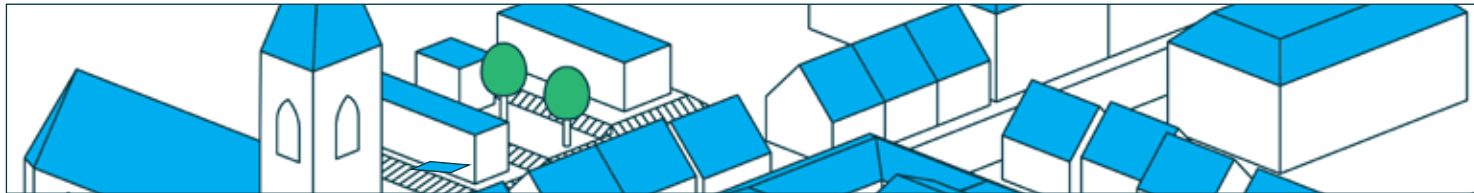


KAMELEON
ONDERNEMEN IN DE KERN



juni 2016



COLOFON

Dit document is een publicatie van:

Intercommunale Leiedal

President Kennedypark 10 - BE-8500 Kortrijk

tel +32 56 24 16 16 - fax +32 56 22 89 03

info@leiedal.be



**AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN**

1. INHOUDSOPGAVE

1.	SITUERING	4
2.	VESTIGINGSEISEN BEDRIJVEN	5
2.1.	CONCLUSIES UIT STUDIE RAMING VAN DE BEHOEFTE VAN BEDRIJVENTERREINEN IN HET VLAAMSE GEWEST	5
2.2.	CONCLUSIES UIT BEVRAGING BEDRIJVEN	6
3.	VERWEVINGSPROFIEL VAN BEPAALDE TYPES VAN ACTIVITEITEN	8
3.1.	ANALYSE BEDRIJFSACTIVITEITEN IN DE BEDRIJFSVERZAMELGEBOUWEN	8
3.2.	GROEI VAN DIENSTENSECTOR EN IN HET BIJZONDER DE CREATIEVE ECONOMIE.	9
3.3.	INVLOED VAN DE NIEUWE PRODUCTIETECHNIEKEN.	10
4.	ALGEMENE CONCLUSIE	11

2. SITUERING

Bedrijfsruimte is een schaars goed. De tijd van steeds opnieuw open ruimte aan te snijden is voorbij. Een belangrijke doelstelling van het project Kameleon bestaat er dan ook in de ruimte om te ondernemen in de kernen te behouden en te stimuleren.

Het aanbod aan economische locaties in de kern moet afgestemd zijn op de vraag en in het bijzonder rekening houden met het programma van eisen van de potentiële ruimtevragers.

In deze nota brengen we de belangrijkste vestigingseisen in kaart op basis van de gegevens uit een aantal studies, bevragingen van bedrijven en de analyse van de kenmerken van de activiteiten die het meest potentie hebben op verwerving in de kernen.

3. VESTIGINGSEISEN BEDRIJVEN

3.1. CONCLUSIES UIT STUDIE RAMING VAN DE BEHOEFTE VAN BEDRIJVENTERREINEN IN HET VLAAMSE GEWEST

Idea consult heeft in opdracht van het Vlaamse Gewest een studie opgemaakt rond de ruimtebehoefte waarbij ook het aspect van verwerving is geanalyseerd (analyserapport 7 februari 2014 en eindrapport 14 maart 2014).

Een aantal belangrijkste conclusies uit deze studies zijn hierna weergegeven:

“De technologische innovaties (o.a. op het vlak van luchtfilters, geluidsisolatie...) zorgen ervoor dat de hinder die bedrijven veroorzaken sterk beperkt kan worden. Bovendien zorgt de des-industrialisering en de evolutie naar een diensteneconomie er ook voor dat de aard van de economische activiteit in Vlaanderen sterk veranderd is. Daartegenover staat dat bedrijven steeds meer verkeer veroorzaken. Bovendien zorgt het prijsverschil tussen bedrijfs- en woonkavels ervoor dat bedrijven een locatie op bedrijventerrein verkiezen, zeker gezien de toegenomen intolerantie van bewoners tegenover bedrijfsactiviteiten in hun omgeving.”

Uit een workshop met diverse stakeholders bleek dat de bedrijven voor een locatie kiezen op een bedrijventerrein om diverse redenen.

- De minder goede configuratie van de percelen in het bebouwd weefsel;
- De schaal van het bedrijf conflicteert met de omgeving en

- veroorzaakt overlast op vlak van verkeersbewegingen en uitzicht;
- Een gebrek aan uitbreidingsmogelijkheden en hogere prijzen in het bebouwd weefsel.

“De belangrijkste elementen die een activiteit niet-verweefbaar maken, zijn:

- Hinder (maar speelt steeds minder een rol door technologische vernieuwingen);
- Zwaar verkeer, transport van het bedrijf zelf, maar ook van bezoekers (sport, detailhandel). Dit bezoekertransport is ook een reden waarom meer en meer verweefbare activiteiten (bijv. bowling, dancing,...) naar BT komen. Dit transport hoeft echter niet noodzakelijk als een gegeven beschouwd te worden. In sommige regio's focust men op aanpassingen van de transportstromen zodat het bedrijf toch verweefbaar kan blijven op zijn huidige locatie.
- Schaal (van het bedrijf, of van het aantal bedrijven)”.

“Verder stelt men meer en meer vast dat er een gestegen vraag is naar ruimte voor KMO units. Dit komt omdat de kavels in woongebied kleiner worden. Zelfstandigen of kleinere bedrijven kunnen niet meer in woongebied terecht voor hun opslag van materiaal (of het is er te duur) en verkiezen een loods op bedrijventerrein. Daar worden grotere kavels die niet onmiddellijk verkocht worden, opgedeeld in kleinere oppervlaktes voor KMO units. Dit beantwoordt aan een vraag vanuit de bedrijven, maar houdt ook het gevaar in dat grote bedrijven geen geschikte kavel meer vinden.

Samengevat kunnen we stellen dat nieuwe bedrijvigheid door technologische mogelijkheden en desindustrialisatie (meer kantoorfunctie) meer en meer verweven wordt, ten minste als enkel het aspect hinder beoordeeld wordt. Bovendien wordt er nu ook anders omgegaan met ruimte (zorgvuldiger ruimtegebruik). Maar door het markteconomische verhaal (grondprijzen) en door toegenomen intolerantie tegen bedrijvigheid worden bedrijven

toch steeds vaker naar een bedrijventerrein gedreven.”

Uit de analyses blijkt daarenboven dat een substantieel aandeel van de toegevoegde waarde op bedrijventerreinen wordt gecreëerd door sectoren die er niet meteen verwacht worden zoals “overheid en diensten” (17%) en detailhandel (6%). Ook nieuwe concepten en sectoren zoals bijvoorbeeld in de zorg- en dienstensector en kennisintensieve bedrijvigheid vestigen zich in stijgende mate op bedrijventerreinen.

De studie concludeert dan ook dat de push factoren om uit het bebouwd weefsel te vertrekken groter zijn dan de pull factoren, zelfs met verbeterde technologie die de hinder beperkt. Er is een actief beleid nodig om verweefbaarheid te realiseren. Vaststelling is immers ook dat bedrijven soms onwetend zijn over de mogelijke locaties binnen de kernen.

3.2. CONCLUSIES UIT BEVRAGING BEDRIJVEN

Enquête.

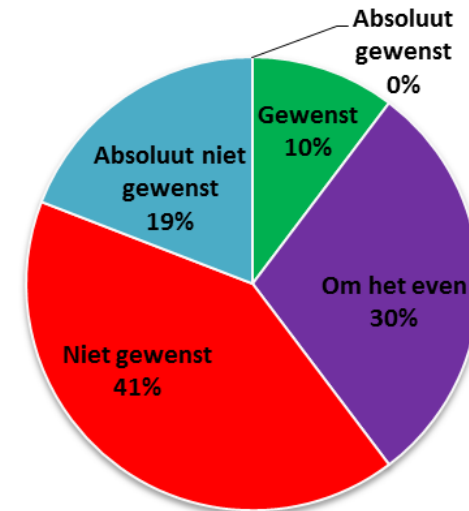
In het kader van het project Spazio uitgevoerd door Voka Oost-Vlaanderen is een ruime enquête gehouden bij een 100 tal bedrijven waarbij onder meer gepeild is naar de belangrijkste afwegingscriteria bij de keuze van een bedrijfslocatie. Deze enquête is ook gebruikt voor het afnemen van een gelijkaardige enquête in de regio Kortrijk. 68 bedrijven uit de regio Kortrijk hebben meegewerkt aan deze bevraging. Daarbij komt 31 % van de respondenten uit de industrie en bijna 50% uit de dienstensector. 60% van de ondernemers die de bevraging hebben ingevuld heeft minder dan 20 werknemers in dienst.

Uit de enquête kunnen volgende conclusies worden getrokken:

60% van de ondernemers geven aan dat een vestiging in de

(woon)kern niet gewenst of absoluut niet gewenst is. 30% van de ondernemers stelt dat een vestiging in de kern kan en 10% geeft expliciet aan dat een locatie in de kern gewenst is.

DIAGRAM: IS EEN VESTIGING IN DE WOONKERN GEWENST?



Voor de ondernemers zijn volgende criteria de belangrijkste afwegingscriteria bij de keuze van een bedrijfslocatie:

- Een goede ontsluiting over de weg;
- Voldoende parkeergelegenheden;
- Aantrekkelijke huur- en grondprijzen;
- Snelle beschikbaarheid van gronden en panden;
- Aanwezigheid van voldoende en adequaat personeel.

Wat expliciet kan pleiten in het voordeel van een locatie in de kern is:

- De snellere beschikbaarheid van de panden;
- De aanwezigheid van voldoende en adequaat personeel;
- De aanwezigheid van horeca en dienstverlening in de kern.

Als grote nadelen voor de locaties in de kernen geef de ondernemers onzekerheid over de uitbreidingsmogelijkheden en de bestemming aan.

Als minder belangrijke afwegingscriteria worden onder meer bereikbaarheid per openbaar vervoer en per fiets of te voet vermeld.

Gesprekken.

In het kader van het project Kameleon zijn daarenboven gesprekken gevoerd bij een 10 tal bedrijven die reeds in een kern zijn gevestigd. Bij deze bedrijven werd gepeild naar de voor- en nadelen van een vestiging in de kern.

Deze bevraging toont aan dat er nog een lange weg is af te leggen. Bijna alle bedrijven geven te kennen bij een vrije keuze een locatie op een bedrijventerrein te verkiezen boven een locatie in de kern. Redenen zijn vooral mobiliteit, betaalbaarheid en onzekerheid, in mindere mate de onverenigbaarheid van hun activiteiten met de andere functies in het bebouwd weefsel.

- Mobiliteit: voor de bedrijven is voldoende parking in de onmiddellijke omgeving een belangrijke randvoorwaarde en het gebrek eraan veroorzaakt veelal grote ergernis bij de buurtbewoners. Het niet vlot in en- uit kunnen rijden van de "stad" is een tweede veel gesignaleerde problematiek op vlak van mobiliteit.
- Betaalbaarheid: De bedrijven geven aan dat de vestiging van een bedrijf in de kern duurder is dan op een bedrijventerrein. Dit door de duurdere kostprijs van de gronden gecombineerd met de veelal hogere eisen op vlak van (architecturale) kwaliteit van de gebouwen en de eventueel te nemen extra maatregelen in het kader van een goed nabuurschap. Als er grondig moet gerenoveerd worden, is het in vele gevallen veel goedkoper en efficiënter op een nieuw stuk grond een volledige nieuwbouw op te trekken.

- Onzekerheid: Het beleid rond verwerving maakt te veel slingerbewegingen zodat de bedrijven opteren voor de weg van de minste weerstand bij de realisatie van een grote investering zoals een nieuwe bedrijfsinplanting. Het is immers onzeker of de toekomstige generatie burens nog voldoende tolerant zullen zijn.

Deze conclusies bevestigen de resultaten uit de studie naar het vestigingsgedrag van bedrijven in van Cabus-Horemans-Vanhaverbeke uit 2008.

In deze studie stelden de onderzoekers dat in eerste instantie de traditionele factoren nog steeds het meest doorwegen in de keuze van een vestigingsplaats. De vijf belangrijkste factoren zijn de bereikbaarheid over de weg, de parkeermogelijkheden, de aanwezigheid van geschikt personeel en de financiële factoren "belastingen" en "grond- en huurprijzen". Deze factoren wegen door ongeacht de aard van het bedrijf.

Het grote belang dat aan de bereikbaarheid wordt gehecht is niet zo verwonderlijk, volgens de onderzoekers, vermits mobiliteit een zeer belangrijke factor is in het functioneren van de stedelijke en economische structuren. Niet de fysieke nabijheid in ruimte, maar bereikbaarheid in tijd wordt doorslaggevend in het gedrags- en activiteitenpatronen.

4. VERWEVINGSPROFIEL VAN BEPAALDE TYPES VAN ACTIVITEITEN

Om sites marktconform in te richten in de kernen in functie van het aantrekken van economische activiteiten is het belangrijk een analyse te maken van de kenmerken van de activiteiten die het meest potentie hebben op verwerving in de kernen. Uit de bovenstaande studies en bevestigingen blijkt dat niet zozeer de type activiteiten maar eerder de schaal van het bedrijf cruciaal is voor het verwevingsprofiel, dit in combinatie met de parkeermogelijkheden en bereikbaarheid.

Daarnaast zijn er ook een aantal activiteiten waarvoor de troeven van de kernen net een doorslaggevende factor zijn om zich daar te vestigen, zoals de bedrijven actief in de creatieve sector. Tenslotte gaan we na of de nieuwste productietechnieken de vestigingseisen beïnvloeden

4.1. ANALYSE BEDRIJFSACTIVITEITEN IN DE BEDRIJFSVERZAMELGEBOUWEN

Tot op vandaag zijn nog steeds heel wat kleinere bedrijven gevestigd in de kernen en de invalswegen, in oude vlasloodsen of textielhuizen. Eénmaal deze loodsen vrijkomen, worden ze veelal niet heringevuld door economische activiteiten. Zo kozen heel wat kleinere bedrijven de afgelopen jaren voor een vestiging in een bedrijfsverzamelgebouw op de bedrijventerreinen. Het is dan ook nuttig te analyseren welke types activiteiten in dergelijke gebouwen zich vestigen en wat hun programma van eisen is. Het is immers een belangrijke potentiële doelgroep voor hernieuwde verweving.

4.1.1.

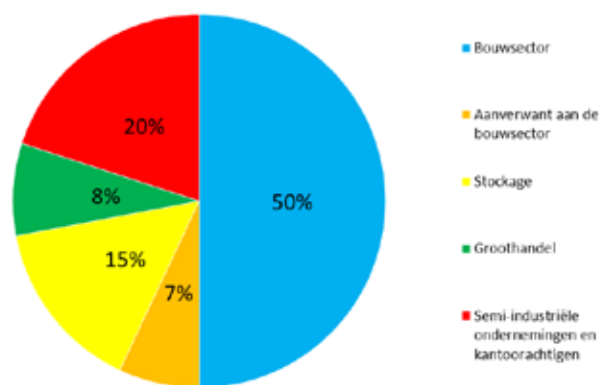
4.1.2. Activiteiten in bedrijfsverzamelgebouwen

De afgelopen jaren zijn in de ruime regio Kortrijk heel wat bedrijfsverzamelgebouwen opgetrokken. Op basis van eigen informatie, de informatie van de West-Vlaamse intercommunale en van een aantal private ontwikkelaars kunnen we de voornaamste categorieën van activiteiten in bedrijfsverzamelgebouwen in kaart brengen.

Hierna zijnde in de akte opgegeven activiteiten opgesomd, ingedeeld in subgroepen.

- Bouwsector: aannemingsbedrijf van sanitaire werken en loodgieterij, electriciteitswerken, dakwerken en schilderwerken, schrijnwerkerij en meubelmakerij, allerlei karweiwerken, licht constructiewerk (balustrades, hekkens, poortjes): circa 50 %
- Aanverwant aan bouwsector: data- & netwerkbekabeling, zonnepanelen, ventilatie domotica: circa 7%
- Stockage: verpakkingsmateriaal, aanhangwagens, dakmaterialen, ventilatiesystemen en klimatisatie, stockage van stellingen, plaatmateriaal & hout, stockage winterbanden, marktkraam, oldtimers, caravans: circa 15%
- Groothandel: afhaalpunt voor professionele vloerders; cosmetica en kappersbenodigdheden, apotheekbenodigdheden en geneesmiddelen, glashandel, wijnen, vitrinedecoratie, orthopedische producten, machineonderdelen, catering en traiteur: circa 8%
- Semi-industriële ondernemingen en kantoorachtigen - circa 20%: ontwerp en productie van belettering, reclame en signalisatie, digitaal printwerk, kwalificeren en certificeren metaal en PE-buizen, metaal lassen, montage digitale (school)borden & verkoop, assemblage, onderhoud computers randapparatuur, groot formaat displays, productontwikkeling, architectenbureau, landmeterskantoor.

DIAGRAM: POTENTILÉLE VERWEEFBARE ACTIVITEITEN



We stellen vast dat er een brede waaier aan activiteiten te vinden is in de bedrijfsverzamel-gebouwen. De meeste (circa 60%) houden verband met de bouwsector en/of opslag. De groep van semi-industriële bedrijven en kantoorachtigen is met 20% evenwel ook niet onbelangrijk. Het aantal werknemers is veelal beperkt tot maximaal 5.

Het programma van eisen van deze bedrijven veelal gelijkaardig, ongeacht de activiteit.

De belangrijkste "eisen" zijn:

- Een betaalbaar basisgebouw met voldoende flexibiliteit;
- Aandacht voor het behoud van een eigen identiteit;
- Bij voorkeur een vrije hoogte van circa 6m en een poort van 4,5 m hoog;
- De loods dient veelal voor stapeling en/of het plaatsen van bestelwagens en behoeft geen of beperkte verwarming.
- De kantoorruimte binnenin dient apart te kunnen worden verwarmd;
- Voldoende circulatie- en parkeerruimte zijn absoluut cruciaal;
- Indien gemeenschappelijke delen of mede-eigendom is een zeer goede basisakte noodzakelijk en moet er duidelijk zicht zijn op alle kosten.

4.2. GROEI VAN DIENSTENSECTOR EN IN HET BIJZONDER DE CREATIEVE ECONOMIE.

Voor veel ondernemingen zijn de push factoren om te vertrekken uit de kernen groter dan de pull factoren om zich te vestigen in de kernen. Een uitzondering daarop vormen de creatieve bedrijven waarvoor de troeven van de kernen net een doorslaggevende factor kunnen zijn om zich daar te vestigen. Heel wat start-ups en andere creatieve bedrijven kiezen bewust voor een unieke locatie in een stedelijke omgeving. Ze willen werken in een hippe omgeving, bij voorkeur samen met andere bedrijven, waar er naast een supersnelle internetconnectie en goede koffie ook mogelijkheid is tot kruisbestuiving met de collega coworkers en waar ze interessante workshops- en events kunnen meepikken. Deze creatievelingen werken niet in het klassieke nine to five regime en wensen zich dan ook in een bruisende omgeving te vestigen waar zowel in de vroege en late uurtjes nog mogelijkheden zijn om wat te eten, drinken en te ontspannen en dit met gelijkgezinden. De werkplek wordt een leefplek, de woonplek ook werkplek.

Het probleem is dat er veelal weinig ruimte voor handen is in de kernen. In die zin is elke bedrijfsite in de kern bijzonder waardevol. In het buitenland zoals in grootsteden Londen en Parijs zijn heel wat voorbeelden te vinden van startup centra en coworkingspaces (vb Google Campus, City tech...) in het hart van de stad. De troeven van de stad betreffen hier vooral de immateriële kwaliteiten van de stad in termen van mogelijkheden tot kennisuitwisseling, sociale relaties, sfeer,...

Ook in Vlaanderen zijn er reeds voorbeelden zoals "de Hoorn" in Leuven, een voormalig brouwerij van Inbev omgetoverd door een aantal creatievelingen tot een innoverende ontmoetingsplaats met 3000m² kantoorruimte voor creatieve bedrijven en coworkingspace

alsook bijhorende faciliteiten als een bar, restaurant, eventruimte en een wijnwinkel. Ook in Kortrijk bestaan er voorbeelden van ruimtes voor creatieve bedrijven, zoals de studio's van Howest. Een aantal bedrijven opteren ook om samen een pand in de kern te betrekken en herin te richten.

Qua typologie zijn deze locaties veelal kantoren of kantoorachtigen. Door het type van activiteiten is veel vrachtverkeer naar deze panden is niet noodzakelijk. Niettemin blijft ook voor deze bedrijven een vlotte ontsluiting als voldoende parkeergelegenheid een belangrijk aandachtspunt.

4.3. INVLOED VAN DE NIEUWE PRODUCTIETECHNIEKEN.

In de literatuur wordt geopperd dat de maakindustrie in de komende jaren een grote evolutie zal meemaken door onder meer de (r)evoluties in productietechnieken zoals 3d printing. 3d printing kan een ware revolutie teweegbrengen op vlak van productieprocessen, logistiek en transport en dus onrechtstreeks op de vestigingskeuze en – eisen. De opmars van 3D- printen is nu nog vooral op de B2B markt. De verwachting bestaat dat op termijn ook steeds meer consumenten gebruik gaan maken van de mogelijkheid om eigen ontwerpen thuis te printen of hun ontwerp te laten printen bij een printerservicebedrijf. Op termijn gaan consumenten vast digitale ontwerpen gaan downloaden via een App-store en lokaal laten uitprinten in plaats van een fysiek product te kopen.

De exacte impact is evenwel nog moeilijk in te schatten en type van gewenste “bedrijfshuisvesting” is nog niet te bepalen maar 3D printing evolutie biedt ongetwijfeld meer mogelijkheden dan voorheen om opnieuw economische activiteiten sterker te gaan verweven.

(bron 3Dprintwereld.com)

5. ALGEMENE CONCLUSIE

Deze analyse toont aan dat het verwerven en herverweven van ondernemen in de kernen niet eenvoudig is. Bijna alle bedrijven geven aan bij een vrije keuze een locatie op een bedrijventerrein te verkiezen boven een locatie in de kern. Ondernemingen uit de creatieve sector vormen hierbij een uitzondering.

De voornaamste knelpunten op basis van de vestigingseisen die bij elke studie, analyse en bevraging naar boven komen, zijn de mobiliteit, betaalbaarheid en de onzekerheid over de toekomst. De onverenigbaarheid van de activiteiten met de andere functies in het bebouwd weefsel is steeds minder aan de orde. De technologische innovaties zorgen er immers voor dat de hinder die bedrijven veroorzaken steeds beperkter wordt. Deze evolutie zal zich ongetwijfeld verder zetten met onder meer de opkomst van het 3D printen en andere nieuwe productietechnieken.

Om opnieuw meer economische activiteiten te verwerven in de kernen zal een coherent beleid noodzakelijk zijn. Daarbij dienen de voornaamste knelpunten zoveel mogelijk worden opgelost en de troeven van de kernen uitgespeeld, om de “vooroordelen” bij de bedrijven weg te werken. Dit eventueel gecombineerd met fiscale stimuli om het ondernemen in de kernen aantrekkelijker te maken.

Daarnaast dient beleidsmatig initiatief worden genomen om het verder versnipperen van de goed ontsloten grotere bedrijventerreinen een halt toe te roepen. Veel ontwikkelaars kiezen er immers voor op de grote perifeer gelegen bedrijventerreinen, grote bedrijfsverzamelgebouwen op te trekken. Dit is de eenvoudigste oplossing. Deze bedrijfsverzamelgebouwen bestaan uit kleine units die ingevuld worden met allerlei economische en semi-economische activiteiten die net ook potentie hebben om te verwerven in het stedelijk weefsel en de kernen.

Door de schaarste aan bedrijventerreinen zullen de bestaande economische locaties in de kernen ook opnieuw aan belang winnen. De gemeenten kunnen daarbij inspelen door rekening te houden met de belangrijkste vestigingseisen van bedrijven. Zo dient bij elke herontwikkeling creatief nagedacht te worden over de realisatie van voldoende parkeergelegenheid en een vlotte mobiliteit voor werknemers, klanten en leveranciers. Via pro-actief ontwerpend onderzoek van een potentiële economische locatie in de kern kan ook aan de betaalbaarheid van de site worden gewerkt. Daarbij is er ook een differentiatie tussen sites mogelijk naargelang ze eerder gelegen zijn in de binnenstad of aan de belangrijke invalswegen.

Een eerste belangrijke stap voor de gemeenten in functie van haar beleid is dan ook de opmaak van een goede geografische inventaris van de (potentiële) sites voor ondernemen in de kernen.

BEELD:
UNIEKE HIPPE LOCATIE IN EEN BRUISENDE OMGEVING





**AGENTSCHAP
INNOVEREN &
ONDERNEMEN**

