

Retailtour Mechelen – 19 april 2018

De ambities van het Mechels kernwinkelgebied



DE UITDAGINGEN



- De band met huidig kooppubliek versterken
- Kooppubliek aantrekken uit een wijdere regio dan vandaag het geval is
- Goede mix shoppen en horeca
- Fysieke handelszaken combineren met internet verkoop.

- Alle neuzen in dezelfde richting
- Meten is weten
- Ruimtelijk economisch kader retail
- Proactieve benadering
- Handenvrij shoppen
- Bereikbaarheid

De aanpak: alle neuzen in dezelfde richting



- HAR
- Mechelen Meemaken



- Interactie tussen
MM, VisitMechelen, Mmmechelen Feest
- afstemmen communicatiecampagnes
- intens overleg aanpak events
- hoe elkaar versterken

De aanpak: meten is weten



- Passantentellingen
- Enquêtes
- Waar bewegen de kopers zich?
- Waar komt het kooppublik vandaan ?
- Verblijftijd

- Welke functies in welke straat
- Verweven van functies in de binnenstad
- Welke sfeer willen we in een bepaalde straat
- Afbakening kernwinkelgebied
- Doel: kernwinkelgebied versterking

De aanpak: proactief

mest

- MEchelse voedingsbodem voor STarters
- Mest zet in op pop-up winkels



De aanpak: proactief



Horeca-incubator THE BOX



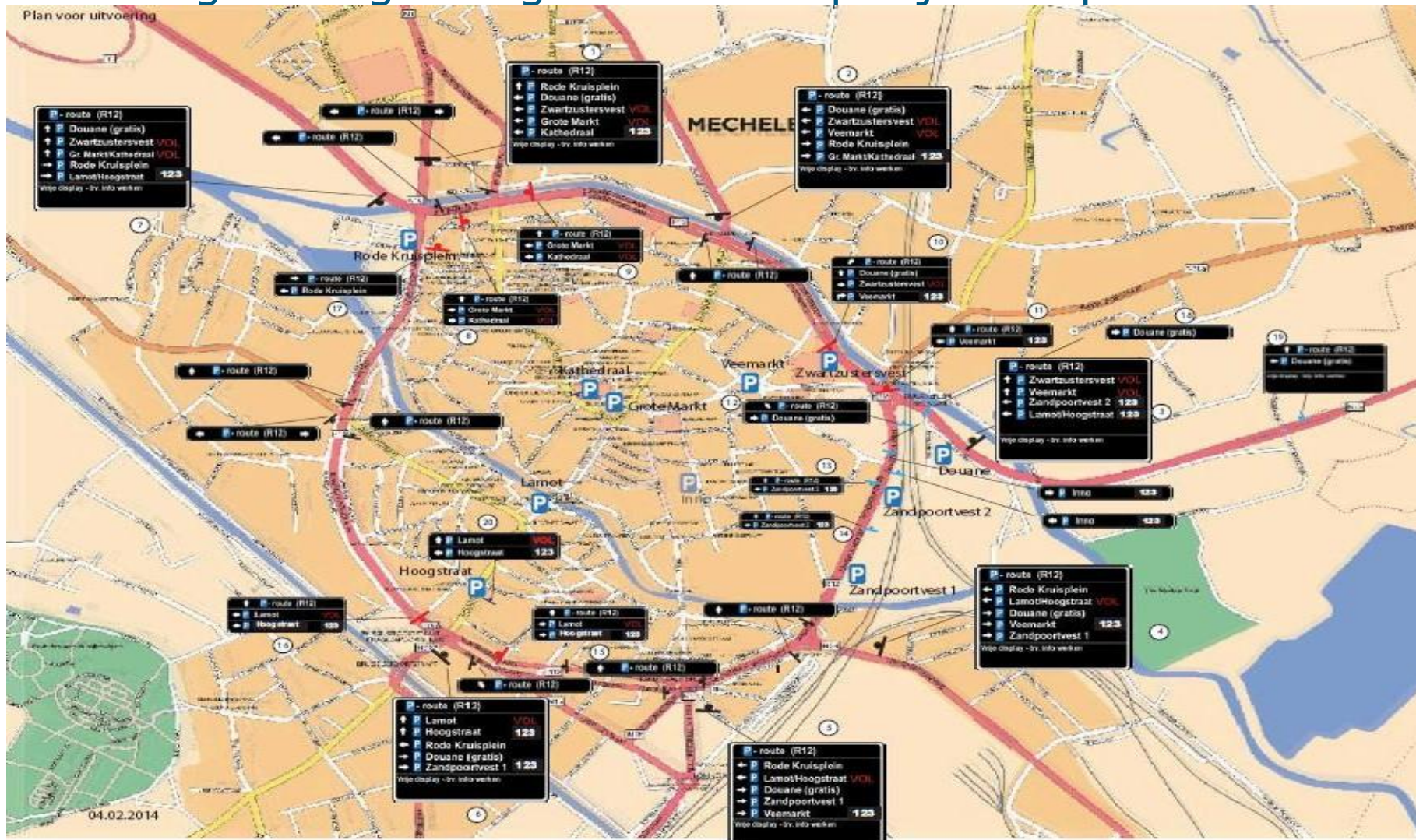
De aanpak: proactief



- Locatiegesprekken
- Aftoetsen aan ruimtelijk economisch kader retail van functiewijzigingen
- Startersbegeleiding
- Retailtour

De aanpak: bereikbaarheid

Parkeergeleiding en signalisatie + opdrijven capaciteit

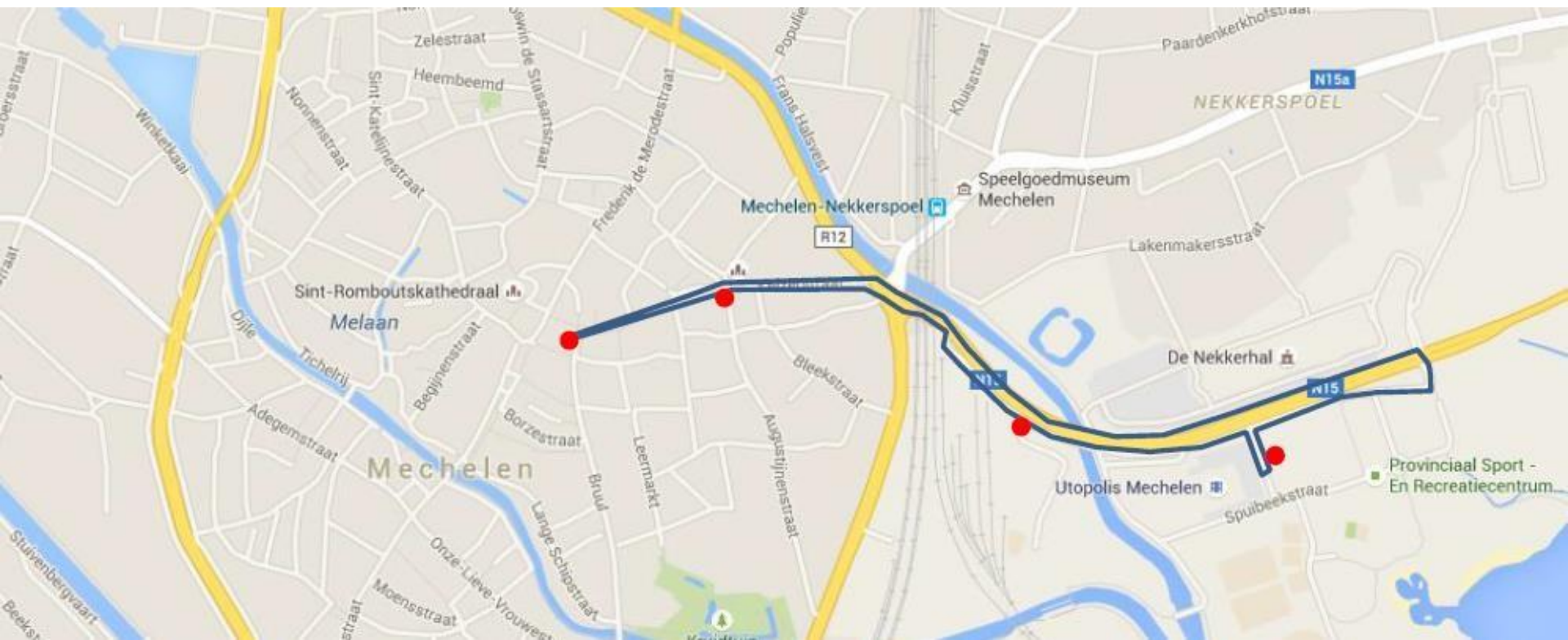


De aanpak: bereikbaarheid



Shoppingshuttle

- Nieuwe route Grote Markt – randparking (jun '16)
- Eenduidigheid en hogere frequentie
- Grote stijging gebruikers



De aanpak: bereikbaarheid



- Fietsdeelsysteem
- Openbaar vervoer / pendelbus
- Vlakke stenen op stapzones
- Ambassadeursschap handelaars
- www.shoppeninMechelen.be