

Aanwezigheid

We verwelkomen 13 enthousiaste meedenkers met een sterk uiteenlopend profiel. Ondernemers, dienstverleners, pandeigenaars, handelaars, etc. zien allemaal een grote opportuniteit in het traject om het Sint-Truiden van vandaag naar een hoger niveau te tillen en zo ook mee te werken aan een futureproof en toekomstgerichte stad.

Introductie

- “Presentatie” Lies
 - Korte toelichting van de methodiek ‘Naar De Kern’, het vooropgezette traject en de beoogde resultaten.

Inhoud:

Kennismakingsoefening: Wat trekt aan in Sint-Truiden, wat zijn de troeven en wat kan beter?

- **Sterktes/positieve kenmerken:**
 - Sint-Truiden combineert een levendig centrum met veel groen in de ruime omgeving
 - Er zijn veel winkels in Sint-Truiden (boetieks en geen ketens)
 - Ondernemerschap is sterk, wat regelmatig resulteert in verschillende prijzen
 - Zo werd ‘De gebrande winning’ in februari 2020 uitgeroepen tot derde beste bierbestemming van de wereld.
 - De middenstandsorganisatie is een krachtig orgaan met als resultaat veel marketing, campagnes en ondersteuning voor de handelaars
 - Sfeer van geborgenheid in het centrum. Handelaars zijn echte zelfstandige ‘commercanten’ en iedereen kent iedereen (3x)
 - Sint-Truiden leeft
 - Veel leuke en gezellige pleintjes
 - De kern van Sint-Truiden is compact (zie bijlage 1)
 - “à ras apaort”
 - Hardnekkigheid om iets te willen realiseren
 - Openhartigheid
 - Veel babbels met andere mensen, zomaar....
 - Dialect
 - Je voelt je welkom, gezelligheid
 - Sint-Truiden is een voetbalstad, Stayen is iconisch
 - Voetbal moet wel weer naar de kern gebracht worden
 - Verbindend element tussen alle geledingen van de mensen
 - Volk & vuur
 - Sint-Truiden is de meest zuiderse stad van Vlaanderen (sfeer)
 - Sint-Truiden is provinciestad(je) maar met karakter van verschillende grootsteden en dat mag beter benadrukt worden.

- **Wat kan beter | Tips & tricks:**

- Het aandeel groen in de kern kan nog een stuk beter
- Hoewel autovrij niet meteen de bedoeling is, dient toch nagedacht te worden over een aantal zones/straten waar beleving voorrang krijgt op autorijden en parkeren
 - Kan dit voor een aantal pleintjes (bvb. Sint-Maartenplein)?
- Weinig vernieuwende winkel/horecaconcepten momenteel. Vooral voor de jonge inwoner is er weinig aantrekkelijks te beleven (3x)
 - De stad moet zelf doen aan 'teaching by example' door bijvoorbeeld installeren moderne bloembakken, moderne inrichting, moderne verlichting, etc. om de sfeer van vernieuwing kracht bij te zetten.
 - Schrik voor braindrain
- De ondersteuning en facilitatie vanuit de gemeente dient een verhaal te worden van lange termijn i.p.v. korte/aflopende initiatieven zoals pop-ups.
- Sint-Truiden leeft. Er zijn ook heel wat (mega)evenementen. Dit maakt het moeilijk om wonen in de kern aantrekkelijk te maken (2x)
 - Wat zijn de mogelijkheden om grootschalige evenementen te vervangen door meer verspreide kleinere events? (2x)
- Voor een aantal vernieuwende concepten (ambachten in de kern, workshops allerhande, hippe horeca, winkels voor de jeugd) wordt de vraag gesteld of Sint-Truiden er klaar voor is. Kan er een laagdrempelige manier gevonden worden om deze initiatieven te laten testen?
- Alle ondernemers moeten nadenken over 'toegevoegde waarde en kwaliteit'
- Uitwerken van een 'lifestyle zone': Boetieks, fitness, personal coaching, etc.
- Activatietraject met (hardnekkige) pandeigenaars is een must.
- Niet iedereen vindt de eenmaking van de terrassen op de markt visueel een succes omdat dit ten koste gaat van authenticiteit. Voornamelijk omdat heel wat mooie gevels en gebouwen niet meer in de kijker worden gezet.
- De massa-evenementen geven een sterk gevoel van levendigheid naar de buitenwereld toe. Handelaars zijn echter vaak de dupe van deze evenementen (afgesloten straten, verschuiving van horeca-inkomsten, etc.)
- De werken van de afgelopen jaren drijven de ondernemingen tot het uiterste. Een beetje ruimte om normaal te werken nu zou welkom zijn;

- **Weetjes:**

- Het recente pop-up verhaal van UCLL werd helaas te kort georganiseerd om het eigenlijke effect te zien. De producten waren alvast hip en vernieuwend.
- Het verhaal van de kip en het ei:
 - Na 22u is het moeilijk om nog horeca te vinden die open is in Sint-Truiden. Handelaars stellen dat er geen volk meer is om open te zijn. Andere personen zeggen dat er geen volk meer is doordat alles gesloten is. Dit kan bijvoorbeeld gericht opgelost te worden door een initiatief van de horeca om 1 avond in de week/per 2 weken het avondleven weer op gang te trekken.
- Sint-Truiden en de auto zijn een apart verhaal. Het is een gebruik om met een chique wagen door de kern te kunnen paraderen. Doorstroming is dus belangrijk. Dit brengt meteen ook het idee/initiatief van Cars & Coffee (<https://cars.coffee/>)

In deze focusgroep werd een aantal keer benadrukt dat een samenwerking met de stad essentieel is om ondernemerschap te stimuleren. Vanuit de ervaringen van de handelaars, ondernemers en pandeigenaars worden hieronder dan ook een aantal adviezen geformuleerd waarmee gesleuteld kan worden aan een nog beter ondernemersklimaat:

- De dienst lokale economie fungeert als aanspreekpunt voor de ondernemer. Echter, ook verschillende andere beleidsdomeinen (stedenbouw, mobiliteit, etc.) zijn ook noodzakelijk om bepaalde initiatieven succesvol te maken. Een afstemming tussen deze diensten en een meer transparante samenwerking zou bevorderlijk zijn.
- Specifiek voor de dienst stedenbouw:
 - Aanmaken en publiek bekendmaken van een database van alle leegstaande beschikbare panden in het centrum met de verschillende kenmerken van het pand
 - Kortere (snellere) procedure mogelijk maken om bestaande bouwovertrekkingen op te lossen en niet in de weg te laten staan van nieuwe initiatieven
- De ondernemers zijn fan van een (progressieve) leegstandstaks als strijd tegen aanwezige (en toekomstige) leegstand enerzijds en anderzijds tegen de verloedering van de panden.
- De huidige stadsbelasting op personeel staat volledig haaks op stimuleren van ondernemerschap
- Opstellen van een reglement voor 'imagoverlagende handelszaken'
- Initiatieven om het veiligheidsgevoel te verhogen
- Bepaalde (eerder grote) handelsconcepten moeten veel sterker ondersteund worden op het niveau van het lokaal bestuur. Andere steden en gemeenten staan in de wachtlijst om deze concepten te verwelkomen wat een gemiste kans is.

Concreet actiepunt:

De handelaars erkennen quasi unaniem de aanwezigheid van een aantal mooie en gezellige pleintjes in de kern. Deze pleintjes zijn uitermate geschikt om beleving te creëren in de kern. Mits de juiste ondersteuning kan de voorrangspositie van de wagen er ook op verdwijnen.

Er zijn heel wat ideeën bij de ondernemers die gehoor moeten krijgen hieromtrent.

Het pleintjesverhaal biedt ook een alternatief voor de grote evenementen die geconcentreerd worden op de Grote Markt.

Het DNA van Sint-Truiden, zeker in de kern, is sterk gedragen door zelfstandigheid en middenstand. Dit ademt bijna rechtstreeks de woorden kwaliteit, kleinschaligheid, beleving, persoonlijkheid, etc. uit. Dit zou mogen weerspiegeld worden in de evenementen ook.

Aftoetsing van DNA-Bouwstenen uit vorige sessies.

Een aantal DNA-bouwstenen uit het traject werden geclusterd of apart meegegeven en afgetoetst bij deze focusgroep:

Cluster 1: Score 11/13

Handelsstad, middenstanders

Veel eigen, originele zaken, shoppingstad

Grote Markt, terrassen

Zaterdagmarkt

Cluster 2: Score 13/13

Hoofdstad Haspengouw
Landbouw, landschap, unieke horizon
Fruithoofdstad, fruitteelt, fruitpluk
Bloesems (uniek, prachtig groen)

Cluster 3: Score 12/13

‘E ras apoat’, fel karakter, slogan ‘een stad apart’
Fel, ‘Luiks’ karakter, link met Wallonië en Prinsbisdom Luik
Zwart-wit, grote mond en klein hartje

Cluster 4: Score 11/13

Ons kent ons, groot dorp
Gezellig, altijd iets te doen

Cluster 5: Score 4/13

Levensgenieters
Smaak: kunst, muziek, wijn, fruit, culinaire

Cluster 6: Score 11/13

Evenementen, Sint Trudo-feesten
Monumenten, cultuur, abdijen
Geschiedenis, zesde erfgoedstad van Vlaanderen, eeuwenoude stad
=> Nog zeer veel potentieel in deze cluster.

Cluster 7: Score 2/13

Grote cultuursector (oud en hedendaags)
Verbinding met verenigingsleven
Veel verenigingen, engagement

Cluster 8: Score 6/13

Voetbalstad: STVV, Stayen

Cluster 9: Score 13/13

Zeer aanwezige zorgsector – integratie
Psychiatrie, Atlantis

Cluster 10: Score 2/13

Diversiteit inwoners, toegankelijk en open voor nieuwe inwoners, iedereen welkom, sociale mix, asielcentrum, Sikh

Aparte bouwstenen:

- Werkstad: 8/13
- Toegankelijk, goed bereikbaar: 0/13
 - Hoewel Sint-Truiden niet ver ligt van de autostrade is er toch een goede afwikkelings- en toegangsweg nodig naar de autosnelweg.
- Bink: 5/13
 - Het woord ‘Bink’ wordt herkend maar bijna niemand kan het een betekenis geven en kent de herkomst er ook niet van.

Bijlage 1: Radius vanaf Grote Markt



Bijlage 2: Sfeerbeelden



