vlaamse Provincies krijgen de lokale besturen gratis toegang tot deze databank.

Gebruik van de online Locatus databank is dus **gratis** voor de Oost-Vlaamse besturen.

- Toegang? Login aanvragen via team Economie - Provincie Oost-Vlaanderen detailhandel@oost-vlaanderen.be
- Bij het consulteren van de Locatus data zie je ook de datum waarop het pand is geïnventariseerd. Eén keer per jaar is er een update door Locatus.
- Handleiding van de online Locatus databank via www.locatus.com

In Locatus kan je een **visueel plan** generen van de locaties van (lege) handelspanden. Dit is interessant om beter zicht te krijgen op de omvang, spreiding en type leegstand in het voorziene gebied.

Daarnaast kan je ook de gegevens per pand in een **Excel-compatibel** format downloaden. Hier vind je onder meer de grootte van de winkelruimte, type leegstand, adres, enzovoort terug. Deze lijst kan je als overzichtslijst gebruiken bij de volgende stap.



Tips:

- Trek jaarlijks rond dezelfde periode (best net aan de update van de gegevens door Locatus) een lijst uit Locatus van alle panden, zo krijg je op termijn een mooie **historiek** van de pandenrotaties en van de leegstand.
- Eventuele foutieve info (bv. pand is geen handelspand meer, pand is in gebruik maar lijkt leeg) doorgeven aan Locatus via mail naar quality@locatus.com (Locatus doet eerste finale check en past dan gegevens aan in haar databank).



5.2.3 Info Locatus ter plaatse controleren en verder aanvullen + online onderzoek

Gezien Locatus één keer per jaar **veldwerk** doet, is het cruciaal om ook zelf de straat op te gaan. Niet alleen om te controleren of de gegevens van Locatus correct zijn in verband met de leegstand (leegstaande panden kunnen bv. snel een nieuwe – tijdelijke – invulling krijgen), maar ook om bijkomende relevante informatie te verzamelen zoals:

- **Gebruik:** is het pand nog effectief in gebruik als handelspand? Bv. soms wordt een gelijkvloers als woongedeelte ingevuld bij een ondernemer op pensioen in een gebouw met gedeeld gebruik (vroegere winkelruimten die ondertussen worden bewoond, worden door Locatus niet meegeteld als – leegstaand – commercieel pand).
 - Indien nee, checken bij dienst Omgeving of er een functiewijziging is aangevraagd.
- **Actief:** wordt het pand actief aangeboden? Of wordt met andere woorden het pand te huur of te koop aangeboden?
 - Een deel van de panden wordt ook minder zichtbaar op de markt gebracht (bv. enkel via immo of vastgoedtussenpersonen zonder publieke zichtbaarheid). Dit is heel moeilijk te achterhalen.
- **Soort pand:**
 - Is het pand ook bewoond? (gemengd gebruik)
 - Is er een aparte ingang voor het winkelgedeelte?
 - Is het winkelpand deel van een appartementsblok? Relevantie: in de basisakte van grotere gebouwen zit soms een beperking op de soort activiteit die in het handelspand mag uitgeoefend worden.
- **Contactgegevens:** zijn de contactgegevens van het immokantoor of andere info duidelijk ter plaatse zichtbaar?

Voor een deel van de panden zal je geen contactinformatie terugvinden op het pand zelf. Dan heb je nog twee opties:

- Buren, vorige uitbaters van het handelspand of persoonlijk netwerk bevragen of ze weten wie de eigenaar is.
 - Informele kanalen werken beter in het contacteren van eigenaars.
 - Soms woont de eigenaar ook boven het handelspand. Check bij gemengde panden ook even wie er boven woont.
- Gegevens van de eigenaar opvragen bij dienst Omgeving op basis van kadastergegevens. Opgelet: respecteer de GDPR wetgeving hieromtrent!
- **Toestand** van het pand: lijkt het pand op basis van een eerste visuele controle nog in voldoende goede staat, zowel aan de buitenkant als aan binnenkant, om op korte termijn te activeren?
 - Noteer ook of het pand al dan niet tijdelijk in verbouwing is.
 - Noteer of het pand casco is of niet (m.a.w. nutsvoorzieningen aanwezig of niet).
- **Prijs:** is er een huur- of verkoopprijs vermeld?



Prijs Geschiedenis

Datum	Vraagprijs	Aangeboden
19 Feb 2022	€ 2.250	KMO Vastgoed

Prijzen gevonden op dit adres

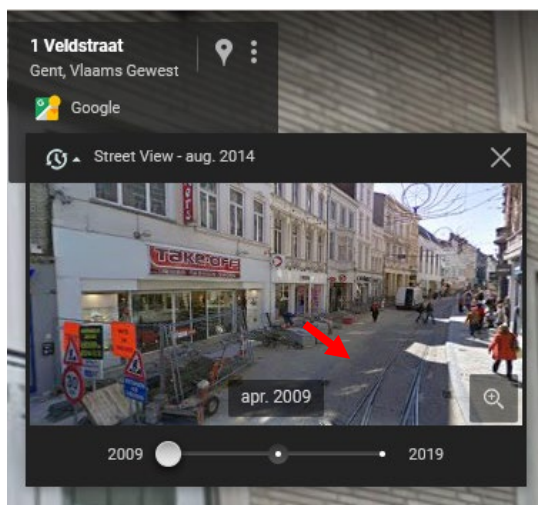
Type	Datum	Vraagprijs	Slipks	Aangeboden
Handelspand	May 2021	€ 2.125	--	Landbergh Vastgoed
Handelspand	Oct 2020	€ 1.750	--	C21 Woonkantoor
Handelspand	Oct 2020	€ 1.750	--	C21 Woonkantoor
Huis	Jul 2020	€ 1.875	--	Immomatch invest

Het is interessant om minstens voor de panden die via immokantoren of vastgoedtussenpersonen worden aangeboden ook **online** enkele (ontbrekende) **gegevens te verzamelen**.



Tips:

- *Via Google Maps kan je in sommige gevallen via de **Street View-optie** ook virtueel in het verleden gaan zoeken naar invullingen, als er meerdere foto's beschikbaar zijn.*



- *Het is ook altijd interessant om het adres van het pand in te geven op <https://www.immospeurder.com>, daar kan je vaak ook de historiek terugvinden van wanneer het pand aan welke prijs, door welk immokantoor is aangeboden.*

Een deel van relevante informatie zal je uiteindelijk enkel uit een gesprek met de eigenaar en/of het immokantoor kunnen ontdekken.

5.2.4 Tweede selectie maken van relevante panden voor de verdere stappen

Door controle in de straat en eventueel aanvullende gegevens online krijg je niet alleen een goed zicht op de **werkelijk lege handelspanden**, maar kan je een **verdere selectie** maken welke handelspanden de grootste kans op slagen hebben met een pop-up invulling.



Afhankelijk van het soort format (en het aantal panden waarvan je wil weten of pop-up mogelijk is) kan je die selectie streng of minder streng toepassen. Hou rekening met de tijdsinvestering per pand om de volgende stappen te (kunnen) zetten. Opgelet, een te strenge selectie zorgt dan weer voor een grotere kans dat je uiteindelijk geen enkel pand voor pop-up vindt.



Tips:

- Voor een **Win je winkel** heb je slechts één pand nodig en kan je bv. een top 5 maken van interessantste panden van wie je de eigenaar eerst contacteert. Geen succes? Dan kan je werken op de volgende 5 panden.
- Als je voor het **matchmaking** format kiest, zeker als vaste dienstverlening op lange termijn, is het opportuun om zoveel mogelijk eigenaars van panden te contacteren en dus een minder strenge selectie te maken. Bij de eerste bevragingronde vergt dit veel tijd, maar op termijn zal dit vruchten afwerpen op vlak van inzicht in de pandenrotatie, het opbouwen van een vertrouwensband met de eigenaars en het detecteren met welke eigenaars men kan samenwerken in functie van pop-up.

5.2.5 Opmaak overzichtslijst lege panden/eigenaarsinfo

Maak een overzicht van alle verzamelde informatie van de handelspanden. Dit kan door uitbreiding van de Locatus Excel-lijst of via een andere format.

Zeker bij formats waar je meerdere panden wenst te activeren en er veel lege panden zijn die relevant zijn voor pop-up, is het handig om een overzicht inclusief foto's te maken. Een voorbeeld:

Foto's binnen en buiten	HOOFDSTRAAT 2 – voorloipig niet	Contactgegevens	Nuttige info
 	<p>Voordien vb, kapper x</p> <p>Grootte: xx m² commerciële ruimte xxm² in totaal (eventueel indeling)</p> <p>Leegstand: type (aanvang, langdurig, structureel, verbouw)</p> <p>Type pand: gemengd gebruik? aparte ingang? Deel appartementsgebouw?</p> <p>Toestand pand: goede/slechte staat, bepaalde inrichting aanwezig? Nutsvoorzieningen ok?</p> <p>Te huur of te koop via immo x voor xxxxxxx euro xxx euro/maand bijkomende kosten</p> <p>Locatus gegevens</p>	<p>Eigenaar: Adres Mail Tel/gsm</p> <p>Immo x indien van toepassing Contactpersoon Mail Tel/gsm URL-link naar info pand</p>	<p>Wie gecontacteerd wanneer? xx/xx: kort noteren info van en uit contact</p> <p>tg, do na contact:</p> <p>Open voor tijdelijke invulling of vitrine? JA/NEE</p> <p>Onder welke voorwaarden voor eigenaar?</p> <p>activiteiten: huurprijs: huurduur: beschikbare periode: verbouwingen: andere:</p> <p>Potentieel: pop-up, horeca pop-up, vitrine,...</p>

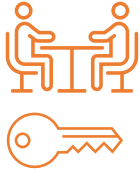
In bijlage vind je een Word-format dat is gebruikt in het traject.



Tips:

- De overzichtslijst kan als basis gebruikt worden om de lege panden ook op de lokale **website** te plaatsen (bv. als mogelijke dienstverlening vanuit het bestuur).
- Waar je geen contactgegevens hebt kunnen verzamelen, vraag de adresgegevens na bij dienst Omgeving (check de interne GDPR afspraken hierrond).
- Vraag bij twijfelgevallen bij de dienst Omgeving voor welke **functie(s)** een pand is vergund. Als een pand een functiewijziging naar woonpand heeft gekregen, dan valt deze uiteraard uit de lijst van potentiële pop-up panden.

Na het in kaart brengen van de potentieel interessante panden voor pop-up invulling, volgt de moeilijkste stap: de eigenaars contacteren en overtuigen.



6 Eigenaars overtuigen

De meest onvoorspelbare factor in het realiseren van een pop-up actie is het vinden van **eigenaars** die hun pand ook tijdelijk willen verhuren. Hiervoor dienen ze:

- de *meerwaarde* van een tijdelijke invulling als eigenaar te erkennen;
- kennis te hebben over de specifieke bepalingen van een *handelshuur* korte duur;
- *bereid* zijn om het pand te activeren via een tijdelijke invulling tijdens de actieperiode;
- in orde zijn met de wettelijke *verplichtingen* als eigenaar in verband met het pand (o.a. geldige brandverzekering);
- *kennis* te hebben over het *initiatief* van het lokaal bestuur.



6.1 Meerwaarde voor de eigenaar

De eigenaar beslist of het pand ter beschikking wordt gesteld voor een pop-up invulling of niet. Uit de verschillende trajecten blijkt dat er vooral weinig tot geen kennis is bij de eigenaars over de mogelijkheden en voorwaarden van tijdelijke commerciële invullingen.

De meerwaarde om een pand te activeren via tijdelijke invulling is nog te weinig gekend, maar ook de manier waarop bepaalde bepalingen in een contract korte duur enkele bezorgdheden van eigenaars kunnen counteren.

Hoewel eigenaars eerder geneigd zijn eventuele nadelen te zien van een tijdelijke invulling (bv. veel gedoe voor beperkte periode, risico op schade pand door pop-upper, vaste huurder/koper mislopen omdat een pop-upper in het pand zit, ...), zijn er ook heel wat voordelen om als eigenaar je pand open te stellen voor tijdelijke invulling.

Eigenaars panden passen voor pop-ups



© Het Nieuwsblad, 16-09-2015. Redactie Marc Peeters. Foto Marc Leysen

6.1.1 *Belangrijkste voordelen voor de eigenaar*

- **Herwaardering van het winkelpand:** het commercieel potentieel van het pand wordt in de kijker gezet. Op die manier vergroot de kans om op lange termijn het pand te verhuren/verkopen. Zo kan zelfs de pop-upper uitgroeien tot een vaste huurder en/of koper worden van het pand.
- **Aantrekkelijkheid van de handelskern:** door de activering van een pand via pop-up werkt men mee aan het versterken van de uitstraling van de winkelstraat, waardoor de aantrekkelijkheid van de locatie en dus de waarde van het pand herstelt/stijgt. Leegstand heeft immers negatieve gevolgen op de directe omgeving en perceptie van de straat.
 - Boodschap: eigenaars zijn mee verantwoordelijk voor de dynamiek van de winkelstraten.
 - Het geeft kansen aan nieuwe ondernemers: versterken dynamiek van de winkelstraten.



- **Waardebehoud:** het pand wordt onderhouden; minder kans op aantasting van het gebouw door niet-gebruik (koude en vocht).
 - Dit argument werkt minder goed in het geval dat de eigenaar het pand als langetermijnbelegging ziet of als het pand wordt afgebroken in kader van een vastgoedproject.
- **Inkomsten:** in afwachting van de langetermijnactivering genereert het pand opbrengsten. Afhankelijk van de gevraagde pop-up huurprijs wordt minstens een deel van de vaste kosten van het onroerend goed gedekt.
 - Soms heeft een eigenaar schrik om tijdelijk een pand voor een lagere prijs aan te bieden op korte termijn, redenering: een 'normale' huurprijs op lange termijn is dan moeilijker te verdedigen, tijdelijke huurder blokkeert het pand als een vaste huurder interesse zou tonen.
 - Door te wachten op een huurder die 'de volle pot' wil betalen, kan men echter het omgekeerde effect realiseren op lange termijn: lange leegstand = pand wordt als minder aantrekkelijk gezien en dus minder bereidheid bij ondernemers voor het betalen van de gevraagde huurprijs.
 - Optioneel: in sommige gemeenten/steden kan het openstellen voor tijdelijke invulling via pop-up gekoppeld worden aan een **tijdelijke opschorting** van de plaatselijke **leegstandstaks** (afhankelijk van lokale regelgeving), bv. Mechelen en Ronse.
- Enzovoort.

6.1.2 Bepalingen huurcontract korte duur (volgens pop-up decreet)

In de vele contacten met eigenaars en immokantoren tijdens dit traject, valt het op dat de kennis over wat een huurcontract korte duur precies inhoudt heel beperkt tot onbestaande is. Dit ondanks het feit dat het decreet die de contactbepalingen bepaalt reeds in 2016 van kracht is.

Het is dan ook belangrijk om ook deze partijen hierover te informeren. Vooral omdat enkele dwingende bepalingen in de opgelegde contractvorm een deel van de bezorgdheden van de eigenaar kunnen weghalen.

Enkele voorbeelden.

- Duur huurcontract maximum 1 jaar: indien de eigenaar het pand wil verkopen, kan er in overleg met de ondernemer gekozen worden voor een veel kortere pop-up periode, bv. 3 maanden (sowieso minimale tijd nodig om de verkoop ook notarieel rond te krijgen).
- Aanpassingen aan het pand: valt in onderling overleg te bepalen. Er is wel een maximum in waarde vastgelegd door het decreet (maximaal voor waarde van 1 jaar huur, een volledige verbouwing kan in principe niet).



- Geen automatisch recht tot huurverlening, ook niet stilzwijgend: de eigenaar kan voor de pop-up periode een lagere huurprijs vragen, maar is dus niet verplicht om bij de omschakeling naar een vast huurcontract aan dezelfde voorwaarden te verhuren. De eigenaar is ook niet verplicht om akkoord te gaan met een tweede pop-up contract of omschakeling naar een vast contract. Er is dus geen formele opzeg nodig, het contract eindigt van rechtswege.



Tip:

- *Binnen dit traject zijn zowel een bondige **infofiche** als een **voorbeeld van huurcontract korte duur** opgesteld. Deze zijn terug te vinden in bijlage.*



6.2 Mogelijkheden om pop-up te stimuleren bij eigenaars

Wat mag de eigenaar verwachten van het lokaal bestuur en op welke manier kan je de eigenaar belonen/bestrafen in functie van activatie van een handelspand?

Je kan zowel stimulerende als sanctionerende maatregelen treffen als bestuur. Op basis van de insteek van het bestuur, kan je bepalen met welk verhaal je naar de eigenaar stapt.

▪ **Financieel:**

- Leegstandtaks op handelspanden instellen (sanctionerend).
Bv. [Leuven](#), [Mechelen](#), [Ronse](#)
- Opschorten van leegstandtaks onder voorwaarde pop-up invulling (stimulerend).
Bv. Leuven, Mechelen, Ronse
- Premies voor gevel of andere renovatie (bv. wonen boven winkel).
Bv. [Ronse](#), [Sint-Niklaas](#), [Eeklo](#), [Roeselare RSL B\(l\)oeit](#), ...

▪ **Kennis:**

- Informeren over pop-up formule/bepalingen:
 - Informeren over pop-up en bepalingen handelshuur contract korte duur: zie voorbeeld ontwikkeld voor dit traject.
 - Wijzen op de lokale vraag naar pop-up ruimte.
 - Meerwaarde pop-up formule voor eigenaar: zie hierboven.
- Informeren over initiatieven van het lokale bestuur m.b.t. lokaal ondernemerschap, leegstandsbestrijding en stimuleren tijdelijke invulling.
- Informeren *derden* (zoals immokantoren) over optie huur korte duur als mogelijkheid voor activeren pand en initiatieven van het lokaal bestuur rond stimuleren pop-up (bv. door organisatie van een infomoment, via contact met immokantoren, ...).

▪ **Contacten faciliteren:** in contact brengen met mogelijke ondernemers geïnteresseerd in pop-up handelspand.

- Via individueel matchmaking (bestuur als tussenpersoon).
- Via netwerkactiviteit: beide groepen samenbrengen, bv. Aalst (Immo Cupido).
- Via immokantoren (of tussenpersoon).



▪ **Zichtbaarheid:**

- Promotie/zichtbaar maken van lege handelspanden via de eigen kanalen zoals overzicht lege handelspanden op aparte webpagina gemeentelijke website, bv. [Brugge](#).
- Via promoten van [Bizlocator](#) bij eigenaars en ondernemers. Dit kan via de ondernemerswebpagina, in contacten met eigenaars en ondernemers, Of het lokaal bestuur kan een eigen databank uitwerken, bv. [Aarschot pandendatabank](#).
- Een *event* organiseren voor geïnteresseerde ondernemers om alle lege panden te bezoeken of deze te leren kennen op een infomoment, bv. Aalst Immo Cupido.
- Meer algemeen: *winkelbeleving* in de gemeente/stad stimuleren via acties en in samenwerking met de bestaande ondernemersverenigingen en andere actoren, ...



Tip:

- *Zorg ervoor dat je vooraf duidelijk weet wat je **aanbod** is in de verschillende situaties en waar je bepaalde bezorgdheden van de eigenaar kan counteren door de gekozen aanpak en voorziene ondersteunende acties die je als bestuur opneemt.*



6.3 Concrete aanpak: eigenaars contacteren

Je hebt een selectie gemaakt van potentiële panden. Je hebt een verhaal klaar waarmee je naar de eigenaar kan gaan.

Niet elke eigenaar zal gemakkelijk te contacteren zijn of staat open voor een gesprek over tijdelijke invulling als manier om het pand te (her)activeren. Daarnaast is het ook tijdsintensief om bij een groot aantal panden elke eigenaar op te zoeken en het gesprek aan te gaan.

Er zijn enkele factoren die maken dat eigenaars meer of minder openstaan voor tijdelijke invullingen. Uit ervaring kunnen we volgende zaken meegeven, zeker in het geval je voor heel veel panden wil nagaan of de eigenaar wil pop-uppen.



Tips:

- **Huur of verkoop:** een eigenaar die het pand te huur aanbiedt, zal meestal sneller instemmen met een pop-up dan iemand die een pand te koop stelt.
- **Wonen boven handelspand:** een eigenaar die boven een handelspand woont dewelke niet is afgezonderd van de privé woonruimten, zal meestal niet openstaan voor een pop-up.
- **Woonplaats:** een eigenaar die zelf in de gemeente woont, is vaak sneller geneigd om een pop-up te overwegen (wegens lokale en sociale binding).
- **Immo:** een eigenaar die met een immokantoor werkt, is vaak gemakkelijker te bereiken. Of de eigenaar openstaat voor pop-up hangt af van de tussenpersoon en het advies dat het immokantoor geeft. Investeer daarom in een goed contact met immokantoren!
- **Meerdere panden:** een eigenaar die meerdere panden bezit, zal vaak minder snel geneigd zijn om een pop-up te overwegen (voelt minder financiële druk door niet verhuur/niet verkoop van 1 pand). Dit criterium is echter veel moeilijker vooraf te kennen (tenzij de naam van de eigenaar terugkomt bij verschillende panden).
- **Juridisch:** sommige panden zijn 'geblokkeerd', bv. door een echtscheiding of een nalatenschap waarbij de eigenaar (of meerdere eigenaars) over het pand beslist (beslissen). Deze situatie maakt het veel moeilijker of onmogelijk om een akkoord te krijgen voor tijdelijke invulling. Ook dit criterium is moeilijker vooraf te kennen.

6.3.1 Contactgegevens eigenaars

In het beste geval heb je de contactgegevens teruggevonden van de eigenaar of het immokantoor; deze gegevens waren vermeld op het pand of online terug te vinden. Tijd om contact op te nemen.

Dat kan op verschillende manieren: telefoneren, mailen, persoonlijk aanspreken. Allemaal afhankelijk van over welke info je beschikt en of je de persoon persoonlijk kent of niet.



Tips:

- **Interactieve communicatie** (telefoneren of persoonlijk aanspreken) werkt beter dan mailen of een brief sturen, want je kan in het moment zelf checken of de eigenaar alles goed begrijpt en welke vragen hij/zij heeft.
- Gebruik je **persoonlijk netwerk** en dat van de collega's als er geen contactgegevens (telefoon of mail) terug te vinden is. In bijna alle vijf betrokken lokale besturen zijn er op die manier enkele eigenaars bereikt die anders moeilijk te contacteren waren. De persoonlijke link geeft ook een meer open start van het gesprek.
- Een groot deel van de handelspanden worden via een **immokantoor** op de markt gebracht (te koop of te huur). Indien het geval, ga altijd via het immokantoor. Erken hun rol als expert en tussenpersoon, breng een verhaal waar ook een win-win voor hen in zit: het initiatief van het lokaal bestuur is een extra kans om het pand te activeren en hun klant tevreden te stellen. Zeker bij panden die al langer aangeboden staan, kan de vastgoedmakelaar een positieve invloed hebben op de eigenaar.
- Gebeurt het **eerste contact schriftelijk** (per mail of brief), geef voldoende informatie over het initiatief van het bestuur. Gebeurt het contact mondeling, stuur wat besproken is en de algemene info over het initiatief ook nog eens per mail door, zo hebben ze jouw contactgegevens en omgekeerd.

Geen contactgegevens? Dan dien je de dienst Omgeving in te schakelen om de adresgegevens van de eigenaar(s) te achterhalen via het kadaster. Opgelet: volg hiervoor de interne GDPR-afspraken.

Ofwel is de eigenaar al gekend bij het bestuur, ofwel niet en kan je enkel een brief versturen. Uit de trajecten is gebleken dat brieven versturen weinig respons oplevert (al kan het ook deels liggen aan de periode – eindejaar/coronapiek).



Tips:

- Krijg je geen respons op je proactieve aanpak, dan kan je nog altijd gaan voor een algemene **publieke oproep** naar eigenaars via de eigen communicatiekanalen.

Bv. bij matchmaking: "Ben je eigenaar van een leegstaand handelspand? Contacteer de dienst Lokale Economie en dan brengen we je in contact met ondernemers die een pop-up pand zoeken". De eigenaar contacteert individueel het lokaal bestuur (pull) i.p.v. omgekeerd (push).



6.3.2 Gesprek

Het is belangrijk om te achterhalen wat de bedoeling van de eigenaar is met het pand en welke mogelijke bezwaren of **drempels** er bij de eigenaar zijn inzake pop-up invulling. Dit bepaalt in hoeverre de voorziene ondersteuningsmaatregelen vanuit het lokaal bestuur naar eigenaars een positief effect zullen hebben om die drempels te verminderen.

Daarnaast is het ook belangrijk om bepaalde **praktische vragen** te stellen over de geschiktheid en mogelijkheden van het pand, zodat het duidelijk is welke activiteiten er mogelijk zijn en wat de eventuele nog te doenlijst betreft (bv. keuring elektriciteit, advies brandweer, ...). Dit bepaalt mee waar je op moet letten bij het matchen van eigenaars/panden met kandidaat pop-uppers.

De antwoorden op onderstaande vragen helpen om beter te begrijpen *waarom* een pand niet geactiveerd geraakt. Anderzijds helpen ze ook zicht te krijgen op de *motivatie* van de eigenaar en mogelijke argumentatie die je kan gebruiken om de eigenaar te stimuleren open te staan voor de opties van tijdelijke invulling.

▪ Wat wil de eigenaar zelf met het pand doen in de nabije toekomst?

- Is de leegstand gewenst of ongewenst?
- Wil men het pand activeren of niet? Onder welke vorm? Leeg laten, verhuren, verkopen, geen actie (beleggingsobject), ...

Indien de leegstand als niet problematisch wordt gezien, is het vaak heel moeilijk om de eigenaar te overtuigen van de pop-up optie.

- Mogelijke andere redenen die een pand kunnen 'blokkeren'.

Juridisch (bv. erfeniskwestie, discussie bij scheiding, ...).

Deel van vastgoedproject (afbraak/renovatie of nieuwbouwproject).

Geen aparte ingang voor het privé-gedeelte waar eigenaar woont, enzovoort.

- Indien vastgoedproject: opportuun om toch de pop-up als optie naar voor te schuiven, zeker als projectontwikkelaars ook eigenaar zijn van het pand. Bouwprojecten lopen vaak vertraging op en als het pand nog in orde is, kunnen ze op die manier tussentijds nog extra inkomsten genereren.



▪ **Wat is de historiek van het pand?**

- Hoe lang staat het pand al leeg?

Deze info deels te vinden op Locatus via type leegstand.

- Welke activiteiten zaten er voordien in?

Indien je jaarlijks een Locatus lijst trekt, kan je dat zelf deels reconstrueren. Of vraag na bij het team Economie van de Provincie Oost-Vlaanderen; het team beschikt over een databank vanaf 2008 (detailhandel@oost-vlaanderen.be).

▪ **Weet de eigenaar zelf waarom het pand al dan niet lang leegstaat?**

- Mogelijke redenen: toestand van het pand, prijs, locatie, ...?
- Soms is de reden vrij duidelijk soms ook niet, uit [VLAIO onderzoek bij eigenaars](#) (2015) blijkt de meeste redenen van leegstand te zijn.

Ligging belangrijkste reden waarom er geen kandidaten zijn.

Aard van het pand, geen lening of weigering eigenaar als belangrijkste reden om geen akkoord te bereiken wanneer er interesse is.

Omzet gerelateerd.

Pensioen.

Verhuis naar ander pand van vorige huurder.

Nieuwbouw die niet ingevuld geraakt.

▪ **Wat is de staat van het pand?**

- Nutsvoorzieningen nog ok?
- Nodige keuringen in orde?, ...



Vergeet ook niet na te vragen bij de eigenaar **welke andere factoren** voor hem/haar belangrijk zijn om al dan niet een pop-up toe te staan. Dit is zeker belangrijk voor het matchmaking format. Bepaalde beperkingen gaan over.

- **Type activiteiten:** de eigenaar heeft liever bepaalde activiteiten niet in het pand. Bij handelspanden in een appartementsgebouw of andere gebouwstructuren zijn in de basisakte soms beperkingen opgenomen inzake activiteiten.
 - Bv. geen horeca-activiteiten.
 - Bv. geen activiteiten waarvoor zware aanpassingen in het interieur moeten gebeuren.
- **Huurduur:** de eigenaar legt een limiet of minimum op de periode dat een pop-up kan doorgaan.
 - Bv. maximum 3 maanden (mogelijke situatie: indien de eigenaar het pand wil verkopen wil men het pand niet te lang 'blokkeren').
 - Bv. minimum 6 maanden (mogelijke situatie: ook bij pop-up komt er heel wat administratie en werk kijken. Indien de eigenaar daar tegenop ziet, kan men een minimumperiode instellen, zodat de inspanningen voor de eigenaar in verhouding zijn).
- **Beschikbare periode:** de eigenaar geeft aan dat er slechts in een bepaalde periode pop-up mogelijk is.
 - Bv. bij vastgoedrenovatieprojecten kan er een beperking zijn dat pop-up mogelijk is tot de start van de (ver)bouwwerken.
- **Verbouwingen:** de eigenaar kan aangeven dat hij/zij liever weinig of geen aanpassingen aan het interieur wil door de pop-upper. Dit kan opgenomen worden in het huurcontract.
 - Bv. indien er nog een volledige winkelinrichting is, kan de eigenaar kiezen om als voorwaarde te stellen dat deze volledig behouden dient te blijven.
- **Andere:** de eigenaar kan nog andere voorwaarden stellen. Wees aandachtig als bestuur dat persoonsgebonden voorwaarden gesteld door de eigenaar niet ingaan tegen het gelijkheidsbeginsel.



Tips:

- Zorg vooraf dat je **verhaal** al zo concreet mogelijk is (wie, wat, wanneer en hoe van de actie en vooral wat is de concrete vraag naar de eigenaar). Hoe concreter, hoe meer vertrouwen je zal krijgen van de eigenaar en/of immokantoor.
- **Onbekend is onbemind:** weinig eigenaars hebben voldoende kennis over de mogelijkheden en voordelen van de pop-up verhuuroptie. Informeer maar dring niet aan.
- Afhankelijk van het initiatief dat het bestuur neemt, kan het zijn dat er **meerdere gesprekken** nodig zijn voor de eigenaar toezegt en voor alle afspraken duidelijk zijn (bv. bij Win je winkel format).
- De openheid van eigenaars voor de pop-up formule hangt samen met verschillende **factoren** waar je als bestuur weinig **invloed** op hebt. Concretiseer de meerwaarde voor de eigenaar, zeker bij langere leegstand waar meer voordelen zijn om te kiezen voor huur korte duur. Besef echter dat 'objectieve' argumenten niet altijd werken. Soms zijn er juridische, familiale, economische, emotionele redenen om nee te zeggen. Wees dus **realistisch** in je doelstellingen.



Zoals aangegeven, kan je al een groot deel van relevante info over een pand via een visuele controle ter plaatse achterhalen. Een belangrijk deel van de info zal je rechtstreeks bij de eigenaar dienen na te vragen.

6.3.3 Indien positief t.o.v. pop-up: check pand pop-up klaar?

Afhankelijk van het soort activiteit, vergunde functie en type pand moeten volgende zaken in orde zijn.

- Indien pand al lang leegstaat en bij horeca-activiteit: positief advies van de brandweer nodig.
- Zijn alle keuringen van de nutsvoorzieningen nog in orde?
- Wanneer de bestemming van het pand 'handelspand' is, eventueel in combinatie met woonfunctie, en de verhuurder wil enkel pop-up handelsactiviteit in het pand, dan volstaat het te vragen of de brandverzekering nog is betaald en de nutsvoorzieningen nog zijn aangesloten.
- Bij wijziging functie pand: een positief advies van dienst Omgeving nodig i.v.m. functie of plaatsbestemming.
- Extra bij horeca.
 - Is pop-up horeca toegelaten dan zal de uitbating niet meer dan 4 x 30 dagen mogen bedragen om vrijgesteld te zijn van functiewijziging (indien niet, aan te vragen door de eigenaar via het omgevingsloket).
 - Indien de horeca pop-upper alcohol schenkt voor consumptie ter plaatse, dan zal men over een drankvergunning moeten beschikken.
 - Naar aanleiding van de aanvraag drankvergunning wordt gekeken naar de brandveiligheid (zoals pictogrammen, vluchtwegen, brandbare materialen, stookketel, vervaldatum brandblussers, verzekeringsattest) bestemming pand, voedselveiligheid (FAVV), Sabam en hygiëne (zoals voldoende toiletten, verlichting, verluchting en verwarming).



7 Pop-up ondernemers overtuigen



Ondernemerschap is de basis van elke pop-up actie. De **ondernemer** heeft in principe op het moment van het initiatief.

- Een levensvatbaar businessplan voor het pop-up concept.
- Is op zoek naar een pand geschikt voor de pop-up activiteit; al dan niet als bewuste tussenstap naar een vaste winkel.
- Is op zoek naar een betaalbaar pand.
- Is op zoek naar een pand dat op het gewenste moment vrij is.
- Beschikt over de nodige wettelijke bepalingen om de activiteit uit te voeren.
- Is op de hoogte van het pop-up initiatief van het lokaal bestuur.

Bovenstaande punten zijn een deel van de **voorwaarden** opdat voor een ondernemer een succesvolle pop-up match – in welk format dan ook – mogelijk is.

Het stimuleren van ondernemers om een pop-up te starten, kan al beginnen tijdens het in kaart brengen van de panden en het contacteren van de eigenaars. De beste timing voor deze stappen hangt een beetje af van het gekozen format.



7.1 Meerwaarde voor de ondernemer

Vanuit het thematisch traject zien we tijdelijke invulling/pop-up als een interessante tussenstap voor de ondernemer naar een permanente activiteit. Starten met een pop-up heeft volgende **voordelen**.

- **Is ondernemen iets voor mij?**

Het ondernemerschap / zelfstandig zijn is niet voor iedereen weggelegd. Via een tijdelijke invulling kan men dit uittesten zonder al te veel risico op lange termijn.

- **Experimenteren met het concept**

Door het eigen concept uit te testen in een reële context wordt de commerciële levensvatbaarheid ervan getest en kan je zien hoe het doelpubliek reageert op het product of dienst. Tijdens de pop-up periode kan het concept ook verder aangescherpt en versterkt worden in de aanloop naar een permanente activiteit.

- **Verhogen zichtbaarheid en klantenbinding**

Een fysieke winkel en alles wat eromheen hangt, vergroot letterlijk en figuurlijk de zichtbaarheid van je product/dienst.

Via een pop-up heb je ook de mogelijkheid om de doelgroep/klanten te ontmoeten en de klantenbinding te vergroten. Dit geldt vooral voor ondernemers die al een online activiteit hebben en overschakelen naar een fysieke pop-up.



▪ **Juiste locatie?**

Zijn de ligging en het pand geschikt voor de activiteit? Via een pop-up kan de locatie uitgetest worden voor er eventueel omgeschakeld wordt naar een duurzame huur of zelfs aankoop van een pand.

▪ **Kostenbeheersing en kosteninzicht**

De kosten voor een tijdelijke invulling liggen meestal lager dan bij een normale huur (meestal lagere huurprijs en minder bijkomende kosten). Tegelijkertijd geeft een pop-up ook goed inzicht in de vele directe en indirecte kosten die behoren bij een winkelactiviteit.



Naast de vele voordelen als ondernemer om met een pop-up te starten, zijn er ook enkele **uitdagingen** voor de ondernemer gekoppeld aan de pop-up formule.

▪ **Weinig tijd om te overtuigen**

Het duurt even om klanten aan te trekken. Bij een pop-up heb je maar een beperkte periode om 'naam' te maken en de klantenbinding op te bouwen.

- Raad de ondernemers aan om tijdig met de promotie/communicatie rond de pop-up te starten.
- Een online winkel die de stap zet naar een fysieke pop-up heeft hier een voordeel (ze hebben al een klantenbestand opgebouwd).

▪ **De tijdelijke dimensie**

Eens de pop-up ten einde, volgt de uitdaging voor de ondernemer om het verlies aan zichtbaarheid in de winkelstraat op te vangen op andere manieren, of een locatie voor langere periode te vinden indien men naar een vaste winkel wil overstappen.

- Als bestuur kan je ondernemers ondersteunen in het zoeken naar een vaste winkellocatie.



7.2 Voorwaarden voor pop-up ondernemer?

Het is belangrijk om net als bij de panden na te denken over de voorwaarden waaraan een kandidaat pop-up ondernemer moet voldoen om een pop up te kunnen starten in het voorziene initiatief. Enerzijds wettelijke bepalingen als ondernemers, anderzijds volgens inhoudelijk kader bepaald door de doelstellingen en focus van het pop-up initiatief.

Volgende wettelijke bepalingen gelden voor alle pop-up ondernemers.

- Ondernemingsnummer.
- Verzekeringsattest brand, ontploffing en burgerlijke aansprakelijkheid (indien nodig).
- Bewijs aangifte Sabam/Unisono (indien er elektronisch versterkte muziek wordt gespeeld).

Extra bij horeca:

- Moraliteitsattest (uittreksel uit het strafregister 596.1-8) Enkel bij horeca verplicht indien drankvergunning nodig is.
- Bewijs melding FAVV (indien voeding).
- Drankvergunning.

Andere voorwaarden.

Soms worden ook bijkomende voorwaarden opgenomen in richtlijnen of reglementen van pop-up gerelateerde acties.

- Persoonsgebonden kenmerken (bv. bij een wedstrijdreglement: minimum 18 jaar, bekwaam zijn, blanco strafregister, geen faillissement of onvermogen zijn, ...).
- Type activiteiten (bv. link RUP, detailhandelsplan, focus bepaalde activiteiten zoals voedingswinkel in dorpskern, beperking bepaalde activiteiten zoals nachtbars).
- Periode pop-up (bv. reglement zomer horeca pop-up).
- Duur pop-up (bv. minimum 3 maanden om in aanmerking te komen voor premie).
- Sterkte van het pop-up concept (bv. als er een actieformat is waarbij meerdere kandidaat pop-up ondernemers in competitie staan t.o.v. elkaar zoals bij een wedstrijd).
- Complementariteit van de activiteit met bestaande aanbod in het focusgebied.
- Periode dat men wenst pop-up te doen.
- Pop-up bepaald gebied.
- Pop-up in bepaald type pand.
- ENZOVOORT.



Tips:

- *Bekijk voorbeelden van andere besturen om **inspiratie** op te doen.*
- *Weeg altijd goed af of elke voorwaarde (drempel) die je bijkomend stelt, bijdraagt tot het vooropgestelde doel. Denk dus ook aan eventuele **neveneffecten** van een bepaalde voorwaarde.*



7.3 Mogelijkheden om pop-up bij ondernemers te stimuleren

M.a.w. wat mag hij/zij verwachten van het bestuur en op welke manier kan je de ondernemer stimuleren in functie van activeren van een handelspand.

Stimuli kunnen specifiek gericht zijn op pop-up of meer algemener naar startende ondernemers.

▪ **Financieel.**

- Starterspremie: [Gent](#), [Sint-Niklaas](#), [Hamme](#), [Buggenhout](#), [Aalst](#) (met selectie), [Lebbeke](#), ...
- Pop-up premie: [Lebbeke](#), ...
- Terugbetaling bepaalde kosten (bv. inschrijving KBO, vorming of inrichtingskosten): ([Geraardsbergen](#), [Gent](#), [Melle](#), ...)
- Tijdelijke vrijstelling van lokale bedrijfsbelastingen: [Sint-Niklaas](#), [Gent](#), ...
- Systeem uitwerken waarbij pop-up huurprijssuggesties worden gegeven aan eigenaars die leeg pand hebben: [Ronse](#), ...
- Enzovoort.

▪ **Kennis.**

- Informeren over de bepalingen van de pop-up formule en bijhorende verplichtingen op website, ad hoc info, folder, ...
- Informeren over mogelijke pop-up locaties voorwaarde op website, via dienst lokale economie, ...: zelf overzicht hebben over de mogelijke panden.
- Informeren over initiatieven van het lokale bestuur m.b.t. lokaal ondernemerschap, leegstandsbestrijding en stimuleren van tijdelijke invulling.
- Advies bij businessplan, zelf of via lokale partners.
- Infomomenten voor (pre)starters organiseren, zelf of i.s.m. lokale partners (bv. [Geraardsbergen](#)).
- Enzovoort.



▪ **Contacten faciliteren.**

- Eigenaars: faciliteren tussen eigenaars en geïnteresseerde ondernemers.
 - Gestructureerd of ad hoc.
 - Via groepscontactmoment of individueel.
- Partners: netwerkmomenten voor pop-up/starters organiseren.
 - Andere lokale ondernemers leren kennen.
 - Dienstverlening en netwerk lokale dienstverleners leren kennen waaronder het lokaal bestuur.
- Enzovoort.

▪ **Zichtbaarheid.**

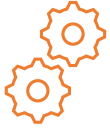
- Mee promoten pop-ups in eigen communicatiekanalen, zichtbaar maken van de pop-up aan ondernemers in bv. vaste startersrubriek in stadsmagazine of infoblad (bv. Geraardsbergen), op infoborden, bij bepaalde acties, ...
- Over verloop en resultaten pop-up initiatief communiceren.
- Meer algemeen: winkelbeleving in de gemeente/stad stimuleren via acties en in samenwerking met de bestaande ondernemersverenigingen en andere actoren, ... Zich als startersvriendelijke gemeente/stad profileren.
- Enzovoort.

Op basis van de insteek van het bestuur, kan je bepalen met welk verhaal je naar de ondernemers stapt.



Tips:

- Een **combinatie** van stimuli zal sterker overtuigen dan één actie.
- Bekijk ook hier in welke mate **lokale partners** mee kunnen ondersteunen.
- Het duurt even voor stimuli ontwikkeld worden, van kracht worden en gekend geraken bij de doelgroep. Het **effect** van stimuli moet je dus eerder op langere termijn evalueren.
- Besteed voldoende aandacht aan het **communiceren** van stimuli. Niet eenmalig, met herhaling en via verschillende kanalen.



7.4 Concrete aanpak: ondernemers activeren

De stimuli zijn klaar en het pop-up initiatief is uitgewerkt. Nu komt het erop aan om ondernemers de stap naar een pop-up in een leeg handelspand te doen zetten.

7.4.1 *Pop-up ondernemers bereiken*

Afhankelijk van de situatie heeft het bestuur al spontaan aanvragen van ondernemers i.v.m. tijdelijke invulling ontvangen. Meestal is dat niet het geval en dient er extra communicatie te gebeuren rond het traject, zeker als het om een tijdelijke actie gaat zoals een Win je winkel format.

Indien er onvoldoende spontane aanvragen worden ontvangen, zijn volgende acties mogelijk via dewelke je het pop-up initiatief kan bekendmaken naar potentiële (door)starters .

- Eigen communicatiekanalen (met nadruk op deze specifiek rond economie)
 - Probeer ook persaandacht te trekken van kranten, lokale tv, enzovoort om het bereik van de boodschap meer divers en breder te maken.
- De economische adviesraad en andere ondernemersnetwerken en (lokale) verenigingen (UNIZO, Voka, handelscentrumverenigingen, ...).
- Bij dienstverleners relevant voor ondernemers (banken, ondernemersloketten, volwassenonderwijsinstellingen, ...).
- Individuele ondernemers (mond-aan-mond reclame effect speelt ook bij persoonlijk netwerk van ondernemers).
- Andere partners die met het lokaal bestuur samenwerken in het initiatief.



Tips:

- *Gezien communicatie een belangrijke rol speelt in het succes van de actie: stem **tijdig** af met dienst Communicatie en eventuele andere - externe - partners.*
- *Besteed voldoende aandacht aan het **communiceren** van stimuli. Niet eenmalig, maar herhalend en via verschillende kanalen.*
- *Afhankelijk van het soort format kan de communicatie rond een **eerste succes** (bv. eerste match gemaakt tussen eigenaar en ondernemer) een krachtig promotiemoment zijn om het pop-up initiatief in de kijker te zetten.*
- *Indien het om een tijdelijke actie gaat zoals een wedstrijd, prikkel de interesse tijdens de **inschrijffperiode** (bv. via social media).*



7.4.2 Mogelijke bijkomende aandachtspunten

- Het is in het belang van de pop-up ondernemer, de eigenaar van het handelspand én het lokaal bestuur dat het pop-up concept voldoende klaar is voor een effectieve start. Denk na over hoe het bestuur zelf of via partners de ondernemer extra kan **ondersteunen** in het uitwerken van een sterk (pop-up) **businessplan**.
- Voor ondernemers is het veel moeilijker om te achterhalen welke handelspanden er ook **beschikbaar** zijn voor een pop-up invulling. Faciliteer als bestuur hierin (meerwaarde!).
- Vooral startende ondernemers onderschatten de **kosten** voor het inrichten en huren van een pand. Welke format je ook kiest als actie, stimuleer kostentransparantie tussen de pop-upper en de eigenaar(s) over de volledige kosten tijdens de pop-up periode (bv. informeer a.d.h.v. het voorbeeldcontract).
- Als het lokaal bestuur de budgettaire mogelijkheden heeft, is het ook een optie om te voorzien in een **financiële tussenkomst** voor de starter/pop-upper om de drempel naar het ondernemerschap verder te verlagen. Dit kan onder de vorm van terugbetaling van bepaalde kosten, tijdelijke vrijstelling op lokale bedrijfsbelastingen of een premie voor starters/pop-uppers.
- Een **handelshuurcontract korte duur** heeft andere bepalingen dan een normaal handelshuurcontract. De kennis hierover is vaak niet aanwezig bij de pop-up ondernemer of eigenaar, hierover informeren is belangrijk.
- Indien het aanbod (eigenaars die voor pop-up openstaan) een stuk groter is dan de **vraag** (pop-up vragen) kan het nodig zijn om extra in te zetten op het aantrekken van starters (startersbeleid).



8 Matchen eigenaars en ondernemers

In bovenstaande hoofdstukken is aangegeven dat voor elke partij bepaalde factoren zullen meespelen opdat een pop-up match mogelijk is.

Afhankelijk van het gekozen format zullen bepaalde factoren meer of minder vooraf vastliggen (bv. Win je winkel) en voor de betrokken partijen meer of minder de doorslag geven in de match.

De manier waarop de match verloopt, is ook verschillend per format. Bij een Win je winkel formuleert eerst de eigenaar de voorwaarden in onderhandeling met het bestuur en komt pas nadien de ondernemer aan zet (door in te schrijven op de wedstrijd, aanvaardt deze de vastgelegde voorwaarden). Bij een matchmaking formule zijn de ondernemer en eigenaar meer gelijktijdig aan zet.

De rol van het lokaal bestuur blijft opportuniteiten zien en mogelijk maken, verbinden en faciliteren. Als neutrale partij kan het bestuur ook meezoeken naar een win-win voor beide partijen. Hieronder herhalen we nog even kort wat de meest voorkomende zijn.

8.1 Factoren die voor ondernemer rol spelen bij match

De **ondernemer** heeft in principe op het moment van het initiatief.

- Een levensvatbaar businessplan voor het pop-up concept.
- Is op zoek naar een pand geschikt voor de pop-up activiteit; al dan niet als bewuste tussenstap naar een vaste winkel.
- Is op zoek naar een betaalbaar pand.
- Is op zoek naar een pand dat op het gewenste moment vrij is.
- Beschikt over de nodige wettelijke bepalingen om de activiteit uit te voeren.
- Is op de hoogte van het pop-up initiatief van het lokaal bestuur.

Los van interesse tonen, is het belangrijk om goed te kunnen inschatten of de kandidaat-ondernemer 'klaar' is voor een pop-up. Zo zijn er, zoals boven aangegeven, bepaalde voorwaarden waaraan de ondernemer moet voldoen als hij/zij een commerciële activiteit uitoefent.



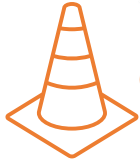
Er zijn ook andere factoren die belangrijk zijn om te toetsen bij de ondernemer om efficiënter een match te vinden met eigenaars en panden.

- Voorkeur locatie/straat.
- Minimum/maximum grootte pand.
- Gewenste voorzieningen of mogelijkheid om voorzieningen te plaatsen (bv. horeca-activiteit voorzieningen of niet).
- Snelheid van opstarten pop-up.
- Mogelijkheid vaste huur na pop-up periode.
- Enzovoort.

8.2 Factoren die voor de eigenaar rol spelen bij match

De **eigenaars** die hun pand tijdelijk willen verhuren dienen.

- De *meerwaarde* van een tijdelijke invulling als eigenaar te erkennen.
- *Kennis* te hebben over de specifieke bepalingen van een *handelshuur* korte duur.
- *Bereid* zijn om het pand te activeren via een tijdelijke invulling in de periode waarin de ondernemer een pop-up wil uitbaten.
- In orde zijn met de wettelijke *verplichtingen* als eigenaar in verband met het pand (o.a. geldige brandverzekering).
- *Kennis* te hebben over het *initiatief* van het lokaal bestuur.
- Akkoord gaan met het type activiteiten die de pop-upper wil uitoefenen.
- Akkoord gaan met de voorgestelde huurduur in de voorziene periode.
- Eventueel andere factoren belangrijk voor de eigenaar.



9 Specifieke aandachtspunten per type actie

In de realiteit vind je veel combinaties van acties en ondersteuning vanuit het lokaal bestuur. Er zijn al veel tips meegegeven in voorgaande pagina's. Toch vind je hieronder nog enkele specifieke aandachtspunten bij de formats die in het traject zijn gebruikt.



9.1 Win je winkel format

Interessant? Als vertrekpunt voor zowel eigenaars als om ondernemersdynamiek op gang te trekken via pop-up. Met andere woorden: indien tijdelijke invulling nog niet echt ingeburgerd is als opportuniteit voor zowel eigenaar als ondernemer.

Idee? Succesverhaal inspireert anderen én minstens 1 pand een nieuwe invulling geven voor langere termijn.

9.1.1 *Aanpak*

Het lokaal bestuur zoekt een handelspand, onderhandelt zelf met de eigenaar over de verhuurvoorwaarden, schrijft een wedstrijd uit en selecteert de sterkste kandidaat volgens de opgegeven criteria. De winnaar krijgt financiële en eventueel andere ondersteuning van het lokaal bestuur (en partners) gedurende de pop-up periode.

Focus.

- **Panden:** meestal 1 handelspand in winkelcentrum en in goede staat.
- **Ondernemers:** reeks voorwaarden om deel te kunnen nemen, kandidaten staan in competitie tot elkaar.
- **Eigenaars:** slechts 1 eigenaar nodig die wil meestappen en zich engageert gedurende de wedstrijd/loopperiode.
- **Tijdsperiode:** afgebakend begin en einde van de actie.
- **Resultaat:** hopelijk 1 ondernemer die na de wedstrijdperiode vaste waarde wordt binnen lokaal winkelaanbod.



9.1.2 Mogelijke onderdelen stappenplan

Bij het Win je winkel format is er een echte projectaanpak: specifieke middelen vastleggen, doel bepalen beperkt in tijd, duidelijke start en einde van het project.

- **Focus en middelen** bepalen van Win je winkel project (supra).
- In kaart brengen potentiële leegstaande **handelspanden** (supra.)
- Bekijken mogelijke samenwerking met lokale **partners** voor de wedstrijd?
 - Dit kan op vlak van mee bekendmaken wedstrijd, advies aan winnaar, materiaal ter beschikking stellen (bv. meubels van de kringwinkel), financiële bijdrage, gratis advies bij de opstart (bv. van de lokale UNIZO-afdeling), enzovoort.
- Opmaak **wedstrijdreglement** en goedkeuring door gemeenteraad.
 - Hou de timing in de gaten met de rest van de stappen.
 - Er zijn veel variaties mogelijk in een wedstrijdreglement, doe niet zomaar een copy paste van een ander bestuur.
 - Variaties zitten op de criteria om mee te kunnen doen, type activiteiten, verplichtingen van de winnaar, omvang van aan te leveren documenten bij inschrijving, inhoud en grootte van de 'wedstrijdpot', enzovoort.
- Opmaak **communicatieplan**: timing, kanalen, inhoud, documenten (bv. wedstrijdformulier, teasers, webpagina, formele lancering persmoment, ...).
 - Een persbericht uitsturen en persmoment organiseren kunnen helpen om grotere persaandacht te krijgen van kranten en lokale radiozenders en tv-stations.
- **Contacteren eigenaars** (supra).
 - Het is onvoorspelbaar hoeveel eigenaars je zal moeten contacteren en hoe lang de zoektocht naar een Win je winkel pand zal duren. Dit is lastigste fase qua timing.
- **Onderhandelen** met de **eigenaar** over de voorwaarden en timing.
 - Bij akkoord met eigenaar: eventueel opmaak, goedkeuring en ondertekening formele intentieverklaring voor lancering wedstrijd.
- Opstart **publieke communicatie** rond wedstrijd: teasers, lancering wedstrijd via persbericht of persmoment, websitepagina wedstrijd, berichten op social media, in lokaal infoblad, enzovoort.
- Opvolgen **inschrijvingen**: vragen beantwoorden en de ingediende dossiers zowel vormelijk als inhoudelijk controleren.
- **Selectie** winnaar door jury en bevestiging selectie via goedkeuring door het college van burgemeester en schepenen.
- **Bekendmaking** winnaar.
- Opvolging **opstart** winnaar en voorziene **ondersteuning** door lokaal bestuur en eventueel andere partners (financieel maar ook bv. communicatief).
- Eventueel zorgen voor een **vervolgactie** naar de andere kandidaten.



Besturen die reeds een Win je winkel-wedstrijd hebben uitgeschreven: Roeselare (2018), Torhout (2018), Beveren (2017, 2018, 2019), Ronse (2019), Aalst (2019), Temse (2022), ...



9.1.3 Aandachtspunten

▪ **Planning.**

Zorg tijdig voor een goedgekeurd wedstrijdreglement zodat je lang genoeg op voorhand de wedstrijd kan aankondigen. Het helpt ook bij de fase van het contacteren van de eigenaars als er al een concreet wedstrijdreglement is.

▪ **Budget.**

Ook als het bestuur een eerder beperkt budget heeft om de wedstrijd te financieren, kan je een Win je winkel formule toepassen. Speel met de lengte van de pop-up periode (bv. 4 maanden in plaats van 1 jaar) of de hoogte van de tussenkomst in de huurprijs (bv. 50% huurprijs over het hele jaar die je dan communicatief kan vertalen naar de eerste 6 maanden geen huurkost).

▪ **Transparantie in totale huur gerelateerde kosten voor de winnaar.**

De huurprijs is niet de enige kost bij een huur van een pand. Zorg vooraf voor voldoende transparantie over de werkelijke kosten voor de huurder en welk deel ervan het lokaal bestuur op zich neemt.

▪ **Spanningsveld tussen eigenaar en kandidaat ondernemer qua timing.**

- Tijdsperiode tussen het engagement krijgen van de eigenaar voor het gebruik van het pand en de selectie van de winnaar = liefst zo kort mogelijk voor de eigenaar, want het pand is geblokkeerd voor andere gebruikers in die periode,

versus:

- publieke wedstrijdperiode, zowel de aankondiging van de wedstrijd en de periode van inschrijven tot de selectie van de winnaar (moet voldoende lang zijn zodat kandidaten zichzelf en hun aanvraag grondig kunnen voorbereiden).

▪ **Evaluatie businessplan kandidaat.**

In tegenstelling tot een ander format waarbij meerdere pop-ups mogelijk zijn, heb je bij een wedstrijd maar één 'kans' op een succes. Het is dan ook extra belangrijk om voldoende aandacht te geven aan de kwaliteit van het businessplan en sterkte van het concept van de kandidaat-ondernemer. Immers, noch de ondernemer, noch de eigenaar, noch het lokaal bestuur zijn erbij gebaat om een kandidaat te kiezen waarvan de slaagkans beperkt wordt door een onrealistisch businessplan en te zwak winkelconcept.

- Hier kan de samenstelling van de wedstrijdjury helpen om de nodige expertise op dat vlak binnen te trekken bij de selectie.



- **De andere kandidaten.**

In dit format is er slechts één winnaar, belangrijk: wat doe je met de andere kandidaten die ook een sterk concept hebben?

- Voorzie ook een opvolgingstraject voor de niet-winnaar want hier liggen kansen voor extra invulling van lege panden!
- Met de communicatie rond de aanloop en uiteindelijke winnaar van de Win je winkel, kan je ook andere eigenaars warm maken voor tijdelijke invulling. Als je een concrete kandidaat-ondernemer kan voorstellen, vergroot de kans tot slagen.

- **Opstart dynamiek verzilveren.**

De wedstrijd zet een bepaalde dynamiek in gang en zet de gemeente/stad in de kijker voor ondernemers. Maak gebruik van die aandacht en zorg waar mogelijk om de geleverde inspanningen naar eigenaars en ondernemers m.b.t. de wedstrijd ook op langere termijn te verzilveren. Dit kan door na te denken over het vorige puntje: wat met andere interessante kandidaten? Dit kan ook door eigenaars aan te bieden zoekende ondernemers naar een pop-up locatie door te verwijzen. Of je kan andere aspecten van de dienstverlening naar ondernemers extra in de kijker zetten en zo verder bouwen aan het ondernemersvriendelijke imago van de gemeente/stad.



9.2 Matchmaking

Interessant? Bij hoge leegstandscijfers, relatief laag beschikbaar budget en/of bestaande grote vraag naar pop-up panden.

9.2.1 *Aanpak*

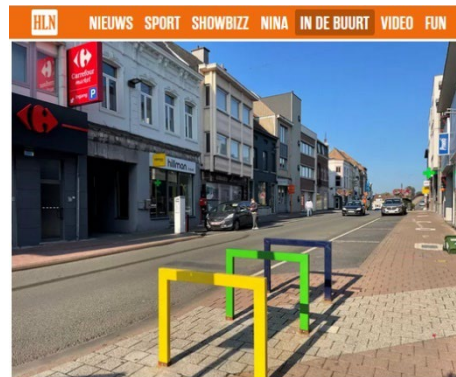
Het lokaal bestuur brengt de lege handelspanden in kaart en checkt bij de eigenaars of ze openstaan voor pop-up of niet en zo ja, aan welke voorwaarden. Het bestuur bevroegt de ondernemers die geïnteresseerd zijn in pop-up, waar ze naar op zoek zijn en wat hun voorwaarden zijn. Vervolgens brengt het bestuur beide partijen samen indien er een mogelijke match is.

Het bestuur kan optioneel.

- Faciliteren bij de gesprekken tussen ondernemer en eigenaar.
- Een financiële of andere ondersteuning voorzien voor de pop-uppers.
- Een (financieel) voordeel voorzien voor de eigenaars als ze hun pand openstellen voor pop-up (bv. vrijstelling leegstandsbelasting).

Focus.

- **Panden:** meerdere, al dan niet in het winkelcentrum (afhankelijk van beleidskeuze).
- **Ondernemers:** lagere drempel om te starten (geen selectie), geen directe competitie tussen ondernemers (tenzij op hetzelfde moment verschillende ondernemers eenzelfde pand willen voor pop-up).
- **Eigenaars:** meerdere eigenaars nodig die willen meestappen, ze kunnen in principe vrij kiezen wanneer ze willen in (en uit)stappen (tenzij je de matchmaking in tijd beperkt).
- **Tijdsperiode:** variabel, je kan zowel voor een beperkte periode aan matchmaking doen, een matchmaking event organiseren of dit als een vaste dienstverlening aanbieden.
- **Resultaat:** hopelijk meerdere pop-ups waarvan er enkele ondernemers na de pop-up beslissen om een vaste waarde te worden binnen lokaal winkelaanbod.



Stad wil leegstaande handelspanden tijdelijk opvullen met startende ondernemers

GERAARDSBERGEN De dienst Lokale Economie van de stad Geraardsbergen wil in het voorjaar enkele leegstaande panden opvullen met startende ondernemers. Samen met Beveren, Eeklo, Lebbeke en Temse werd Geraardsbergen hiervoor geselecteerd door provincie.

© Het Laatste Nieuws, 19-11-2021. Foto en redactie Frank Eeckhout



9.2.2 Mogelijke onderdelen stappenplan

Bij het matchmaking format, heb je een echte projectaanpak: specifieke middelen vastleggen, doel bepalen beperkt in tijd, duidelijke start en einde van het project.

- **Focus, middelen en aanpak** bepalen van matchmaking project (supra).
- In kaart brengen potentiële leegstaande **handelspanden** (supra).
- Bekijken mogelijke samenwerking met lokale **partners**.
 - Dit kan op vlak van promotie actie/dienstverlening, advies aan starters, materiaal ter beschikking stellen (bv. meubels van de kringwinkel), enzovoort.
- Opmaak **communicatieplan**: timing, kanalen, inhoud, documenten (bv. webpagina, artikel in maandelijks infoblad, oproep op social media, ...).
- **Contacteren eigenaars** (rechtstreeks of via immokantoren, enzovoort)(supra).
 - Indien van toepassing, informeren/bespreken met de eigenaar onder welke voorwaarden en timing men het pand voor pop-up openstelt.
- Opstart **publieke communicatie** rond de matchmaking.
- Opvolgen van **aanvragen** van zowel eigenaars als ondernemers.
 - Optioneel: afhankelijk van de nood van beide partijen, al dan niet faciliteren bij de eerste gesprekken en/of informeren rond korte duur huurbepalingen.
- Opvolging **opstart** pop-up (en ondersteunen vanuit het bestuur waar nodig o.a. bij aanleveren nodige vergunningen indien nodig).
- **Communiceren** over successen.

Besturen die reeds aan matchmaking doen in een of andere vorm: Geraardsbergen (2022), Lebbeke (2022), Eeklo (2022), Aalst (event Immo Cupido).)



9.2.3 Aandachtspunten

- **Overzicht panden/ eigenaars open voor tijdelijke invulling.**

Het is aan te raden om zoveel mogelijk eigenaars van handelspanden te contacteren, zodat je een zo volledig mogelijk beeld krijgt van het potentieel aan pop-up panden (en indien de eigenaar niet openstaat voor tijdelijke invulling: de reden waarom niet). Hou er wel rekening mee dat bij veel winkelpanden het tijdsintensief is om alle panden in kaart te brengen en eigenaars te pakken te krijgen.

Er zit meer beweging in handelspanden dan je denkt, blijf regelmatig controleren op nieuwe leegstaande panden of panden die intussen zijn ingevuld zodat je overzicht up-to-date blijft.

- **Rol immokantoren.**

Neem ook de tijd om minstens de meest actieve immokantoren in de gemeente/stad te contacteren. Bij een goed contact kunnen ze op termijn immers proactief doorgeven wanneer er nieuwe panden op de markt komen waarbij eigenaars positief staan ten opzichte van pop-up.



▪ **Communicatie.**

Diversifieer je kanalen langs waar je boodschap wordt meegegeven.

Doe dit niet eenmalig maar herhaal voldoende, zeker als je de matchmaking op lange termijn wil aanbieden als dienstverlening.

Speel ook hier in op de pers met een persbericht (formele lancering van de dienstverlening).

Zet de eerste successen in de kijker, deze zullen andere eigenaars en ondernemers inspireren en bijdragen tot een algemene positieve perceptie van de gemeente/stad als ondernemersvriendelijk en interessant voor ondernemers als locatie.

Organiseer je infosessies of andere acties gericht naar ondernemers en starters? Informeer daar ook over deze dienstverlening.

Pop-up zkt. Ondernemer

Starten met ondernemen: het is altijd een beetje (veel) durven. Meteen voor langere tijd een handelspand huren of kopen is niet evident, maar wat als je je concept tijdelijk kan uitproberen in een pop-up?

Onze dienst Economische zaken en de provincie Oost-Vlaanderen koppelen potentiële ondernemers aan eigenaars van een leegstaand handelspand. Ondernemers testen zo hun formule uit, terwijl eigenaars hun pand sneller activeren. Kortom, een win-win voor iedereen.

Zowel Sofie als Lieve hebben een bloeiende zaak in Geraardsbergen. Hun verhaal begon... met een pop-up!

El Olivo

Lieve Limbourg
importeert en



Les Folies de Sofie

Sofie Desaegher, bezielster van



9.3 Tijdelijke premie met selectie

Interessant? Bij hoge leegstandscijfers, enig beschikbaar budget en/of bestaande grote vraag naar pop-up panden. Als men binnen een korte tijdspanne meerdere invullingen wil realiseren.

9.3.1 Aanpak

Deze werkwijze is een mix tussen een wedstrijdformule en een matchmaking.

Het lokaal bestuur werkt een tijdelijk premiekader uit, brengt de lege handelspanden in kaart en checkt bij de eigenaars of ze openstaan voor pop-up of niet en zo ja, aan welke voorwaarden (binnen het vastgelegde kader). Het bestuur lanceert een oproep naar ondernemers geïnteresseerd in pop-up, selecteert de sterkste kandidaten en matcht vervolgens de geselecteerde ondernemers met de panden/eigenaars. De geselecteerde ondernemers krijgen een financiële en eventueel andere ondersteuning van het lokaal bestuur (en partners).

Het bestuur kan optioneel.

- Een (financieel) voordeel voorzien voor de eigenaars als ze hun pand openstellen voor pop-up (bv. vrijstelling leegstandsbelasting).

Focus.

- **Panden:** meerdere, al dan niet in het winkelcentrum (afhankelijk van beleidskeuze).
- **Ondernemers:** directe competitie tussen meerdere ondernemers voor bepaalde panden en de premie.
- **Eigenaars:** meerdere eigenaars nodig die willen meestappen, ze kunnen niet vrij kiezen wanneer ze willen in (en uit)stappen gezien de premieperiode beperkt in tijd is.
- **Tijdsperiode:** een duidelijk begin en einde van de actie.
- **Resultaat:** hopelijk meerdere pop-ups waarvan er enkele ondernemers na de pop-up beslissen om een vaste waarde te worden binnen lokaal winkelaanbod.

BV POP-UP



9.3.2 Stappenplan

Bij deze aanpak, heb je een echte projectaanpak: specifieke middelen vastleggen, doel bepalen beperkt in tijd, duidelijke start en einde van het project.

- **Focus en middelen** bepalen van het premieproject (supra).
- In kaart brengen potentiële leegstaande **handelspanden** (supra).
- Bekijken mogelijke samenwerking met lokale **partners** voor de oproep?
 - Dit kan op vlak van mee bekendmaken oproep, materiaal ter beschikking stellen (bv. meubels van de kringwinkel), financiële bijdrage, gratis advies bij de opstart, enzovoort.



- Opmaak **reglement** of ander type document (bv. afsprakennota) en goedkeuring door het college van burgemeester en schepenen of door de gemeenteraad.
 - Hou de timing in de gaten met de rest van de stappen.
 - Er zijn veel variaties mogelijk in een reglement, doe niet zomaar een copy paste van een ander bestuur.
- Opmaak **communicatieplan**: timing, kanalen, inhoud, documenten (bv. inschrijvingsformulier, teasers, webpagina, formele lancering persmoment, ...).
 - Een persbericht uitsturen en persmoment organiseren kunnen helpen om grotere persaandacht te krijgen van kranten en lokale radiozenders en tv-stations.
- **Contacteren eigenaars** (supra).
 - Je dient in tegenstelling tot de Win je winkel formule wel alle potentiële panden en eigenaars te contacteren. Dit is de meest lastige fase qua timing, want meerdere eigenaars dienen akkoord te gaan met tijdelijke invulling op hetzelfde moment.
- **Onderhandelen** met de **eigenaar** over de voorwaarden.
 - Een deel van de voorwaarden zal je als bestuur mogelijk zelf bepalen (algemeen kader, bv. tijdsperiode oproep en minimum pop-up periode).
 - Bij akkoord met eigenaar: eventueel opmaak, goedkeuring en ondertekening formele intentieverklaring of ander soort document te ondertekenen door de eigenaar.
- Opstart **publieke communicatie** rond premieoproep (teasers, lancering via persbericht of persmoment, websitepagina, berichten op social media in lokaal infoblad, enzovoort).
- Opvolgen **inschrijvingen**: vragen beantwoorden en de ingediende dossiers zowel vormelijk als inhoudelijk controleren.
 - Waar nodig kandidaten ook ondersteunen bij selectie beschikbare panden.
- **Selectie** premiewinnaars door jury en bevestiging selectie via goedkeuring door het college van burgemeester en schepenen.
- **Bekendmaking** geselecteerde pop-up ondernemers.
- Opvolging **opstart** geselecteerde ondernemers en voorziene **ondersteuning** door lokaal bestuur en eventueel andere partners (financieel maar ook bv. communicatief).
- Eventueel zorgen voor een **vervolgactie** naar de andere kandidaten.

Besturen die reeds tijdelijke pop-up premie met een selectie hebben uitgeschreven: Beveren (2022).



9.3.3 Aandachtspunten

▪ **Planning.**

Zorg tijdig voor een goedgekeurd premiereglement zodat je lang genoeg op voorhand de premieoproep kan lanceren. Het helpt ook bij de fase van het contacteren van de eigenaars als er al een concreet reglement is.

▪ **Budget.**

Ook als het bestuur een eerder beperkt budget heeft om deze actie te financieren, kan je een oproep doen. Speel met het aantal beschikbare premies en het bedrag van de premie.

▪ **Transparantie in totale huur gerelateerde kosten voor de ondernemers.**

De huurprijs is niet de enige kost bij een huur van een pand. Zorg vooraf voor voldoende transparantie over alle werkelijke kosten voor de pop-upper.

▪ **Spanningsveld tussen eigenaar en kandidaat ondernemer qua timing.**

- Tijdsperiode tussen het engagement krijgen van de eigenaar voor het gebruik van het pand en de selectie van de winnaar = liefst zo kort mogelijk voor de eigenaar, want het pand is geblokkeerd voor andere gebruikers in die periode,

versus;

- publieke wedstrijdperiode, zowel de aankondiging van de wedstrijd en de periode van inschrijven tot de selectie van de winnaar (moet voldoende lang zijn zodat kandidaten zichzelf en hun aanvraag grondig kunnen voorbereiden).

▪ **Evaluatie businessplan kandidaten.**

Via de selectiestap in de aanvraagprocedure kan ook hier een zekere controle gebeuren op de sterkte van het pop-up concept.

- Hier kan de samenstelling van de wedstrijdjury helpen om de nodige expertise op dat vlak binnen te trekken bij de selectie.

▪ **Inspraak eigenaars in selectie.**

Het bestuur kan uit de kandidaten de beste match tussen pand en concept kiezen, maar uiteindelijk dient de eigenaar ook akkoord te gaan met de gekozen pop-up ondernemer. Adviseer kandidaten om voor het indienen van hun kandidatuur het pand te bezichtigen en al vooraf contact op te nemen met de eigenaar. Zo kunnen beide partijen kennismaken met elkaar.



10 Bijlagen

Bijlage 1

Externe bronnen

VLAIO: onderzoek bij eigenaars naar redenen leegstand (2015)

<https://www.streekoverlegzov.be/upload/attach-image/presentatie-vlaio-1-1.pdf>

Waarom en hoe, een pop-upstore in Brussel openen (2015)

<https://hub.brussels/app/uploads/2019/07/waarom-hoe-pop-up-brussel.pdf>

Opgelet: het document geeft interessante informatie gericht naar ondernemers maar de wetgeving in Brussel is enigszins anders.

VLAIO: RE:Think Winkelstraat (2021)

<https://www.vlaio.be/nl/media/1794>

VVSG: premies kernversterking (2021)

https://www.vvsg.be/Leden/Economie/Publicaties/20210118_Brochure%20Premies%20detailhandel.pdf

VVSG: Hoe ga je als gemeente om met pop-up horeca? (2021)

<https://www.vvsg.be/nieuws/hoe-ga-je-als-gemeente-om-met-pop-up-horeca?query=leidraad%20%20hoe%20omgaan%20met%20horeca%20pop-up>

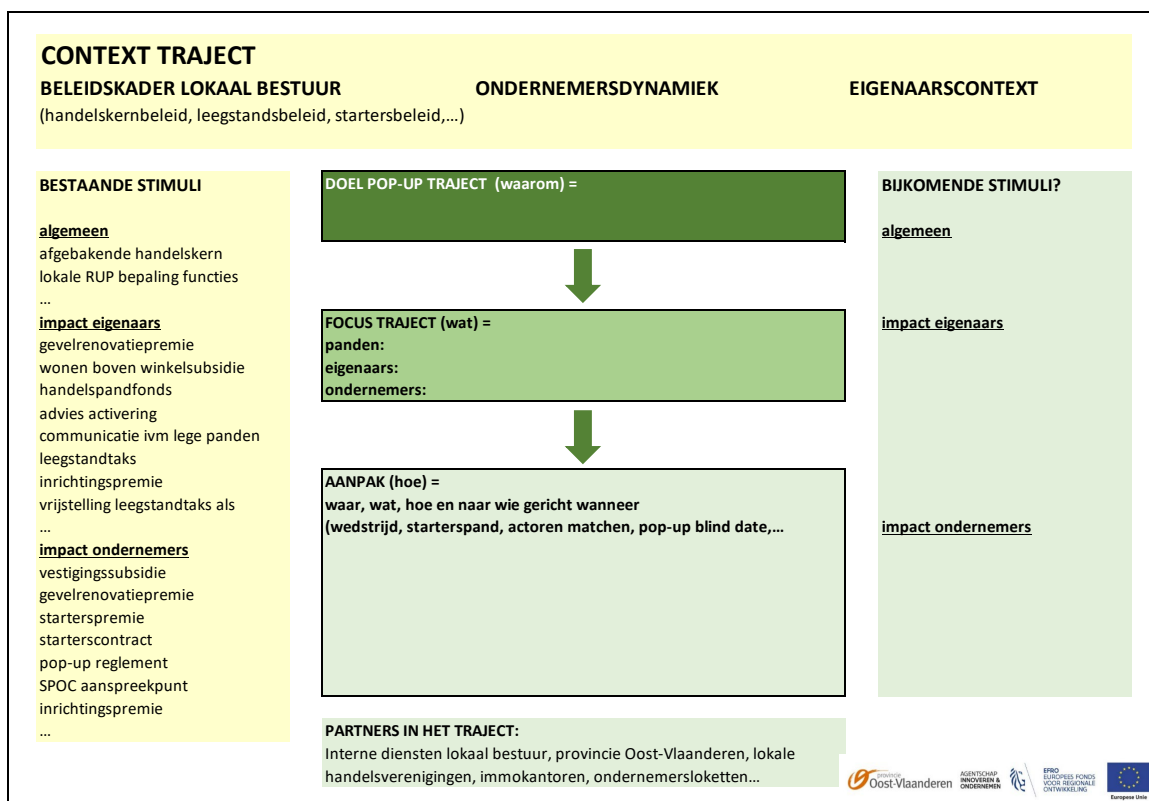


Bijlage 2 Projectfiche

PROJECTFICHE

1. Praktisch

Project Start einde	
CONTACTPERSOON intern	
CONTACTPERSOON extern	
Verantwoordelijke schepen (voor lokale economie)	
Andere betrokken diensten binnen het bestuur	
Voorziene budget	





2. Context

Binnen welke context wordt het traject opgestart en hoe past het traject daarin?

2.1 Cijfers

Bronnen: www.provincies.incijfers.be, de Locatus databank, eventueel aangevuld met eigen input.

- Lege handelspanden versus totaal aantal panden.
- Spreiding leegstand en type leegstand (duur, WVO, ...).
- Huidig aanbod (verdeling type handelspanden).
- Huidige ondernemersdynamiek? (bekijk ook de VKBO-lijst).

...

2.2 Beleidscontext

Link met beleidsdoelstellingen

Onder welke strategische doelstelling(en) van het lokaal bestuur, valt dit project (als deel van welk actieplan)?

Bestaande beleid en bijhorende stimuli

Welke beleidsplannen bestaan er die een rol spelen/impact hebben op het pop-up traject?

Het kan gaan over zowel het lokaal economiebeleid, het detailhandelsplan, de handelskern, de leegstand, ondernemersondersteuning, enzovoort.

Schrappen/aanvullen wat bestaat en mee te nemen is bij huidig traject? Vermeld telkens kort wie, wat en eventueel bedrag of verwijs naar document. Bezorg het document of de link naar online info.



Beleidsonderdeel	Wat (focus, reglement, acties, ondersteuning, ...)
Detailhandelsplan	Voorbeelden <ul style="list-style-type: none"> - Afbakening handelskern (welke straten) - Beperking van soorten toegestane activiteiten in bepaalde zone - Commerciële profilering gemeente/stad naar ondernemers/bezoekers
Lokaal RUP	Voorbeeld <ul style="list-style-type: none"> - Beperking van soorten toegestane activiteiten in bepaalde zone
Leegstandsbeleid	Voorbeelden <ul style="list-style-type: none"> - Leegstandregister - Subsidies/premies voor renovatie, wonen boven winkel, ... - Leegstandtaks - Inrichtingspremie - Vrijstelling leegstandtaks onder bepaalde voorwaarden - Gevelrenovatiepremie - Wonen boven winkelsubsidie - Communicatie over potentieel (lege) handelspanden - Advies aan eigenaars
Startersbeleid / ondernemersbeleid	Voorbeelden <ul style="list-style-type: none"> - Advies starters - Starterspremie - Starterscontract - Pop-up reglement - SPOC aanspreekpunt - Inrichtingspremie - Vestigingssubsidie - Handelspandenfonds - Gevelrenovatiepremie
Enzovoort	

Contact ondernemers en eigenaars

In welke mate zijn er al contacten met ondernemers (inclusief starters) en eigenaars van handelspanden?

Hoe is de dynamiek en de verstandhouding tussen het bestuur en deze actoren?

Welke actoren beïnvloeden de eigenaars en ondernemerscontext? Bv. ondernemersvereniging.



2.3 Bepalen aanpak traject

Eens de context duidelijk, volgt de keuze in aanpak. Hierin kunnen enkele vragen helpen de keuze scherper krijgen.

- Waar wil het lokaal bestuur pop-up formules stimuleren?
- Welke soort pop-up activiteiten wil het bestuur stimuleren?
- Welk type ondernemers wil het bestuur stimuleren?
- Op welke manier kan en wenst het bestuur te ondersteunen en te stimuleren?
- Welk(e) juridische rol(len) wenst het bestuur op zich te nemen?
- Welke soort pop-up formats wenst het bestuur te stimuleren en op welke manier wil ze deze 'in de markt' zetten?
- Welke middelen kan het bestuur inzetten (mensen en budget) voor dit traject?
- Enzovoort.

Doel traject (Waarom?)

Als bestuur willen we XXX

Focus traject (Wat?)

Om dit doel te bereiken, kiest het bestuur voor het actieformat XXX en legt het bestuur in dit project de focus op XXX

Expliciteer minstens de focus op.

- Panden (locatie, type pand, staat, soort activering, ...).
- Ondernemers (type, soort activiteit, ...).
- Eigenaars (type eigenaar, ...).

Aanpak (Hoe?)

Waar, wat (formule), hoe en naar wie gericht tijdens welke periode?

Concreet gaat het bestuur pop-up stimuleren door XXX.

Hiervoor werken we samen met XXX (interne en externe partners).



We voorzien hiervoor naast de bestaande dienstverlening en financiële ondersteuning volgende extra acties/ondersteuning: XXX

Bv. vrijstelling leegstandstaks voor de eigenaar, tussenkomst in kost ruimtegebruik (huur of gebruiksvergoeding afhankelijk van type contract) voor de pop-up ondernemer, ...

Er is hiervoor X euro budget voorzien die als volgt wordt ingezet: XXX

Opvolgacties na project

Na het afronden van het project zal het lokaal bestuur volgende zaken opnemen.

- Wat met ondernemers die geïnteresseerd waren en geen pand vonden tijdens het traject?
- Wat met eigenaars die een pand ter beschikking willen stellen maar geen match vonden met een ondernemer?

Wat kan het bestuur hen aanbieden na het traject?

Zorg voor een duidelijk verhaal dat zowel intern als extern gebruikt kan worden over (1) de doelstellingen en aanpak van de pop-up actie (2) en de verwachtingen na het traject.

3. Planning

STAP	TIMING	OMSCHRIJVING TO DO'S

Bijlage 3

Voorbeeld overzichtslijst panden

OVERZICHT RELEVANTE LEGE HANDELS-PANDEN

Laatste aanvulling/veldwerk: xx/XX/22

Inhoud

Potentiële panden	71
STATIONSSTRAAT 1 – ok.....	71
LANGESTRAAT 10 – ok eindejaarsperiode	70
EIGENAAR (voorlopig) NIET GEÏNTERESSEERD	7371
HOOFDSTRAAT 2 – voorlopig niet	7371
IN VERBOUWING (opvolgen)	74
HOOFDSTRAAT 2 – checken na zomer	74

De inhoudstabel wordt automatisch gegenereerd door gebruik van de KOP-stijlen.

Nieuw pand toevoegen? Kopieer een bestaande infotabel naar de plaats waar ze hoort. Hou rekening met de paginaeinden om alles per pand netjes op 1 pagina te houden. Vergeet niet nadien je inhoudstabel bij te werken.

De indeling van de panden kan je vrij kiezen, bv. per straat, per deelgemeente, per mate van beschikbaarheid.

Deze manier van werken is vooral interessant als je kiest voor ‘matchmaking’.

Opgelet: de persoonsgegevens van de eigenaar mag je conform GDPR niet zonder toestemming doorgeven aan de geïnteresseerde pop-uppers of ander partijen. Dit overzicht is dus vooral een intern document.



Potentiële panden

Foto's binnen en buiten	STATIONSSTRAAT 1 – ok	Contactgegevens	Nuttige info
 	<p>Voordien bv. kadowinkel x</p> <p>Grootte: xx m² commerciële ruimte xx m² in totaal (eventueel indeling)</p> <p>Leegstand: type (aanvang, langdurig, structureel, verbouw)</p> <p>Type pand: gemengd gebruik? Aparte ingang? Deel appartementsgebouw?</p> <p>Toestand pand: goede/slechte staat, inrichting? Nutsvoorzieningen ok?</p> <p>Te huur of te koop via immo x voor xxx.xxx euro xxx euro/maand bijkomende kosten</p> <p>Locatus gegevens</p>	<p>Eigenaar: Adres Mail Tel/gsm</p> <p>Immo x indien van toepassing Contactpersoon Mail Tel/gsm URL-link naar info pand</p>	<p>Wie gecontacteerd wanneer? xx/xx: kort noteren info van en uit contact</p> <p>To do na contact:</p> <p>Open voor tijdelijke invulling of vitrine? JA/NEE</p> <p>Onder welke voorwaarden voor eigenaar?</p> <p>activiteiten: huurprijs: huurduur: beschikbare periode: verbouwingen: andere:</p> <p>Potentieel: pop-up, horeca pop-up, vitrine, ...</p>



Foto's binnen en buiten	LANGESTRAAT 10 – ok eindejaarsperiode	Contactgegevens	Nuttige info
 	<p>Voordien bv. kapper x</p> <p>Grootte: xx m² commerciële ruimte xx m² in totaal (eventueel indeling)</p> <p>Leegstand: type (aanvang, langdurig, structureel, verbouw)</p> <p>Type pand: gemengd gebruik? Aparte ingang? Deel appartementsgebouw?</p> <p>Toestand pand: goede/slechte staat, inrichting? Nutsvoorzieningen ok?</p> <p>Te huur of te koop via immo x voor xxx.xxx euro xxx euro/maand bijkomende kosten</p> <p>Locatus gegevens</p>	<p>Eigenaar: Adres Mail Tel/gsm</p> <p>Immo x indien van toepassing Contactpersoon Mail Tel/gsm URL-link naar info pand</p>	<p>Wie gecontacteerd wanneer? xx/xx: kort noteren info van en uit contact</p> <p>To do na contact:</p> <p>Open voor tijdelijke invulling of vitrine? JA/NEE</p> <p>Onder welke voorwaarden voor eigenaar?</p> <p>activiteiten: huurprijs: huurduur: beschikbare periode: verbouwingen: andere:</p> <p>Potentieel: pop-up, horeca pop-up, vitrine, ...</p>



EIGENAAR (voorlopig) NIET GEÏNTERESSEERD

Foto's binnen en buiten	HOOFDSTRAAT 2 – voorlopig niet	Contactgegevens	Nuttige info
 	<p>Voordien bv. kapper x</p> <p>Grootte: xx m² commerciële ruimte xx m² in totaal (eventueel indeling)</p> <p>Leegstand: type (aanvang, langdurig, structureel, verbouw)</p> <p>Type pand: gemengd gebruik? Aparte ingang? Deel appartementsgebouw?</p> <p>Toestand pand: goede/slechte staat, inrichting? Nutsvoorzieningen ok?</p> <p>Te huur of te koop via immo x voor xxx.xxx euro xxx euro/maand bijkomende kosten</p> <p>Locatus gegevens</p>	<p>Eigenaar: Adres Mail Tel/gsm</p> <p>Immo x indien van toepassing Contactpersoon Mail Tel/gsm URL-link naar info pand</p>	<p>Wie gecontacteerd wanneer? xx/xx: kort noteren info van en uit contact</p> <p>To do na contact:</p> <p>Open voor tijdelijke invulling of vitrine? JA/NEE</p> <p>Onder welke voorwaarden voor eigenaar?</p> <p>activiteiten: huurprijs: huurduur: beschikbare periode: verbouwingen: andere:</p> <p>Potentieel: pop-up, horeca pop-up, vitrine, ...</p>



IN VERBOUWING (opvolgen)

Foto's binnen en buiten	HOOFDSTRAAT 2 – checken na zomer	Contactgegevens	Nuttige info
 	<p>Voordien bv. café x</p> <p>Grootte: xx m² commerciële ruimte xx m² in totaal (eventueel indeling)</p> <p>Leegstand: type (aanvang, langdurig, structureel, verbouw)</p> <p>Type pand: gemengd gebruik? Aparte ingang? Deel appartementsgebouw?</p> <p>Toestand pand: goede/slechte staat, inrichting? Nutsvoorzieningen ok?</p> <p>Te huur of te koop via immo x voor xxx.xxx euro xxx euro/maand bijkomende kosten</p> <p>Locatus gegevens</p>	<p>Eigenaar: Adres Mail Tel/gsm</p> <p>Immo x indien van toepassing Contactpersoon Mail Tel/gsm URL-link naar info pand</p>	<p>Wie gecontacteerd wanneer? xx/xx: kort noteren info van en uit contact</p> <p>To do na contact:</p> <p>Open voor tijdelijke invulling of vitrine? JA/NEE</p> <p>Onder welke voorwaarden voor eigenaar?</p> <p>activiteiten: huurprijs: huurduur: beschikbare periode: verbouwingen: andere:</p> <p>Potentieel: pop-up, horeca pop-up, vitrine, ...</p>

Bijlage 4

Voorbeeld infofiche ondernemer

INFOFICHE STARTER – XXX

status dossier = XXX

CONTACT

Datum contact:

Contact met wie:

Persoonsgegevens

Voornaam + Naam:

Adres:

Tel of GSM:

E-mail:

Naam zaak (indien van toepassing):

Ondernemingsnummer (indien van toepassing):

Soort activiteit

Omschrijving activiteit

Welk product of dienst? Voor welke doelgroep? Online/offline aanbod, ...

In welke fase van (voorbereiding) ondernemen?

Bv. idee aan het uitwerken, uitgewerkt concept, al reeds bezig (online, ...).

Volgende stap van de starter? Pop-up?

Wat gewenste volgende stap? xxx

Gewenste timing start? Hoeveel maanden min.? xxx

Beschikbaar budget voor pand? xxx

Voorziene openingsdagen/uren? xxx



Wensen soort pand

Wat zijn de behoeften/voorkeuren van de ondernemer met betrekking tot een handelspand?

Soort pand: (handelspand, gemengd gebruik, horecapand, ...)

Grootte pand: (min X m² winkeloppervlakte, min X m² opslagruimte, ...)

Voorzieningen reeds aanwezig.

- Mate van inrichting (los van EGW nutsvoorzieningen), bv. casco of volledig ingericht.
- Bepaalde voorzieningen reeds aanwezig? Bv. ingerichte horecakeuken.
- Buitenruimte nodig? Tuin, koer, ...
- Parkeergelegenheid bij of aan het pand nodig? ...

Beschikbaarheid pand: op korte en op lange termijn te huur/te koop?

Ligging pand: bepaalde straten?

Andere? ...

Mogelijke match

Rol dienst Lokale economie:

Welke lege handelspanden interessant?

Opmvolging contacten met eigenaars:

Andere ondersteuning door lokaal bestuur voor starters

Interesse in: (aanvullen op basis van lokaal aanbod).

- Starterspremie.
- Vestigingspremie.
- Enzovoort.



Bijlage 5

Informatie over de belangrijkste bepalingen in een handelshuurovereenkomst van korte duur

Normaal geldt een handelshuurovereenkomst voor minimum 9 jaar waarbij men om de 3 jaar een opzeg kan doen.

Om tegemoet te komen aan de toenemende populariteit van tijdelijke winkels (pop-up) heeft de Vlaamse Overheid via het decreet van 17 juni 2016 een wettelijk kader gecreëerd om een handelshuur van korte duur juridisch mogelijk te maken.

Deze soort handelshuur is maar in bepaalde gevallen toegestaan.

Volgende voorwaarden dienen volgens het decreet vervuld te zijn.

- Huur van (gedeelten van) onroerende goederen.
- Hoofdzakelijk gebruikt voor het uitoefenen van handel of ambacht.
- Activiteit met rechtstreeks contact tussen huurder en publiek (kan op diverse wijze).
- Duur contract: gelijk of korter dan 1 jaar.
- De overeenkomst moet uitdrukkelijk worden aangegaan (schriftelijk vastgelegd).

! Opgelet: alle 5 voorwaarden moeten voldaan zijn.

In wat volgt zijn de belangrijkste bepalingen opgesomd die de verschillen tussen een 'gewone' handelshuur en een handelshuur korte duur verduidelijken.

De meeste bepalingen zijn dwingend, tenzij er vermeld staat dat dit anders kan overeengekomen worden tussen de partijen. **Zie stukken tekst die in fluo geel staan.**

Bepalingen i.v.m. duur

- Huur korter dan 1 jaar (meerdere opeenvolgende contracten mogelijk MAAR samen maximum 1 jaar).
 - **Duur: samen overeen te komen (in theorie van 1 dag tot 1 jaar).**
 - Indien meerdere verlengingen totale duur langer dan 1 jaar: overeenkomst valt automatisch onder de klassieke handelshuurwetgeving (startdatum: aanvankelijke begindatum van het pop-upcontract).
- Contract loopt tot de einddatum zoals vermeld in de overeenkomst (= geen expliciete opzegging nodig).
- De huurovereenkomst geeft geen automatisch recht aan de huurder op hernieuwing.
 - Via onderling akkoord van partijen kan men tijdens of bij afloop van het pop-up contract de overgang in klassieke handelshuur overeenkomen.



Voortijdig beëindigen mogelijk?

- Als huurder: ten allen tijde mogelijk mits 1 maand opzeg (via aangetekende brief of gerechtsdeurwaardersexploot).
- Als verhuurder: eenzijdig opzeggen niet mogelijk.
- In onderling overleg: altijd mogelijk mits schriftelijk akkoord.
- **Huurder heeft geen recht op vergoeding bij beëindiging van contract (op welke manier ook), tenzij anders overeengekomen.**
- Indien de verhuurder het onroerend goed overdraagt, dient de nieuwe verhuurder de lopende huurovereenkomst van korte duur te respecteren. Hij kan de huurder er dus niet uitzetten.

Overdracht van huur of onderverhuur?

De huurder kan de huur nooit overdragen of het pand onderverhuren.

Kosten en lasten?

- **Belastingen betreffende het gebouw zijn ten laste van de verhuurder (normaal verrekend in de huurprijs), tenzij anders overeengekomen.**
- Kosten nutsvoorzieningen (energie, gas, water, ...) zijn ten laste van de huurder.

Verbouwingen door huurder mogelijk?

Ja tenzij dit werd uitgesloten in de overeenkomst.

Maar sowieso zijn er enkele dwingende voorwaarden in geval van verbouwing.

- Kosten in totaal niet meer dan 1 jaar huur in waarde.
- De veiligheid, salubriteit en esthetische waarde van het gebouw mogen niet in het gedrang komen.
- De verhuurder is vóór de aanvang van de werken schriftelijk in kennis gesteld.
 - Wat als niet voldaan wordt aan een van bovenstaande voorwaarden?
 - De verhuurder kan de werken laten stopzetten via een eenvoudige beschikking van de vrederechter.
 - De verhuurder heeft toegang tot de werken en kan ook lasthebbers naar keuze daarheen afvaardigen.
 - De verhuurder kan eisen dat de huurder zijn aansprakelijkheid, alsook die van de verhuurder en eventueel de eigenaar, laat verzekeren.

Op het einde van de huurovereenkomst beschikt de verhuurder over de keuze om deze werken ofwel op kosten van de huurder te verwijderen, dan wel kosteloos te behouden. Er kunnen ook andere afspraken gemaakt worden in de huurovereenkomst.



Welke rechtbank gevoegd bij geschillen?

De vrederechter van de plaats van waar het onroerend goed gelegen is, is bevoegd.

Tekst Decreet: <https://etaamb.openjustice.be/nl/2016036108.html>

Dit document is opgesteld in **januari 2022** als onderdeel van het kortlopend pop-up traject in het kader van het **EFRO-project 'Onderneem Er Op Uit'** gerealiseerd door de **Provincie Oost-Vlaanderen**.



Bijlage 6

Voorbeeld van handelshuurovereenkomst van korte duur

VOORAF

Dit document is opgesteld in **januari 2022** als onderdeel van het kortlopend pop-up traject in het kader van het **EFRO-project 'Onderneem Er Op Uit'** gerealiseerd door de **Provincie Oost-Vlaanderen**.

Onderstaande voorbeeldovereenkomst is een samenvoeging van verschillende voorbeelden online terug te vinden (zie bronnen).

Sommige bepalingen zijn dwingend opgelegd door de bepalingen in het decreet van 17 juni 2016 houdende huur van korte duur voor handel en ambacht (zoals bv. de duur van het contract mag maximum 1 jaar zijn). Het 'Pop-up decreet' is op 1 september 2016 in werking getreden en enkel van toepassing voor pop-up contracten voor panden in het Vlaams Gewest.

Andere bepalingen zijn flexibeler en onderling af te spreken tussen huurder en verhuurder.

Belangrijk: maak duidelijke afspraken over alle aspecten vermeld in het contract, zodat iedereen de juiste verwachtingen heeft over alle (financiële) rechten en plichten. Zorg altijd voor een win-win voor beide partijen.

Tekst in blauw: facultatief, kan je onderling beslissen of je de bepaling wel of niet wil toevoegen.

Tekst in fluo geel 'OF' tussen teksten: kies uit een van de opties of maak een eigen afspraak.

HANDELSHUUROVEREENKOMST KORTE DUUR – POP-UP – IN HET VLAAMS GEWEST

Tussen de ondergetekenden:

Enerzijds: (naam, voornaam)

geboren te

.....op.....

wonende te / maatschappelijke zetel te

.....

in zijn/haar hoedanigheid als houder van het zakelijk recht van het ter beschikking gestelde gebouw.

hierna "verhuurder" genoemd,

en:

Anderzijds: (naam, voornaam)



geboren te
.....op.....

wonende te / maatschappelijke zetel te
.....

in zijn/haar hoedanigheid als gebruiker van het ter beschikking gestelde gebouw.

hierna "huurder(s)" genoemd,

Die verklaren zich hoofdelijk en ondeelbaar borg te stellen voor alle verbintenissen die uit hoofde van huidige huurovereenkomst ten laste van de huurders vallen.

Facultatief: toevoegen borgstellers: uitzonderlijk kan er ook een borgsteller toegevoegd worden in de overeenkomst. Voeg analoog aan de (ver)huurder de gegevens toe en neem volgende zin mee:

Die verklaart (verklaren) zich hoofdelijk en ondeelbaar borg te stellen voor alle verbintenissen die uit hoofde van huidige huurovereenkomst ten laste van de huurder vallen. Hij/zij verklaart kennis genomen te hebben van de huurovereenkomst en de bijvoegsels.

Tussen de partijen wordt het volgende overeengekomen:

Artikel 1. Voorwerp van het gehuurde goed

De verhuurder geeft in huur van korte duur aan de huurder, die aanvaardt, het eigendom gelegen te

.....
(adres).

Het verhuurde goed bestaat uit volgende lokalen die gebruikt zullen worden voor de exploitatie van een kleinhandel of het ambachtsbedrijf van de huurder: (opsomming van de lokalen).

.....
.....
.....



Facultatief: bovendien bestaat het verhuurde goed uit volgende lokalen die voor bewoning door de huurder zullen worden gebruikt: (opsomming van de lokalen).

.....

.....

.....

De bewoningsfunctie is ondergeschikt aan de exploitatie van een kleinhandel of het ambachtsbedrijf van de huurder.

Artikel 2. Plaatsbeschrijving

De partijen zijn verplicht om vóór de intrek van de huurder of binnen een maand na de intrek gezamenlijk een omstandige plaatsbeschrijving op te stellen.

Facultatief: indien zij verkiezen een beroep te doen op een deskundige, wordt deze gezamenlijk aangewezen en draagt iedere partij de helft van de kosten.

De plaatsbeschrijving wordt bij de huurovereenkomst gevoegd en moet eveneens ter registratie worden aangeboden. Bij het verlaten van de huurwoning zal opnieuw een plaatsbeschrijving worden opgemaakt.

De huurder verbindt zich ertoe op het einde van de huur het pand in dezelfde staat ter beschikking van de verhuurder te stellen.

Facultatief: het pand dient borstelschoon te worden afgeleverd.

Artikel 3. Bestemming van het gehuurde goed

Het goed wordt verhuurd voor de uitoefening van een kleinhandel of het ambachtsbedrijf van de huurder. Het contract valt onder het toepassingsgebied van het decreet van 17 juni 2016 houdende huur van korte duur voor handel en ambacht (pop-up decreet) en is geldig voor alle in het contract opgenomen gedeelten van het verhuurde goed.

Partijen komen uitdrukkelijk overeen dat de uitbating van een handelszaak in het verhuurde goed in hoofdzaak moet beperkt blijven tot de volgende activiteit(en):

.....

.....

.....

met inbegrip van de activiteiten die gebruikelijk met de exploitatie van dergelijke zaak verband houden. Hierbij is er een rechtstreeks contact tussen huurder en publiek. Louter vitrinefunctie wordt niet toegelaten.



Facultatief: toevoegen bijkomende bepaling i.v.m. de toegestane ondergeschikte woonfunctie onder artikel 1.

Zonder de voorafgaande schriftelijke instemming van de verhuurder is het voor de huurder verboden deze bestemming te wijzigen.

Gelijk welke kosten die de verhuurder kan oplopen als gevolg van een inbreuk door de huurder op het voorgaande lid, worden aan de huurder aangerekend en op hem afgewenteld.

Artikel 4. Duur van de huurovereenkomst

Het pop-up decreet is van toepassing op de huur van onroerende goederen die gesloten is voor een termijn die gelijk is aan of korter is dan één jaar.

De huurovereenkomst wordt gesloten voor een bepaalde duur van maanden die ingaat op en van rechtswege verstrijkt op

Artikel 5: Beëindiging en verlenging van de overeenkomst

De huurder kan de huur te allen tijde beëindigen door één maand op voorhand op te zeggen via een gerechtsdeurwaardersexploot of per aangetekend schrijven. De verhuurder kan niet eenzijdig opzeggen.

Mits wederzijds schriftelijk akkoord, kunnen verhuurder en huurder de lopende huur eveneens te allen tijde beëindigen.

Mits onderling schriftelijk akkoord tussen partijen kan de huurovereenkomst onder dezelfde voorwaarden meermaals schriftelijk verlengd worden zolang de totale huurtijd niet langer is dan één jaar. Zodra op grond van opeenvolgende verlengingen de totale duur van de huur evenwel langer is dan één jaar, valt het contract automatisch onder het toepassingsgebied van de wet van 30 april 1951 betreffende de handelshuur en wordt het geacht te zijn aangegaan voor negen jaar, te rekenen vanaf de datum waarop de aanvankelijke huurovereenkomst van korte duur in werking is getreden.

Noch bij de contractuele beëindiging van de huurovereenkomst, noch bij een tussentijdse beëindiging ervan, heeft de huurder recht op enige vergoeding voor zijn uitzetting.

OF:

De huurder heeft recht op een vergoeding voor zijn uitzetting bij beëindiging. Deze bedraagt €..... .

Facultatief: een bepaling toevoegen dat de huurder een 'voorrecht van huur' krijgt na beëindiging van deze overeenkomst.

De huurder heeft geen recht op huurhernieuwing en kan zich niet beroepen op stilzwijgende wederinhuring. Men kan wel in onderling overleg het contract verlengen, maar dit moet aan dezelfde voorwaarden zijn en schriftelijk gebeuren.



Artikel 6. Huurprijs en wijze van betaling

De basishuurprijs bedraagt € per maand.

De huurprijs is betaalbaar vóór de 5^{de} kalenderdag van de maand waarop hij betrekking heeft en zal vóór die datum in het bezit moeten zijn van de verhuurder.

De huurprijs zal worden betaald door overschrijving bij de bank.....

op rekeningnummer IBAN BE

.....

op naam van

.....

met vermelding

.....

Artikel 7. Kosten en lasten

De kosten van de nutsvoorzieningen van het onroerend goed zijn ten laste van de huurder en kunnen met alle middelen bewezen worden.

Facultatief: concreet opsommen kosten:

.....
.....
.....

Voorbeelden.

- Het abonnement op en het privéverbruik van water, gas, elektriciteit en verwarming.
- Het abonnement op en alle kosten en belastingen m.b.t. radio, televisie en internet.
- Aandeel in de onderhoudskosten van de gemeenschappelijke delen.
- Aandeel in het verbruik van water, gas, elektriciteit en verwarming van de gemeenschappelijke delen en hun onderhoudskosten.

Facultatief: indien deel van de kosten voor de nutsvoorzieningen gemeenschappelijk worden aangerekend (bv. bij een appartementsgebouw waar een handelspand op de gelijkvloers is):

Het aandeel van de huurder in de gemeenschappelijke kosten wordt bepaald op
/1 000. De huurder zal op deze kosten maandelijks een voorschot betalen van €



Artikel 8. Heffingen en belastingen

Alle huidige en toekomstige belastingen of taksen, om eender welke reden geheven door om het even welke overheid op het ter beschikking gestelde gebouw, worden uitsluitend door de gebruiksgever gedragen en zijn dus inbegrepen in de huurprijs, **tenzij anders wordt overeengekomen.**

Alle huidige en toekomstige belastingen of taksen, om eender welke reden geheven door om het even welke overheid op de uitbating, worden uitsluitend door de huurder gedragen.

Artikel 9. Waarborg

De waarborg die de huurder verschuldigd is, bedraagt maanden huurprijs. De waarborg zal worden betaald als volgt:

- Op een geïndividualiseerde en geblokkeerde rekening op naam van de huurder bij de bank

De huurder verbindt zich ertoe het gebouw slechts te betrekken na overlegging van het bewijs van deze waarborg aan de verhuurder.

Over de waarborgsom, inclusief in voorkomend geval de gekapitaliseerde rente, kan alleen worden beschikt volgens een geschreven akkoord tussen beide partijen of volgens een definitief geworden rechterlijke beslissing die niet meer vatbaar is voor hoger beroep.

Artikel 10. Onderhoud en huurherstellingen

Advies: zeker bij pop-up van slechts enkele maanden, bespreek onderling goed welke onderhoudskosten in de huurperiode te verwachten zijn en in welke mate de huurder dit op zich moet nemen. Zorg dat dergelijke kosten proportioneel zijn ten opzichte van de huurperiode. De verhuurder is verplicht het verhuurde goed in zodanige staat te onderhouden dat het kan dienen tot het gebruik waartoe het verhuurd is. De huurherstellingen en het gering onderhoud vallen evenwel overeenkomstig het gemeen recht ten laste van de huurder.

Facultatief: deze omvatten onder meer.

- **Jaarlijks vegen van de gebruikte schoorstenen.**
- **Onderhoud van alle verwarmings-, elektriciteits- en gasinstallaties.**
- **Onderhoud van de sanitaire installaties.**
- **Onderhoud van de aflopen en afwateringen.**
- **Vervanging van gebroken ruiten.**
- **Onderhoud van muur- en vloerbekleding, alsook van deuren, vensters, rolluiken, sloten, enzovoort.**
- **Onderhoud van de tuin.**



Alle andere herstellingen zijn ten laste van de verhuurder, en onder meer deze te wijten aan normale slijtage, ouderdom en overmacht in de gehuurde woning. De huurder is wel verplicht de gebreken of schade onmiddellijk te melden aan de verhuurder.

Alle herstellingen die noodzakelijk zijn geworden na foutief gedrag door de huurder blijven ten laste van de huurder.

Artikel 11. Veranderingen aan het gehuurde pand

Het voorzien van primaire nutsleidingen (zijnde gas, water en elektriciteit) is de verantwoordelijkheid van de verhuurder.

De huurder mag aan het gehuurde goed geen verbouwing uitvoeren.

OF

De huurder kan aan het gehuurde goed elke verbouwing uitvoeren die dienstig is voor zijn onderneming en waarvan de kosten een jaar huur niet te boven gaan, op voorwaarde dat daardoor noch de veiligheid, noch de salubriteit, noch de esthetische waarde van het gebouw in het gedrang komen, en op voorwaarde dat hij de verhuurder voor de aanvang van de werken daarvan schriftelijk in kennis stelt.

Ingeval er werken worden uitgevoerd zonder instemming of machtiging of zonder dat de bepalingen daarvan in acht worden genomen, kan de verhuurder de werken doen stopzetten ingevolge een eenvoudige beschikking van de vrederechter.

De verhuurder heeft toegang tot de werken. Hij kan alle lasthebbers naar hun keus daarheen afvaardigen. De uitvoering van de door de huurder ondernomen werken geschiedt op zijn risico.

Facultatief: de huurder is verplicht om zijn eigen aansprakelijkheid te verzekeren, alsook die van de verhuurder en van de eigenaar, zowel ten opzichte van derden als ten opzichte van elkaar, uit hoofde van de door de huurder ondernomen werken. Indien de huurder, bij eerste aanmaning van de verhuurder, het bewijs niet levert van het bestaan van een toereikend verzekeringscontract en van de betaling van de premie, is de verhuurder gerechtigd de werken te laten stopzetten. Het verbod kan niet worden opgeheven tenzij het bewijs van de verzekering en van de betaling van de premie wordt geleverd.

Wanneer verbouwingen zijn uitgevoerd op kosten van de huurder, kan de verhuurder, behoudens andersluidende overeenkomst, de verwijdering ervan bij het vertrek van de huurder vorderen. Indien hij de aldus uitgevoerde verbouwingswerken behoudt, is hij geen vergoeding verschuldigd.



Artikel 12. Maatregelen en verzekeringen

De huurder is ertoe gehouden alle noodzakelijke en nuttige maatregelen te nemen om de veiligheid van eventuele bezoekers te garanderen. De huurder heeft de verplichting om onder meer (niet limitatieve opsomming) in te staan voor.

- Het aangaan van alle noodzakelijke verzekeringen en eventuele noodzakelijke vergunningen afhankelijk van de activiteit. Daarvan een afschrift voor te leggen aan de verhuurder.

Facultatief.

- **De huurder verklaart als gebruiker en ter volledige ontlasting van de verhuurder alle aansprakelijkheid op zich te nemen voortvloeiend uit de bepalingen van art. 1382 van het Burgerlijk Wetboek (vrijwaringsbeding).**
- **De huurder verklaart de verhuurder volledig te ontslaan van haar eigen aansprakelijkheid, in de brede zin, tegenover de gebruiksgever, voor eventuele schade, als gevolg van het ter beschikking stellen van voormeld pand en het gebruik dat ervan gemaakt wordt (bevrijdingsbeding).**

Artikel 13. Registratie

De **verhuurder¹ (OF huurder)** staat in voor de registratie en de hieraan eventueel verbonden kosten. De registratie van dit huurcontract en de ondertekende bijlagen dient te gebeuren binnen de 2 maanden na ondertekening. Na registratie bezorgt de verhuurder een kopie van het geregistreerd huurcontract en de bijlage aan de huurder.

Artikel 14. Overdracht of onderverhuuring

Overdracht van huur en onderhuur zijn te allen tijde verboden.

Artikel 15. Vervreemding en overlijden huurder

Diegene die het verhuurde goed om niet of onder bezwarende titel verkrijgt, leeft de geregistreerde huurovereenkomst na, en kan de huurder er niet uitzetten behoudens de mogelijke beëindigingen opgesomd in artikel 4.

In geval van overlijden van de huurder zullen de erfgenamen of andere rechthebbenden een einde kunnen maken aan de huurovereenkomst, mits zij binnen een maand na het overlijden een opzeggingstermijn van 1 maand in acht nemen.

¹ Standaard is dit de verhuurder.



Artikel 16 Wijzigen van de overeenkomst

De inhoud van deze overeenkomst kan slechts gewijzigd worden middels een door beide partijen ondertekend geschrift.

Facultatief: Artikel 17. Bijzondere bepalingen.

Bv. aanbrengen van aanplakborden en bezoek aan pand gedogen bij geval van te koop stellen pand, ...

.....

.....

.....

Artikel 18. Geschillen

De overeenkomst wordt geregeld naar Belgisch recht.

Alle geschillen waartoe deze overeenkomst aanleiding zou kunnen geven, vallen onder de uitsluitende bevoegdheid van de vrederechter van de plaats waar het voornaamste onroerend goed gelegen is, of van de plaats van het goed met het hoogste kadastraal inkomen als het verscheidene afzonderlijke onroerende goederen betreft.

Opgemaakt te, op/...../....., in
evenveel exemplaren als er partijen zijn, plus 1. Dat laatste exemplaar is voor de registratie bestemd.

Gelezen en goedgekeurd,
(naam + voornaam)

Handtekening huurder(s),

Handtekening verhuurder(s),

Bijlage(n)

1. Plaatsbeschrijving



Bronnen:

- **17 JUNI 2016. — Decreet houdende huur van korte duur voor handel en ambacht:**
<https://etaamb.openjustice.be/nl/2016036108.html>,
https://www.ejustice.just.fgov.be/cgi/article_body.pl?language=nl&caller=summary&pub_date=16-07-26&numac=2016036108
- **Advo-Recht.be:**
<https://advo-recht.be/wp-content/uploads/2020/01/HANDELSHUUR-KORTE-DUUR-POP-UP.pdf>
- **Advo-Recht.be:**
<https://advo-recht.be/kennisbank/huurrecht/handelshuur/handelshuur-van-korte-duur-pop-up/>
- **Jureca:** <https://www.jureca.be/handelshuurovereenkomst/>
- **Lokaal bestuur Kortrijk:**
https://www.kortrijk.be/sites/kortrijk/files/201906/Handelshuurovereenkomst_van_korte_duur_0.docx
- **LEXGO:**
<https://www.lexgo.be/nl/artikels/burgerlijk-recht/huurovereenkomsten/handelshuur-van-korte-duur-ai-decreet-van-17-juni-2016,106107.html>
- **TURNER:**
<https://www.turner.immo.nl/advies/Handelshuurovereenkomst-van-korte-duur-%28pop-up%29>
- **UNIZO:** <https://www.unizo.be/advies/pop-huur-handelshuur-van-korte-duur>

Link naar tekst handelshuur wet 1951. Geldig in geval dat de som van de duur van de verlengingen van de korte duur contracten samen meer dan 1 jaar bedragen.

https://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/loi_a1.pl?imgcn.x=37&imgcn.y=13&DETAIL=1951043030/N&caller=list&row_id=1&numero=3&rech=17&cn=1951043030&table_name=WET&nm=1951043003&la=N&dt=BURGERLIJK%20WETBOEK&language=nl&choix1=EN&choix2=EN&text1=boek%20III&fromtab=wet_all&nl=n&btnnext.x=87&btnnext.y=11&sql=dt%20contains%20%20%27BURGERLIJK%27%2526%20%27WETBOEK%27%20and%20%28%28%20tit%20contains%20proximity%2040%20characters%20%28%20%27boek%27%2526%20%27III%27%29%20%20%20%29%20or%20%28%20text%20contains%20proximity%2040%20characters%20%28%20%27boek%27%2526%20%27III%27%29%20%20%20%29%29and%20actif%20%3D%20%27Y%27&tri=dd%20AS%20ORANK%20&trier=afkondiging&btnprev.x=82&btnprev.y=6



Contactgegevens

team Economie Provincie Oost-Vlaanderen

32 9 267 86 84

detailhandel@oost-vlaanderen.be

www.oost-vlaanderen.be/onderneem-er-op-uit

Dit werkboek is opgemaakt in april 2022 op basis van de op dat moment geldende wetgeving.

De neergeschreven methodiek is ontwikkeld aan de hand van de praktijkervaring opgedaan in de vijf Oost-Vlaamse besturen waar een pop-up traject is doorlopen: Beveren, Eeklo, Geraardsbergen, Lebbeke en Temse. Dank voor hun medewerking en aangename samenwerking.

Ook wensen we de lokale besturen te bedanken die door deelname aan het intervisiemoment hun ervaringen omtrent tijdelijke commerciële invullingen en pop-ups hebben gedeeld: Aalst, Aalter, Lokeren, Sint-Gillis-Waas en Wetteren.

Het project 'Onderneem Er Op Uit' wordt gefinancierd vanuit het provinciebestuur Oost-Vlaanderen (372.025,92 EUR), het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (372.025,92 EUR) en het Vlaamse Hermesfonds (186.012,96 EUR).