




Stadspanel Halle

Rapport bevraging Handelskern

19/12/2023

In samenwerking met  hoplr

Inhoudstafel

Samenvatting	4
1.1 Stadspanel en methodologie	4
1.2 Achtste bevraging: doel en thema's	4
1.3 Belangrijkste resultaten	4
Inleiding	7
2.1 Over het Stadspanel van stad Halle	7
2.2 Over de achtste bevraging	7
Methodologie	8
3.1 Gevolgde procedure	8
3.2 Toelichting bij de analyses	10
3.3 Samenstelling bevraging	10
3.3.1 Gender en leeftijdscategorie Stadspanel	10
3.3.2 Woonsituatie	11
3.3.3 Werksituatie	12
3.3.4 Werkend in Halle	13
3.3.5 Buurt	14
Resultaten bevraging	15
4.1 Winkelen in Halle centrum	15
4.1.1 Waarom ben je in Halle komen wonen?	15
4.1.2 Van welke diensten en winkels maak je gebruik in het centrum?	16
4.1.3 Waar maak je meestal gebruik van deze diensten en winkels indien niet in Halle centrum.	18
4.1.4 Waarom maak je van bovenstaande diensten en voorzieningen gebruik buiten het centrum van Halle?	22
4.1.5 Welke type handelszaken ontbreken volgens jou in het centrum?	23
4.1.6 Hoe vaak ga je gemiddeld naar de donderdag- en zaterdagmarkt (Joseph Possozplein) in centrum Halle?	25
4.2 Tevredenheid over het aanbod winkels, diensten en horeca	26
4.2.1 De tevredenheid over de winkels in Halle	26
4.2.2 De tevredenheid over de horeca in Halle	27
4.2.3 De tevredenheid over de financiële diensten in Halle	28
4.2.4 In welke mate zou je mensen die niet in Halle winkelen, aanraden om in het centrum van Halle te komen winkelen?	29
4.3 Algemene beleving van de handelskern van Halle	31
4.3.1 Hoe ervaar jij de sfeer en beleving van de handelskern in Halle?	31
4.3.2 Inschatting leegstand	32
4.3.3 Als je aan het centrum van Halle denkt, wat zijn dan de eerste drie woorden die bij je opkomen?	34
4.3.4 Als je denkt aan het centrum in Halle, passen volgende zaken volgens jou dan juist wel of juist niet bij het centrum zoals het vandaag is?	35
4.3.5 Wat vind jij van de initiatieven van de Stad Halle met betrekking tot het centrum?	36
4.3.6 Wat zijn voor jou de belangrijkste zaken die goed zijn aan de winkels en horeca in het centrum van Halle?	37

4.3.7 Wat zijn voor jou de belangrijkste zaken die anders en beter kunnen en moeten in het centrum van Halle?	38
4.4 Toegankelijkheid	40
4.4.1 Hoe ervaar jij de toegankelijkheid van het centrum en de winkels?	40
Discussie en conclusies	42
5.1 Winkelen in Halle	42
5.2 Tevredenheid over het aanbod	42
5.3 Sfeer en beleving	43
5.4 Toegankelijkheid van het centrum	43
Bijlagen	45
Waarom ben je in Halle komen wonen? Optie 'andere'	45
Waarom maak je van bovenstaande diensten en voorzieningen gebruik buiten het centrum van Halle? Optie 'andere'	47
Welke type handelszaken ontbreken volgens jou in het centrum? Optie 'andere'	49
Als je aan het centrum van Halle denkt, wat zijn dan de eerste drie woorden die bij je opkomen?	51
Wat zijn voor jou de belangrijkste zaken die goed zijn aan de winkels en horeca in het centrum van Halle?	60
Wat zijn voor jou de belangrijkste zaken die anders en beter kunnen en moeten in het centrum van Halle? Wat kan de stad nog doen om de beleving van Halle centrum te verbeteren?	68

Samenvatting

1.1 Stadspanel en methodologie

Om het lokale beleid optimaal af te stemmen op de wensen en verwachtingen van haar burgers, heeft stad Halle het Stadspanel opgericht. Dit panel bestaat uit meer dan 500 leden die minstens twee keer per jaar worden bevraagd over uiteenlopende thema's. De leden worden per brief uitgenodigd en representeren de Halse bevolking zo goed mogelijk.

1.2 Achtste bevraging: doel en thema's

De achtste bevraging van het Stadspanel vond plaats van 19 oktober tot en met 19 november 2023. Het onderwerp was **de handelskern in Halle**. 556 Hallenaren werden uitgenodigd om hun opinie te delen over het buurtleven in Halle. Daarvan namen er 376 deel. Aan de hand van de bevraging ondersteunen we het stadsbestuur in de verdere ontwikkeling van het lokaal beleid.

1.3 Belangrijkste resultaten

De achtste bevraging van het Stadspanel Halle wilde inzicht verkrijgen in het gebruik van en de ervaringen met de handelskern in Halle Centrum. Concreet waren we geïnteresseerd in de volgende thema's:

- Hoe vaak de deelnemers winkelen in Halle centrum;
- In welke mate zij tevreden zijn over het aanbod;
- Wat zij vinden van de sfeer in de handelskern van Halle;
- Hoe zij de toegankelijkheid van het centrum van Halle ervaren.

Hieronder bespreken we de **belangrijkste bevindingen** die uit de verzamelde gegevens voortkomen.

Winkelen in Halle

De redenen waarom mensen in Halle wonen, omvatten voornamelijk hun geboorteplaats, de locatie, familie en vrienden. Winkelgedrag toont aan dat **supermarkten, voedingswinkels** en **horeca** in het **centrum** populair zijn, maar andere sectoren zoals vrijetijdsbesteding en kleding trekken minder publiek. Inwoners van Halle hebben de neiging om voor specifieke winkels buiten het centrum te winkelen, zoals elektronicawinkels en kledingzaken, terwijl voor veel productcategorieën online winkelen de voorkeur geniet. Redenen om elders te winkelen zijn vooral gerelateerd aan parkeergelegenheid, aanbod en bereikbaarheid.

Er is een belangrijke **samenhang** tussen winkelgedrag buiten Halle en redenen zoals betere **bereikbaarheid** en **diverser aanbod**. Deelnemers die buiten het centrum van Halle winkelen doen

dit dus voornamelijk vanwege betere bereikbaarheid en aanbod. Er wordt ook gewezen op het gebrek aan specifieke winkels in Halle, waaronder elektronicazaken, kledingwinkels en diverse diensten. De wens voor meer variatie in het aanbod, betere bereikbaarheid en lagere parkeerkosten blijkt uit de antwoorden.

Tevredenheid over het aanbod

In verband met de **winkels** zijn er gemengde gevoelens: terwijl meer dan de helft de kwaliteit van de producten goed vindt, is 31% niet tevreden met de betaalbaarheid en vindt meer dan 60% dat er niet genoeg winkels zijn en variatie is. Deze ontevredenheid hangt samen met een minder positieve perceptie van het centrum en een slechte inschatting van de leegstand.

In de **horeca** ligt de tevredenheid hoger, met 75% die genoeg restaurants en cafés vinden. Maar nog steeds vindt 20% dat er niet genoeg variatie is. Mensen die tevreden zijn over de horeca raden vaker aan om in het centrum te winkelen en ervaren het centrum als aantrekkelijk en gastvrij.

Wat betreft **financiële diensten**: meer dan de helft is tevreden, maar 27% vindt dat er niet genoeg banken zijn.

De bereidheid om anderen aan te raden om in Halle te winkelen is vrij laag, met hogere scores van degenen die het centrum als levendig, goed georganiseerd en gastvrij ervaren en die tevreden zijn over het aanbod en de kwaliteit van de winkels.

Sfeer en beleving

Bijna **70% waardeert de nabijheid van winkels**, terwijl **63% het centrum als netjes en schoon** beschouwt. De tevredenheid over de inrichting, uitstraling en gezelligheid van winkels kan beter. **Slechts 26% winkelt graag in Halle.**

De mening over de leegstand heeft significante invloed op andere aspecten: hoe erger men de leegstand inschat, hoe minder tevredenheid over diversiteit, betaalbaarheid van producten en hoe minder men positieve associaties heeft met de stad.

Bij het denken aan Halle komen woorden als **leegstand, parkeerproblemen, gezelligheid, verkeersproblemen** en gebrek aan **diversiteit in winkels** naar voren. Panelleden vinden Halle rustig, gastvrij en sociaal, maar minder 'verrassend' of 'dynamisch'.

Positieve aspecten van de winkels zijn **nabijheid, klantenservice, kwaliteit, gezelligheid** en gratis parkeren waar het nog kan. Er zijn echter zorgen over leegstand, gebrek aan diversiteit en behoud van bepaalde zaken.

Verbeterpunten die genoemd worden zijn voornamelijk gericht op het parkeerbeleid, het aanpakken van leegstand, diversiteit in winkels, betere communicatie en promotie, meer evenementen, groenvoorzieningen, verfraaiing, verbeterde verkeerssituatie en veiligheid.

Toegankelijkheid van het centrum

In het laatste hoofdstuk over toegankelijkheid wordt besproken hoe deelnemers de toegankelijkheid van het centrum ervaren. Het blijkt dat er vooral een tekort is aan **openbare toiletten**, aangezien 80% van hen vindt dat er niet genoeg zijn in het centrum van Halle. Ook de toegankelijkheid van winkels, horeca, voetpaden voor minder mobiele mensen, parkeertarieven en bereikbaarheid worden als punt van verbetering gezien.

Deelnemers die het centrum gemakkelijk bereikbaar en parkeervriendelijk vinden, hebben de neiging vaker Halle aan anderen aan te raden. Ze associëren het centrum met termen als 'gastvrij', 'veilig', 'verwelkomend', 'goed georganiseerd' en 'aandacht voor senioren'. Ook zijn ze meer tevreden over de sfeer, de initiatieven vanuit de stad en de communicatie daarvan.

Aan de andere kant, deelnemers die de parkeertarieven als minder betaalbaar beschouwen, vinden de voetpaden minder toegankelijk, voelen zich minder veilig en zijn minder tevreden over de inrichting en netheid van het centrum.

Deelnemers die vinden dat er niet genoeg rustplaatsen en zitbanken zijn, ervaren ook een gebrek aan openbare toiletten, vinden de toegankelijkheid voor rolstoelen en kinderwagens minder goed, denken dat er minder aandacht is voor senioren, zijn minder tevreden over de inrichting van het centrum en vinden dat de communicatie vanuit de stad minder duidelijk is, in vergelijking met deelnemers die wel voldoende rustplaatsen en zitbanken ervaren.

Inleiding

2.1 Over het Stadspanel van stad Halle

Het Stadspanel draagt bij aan het participatiebeleid van de stad. Het panel omvat een **representatief staal van de bevolking** en brengt meningen naar boven van groepen die zich bij andere participatie-initiatieven minder laten horen. Dat is essentieel om beleid te voeren dat relevant is voor de hele bevolking.

Door middel van dit inwonerspanel houdt de stad de vinger aan de pols. Op regelmatige tijdstippen wordt het **Stadspanel bevroegd over onderwerpen die spelen binnen de stad** of over belangrijke beleidskeuzes die moeten worden gemaakt.

Het Stadspanel is tenslotte ook een manier om de **realisatie van de beleidsdoelstellingen uit het strategisch meerjarenplan** op te volgen. Het inwonerspanel is een aanvulling op andere participatie-initiatieven en de adviesraden.

2.2 Over de achtste bevraging

In het kader van het Stadspanel vond in de periode oktober - november 2023 de achtste bevraging plaats, met als onderwerp **de handelskern in Halle**. Meer bepaald polsten we naar:

- Hoe vaak de deelnemers winkelen in Halle centrum;
- In welke mate zij tevreden zijn over het aanbod;
- Wat zij vinden van de sfeer in de handelskern van Halle;
- Hoe zij de toegankelijkheid van het centrum van Halle ervaren.

Aan de hand van de bevraging willen we het stadsbestuur **ondersteunen bij het lokale beleid in Halle**.

Methodologie

3.1 Gevolgde procedure

De populatie voor het inwonerspanel omvat **alle inwoners van Halle die ouder zijn dan 16 jaar**, behalve raadsleden, leden van het college van burgemeester en schepenen, leden van het vast bureau en leden van het bijzonder comité voor de sociale dienst. Het steekproefkader bestond op 1 mei 2023 bijgevolg uit **N = 34.035 inwoners**.

Het Stadspanel werd gevormd door middel van een **proportioneel gestratificeerde steekproeftrekking**. Hierbij werd rekening gehouden met **geslacht en leeftijd**. De populatie (alle Hallenaars ouder dan 16 jaar) werd onderverdeeld in exclusieve groepen (strata), waarna er enkelvoudige aselecte steekproeven werden getrokken binnen elk stratum. Dit in verhouding tot de proportie van ieder stratum in de populatie.

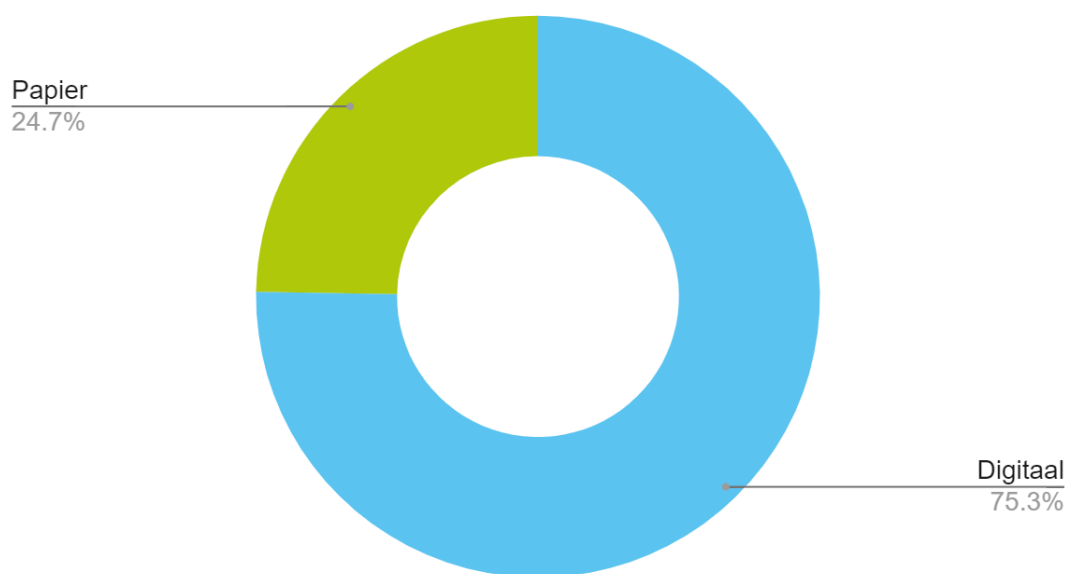
De tabel hieronder geeft een overzicht van de verschillende strata, hun verdeling in de populatie en **deelnemers van de achtste bevraging** van het Stadspanel.

Steekproef beschrijving (leeftijd x geslacht) en wegingscoëfficiënten				
Segmenten		Proporties per segment (%)		
		Populatie	Steekproef	Wegingsfactor
16-24	Man	5.92	1.91	3.0995
	Vrouw	5.97	2.45	2.4367
25-34	Man	8.11	3.27	2.4801
	Vrouw	7.99	5.99	1.3339
35-44	Man	8.26	7.63	1.0826
	Vrouw	8.31	6.81	1.2203
45-54	Man	7.83	10.35	0.7565
	Vrouw	7.94	7.90	1.0051
55-64	Man	7.53	10.08	0.747
	Vrouw	7.61	8.99	0.8465
65-74	Man	5.56	10.35	0.5372
	Vrouw	6.41	10.90	0.5881
75+	Man	4.93	6.54	0.7538
	Vrouw	7.63	6.81	1.1204

In totaal werden voor de achtste bevraging **556 leden van het stadspanel** uitgenodigd. Deze Hallenaren ontvingen een **uitnodigingsbrief** waarin ze gevraagd werden de vragenlijst in te vullen. Na twee weken kregen degenen die nog niet deelgenomen hadden een herinneringsbrief.

De leden van het Stadspanel konden op drie manieren deelnemen aan de bevraging: **online, op papier of telefonisch**. Uiteindelijk namen **376 panelleden** deel, waarvan 283 online, 93 door middel van de papieren vragenlijst.

Verdeling deelnamemodi (n = 376)



3.2 Toelichting bij de analyses

Bij elk onderdeel van de bevraging werd nagegaan **of er een samenhang bestaat** tussen de antwoorden enerzijds en socio-demografische gegevens (bv. geslacht, leeftijd, woonplaats). Enkel de significante verschillen worden gerapporteerd.

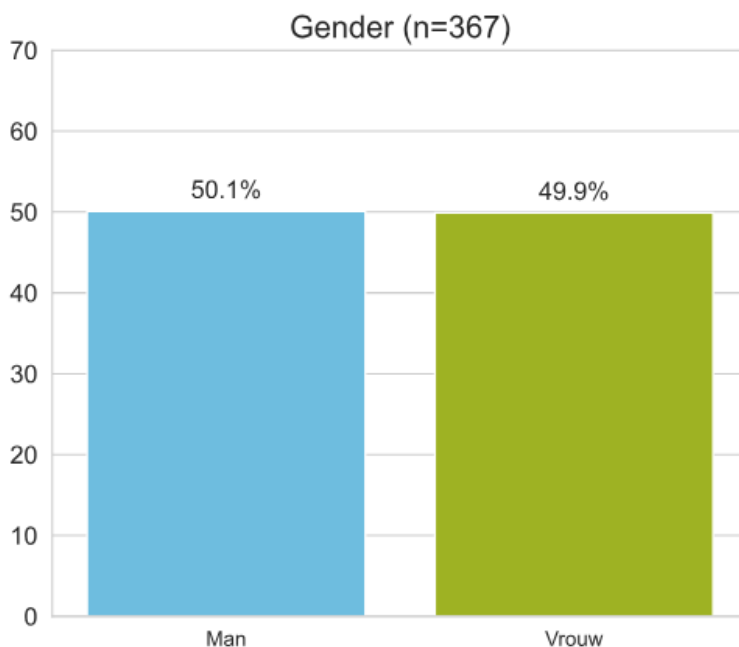
De aanwezigheid van een significante samenhang wordt doorheen het rapport gerapporteerd en is gebaseerd op de uitgevoerde statistische testen (i.e. Chi²-test, Spearman rangcorrelatie of Kruskal Wallis). De antwoorden op de open vragen worden thematisch maar ad verbatim gerapporteerd.

3.3 Samenstelling bevraging

Aan de achtste bevraging van het Stadspanel namen **376 Hallenaren** deel, waarvan er 367 weerhouden werden na data cleaning¹. Dit komt neer op een netto responsgraad van **66,0%** en resulteert in een **foutmarge van 4,99%** bij een betrouwbaarheidsniveau van 95%.

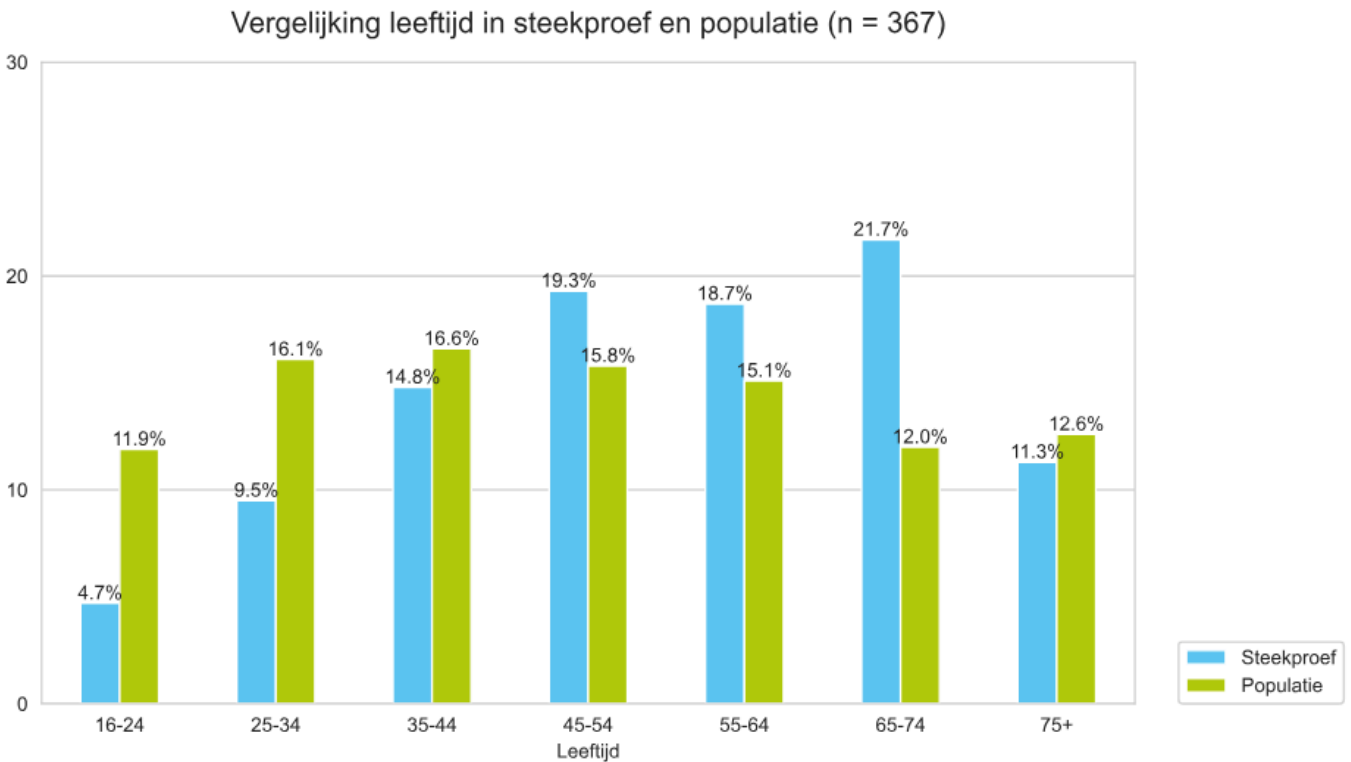
3.3.1 Gender en leeftijdscategorie Stadspanel

De uiteindelijke steekproef van de zevende bevraging van het Stadspanel bestond uiteindelijk uit 184 (**50,1%**) **mannen** en 183 (**49,9%**) **vrouwen**. Hiermee benadert de samenstelling van de steekproef die van de populatie (Man = 48,1%, Vrouw = 51,9%).



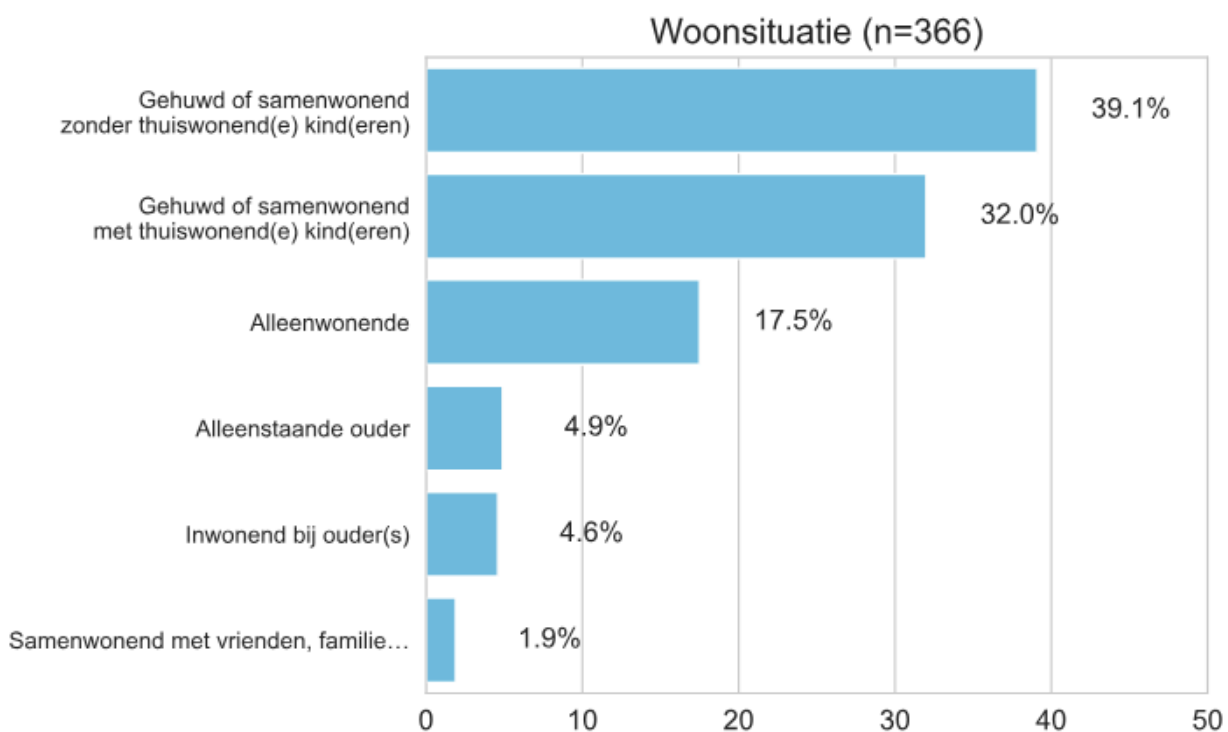
¹ De vragen in de enquête waren niet verplicht in te vullen. Het aantal deelnemers kan daarom verschillen van vraag tot vraag. Bij alle resultaten wordt het reële aantal deelnemers per vraag daarom gerapporteerd.

Met betrekking tot leeftijd merken we een oververtegenwoordiging van 45 tot 74-jarigen, en een ondervertegenwoordiging van personen jonger dan 44. We compenseren deze over- en ondervertegenwoordigingen door middel van **weging**. De gemiddelde leeftijd bedraagt 55 jaar. De jongste deelnemer is 16 jaar, de oudste 91.



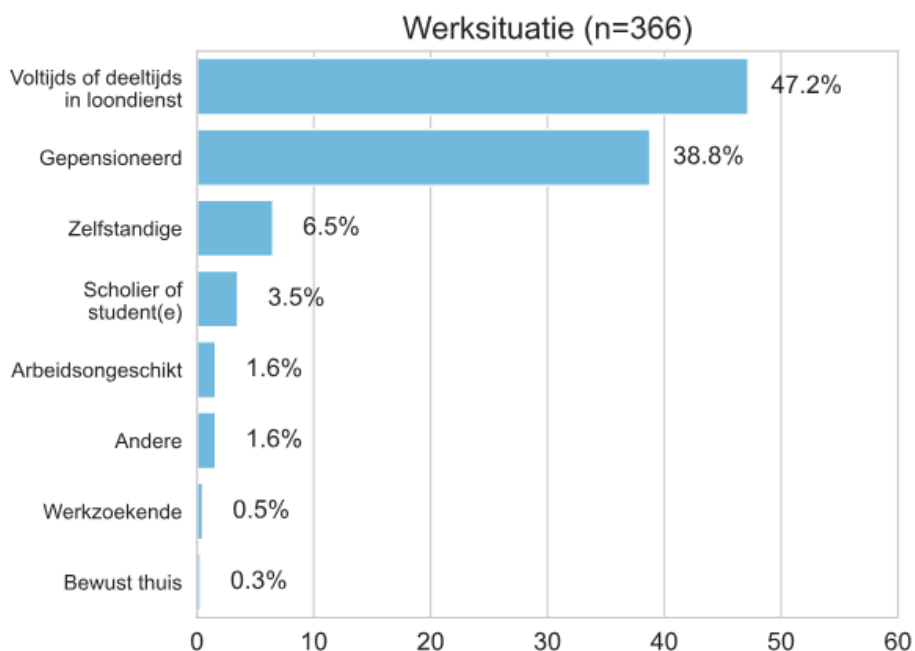
3.3.2 Woonsituatie

Het overgrote deel van de **panelleden** woont in huishoudens zonder (39,1%) of met thuiswonende kinderen (32%). Verder geeft 17,5% aan alleen te wonen, woont 4,6% bij zijn of haar ouders in, is 4,9% een alleenstaande ouder en woont ongeveer 1,9% in een andere huishoudsamenstelling. Dit betekent dat er een ondervertegenwoordiging is van alleenwonenden (populatie = 32,4%) en alleenstaande ouders (populatie = 9,6%), en een oververtegenwoordiging van gehuwden of samenwonenden zonder thuiswonende kinderen (populatie = 25,9%).



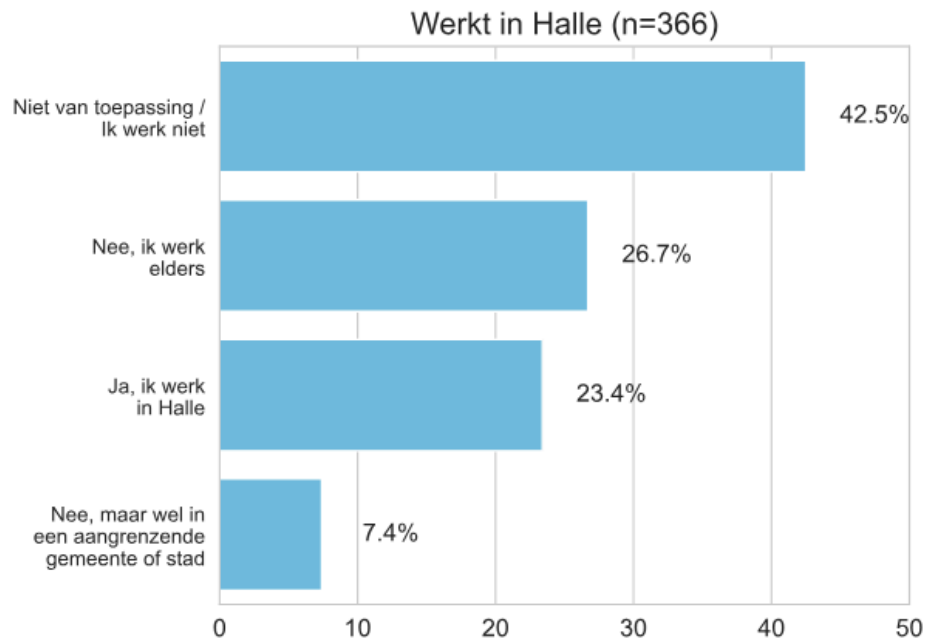
3.3.3 Werksituatie

De meeste deelnemers werken in loondienst (47,5%) of zijn gepensioneerd (38,8%). 6,5% geeft aan zelfstandige te zijn en 3,5% is scholier of student. 1,6% is arbeidsongeschikt en 0,5% zegt werkzoekende te zijn.



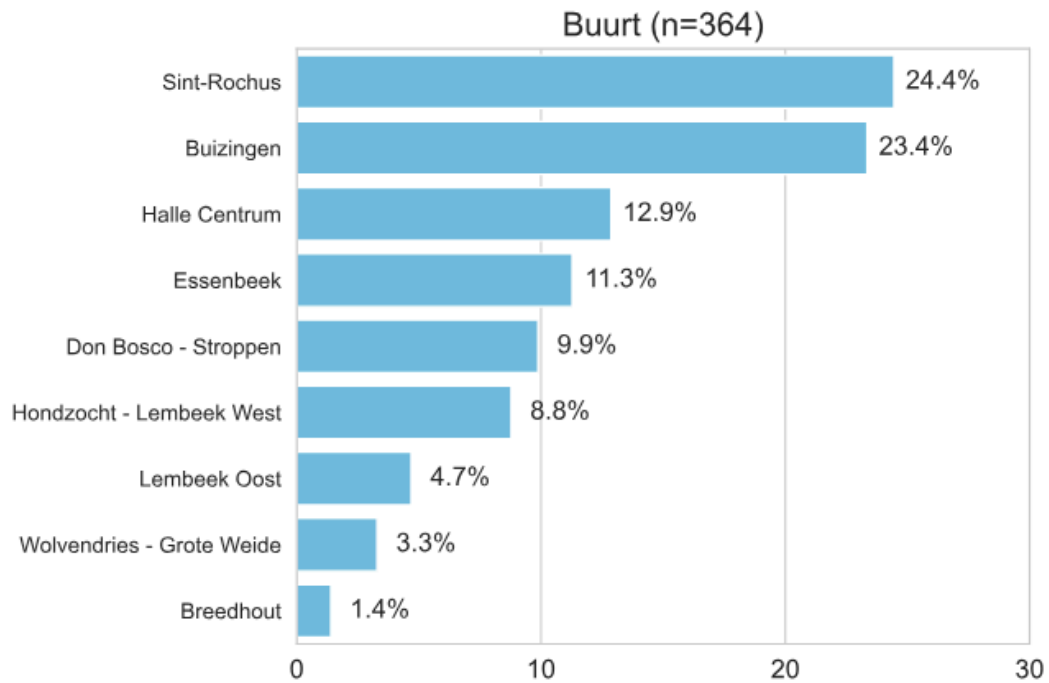
3.3.4 Werkend in Halle

23,4% van de deelnemers werkt in Halle zelf. 34,1% werkt in een aangrenzende gemeente of elders en 42,5% zegt niet te werken.



3.3.5 Buurt

Als we kijken naar de buurt waar de deelnemers wonen, zien we dat de meeste deelnemers in Sint-Rochus of Buizingen wonen. Ongeveer 13% woont in het centrum en 11% in Essenbeek. 10% woont in Don Bosco - Stroppen, 8,8% in Hondzocht - Lembeek West, 4,7% in Lembeek Oost, 3,3% in Wolvendries - Grote Weide en 1,4% woont in Breedhout.



Resultaten bevraging

In dit hoofdstuk bespreken we de resultaten van de bevraging. We delen deze op **per thema**:

1. Winkelen in Halle centrum;
2. Tevredenheid over het aanbod winkels, diensten en horeca;
3. Algemene beleving van de handelskern van Halle;
4. De toegankelijkheid van de handelskern.

We lichten telkens de relevante en opvallende bevindingen toe.

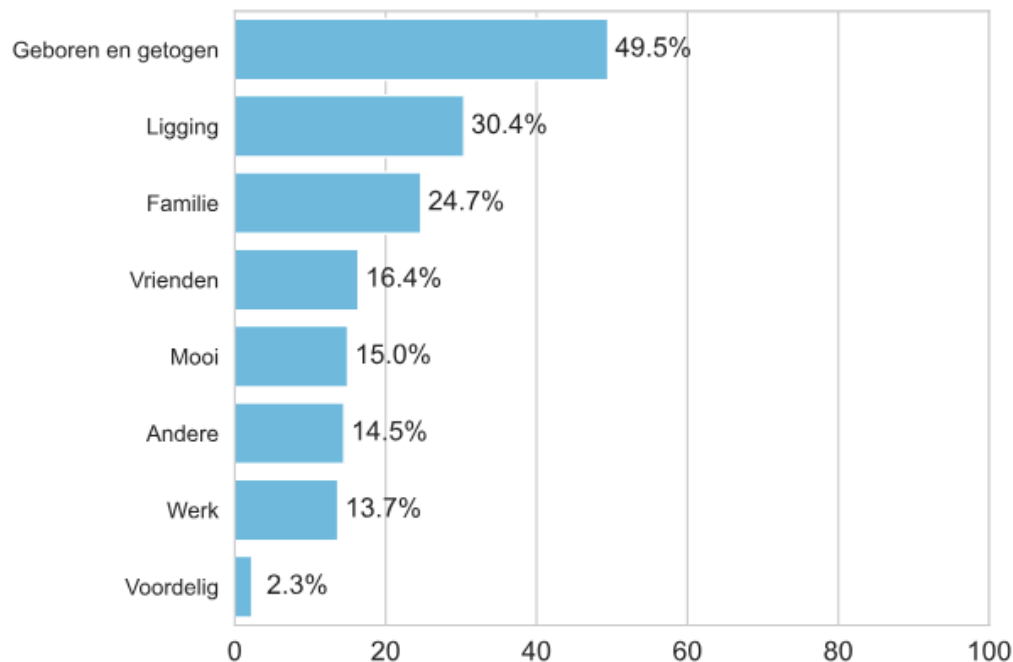
4.1 Winkelen in Halle centrum

Allereerst peilden we naar waarom de deelnemers in Halle wonen en van welke diensten en winkels zij gebruik maken in het centrum van Halle. Daarna bevragen we de deelnemers van welk aanbod ze elders gebruik maken en waarom. Tenslotte vragen we welk aanbod nog ontbreekt en hoe vaak ze naar de donderdag- en zaterdagmarkt gaan.

4.1.1 Waarom ben je in Halle komen wonen?

Ongeveer de helft van de deelnemers wonen in Halle omdat ze er **geboren en getogen** zijn. De goede ligging van Halle is een tweede belangrijke reden waarom men in Halle woont. Ongeveer 1 op 4 zegt in Halle te wonen omdat zijn of haar familie er woont, en 16,4% omdat diens vrienden in Halle wonen. Voordelig wonen wordt slechts door 2,3% van de deelnemers als reden gegeven.

Motivatie om in Halle te wonen (n=367)



Andere redenen die mensen opgaven zijn partners die er wonen, betaalbare huisvesting en de nabijheid van voorzieningen.

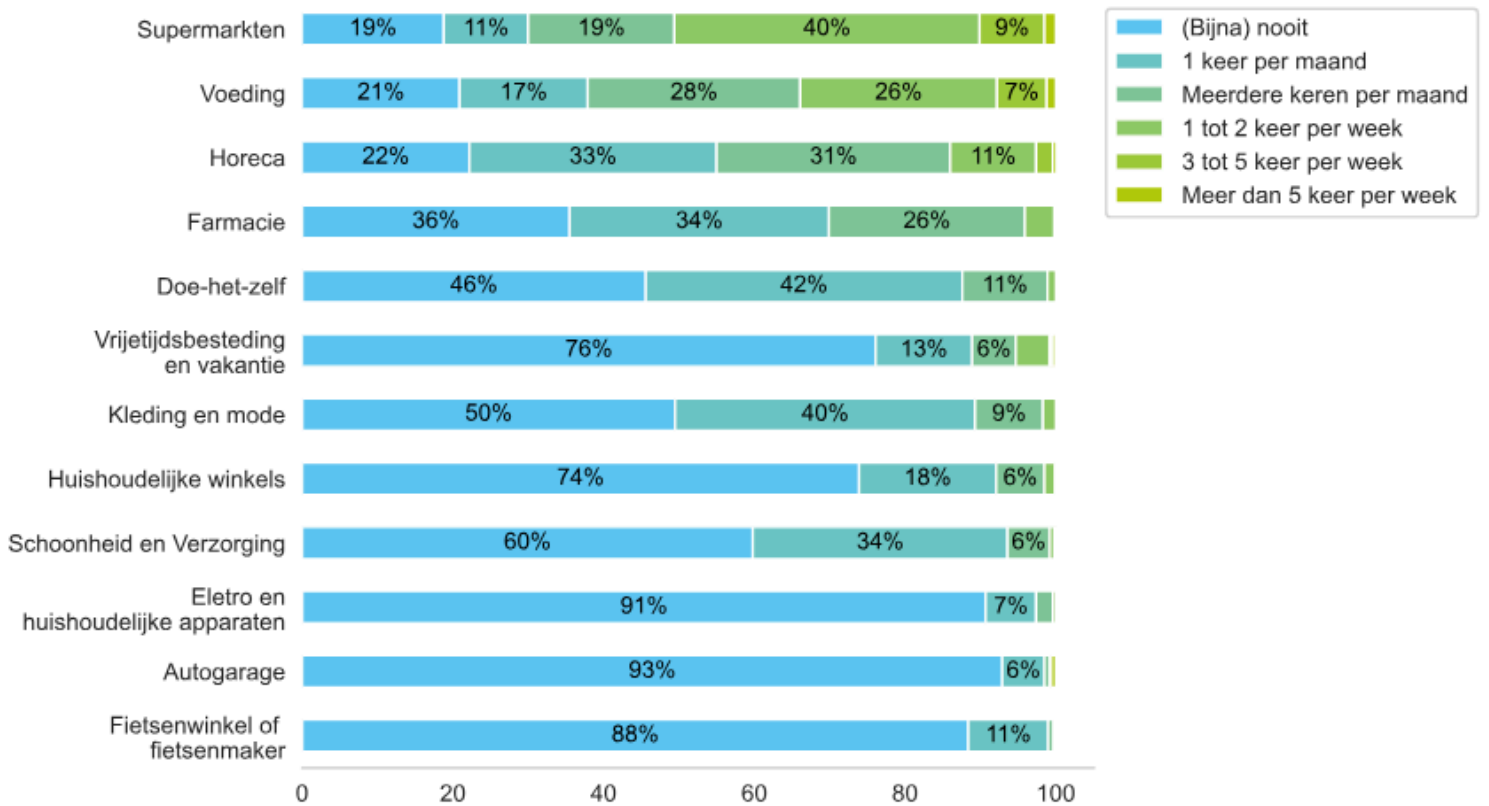
4.1.2 Van welke diensten en winkels maak je gebruik in het centrum?

De panelleden maken vooral gebruik van **supermarkten**, **voedingswinkels** en **horeca** in het centrum van Halle. Van het aanbod in vrijetijdsbesteding en vakantie, huishoudelijke winkels, electro en huishoudelijke apparaten, kleding en mode, schoonheid en verzorging zegt de helft van de respondenten, of meer dan de helft hier (bijna) nooit gebruik van te maken.

Panelleden die van de ene dienst of winkel gebruik maken in het centrum, maken ook vaker gebruik van een andere dienst of winkel in het centrum. Met andere woorden: wie naar Halle centrum trekt om er te winkelen, maakt ook gebruik van ander aanbod in het centrum. We zien geen verschillen in gebruik van diensten en winkels tussen deelnemers die in het centrum wonen en deelnemers die niet in het centrum wonen.

Deelnemers die vaker gebruik maken van het aanbod in centrum Halle gaan ook vaker naar de markt.

Hoe vaak maak je gebruik van volgende diensten en winkels in Halle Centrum?



4.1.3 Waar maak je meestal gebruik van deze diensten en winkels indien niet in Halle centrum.

De Hallenaren maken vooral van horeca, huishoudelijke winkels, kledingwinkels en electrowinkels gebruik in een **andere gemeente**.

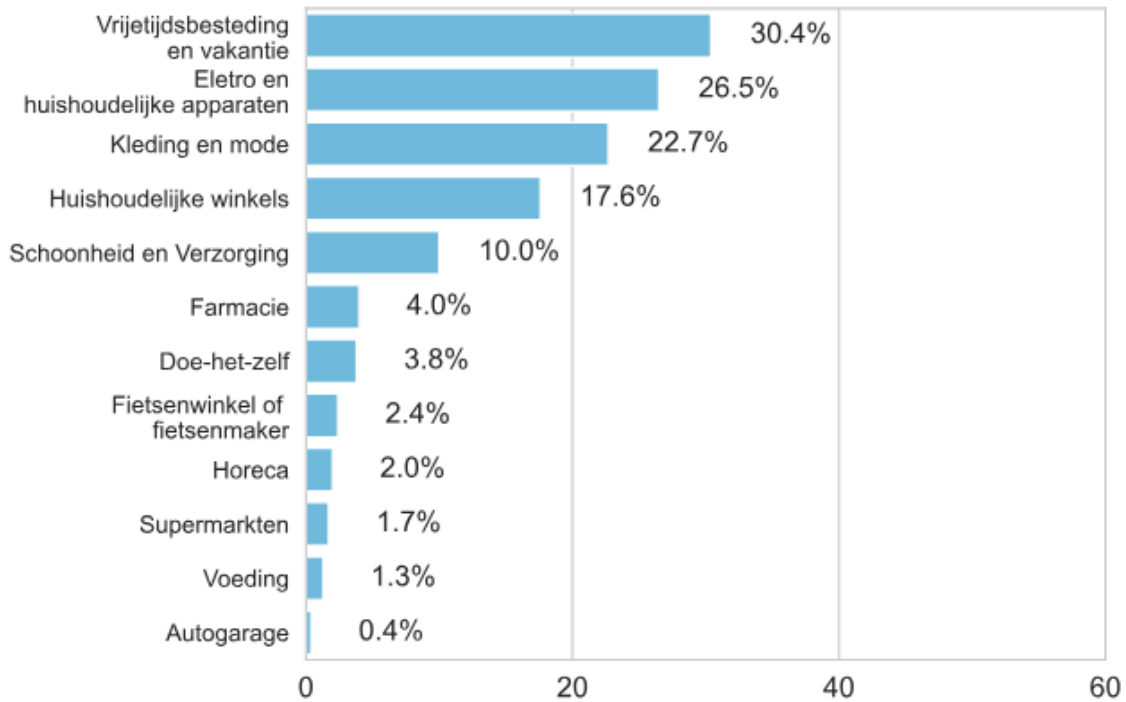


Voor supermarkten, voedingswinkels, farmacie, en doe-het-zelfzaken kiezen ze ervoor om te winkelen **buiten het centrum** van Halle.

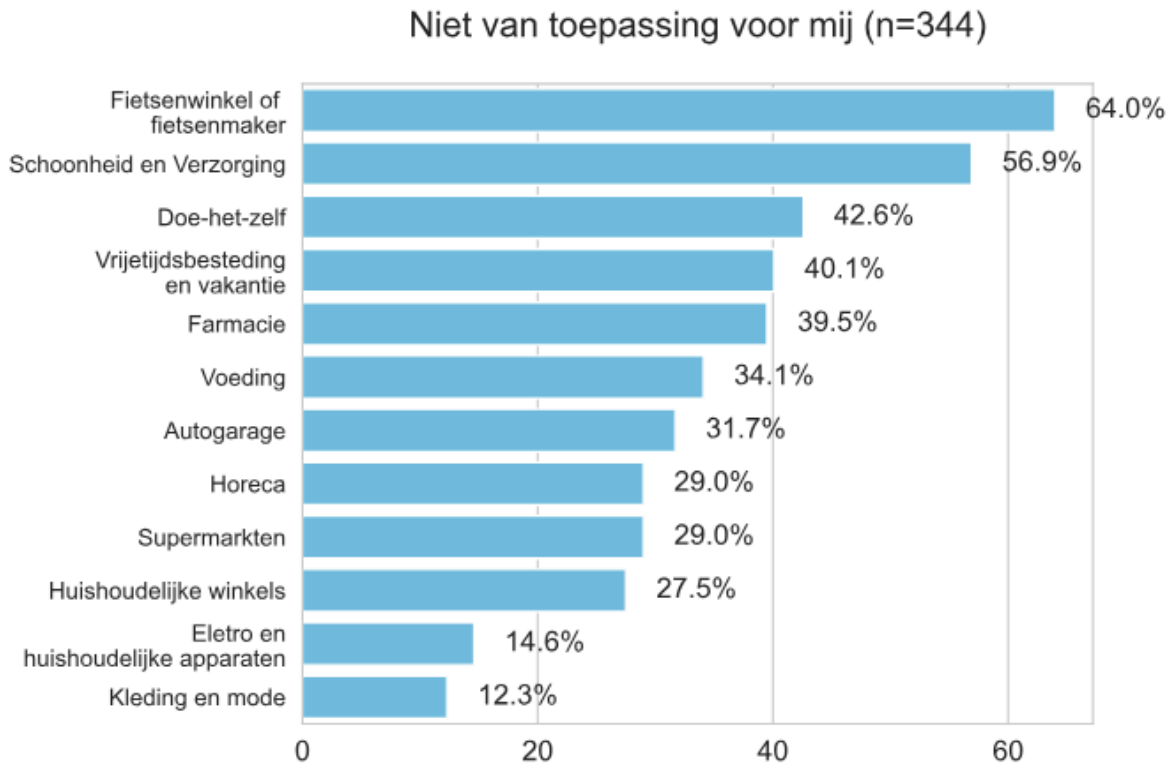


Er wordt voornamelijk **online** gewinkeld voor vrijetijdsbesteding en vakantie, elektro, kleding en mode, en huishoudelijke winkels.

Ik maak van volgende diensten en winkels gebruik Online (n=344)



De deelnemers kregen de mogelijkheid om 'niet van toepassing' aan te duiden indien ze wel gebruikmaken van de handelszaken in het centrum of indien ze deze handelszaken niet nodig hebben. Hier zien we dat voornamelijk fietswinkels, schoonheid en verzorging, doe-het-zelfzaken en vrijetijdsbesteding werden aangeduid als niet van toepassing.

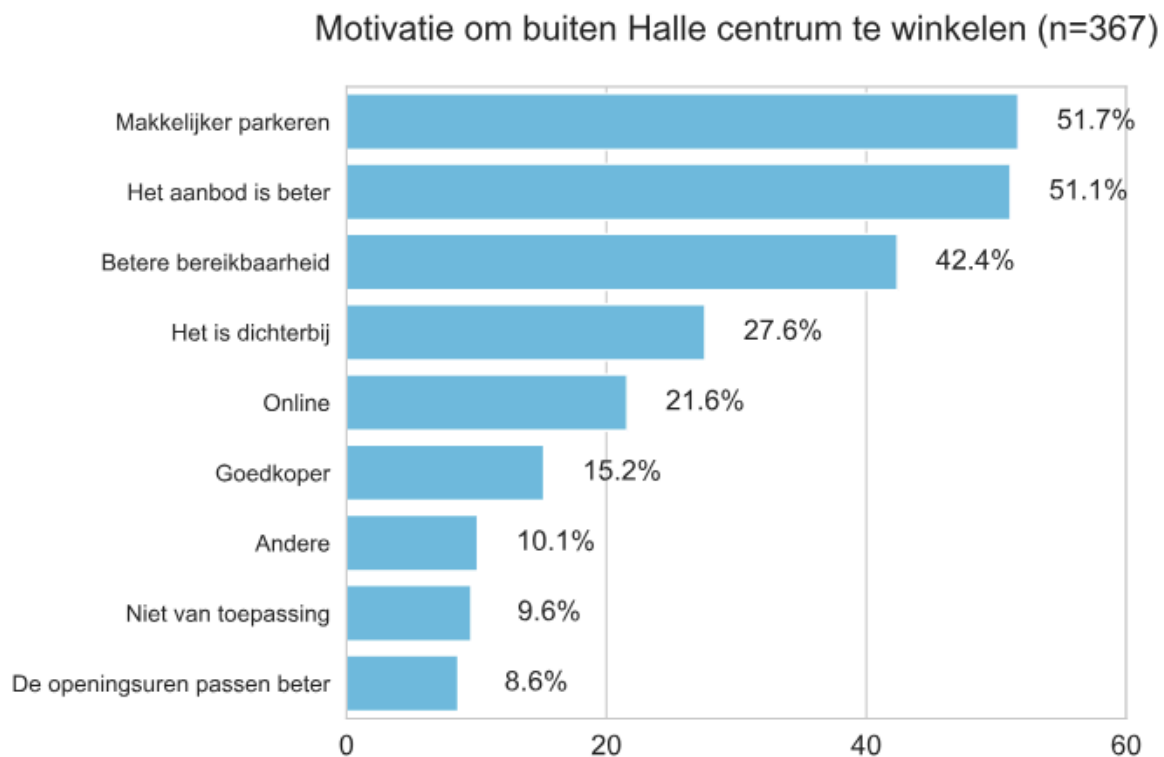


Ook hier geldt dat als de deelnemers voor het ene in een andere gemeente of buiten het centrum winkelen, ze dat ook voor het andere doen. Dit staat los van de woonplaats van de panelleden. We zien opnieuw geen verschillen tussen tussen deelnemers die in het centrum van Halle wonen en deelnemers die buiten het centrum wonen.

Jongere deelnemers winkelen vaker online voor kleding dan oudere deelnemers.

4.1.4 Waarom maak je van bovenstaande diensten en voorzieningen gebruik buiten het centrum van Halle?

Zoals we zien in onderstaande tabel zijn de belangrijkste motivaties om niet in het centrum te winkelen het **parkeren** en het **aanbod**. De deelnemers geven aan dat ze buiten het centrum van Halle gemakkelijker kunnen parkeren (51,7%), en het aanbod beter is (51,1%). 42,4% van de respondenten zegt dat de **bereikbaarheid** een belangrijke reden is om buiten het centrum van Halle te winkelen en 27,6% zegt dat de nabijheid een rol speelt.



Andere redenen die de deelnemers hebben genoteerd zijn:

- **Beschikbaarheid van Diensten en Producten:**
 - 14 deelnemers geven aan dat bepaalde winkels, zoals elektronikawinkels of kledingzaken met een specifieke selectie, niet beschikbaar zijn in Halle. Ook de leegstand wordt vermeld.
- **Aankoopgedrag en Gewoonten:**
 - 3 deelnemers geven aan de gewoonte te hebben ontwikkeld om naar specifieke winkels buiten Halle te gaan, soms vanwege betere keuzes, ruimer aanbod, vriendelijkere service of lagere prijzen.

- **Ervaring in Halle:**

- Een aantal deelnemers klagen over de beperkte keuze en de algemene triestige staat van de winkels in het centrum van Halle en de onvriendelijke bediening, wat mensen ervan weerhoudt daar te kopen.
- 8 deelnemers geven aan dat hoge parkeerkosten in verhouding tot het aankoopbedrag, files of slechte toegankelijkheid ook een rol spelen in de keuze om elders te kopen.

Significante verschillen tussen parameters:

We zien een duidelijke samenhang tussen het winkelen in een andere gemeente of buiten het centrum van Halle en de reden 'betere bereikbaarheid'. Dit wil zeggen dat de deelnemers die aangeven dat ze buiten het centrum of in een andere gemeente winkelen dit voornamelijk doen vanwege de bereikbaarheid.

Bovendien merken we op dat de deelnemers die bereikbaarheid als reden geven om niet te winkelen in Halle centrum, winkelen in Halle ook minder aanraden, de bereikbaarheid slechter inschatten en de initiatieven van de stad om het centrum aantrekkelijker te maken slechter inschatten.

Deelnemers die buiten Halle centrum winkelen omwille van gemakkelijker parkeren zouden eveneens winkelen in Halle minder aanraden aan anderen, winkelen minder graag in Halle, vinden minder dat ze inspraak krijgen, schatten de bereikbaarheid van Halle centrum lager in en vinden de parkeertarieven minder betaalbaar.

Als we kijken naar het winkelgedrag voor kleding en mode, dan zien we dat de deelnemers die aangeven te winkelen in een andere gemeente dit voornamelijk doen omdat het aanbod er beter is.

Ook hier zien we geen significante verschillen tussen centrumbewoners en niet-centrumbewoners.

4.1.5 Welke type handelszaken ontbreken volgens jou in het centrum?

Volgens de deelnemers ontbreken vooral **kledingwinkels** (47,5%), **electrowinkels** (41%) en **huishoudelijke winkels** (35%) in het centrum van Halle. Ongeveer 1 op 5 zegt nood te hebben aan meer aanbod in vrijetijdsbesteding en vakantie, en voeding. Iets meer dan 10% zegt dan weer nood te hebben aan doe-het-zelfzaken en schoonheid en verzorging.

Farmacie, fietsenwinkel, autogarage en supermarkten worden het minst aangeduid door onze panelleden.



Andere ontbrekende diensten of winkels die genoemd werden:

- **Ontbrekende Specifieke Winkels:**
 - Een breed scala aan winkels wordt genoemd, van schoenmaker tot geschenkartikelen, van specifieke kledingwinkels (voor mannen, kinderen, tieners) tot hobbywinkels (zoals Veritas), en viswinkels of biologische voeding.
- **Grootte en Type Winkels:**
 - Er wordt benadrukt dat er behoefte is aan grote ketens zoals H&M, Zara en andere populaire merken die de jeugd aantrekken en kunnen concurreren met winkelcentra buiten Halle.
- **Specifieke Diensten en Restaurants:**

- Ontbrekende diensten omvatten rolstoelvriendelijke winkels en horecagelegenheden, bioscopen, cocktailbars, en verschillende keukens zoals Afrikaans, Marokkaans, Cambodjaans, en vegetarische gezonde snacks.

Correlaties:

Deelnemers die vinden dat er horecazaken ontbreken in het aanbod vinden ook dat er te weinig variatie is in het aanbod aan horeca.

Deelnemers die vinden dat er kledingzaken ontbreken in Halle centrum, vinden ook dat er een te weinig divers aanbod is aan kledingzaken.

4.1.6 Hoe vaak ga je gemiddeld naar de donderdag- en zaterdagmarkt (Joseph Possozplein) in centrum Halle?

46% van de panelleden gaat **minstens 1 keer per maand** naar de markt. 32,7% zegt bijna nooit te gaan en 21,3% gaat minder dan 1 keer per maand.



Oudere deelnemers gaan vaker naar de markt dan jongere deelnemers. Er werden verder geen correlaties of significante verschillen waargenomen.

4.2 Tevredenheid over het aanbod winkels, diensten en horeca

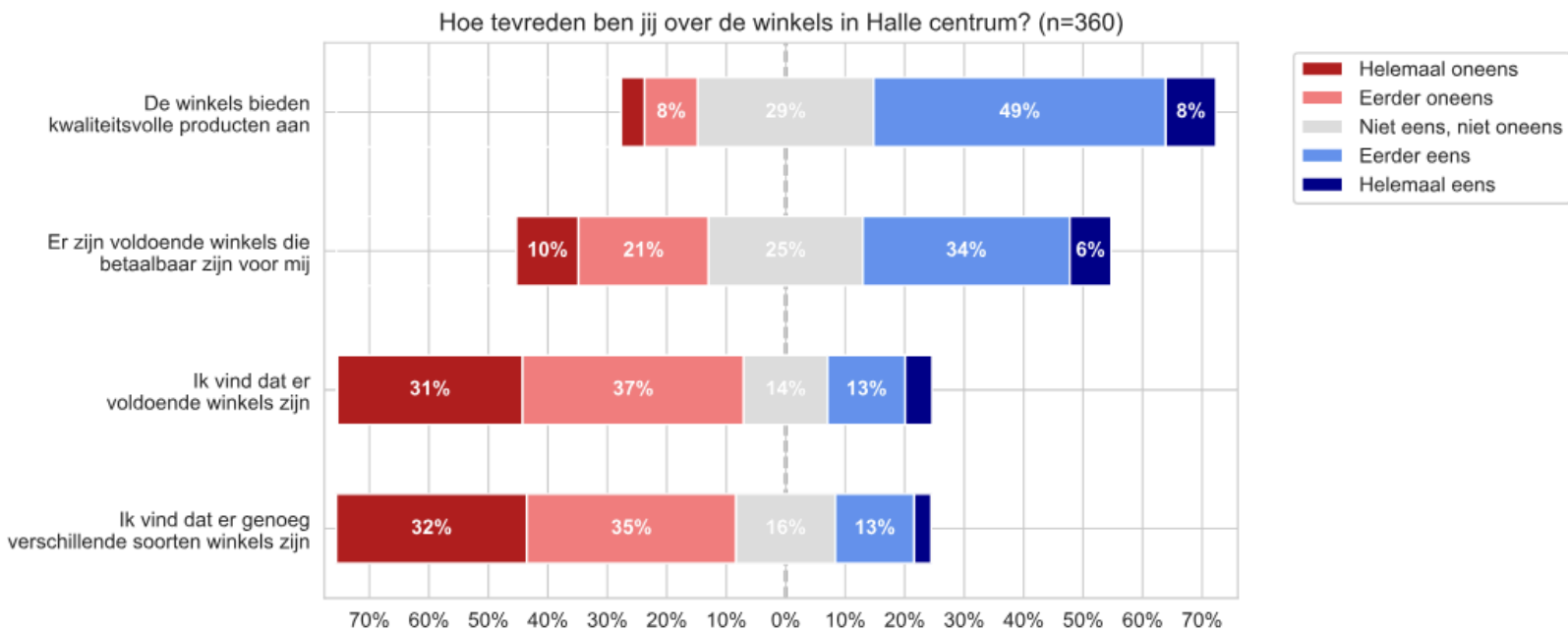
Om na te gaan hoe tevreden de Hallenaren zijn over het aanbod bevroegen we hen naar:

- De tevredenheid over de winkels in Halle;
- De tevredenheid over de horeca in Halle;
- De tevredenheid over de financiële diensten in Halle;
- Of men anderen zou aanraden om in Halle centrum te winkelen.

4.2.1 De tevredenheid over de winkels in Halle

De **kwaliteit** van de winkels scoort gematigd goed: meer dan de helft van de deelnemers geeft aan dat de winkels kwaliteitsvolle producten aanbieden. Als we kijken naar de **betaalbaarheid** van de winkels zien we toch dat 31% aangeeft dat er onvoldoende winkels zijn die betaalbaar zijn.

Het **aantal** winkels en de **variatie** in winkels kan beter: meer dan 60% vindt niet dat er voldoende winkels zijn, en vindt niet dat er genoeg verschillende soorten winkels zijn.



Significante verschillen:

Mensen die vinden dat er **onvoldoende winkels** zijn, schatten ook de leegstand erger in en zouden winkelen in Halle minder aanraden. Bovendien vinden zij het centrum minder gezellig, de uitstraling van winkels minder aantrekkelijk, winkelen ze minder graag in Halle centrum, vinden ze het centrum minder proper, zijn ze minder tevreden over de inrichting en vinden ze minder dat de stad voldoende initiatieven onderneemt om het centrum levendig te houden.

Deelnemers die de **winkels betaalbaar vinden** schatten ook de leegstand minder erg in, zouden winkelen in Halle meer aanraden, vinden Halle vaker veilig, winkelen liever in Halle en vinden Halle properder dan deelnemers die de winkels niet betaalbaar vinden.

Deelnemers die vinden dat de winkels **kwaliteitsvolle producten** aanbieden zouden winkelen in Halle ook vaker aanraden, vinden Halle vaker gastvrij, sociaal en verwelkomend, vinden Halle vaker gezellig en aantrekkelijk, en winkelen vaker graag in Halle.

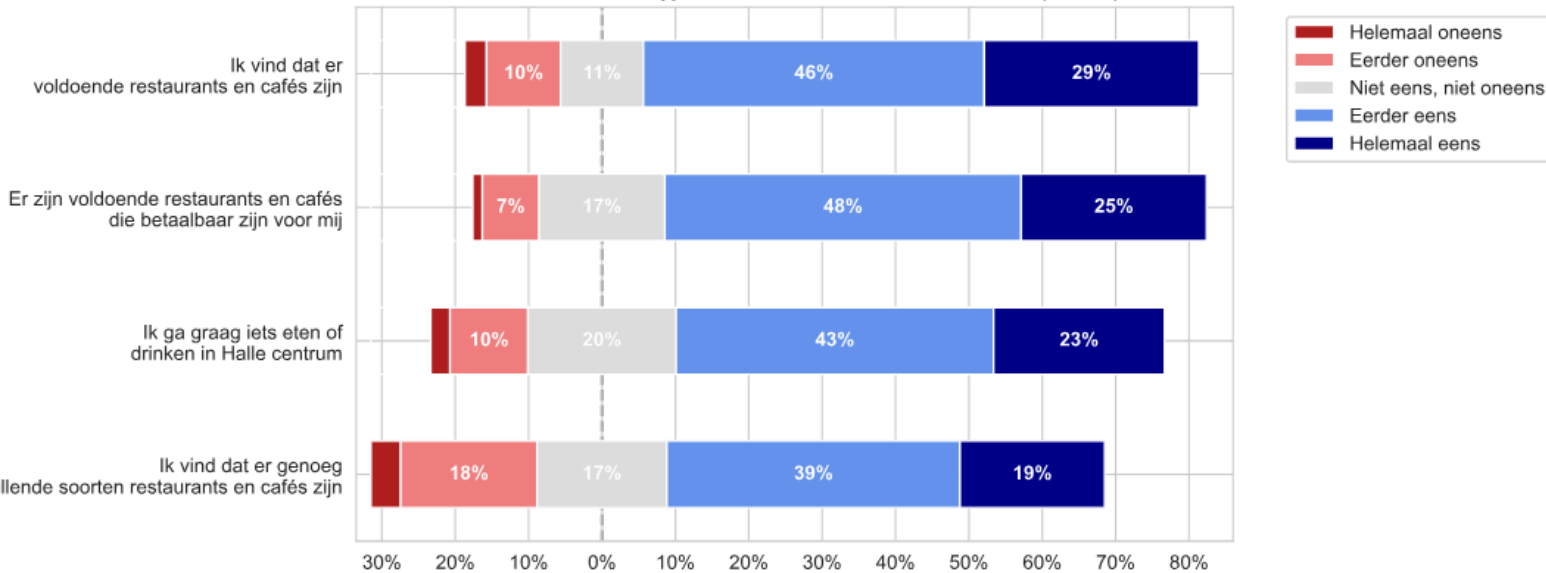
Respondenten die vinden dat er **genoeg verschillende soorten winkels** zijn in het centrum vinden minder dat er kledingzaken ontbreken, schatten de leegstand minder erg in, zouden winkelen in Halle vaker aanraden, vinden Halle vaker 'bruisend' en aantrekkelijk, winkelen vaker graag in het centrum en zijn meer tevreden over inspraak en initiatieven van de stad.

4.2.2 De tevredenheid over de horeca in Halle

De tevredenheid over de horeca scoort beter dan de tevredenheid over de winkels. 75% vindt dat er voldoende restaurants en cafés zijn, 73% is tevreden over de betaalbaarheid en 66% zegt graag iets te eten of drinken in Halle centrum.

De variatie in aanbod kan iets beter: slechts 58% geeft aan dat er genoeg verschillende soorten restaurants en cafés zijn. Ongeveer 1 op 5 is het hier niet mee eens.

Hoe tevreden ben jij over de horeca in Halle centrum? (n=361)



Significante verschillen tussen parameters:

Deelnemers die **vaker gebruik maken van de horeca** in Halle centrum gaan ook vaker graag iets eten of drinken in het centrum.

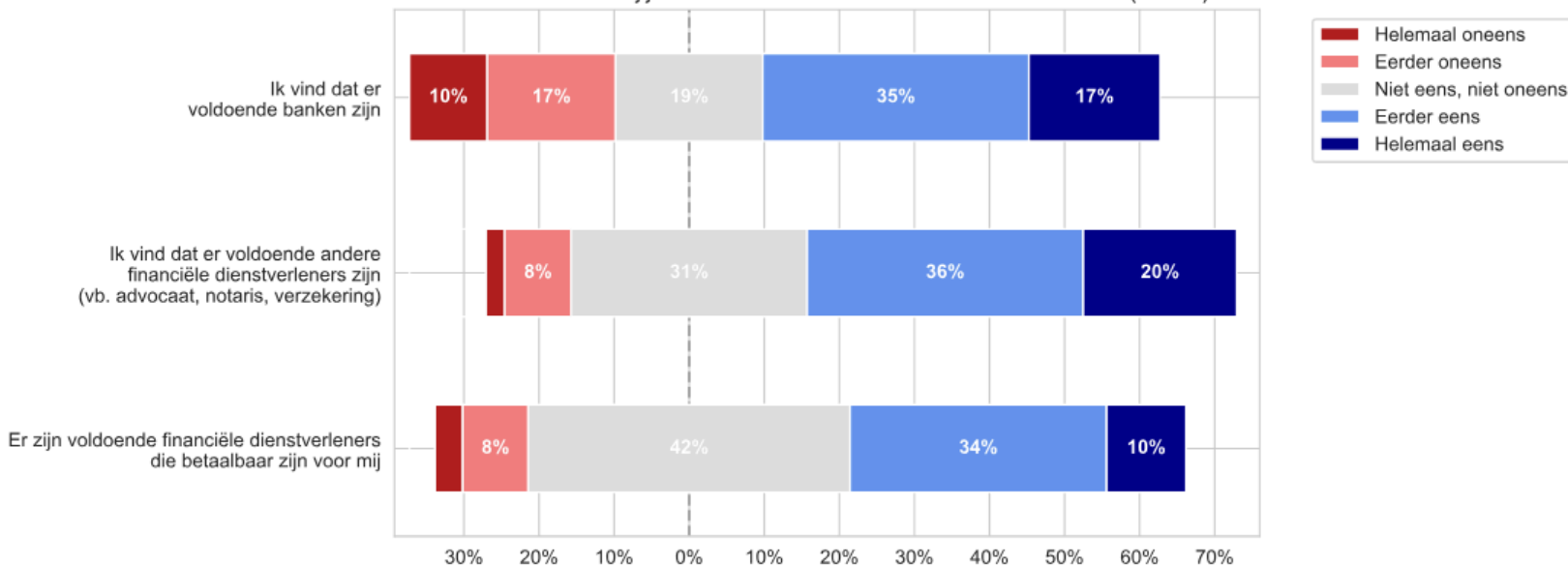
Bovendien zien we dat deelnemers die graag iets gaan eten of drinken in het centrum ook vaker winkelen in Halle zouden aanraden, vaker Halle ‘verwelkomend’, aantrekkelijk en gezellig vinden, en vaker aangeven dat ze graag winkelen in het centrum.

4.2.3 De tevredenheid over de financiële diensten in Halle

Meer dan de helft van de panelleden geeft aan dat er voldoende **banken** en **andere financiële dienstverleners** zijn.

Toch vindt ook 27% niet dat er voldoende banken zijn in Halle centrum. Ongeveer 10% geeft aan dat de betaalbaarheid en het aanbod aan andere financiële diensten beter kan.

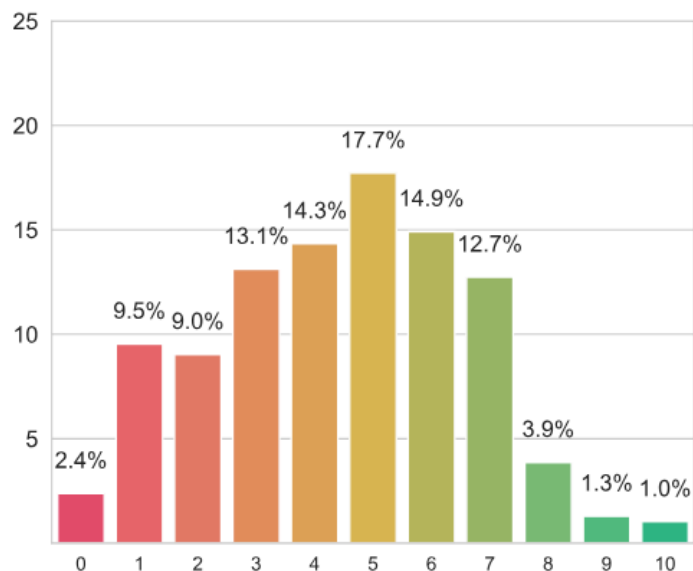
Hoe tevreden ben jij over de financiële diensten in Halle centrum? (n=364)



4.2.4 In welke mate zou je mensen die niet in Halle winkelen, aanraden om in het centrum van Halle te komen winkelen?

We kunnen niet zeggen dat de panelleden anderen zouden aanraden om te komen winkelen in Halle. De stelling krijgt een gemiddelde score van **4,6 op 10**. De mediaan ligt op 5.

In welke mate zou je mensen die niet in Halle winkelen, aanraden om in het centrum van Halle te komen winkelen? (n=363)



Deelnemers die Halle centrum meer zouden aanraden om te winkelen ...

- ... vinden ook vaker dat er voldoende winkels in het centrum aanwezig zijn
- ... vinden de winkels vaker goed betaalbaar
- ... zijn vaker tevreden over de kwaliteit van de winkels
- ... vinden vaker dat er voldoende verschillende soorten winkels zijn
- ... geven vaker aan graag iets te drinken of eten in het centrum
- ... schatten de leegstand minder erg in
- ... maken vaker de associaties 'levendig', 'dynamisch', 'gastvrij', 'veel te doen', 'talenten ontwikkelen', 'sociaal', 'bruisend', 'verwelkomend' en 'goed georganiseerd'.
- ... vinden het centrum vaker gezellig en de uitstraling van de winkels vaker aantrekkelijk
- ... zijn meer tevreden over de inrichting van het centrum en de netheid
- ... vinden vaker dat er voldoende initiatieven zijn vanuit de stad zoals bewoners betrekken, evenementen, enzovoort
- ... vinden het centrum beter bereikbaar

... dan deelnemers die winkelen in het centrum minder zouden aanraden.

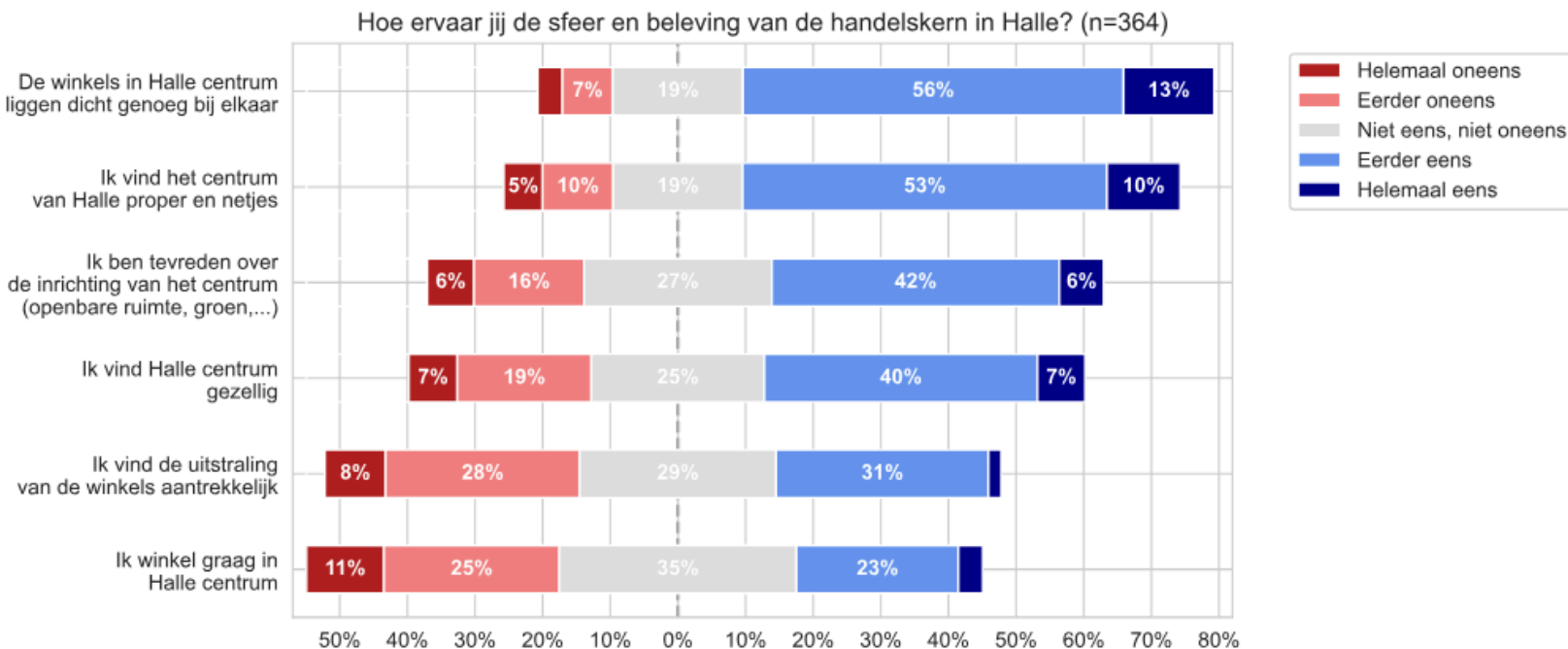
4.3 Algemene beleving van de handelskern van Halle

In dit hoofdstuk bespreken we de beleving van de handelskern in Halle. We gingen na hoe de panellenden de sfeer en beleving ervaren, hoe erg zij de leegstand inschatten, welke woorden bij Halle passen en welke niet, welke zaken goed zijn aan het centrum en welke beter kunnen.

4.3.1 Hoe ervaren jij de sfeer en beleving van de handelskern in Halle?

Bijna 70% vindt dat de winkels in Halle dicht genoeg bij elkaar liggen, en 63% vindt het centrum proper en netjes.

De tevredenheid over de inrichting, de gezelligheid en de uitstraling van de winkels kunnen beter. Minder dan de helft van de respondenten is hier tevreden over. Bovendien zegt slechts 26% graag te winkelen in Halle.



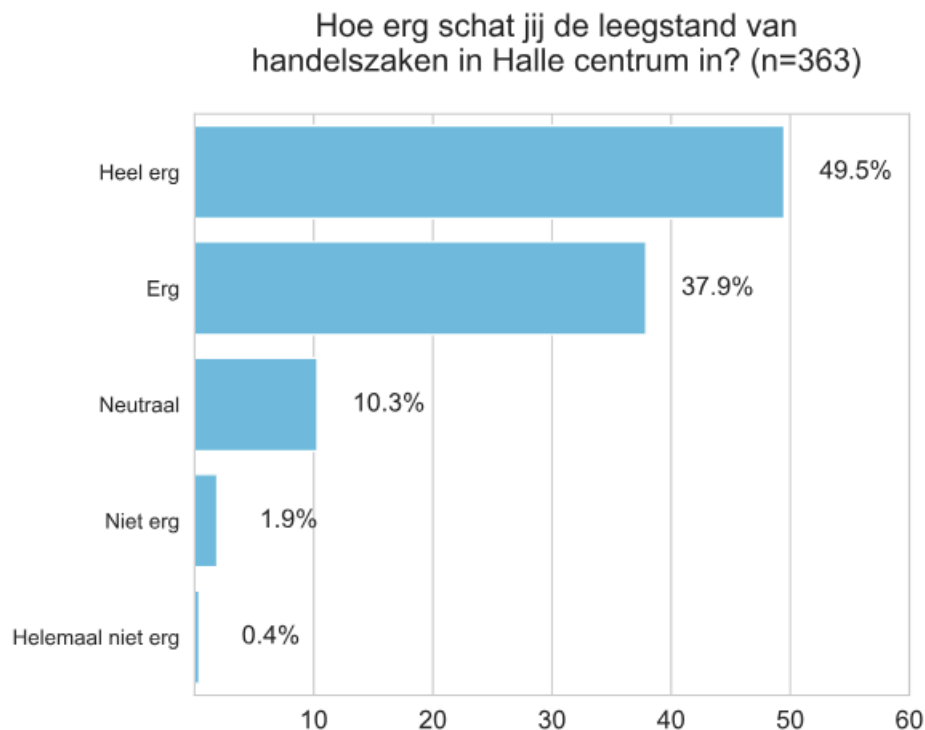
Significante verschillen tussen parameters:

Deelnemers die Halle centrum gezellig vinden, de uitstraling van de winkels aantrekkelijk vinden, tevreden zijn over de inrichting van het centrum, of graag winkelen in Halle centrum...

- ... schatten de leegstand minder erg in
- ... zouden ook vaker winkelen in het centrum aanraden.
- ... vinden vaker dat er voldoende winkels in Halle zijn
- ... zijn vaker tevreden over de kwaliteit of betaalbaarheid van de producten van de winkels
- ... geven vaker aan dat er voldoende verschillende soorten winkels zijn
- ... geven vaker aan graag iets te drinken of eten in het centrum
- ... maken vaker de associaties 'levendig', 'dynamisch', 'gastvrij', 'veel te doen', 'talent ontwikkelen', 'tolerant', 'veilig', 'sociaal', 'bruisend', 'verwelkomend', 'goed georganiseerd', 'aandacht voor jonge gezinnen' en 'aandacht voor senioren'.
- ... zijn vaker tevreden over de initiatieven en communicatie vanuit de stad
- ... vinden Halle centrum beter bereikbaar

4.3.2 Inschatting leegstand

Als we de panelleden vragen naar hun inschatting van de leegstand in Halle, zien we dat 87,4% de leegstand (heel) erg vindt.



Hoe erger men de **leegstand** inschat, ...

- ... hoe minder men vindt dat er voldoende (verschillende soorten) winkels zijn in het centrum
- ... hoe minder men tevreden is over de betaalbaarheid van de winkels
- ... hoe minder men de associatie 'goed georganiseerd' maakt
- ... hoe minder graag men winkelt in Halle centrum
- ... hoe minder tevreden men is over de inrichting van het centrum
- ... hoe minder men tevreden is over initiatieven vanuit de stad

4.3.3 Als je aan het centrum van Halle denkt, wat zijn dan de eerste drie woorden die bij je opkomen?

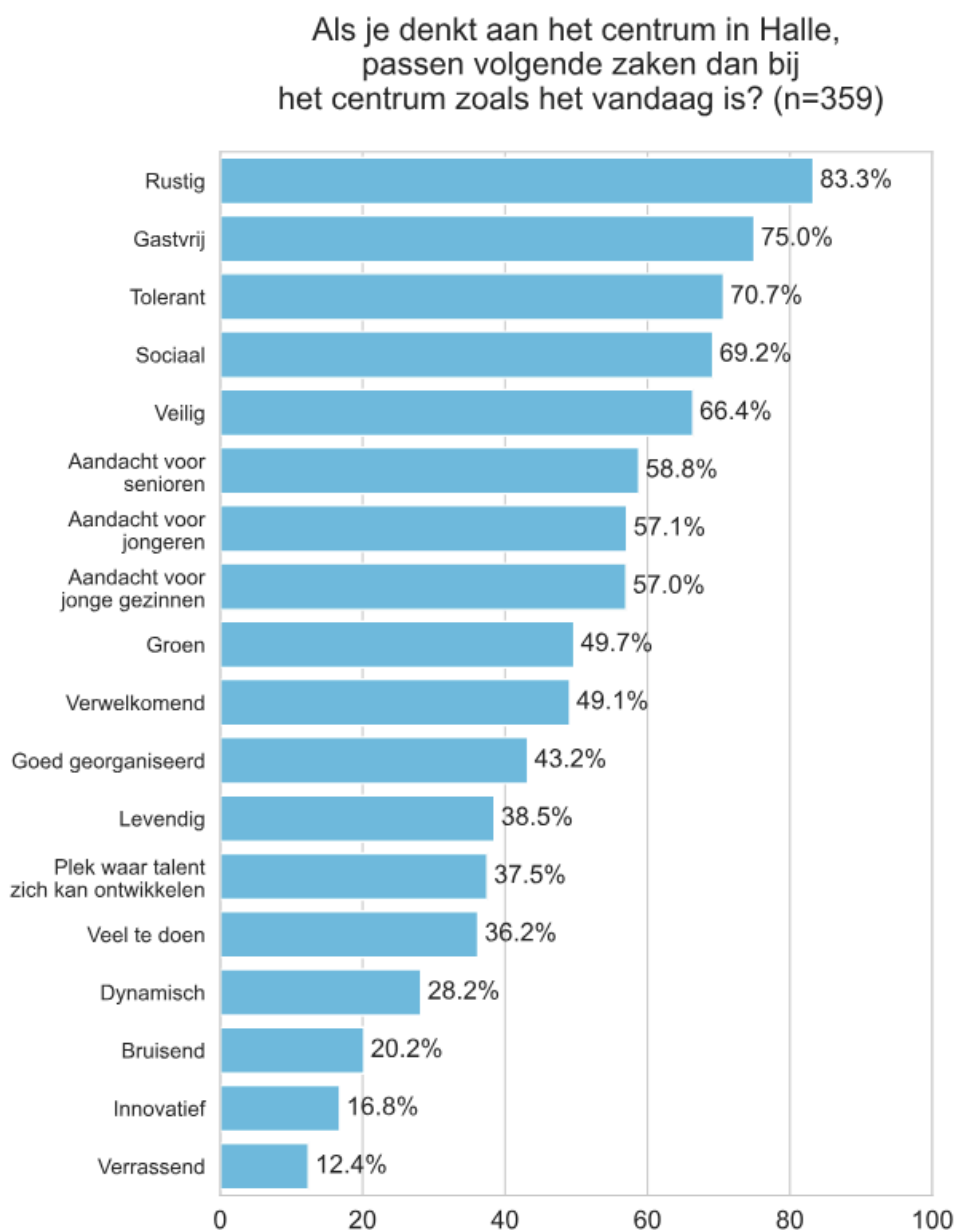
We bevroegen de panelleden naar de eerste 3 woorden die bij hen opkomen als ze denken aan Halle centrum. De meest voorkomende woorden die mensen aangeven zijn:

- Leegstand (149 keer vermeld)
- Gezellig (111 keer vermeld)
- Parkeren (107 keer vermeld)
- Triestig (78 keer vermeld)
- Doods (61 keer vermeld)
- Basiliek (56 keer vermeld)
- Ongezellig (53 keer vermeld)
- Klein/Kleinschalig (48 vermeldingen)
- File(s) (44 vermeldingen)
- Wateroverlast (38 vermeldingen)
- Saai (36 vermeldingen)
- Café(s) (35 vermeldingen)
- Markt (34 vermeldingen)
- Bereikbaar/Bereikbaarheid (33 vermeldingen)
- Betalend parkeren (33 vermeldingen)
- Historische gebouwen (32 vermeldingen)
- Aangenaam (31 vermeldingen)
- Horeca (30 vermeldingen)
- Onveilig/Onveiligheid (30 vermeldingen)
- Verlaten (30 vermeldingen)
- Mobiliteit (28 vermeldingen)
- Vreemdelingen (28 vermeldingen)
- Te duur (26 vermeldingen)
- Onaangenaam (25 vermeldingen)
- Auto(s) (24 vermeldingen)
- Winkels (24 vermeldingen)
- Franstalig (23 vermeldingen)
- Duur (22 vermeldingen)
- Eenzaam/Eenzaamheid (21 vermeldingen)
- Verkeer (21 vermeldingen)

4.3.4 Als je denkt aan het centrum in Halle, passen volgende zaken volgens jou dan juist wel of juist niet bij het centrum zoals het vandaag is?

We vroegen de panelleden naar welke zaken wel of niet bij Halle passen. Ze kregen de mogelijkheid om bij een reeks termen 'ja' of 'nee' aan te duiden. De zaken die volgens onze panelleden het best bij Halle centrum passen zijn **rustig, gastvrij, tolerant** en **sociaal**.

De panelleden vinden dat 'verrassend', 'innovatief', 'bruisend' en 'dynamisch' het minst bij Halle passen.

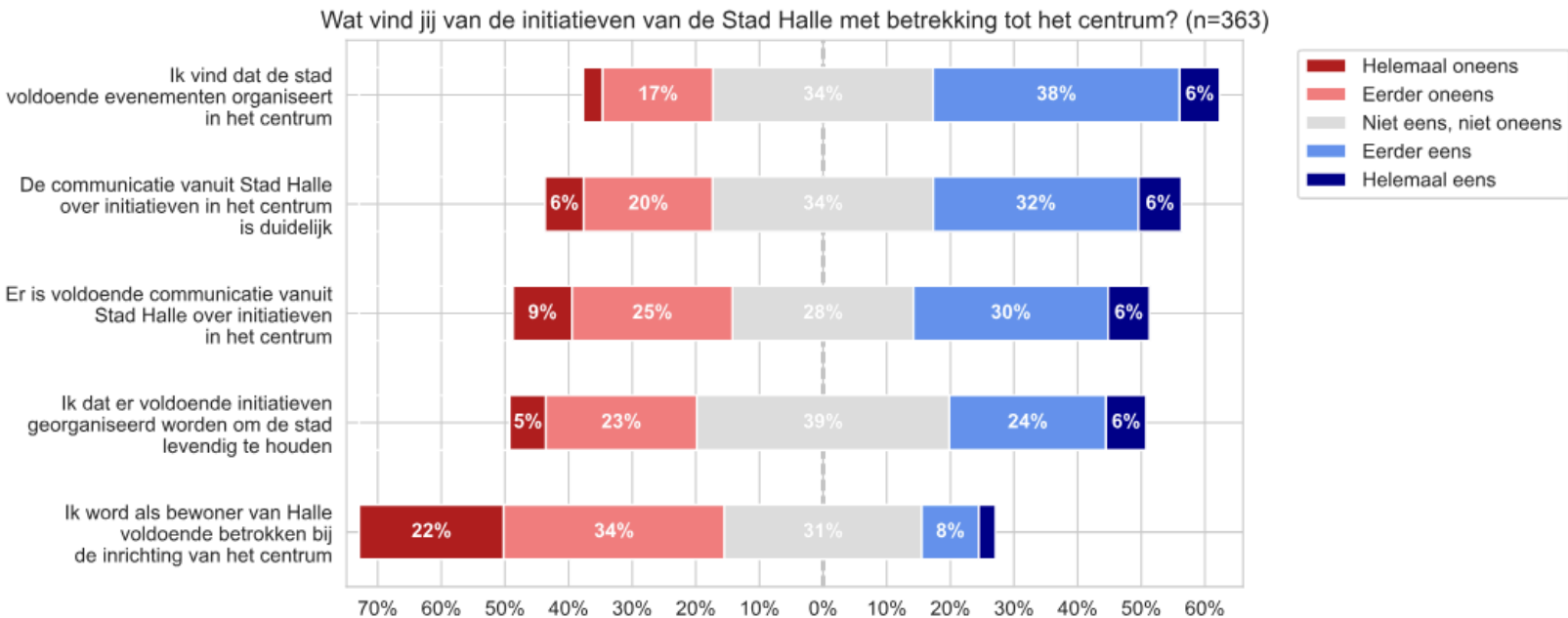


4.3.5 Wat vind jij van de initiatieven van de Stad Halle met betrekking tot het centrum?

De initiatieven van de stad met betrekking tot het centrum kunnen beter:

44% vindt dat de stad voldoende evenementen organiseert in het centrum, 38% vindt de communicatie vanuit de stad over initiatieven in het centrum duidelijk, 36% vindt dat er voldoende communicatie is over initiatieven om de stad levendig te houden. Slechts 30% vindt dat er voldoende initiatieven georganiseerd worden om de stad levendig te houden.

Bovendien zien we dat meer dan de helft van de respondenten vindt dat hij/zij zich niet voldoende betrokken voelt bij de inrichting van het centrum.



Er werden verder geen significante verschillen aangetroffen.

4.3.6 Wat zijn voor jou de belangrijkste zaken die goed zijn aan de winkels en horeca in het centrum van Halle?

De inwoners van Halle waarderen verschillende aspecten van de winkels en horeca in het centrum:

- **Dichtbij elkaar gelegen** (25 keer genoemd)
 - Waardering voor de compacte opstelling van de winkels en horeca, alles ligt dicht bij elkaar.
- **Variatie/diversiteit aanbod** (24 keer genoemd)
 - Ondanks beperkingen in het aanbod, worden kwaliteitsvolle winkels en horecazaken genoemd.
 - Enkele bekende zaken worden specifiek genoemd als sterkte die behouden moeten blijven.
- **Betaalbaarheid** (22 keer genoemd)
- **Vriendelijkheid van de handelaren** (20 keer genoemd)
 - Positieve ervaringen met vriendelijk personeel en klantgerichtheid van de winkeliers.
 - Persoonlijk contact en herkenning als vaste klant worden gewaardeerd.
- **Nabijheid** (20 keer genoemd)
- **Horeca-aanbod en kwaliteit** (18 keer genoemd)
- **Bereikbaarheid** (17 keer genoemd)
 - Het gemak van toegankelijkheid, vooral te voet, wordt genoemd als een pluspunt.
- **Gezelligheid** (16 keer genoemd)
- **Lokale ondernemers/kleinschaligheid** (15 keer genoemd)
- **Gratis parkeren waar het nog kan** (12 keer genoemd)
 - De mogelijkheid van gratis parkeren wordt op prijs gesteld.

Opmerkingen die minder vaak werden genoemd, maar nog steeds relevant zijn, omvatten onder andere de wens voor meer winkels, klantvriendelijkheid, Nederlandstalig personeel, het belang van samenwerking tussen handelaren, en het behoud van bestaande winkels en horecagelegenheden.

4.3.7 Wat zijn voor jou de belangrijkste zaken die anders en beter kunnen en moeten in het centrum van Halle?

Als we de panelleden vragen naar wat beter kan volgens hen dan zien we dat het **parkeerbeleid** en het aanpakken van de **leegstand** de meest prominente suggesties zijn.

- **Toegankelijkheid en parkeerbeleid:**
 - Het parkeerbeleid wordt als problematisch ervaren.
 - Mensen vinden de parkeerkosten hoog en willen meer gratis parkeermogelijkheden, vooral in het centrum.
 - Toegankelijkheid verbeteren voor senioren en mindervaliden.
 - Aanpassing van het parkeerbeleid.
 - Gratis parkeermogelijkheden en betere bereikbaarheid.

- **Leegstand:**
 - Een grote bezorgdheid is de leegstand in winkelstraten, vooral de Basiliekstraat.
 - Aanpakken van leegstand in winkels voor een aantrekkelijker straatbeeld.
 - Aantrekkelijkheid voor nieuwe handelszaken.

- **Winkels:**
 - Velen verlangen naar grote ketens en een breder scala aan winkels, vooral voor jongeren.
 - Betaalbare winkels voor jonge doelgroepen.
 - Mensen willen meer variatie, aantrekkelijkheid en diversiteit in het aanbod.
 - Er wordt gepleit voor meer betaalbare kledingwinkels en bekende merken.
 - Verlangen naar meer diversiteit en winkelaanbod.
 - Aangenamere sfeer, vooral tijdens de wintermaanden: lichtjes, kerstversiering,....
 - Verbetering van prijsaanduidingen in winkels.
 - Openingstijden na 18:00 uur.
 - Bereikbaarheid/toegankelijkheid voor ouderen en minder mobiele personen.
 - Er wordt gepleit voor diversiteit in winkelaanbod en meer kwaliteitsvolle winkels, niet alleen in de horecasector maar ook in andere branches.

- **Communicatie en promotie:**
 - Een betere promotie van lokale winkels en meer communicatie over nieuwe winkels wordt ook genoemd als een manier om de stad aantrekkelijker te maken.

- **Evenementen en activiteiten:**
 - Er is vraag naar meer evenementen (workshops, optredens, jeugdfuifen, gratis expositiezaal voor jonge talenten, ...), maar niet naar lawaaierige festiviteiten.

- Mensen willen gevarieerde activiteiten die het winkelen en de sfeer in de stad ten goede komen.
- Meer activiteiten voor jongeren.
- **Groen en verfraaiing:**
 - Meer groen wordt gewenst, evenals algemene verfraaiing van de stad en beter onderhoud van de winkelstraten.
 - Behoud van historische uitstraling.
- **Verkeer:**
 - Verkeersproblemen oplossen.
- **Veiligheid:**
 - Politiepatrouilles, vooral 's avonds en bij het station.

4.4 Toegankelijkheid

In dit laatste hoofdstuk bespreken we hoe de panelleden de toegankelijkheid van het centrum ervaren.

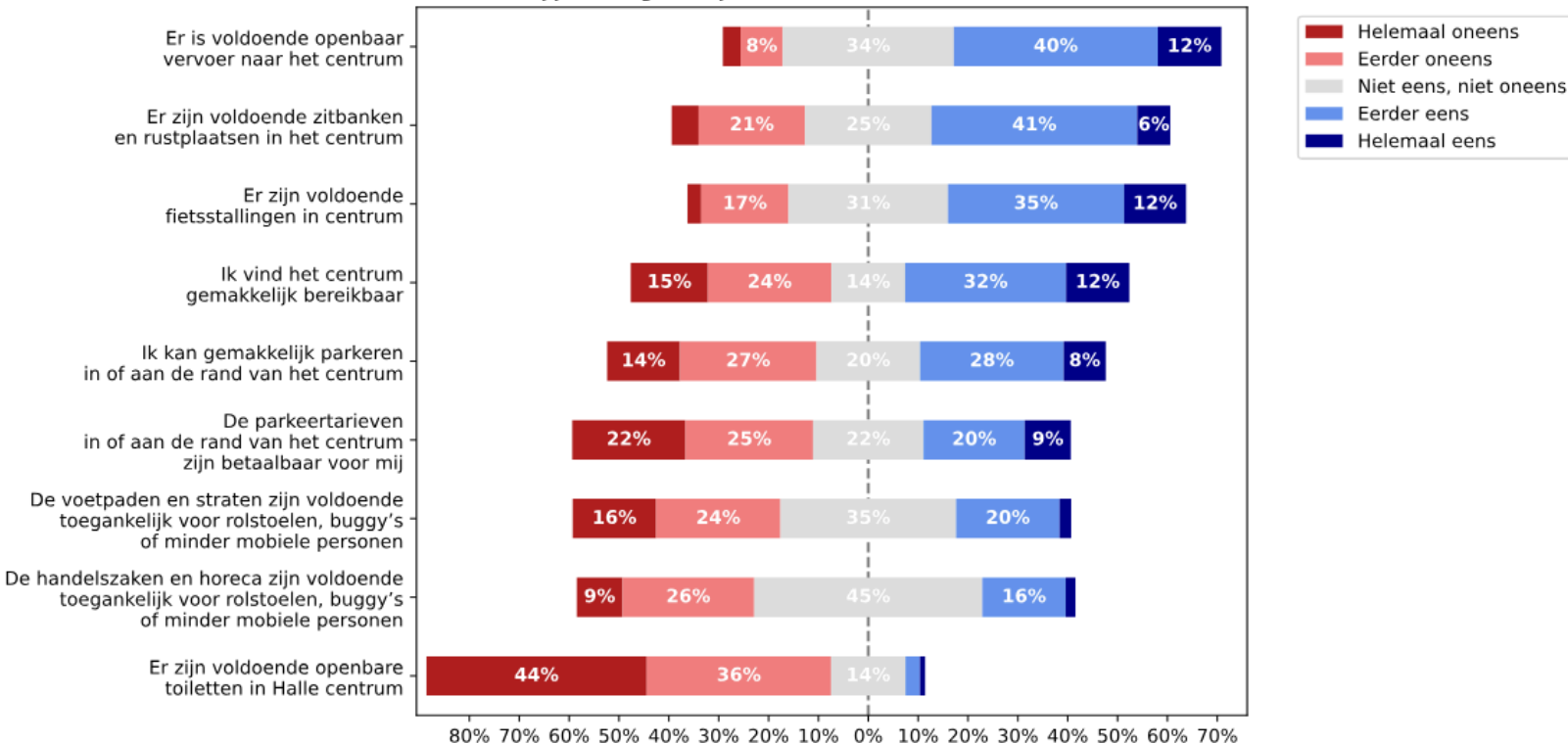
4.4.1 Hoe ervaar jij de toegankelijkheid van het centrum en de winkels?

Als we kijken naar de toegankelijkheid van het centrum zien we voornamelijk dat het aantal **openbare toiletten** onvoldoende is. 80% van de deelnemers vindt niet dat er voldoende openbare toiletten zijn in Halle centrum.

Ook de toegankelijkheid van winkels, horeca en voetpaden voor minder mobiele personen, de parkeertarieven en de bereikbaarheid kunnen beter.

Het openbaar vervoer, de zitbanken en rustplaatsen en de fietsstallingen scoren iets beter, al geeft ook hier een aanzienlijk deel van de respondenten aan niet tevreden te zijn.

Hoe ervaar jij de toegankelijkheid van het centrum en de winkels? (n=360)



Deelnemers die het **centrum gemakkelijk bereikbaar** vinden en vinden dat ze gemakkelijk kunnen parkeren, ...

- ... zouden winkelen in Halle vaker aanraden
- ... maken vaker de associaties 'gastvrij', 'veilig', 'verwelkomend', 'goed georganiseerd' en 'aandacht voor senioren'.
- ... scoren hoger op de sfeer en beleving van Halle centrum
- ... scoren hoger op de initiatieven en communicatie vanuit de stad

... dan deelnemers die het centrum moeilijk bereikbaar vinden.

Deelnemers die de **parkeertarieven** minder betaalbaar vinden ...

- ... vinden de voetpaden ook minder toegankelijk
- ... maken minder de associatie 'veilig'
- ... zijn minder tevreden over de inrichting en netheid van het centrum

... dan deelnemers die de parkeertarieven wel betaalbaar vinden.

Deelnemers die **niet** vinden dat er voldoende **rustplaatsen** en **zitbanken** zijn in Halle centrum...

- ... vinden ook dat er te weinig openbare toiletten zijn
- ... vinden de toegankelijkheid voor rolstoelen en buggy's minder goed
- ... vinden minder dat er aandacht is voor senioren
- ... zijn minder tevreden over de inrichting van het centrum
- ... vinden de communicatie vanuit de stad minder duidelijk

... dan deelnemers die wel vinden dat er voldoende rustplaatsen en zitbanken zijn.

Discussie en conclusies

De achtste bevraging van het Stadspanel Halle wilde inzicht verkrijgen in het gebruik van en de ervaringen met de handelskern in Halle Centrum. Concreet waren we geïnteresseerd in de volgende thema's:

- Hoe vaak de deelnemers winkelen in Halle centrum;
- In welke mate zij tevreden zijn over het aanbod;
- Wat zij vinden van de sfeer in de handelskern van Halle;
- Hoe zij de toegankelijkheid van het centrum van Halle ervaren.

Aan de achtste bevraging namen 376 panelleden deel. Dit komt neer op een responsgraad van 66%.

Hieronder geven we de belangrijkste conclusies weer.

5.1 Winkelen in Halle

De redenen waarom mensen in Halle wonen, omvatten voornamelijk hun geboorteplaats, de goede ligging van Halle, familie en vrienden.

Winkelgedrag toont aan dat **supermarkten, voedingswinkels** en **horeca** in het **centrum** populair zijn, maar andere sectoren zoals vrijetijdsbesteding en kleding trekken minder publiek. Inwoners van Halle hebben de neiging om voor specifieke winkels buiten het centrum te winkelen, zoals elektronikawinkels en kledingzaken, terwijl voor veel productcategorieën online winkelen de voorkeur geniet. Redenen om elders te winkelen zijn vooral gerelateerd aan parkeergelegenheid, aanbod en bereikbaarheid.

Er is een belangrijke **samenhang** tussen winkelgedrag buiten Halle en redenen zoals betere **bereikbaarheid** en **diverser aanbod**. Er wordt ook gewezen op het gebrek aan specifieke winkels in Halle, waaronder elektronicazaken, kledingwinkels en diverse diensten. De wens voor meer variatie in het aanbod, betere bereikbaarheid en lagere parkeerkosten blijkt uit de antwoorden.

5.2 Tevredenheid over het aanbod

Voor de **winkels** zijn gemengde gevoelens: terwijl meer dan de helft de kwaliteit van de producten goed vindt, is 31% niet tevreden met de betaalbaarheid en vindt meer dan 60% dat er niet genoeg winkels en variatie zijn. Deze ontevredenheid hangt samen met het beeld van meer leegstand en een minder positieve perceptie van het centrum.

In de **horeca** ligt de tevredenheid hoger, met 75% die genoeg restaurants en cafés vinden. Maar nog steeds vindt 20% dat er niet genoeg variatie is. Mensen die tevreden zijn over de horeca

raden vaker aan om in het centrum te winkelen en ervaren het centrum als aantrekkelijk en gastvrij.

Wat betreft **financiële diensten**: meer dan de helft is tevreden, maar 27% vindt dat er niet genoeg banken zijn.

De bereidheid om anderen aan te raden om in Halle te winkelen is vrij laag, met hogere scores van degenen die het centrum als levendig, goed georganiseerd en gastvrij ervaren en die tevreden zijn over het aanbod en de kwaliteit van de winkels.

5.3 Sfeer en beleving

Bijna **70%** waardeert de nabijheid van winkels, terwijl **63%** het centrum als netjes en schoon beschouwt. De tevredenheid over de inrichting, uitstraling en gezelligheid van winkels kan beter. **Slechts 26% winkelt graag in Halle.**

De mening over de leegstand heeft significante invloed op andere aspecten: hoe erger men de leegstand inschat, hoe minder tevredenheid over diversiteit, betaalbaarheid van producten en hoe minder men positieve associaties heeft met de stad.

Bij het denken aan Halle komen woorden als **leegstand, parkeerproblemen, gezelligheid, verkeersproblemen** en gebrek aan **diversiteit in winkels** naar voren. Panelleden vinden Halle rustig, gastvrij en sociaal, maar minder 'verrassend' of 'dynamisch'.

Positieve aspecten van de winkels zijn **nabijheid, klantenservice, kwaliteit, gezelligheid** en gratis parkeren waar het nog kan. Er zijn echter zorgen over leegstand, gebrek aan diversiteit en behoud van bepaalde zaken.

Verbeterpunten die genoemd worden zijn voornamelijk gericht op het parkeerbeleid, het aanpakken van leegstand, diversiteit in winkels, betere communicatie en promotie, meer evenementen, groenvoorzieningen, verfraaiing, verbeterde verkeerssituatie en veiligheid.

5.4 Toegankelijkheid van het centrum

In het laatste hoofdstuk over toegankelijkheid wordt besproken hoe deelnemers de toegankelijkheid van het centrum ervaren. Het blijkt dat er vooral een tekort is aan **openbare toiletten**, aangezien 80% van hen vindt dat er niet genoeg zijn in het centrum van Halle. Ook de toegankelijkheid van winkels, horeca, voetpaden voor minder mobiele mensen, parkeertarieven en bereikbaarheid worden als punt van verbetering gezien.

Deelnemers die het centrum gemakkelijk bereikbaar en parkeervriendelijk vinden, hebben de neiging vaker Halle aan anderen aan te raden. Ze associëren het centrum met termen als 'gastvrij', 'veilig', 'verwelkomend', 'goed georganiseerd' en 'aandacht voor senioren'. Ook zijn ze meer tevreden over de sfeer, de initiatieven vanuit de stad en de communicatie daarvan.

Aan de andere kant, deelnemers die de parkeertarieven als minder betaalbaar beschouwen, vinden de voetpaden minder toegankelijk, voelen zich minder veilig en zijn minder tevreden over de inrichting en netheid van het centrum.

Deelnemers die vinden dat er niet genoeg rustplaatsen en zitbanken zijn, ervaren ook een gebrek aan openbare toiletten, vinden de toegankelijkheid voor rolstoelen en kinderwagens minder goed, denken dat er minder aandacht is voor senioren, zijn minder tevreden over de inrichting van het centrum en vinden dat de communicatie vanuit de stad minder duidelijk is, in vergelijking met deelnemers die wel voldoende rustplaatsen en zitbanken ervaren.

Bijlagen

Waarom ben je in Halle komen wonen? Optie 'andere'

- Nieuwe partner woonde 25 jaar geleden in Halle
- Toevallig een huis gevonden dat ons beviel niet ver van de familie
- Hier naar de middelbare school geweest
- Echtgenoot is Hallenaar
- Ik woon bij mijn ouders in die in Lembeek wonen
- Betaalbare woning gevonden.
- Mijn partner woonde reeds in Halle
- Mijn man ging werken in Wallonië, we wilden in een Nederlandstalige gemeente wonen.
- Tot voor mijn pensioen woonde ik op den buiten (Pajottenland) en ik had voor alles een auto nodig. Ik ben nu met pensioen en dan ben ik naar de stad komen wonen. Reden : Kort bij alle soorten verzorging als ik het nodig zou hebben, winkels, station en ander (openbaar) vervoer, bibliotheek, alles is kortbij en ik kan er met de fiets of te voet naar toe. Een stad biedt meer (culturele) mogelijkheden dan *op den buiten*.
- Hallerbos
- Het verhaal gaat om een *Ardennerke* dat op een Vlaamse verliefd wordt ...
- Huis gekocht
- Mijn vrouw woonde hier, en we hebben er voor gekozen om in Halle te wonen
- Ik heb hier 13 jaar geleden de liefde gevonden.
- Huwelijk
- rustiger en minder verkeer dan in Brussel
- Rechtstreekse treinverbinding naar de stad waar ik werk.
- Huis van grootmoeder gekocht
- Mijn vrouw werkt ik Halle, na huwelijk van Sint-Pieters-Leeuw verhuist naar Halle
- Ik wou weg uit het platteland, naar een kleine stad. Waar alles makkelijk bereikbaar is.
- de liefde
- Een stad die toen leefde maar nu op sterven ligt
- Mijn man is van Halle
- Nieuwe relatie
- partner woont in halle
- Relatie
- Woonde vroeger in SPL
- Ongeveer 45 jaar geleden waren wij op zoek naar bouwgrond in Vlaams-Brabant rond Brussel. Zo zijn wij min of meer toevallig in Lembeek aanbeland.
- Mijn man werkte in Brussel
- Zelf ben ik afkomstig uit St-G-Rode waar het véél te duur is om te kopen. In 2000 vond ik in Lembeek, net zoals vele andere vrienden uit Rode, een nog betaalbare woning. Ik zit nu weer dicht bij familie, vrienden in een aangename groene buurt en dicht bij verschillende

winkel, zowel in Vlaams-Brabant als in Waals-Brabant. Nu zijn de prijzen van huizen natuurlijk ook anders dan 20 jaar geleden.

- Mijn vrouw is van deze streek
- Ik werk en woon in Halle centrum.
- Makkelijk naar Brussel met de trein, in principe moest het NMBS beter werken
- Echtgenoot woonde hier
- Station, scholen, winkels
- door partner
- Mijn ouders wonen in de buurt, mooie omgeving, mijn sociaal leven, familie en vrienden in de buurt
- de oude appartement dat we woonde in Oudenaarde ging vernieuwd worden dus we moesten verhuizen
- Mijn echtgenote woonde in Halle
- Ik heb hier eerder al jaren gewoond. Dan terug naar Lot (geboortegemeente). Toch teruggekeerd naar Halle (centrum).
- de liefde
- Als kind naar hier verhuisd met mijn ouders
- Ben bij mijn partner ingetrokken
- hier gekomen als vluchteling
- hier gehuwd
- rust en landelijke omgeving
- hier getrouwd: echtgenoot is van Halle
- Dichtbij Brussel
- Goede treinverbinding van en naar Brussel
- Mijn man is van de streek. Hij heeft hier familie

Waarom maak je van bovenstaande diensten en voorzieningen gebruik buiten het centrum van Halle? Optie 'andere'

- Het is op weg naar mijn werk.
- Gratis parkeren, De gemeente heeft de winkels in Halle vermoord
- Niet in het aanbod in Halle
- Ik ben mindervalide, ver stappen is onmogelijk. Door de aanhoudende drang van het stadsbestuur om de auto volledig uit het centrum te bannen en parkeerplaatsen te schrappen (ook die voor mensen met een handicap) kan ik niet anders dan zoeken naar gemeenten en winkels waar ik WEL welkom ben.
- Ik ga ook naar Horeca, vooral in Brussel en aan zee met vrienden, idem voor kledingaankoop, autogarage ga ik naar Ninove aangezien ik daar destijds mijn wagen aankocht en het een goede garage met goede service is.
- Ik ga zoveel mogelijk in Halle maar maar 1x per jaar nodig vandaar bijna nooit aangeduid
- We wonen in Sint-Rochus.
- OMDAT ZE NIET BESCHIKBAAR ZIJN IN HET CENTRUM
- Auto en fiets zijn een lease via het werk en daarbij ben ik gebonden aan specifieke garages of fietswinkels.
- door in de buurt te zijn of er langs te rijden
- Gemeente waar we zijn opgegroeid
- is vaak bij mensen we kennen van vroeger of die gekend zijn voor de dienstverlening
- Fietshandelaar in de familie die niet in Halle woont
- Horeca indien ik een andere stad bezoek en autogarage is de garage waarmee het bedrijf van mijn man samenwerkt.
- tweede verblijf in andere stad
- Het beleid in de buurgemeenten (ook in het dichtbij Wallonië) is over het algemeen veel klantvriendelijker. Het beleid in Halle lijkt er eerder op gericht iedereen weg te houden uit het centrum van Halle.
- Er is gewoonweg geen aanbod. Gesloten winkels, bijna volledige straat, nodigen niet uit.
- Soms is het in Halle niet te vinden.
- omdat dit soort winkels (elektro, mode) bijna niet te vinden zijn in Halle
- Electro winkel vindt je niet meer in Halle
- Er is steeds meer leegstand in de basiliekstraat , altijd dezelfde winkels : snacks/broodjes, brillen of ketens. Het is veel minder divers en gezellig dan 20 jaar geleden en het parkeerbeleid en circulatieplan werken tegen
- Gemaklijker
- allerlei : afwisseling, ander aanbod, bereikbaarheid, goedkoper
- In het centrum is het triestig gesteld met de winkels.

- Buizingen en Lembeek behoren ook tot Halle, maar deze handelaars worden amper genoemd. Het zijn nochtans ook Halse handelaars die hier belastingen betalen. Ze komen ook niet aan bod in de info Halle! Spijtig.....
- het is een gewoonte om naar bepaalde verkooppunten te gaan
- De winkel bestaat niet in het centrum van Halle
- Om in het centrum een tas koffie te gaan drinken, betaalt men meer voor de parking dan voor de tas koffie.
- Andere, betere of ruimere keuze. Soms ook eens als tijdverdrijf.
- horeca: afhankelijk van vriendenkring en we switchen tussen de gemeenten uiteraard. doe-het-zelf: als het in de gamma in halle niet beschikbaar is > naar die van sint-pieters-leeuw :) kleding: heb een grote maat; geen mogelijkheden hier in halle >> online ik winkel niet zo graag; dus online winkelen is al van voor corona; als het kan, laat ik leveren in de winkel in halle (hema/kruidvat) en dan koop ik daar nog iets bij.
- Het is daar leuker
- er is geen aanbod in halle
- Gewoonte
- Ruimer en groter aanbod
- de files in halle
- Er is bijna geen aanbod in het centrum
- onvriendelijke houding verkopers in winkels te halle
- Groter aanbod, ander aanbod, concentratie van verschillende winkels

Welke type handelszaken ontbreken volgens jou in het centrum? Optie 'andere'

- Herstelling van alle... schoenen, kledij, elektro...
- Geschenkwinkels
- Danscafe
- Thai
- Tiener en kinder / mannen kledingwinkel aan democratische prijzen met groot aanbod.
- In een ideale wereld, elk soort winkel wat niet een kledingwinkel is.
- Discotheek
- Horeca : Afrikaanse, Marokkaanse, Cambodjaanse keuken ... ontbreken mijn inziens.
- Vegetarische gezonde snacks.
- Ketens zoals H&M, Zara, pull& bear,... waar ook de jeugd naartoe gaat. Er passeren dagelijks duizenden scholieren door de winkelstraten. Dit zou meer volk aantrekken en ook goed zijn voor de plaatselijke handelaars. Mensen gaan minder naar Westland of andere steden trekken.
- Viswinkel
- viswinkel, klerenwinkel voor mannen
- Halal slagerij
- Strips
- Opmerking bij bovenstaande aangevinkte keuzes: Het is niet makkelijk om grotere stukken huishoudelijke apparaten of woondecoratie te voet over lange afstand naar de we wagen te brengen. Het lijkt mij dan ook logisch dat deze handelszaken afwezig zijn. En dan is er nog de online verkoop en gratis levering...
- Viswinkel
- Traiteur viswinkel en betaalbare kleding voor iedereen, kleding en schoenen voor mensen met een beperking.
- biovoeding/biorestaurant
- Hobby (veritas) Ava
- betaalbare resto
- rooftopbar, cocktailbar, snuisterwinkel, cadeauwinkels, gezonde fastfood, pokébowls, entertainment (lasershooting, gaming, bowling, pooltafels) cinema, merkenwinkels
- iets zoals de veritas...
- Viswinkel
- Viswinkel
- sportwinkel, viswinkel en drogisterij
- kousen en lingerie, nachtkledij, kinderboetieks, viswinkels en warme bakkers
- goedkopere ketens! En goedkopere schoenenwinkels. Een antiekwinkel, een babywinkel, kinderkledij, jongeren kledij die betaalbaar is.
- Drogist; meer variatie qua kleding en mode

- Vroeger was er een Blokker of Casa waar je toch ook steeds leuke spulletjes/geschenken kon kopen. De Action ligt dan aan de rand maar daar vind je nooit parking. En Santa Boetiek was vroeger de winkel voor de dames met een maatje meer. En winkel waar je speciale kruiden, gerechten van andere culturen zou kunnen kopen/nuttigen zou ook fijn zijn.
- Kleine zelfstandigen met zelfgemaakte producten of skills en eigen identiteit
- Bio voeding, lokale producten
- Grotere kledingwinkels en schoenwinkels van goede kwaliteit
- Pop up: kerstwinkel, merkkledij...
- Hobby, Speelgoed, muziek, Cocktailbar, ...
- Er is te veel leegstand. Zeker in de Basiliekstraat. Vroegere goede typische winkels zijn verdwenen.
- er ontbreekt een kleine supermarkt in het centrum en ook decoratiewinkels/cadeauwinkels. Hodé (was alles in 1 :)), 't Kadoske, Blokker, Casa: allemaal weg... Concurrentie van Wibra en Zeeman heeft er msch ook voor gezorgd. Zijn OK-winkels (ga dus dikwijls naar Wibra). Maar Casa, Blokker: die hadden toch meer (ook kleine elektro en bvb huishoudspullen van betere kwaliteit).
- zaken zoals vroeger "Robert" waar je allerlei vindt voor huwelijkslijsten, meer bakkers zouden er zeker ook moeten zijn.
- rolstoelvriendelijke horeca
- bakker en viswinkel
- kleine gespecialiseerde voedingswinkels, bijvoorbeeld natuurwinkel
- Betaalbare kleding
- Enkele grote winkelketens zoals ZARA, JBC ontbreken in de Basiliekstraat
- Grote winkelketens zoals H&M en ZARA
- bakker, viswinkel
- schoenwinkels met degelijk en betaalbaar aanbod
- schoenmaker muziekwinkel, naaiwinkel, viswinkel, traiteur
- stoffenwinkel, naaiwinkel, drogist, viswinkel
- Grote winkelketens
- Bioscoop
- basiliekstraat staat leeg
- viswinkel, kunstgalerijen
- viswinkel

Als je aan het centrum van Halle denkt, wat zijn dan de eerste drie woorden die bij je opkomen?

1. parkeerbeleid, leegstand en vuil
2. gezellig, knus, verkeersvrij (rustig)
3. Mooi, gezellig, weinig parking
4. Leeg, te veel beton, weinig variatie
5. Onaangenaam, koud, files...
6. Saai, leeg, triest
7. marginalen en vreemdelingen / kil en ongezellig / te veel frans gesproken
8. Parkeren , geen volk , weinig winkels
9. Parking, de stad is 's nachts niet veilig, netheid
10. Parkeerproblemen
11. desolaat, leegstand, kan gezelliger
12. op fietsafstand, markt, cafés
13. potentieel compact parkeercentrum
14. klein, aangenaam, duur...
15. Triestig.leeg onaangenaam
16. Leegloop, droevig en ongezellig
17. omrijden parking betalen
18. leegstand, onbereikbaar, veel gemiste kansen
19. Grote markt, carnaval, school
20. auto's, parking, beton
21. Leeg, saai, dood
22. klein gezellig bereikbaar
23. Cafés, betalende parking, leegstand
24. Verlaten, aftands, sfeerloos
25. gezellig, leegstand, wateroverlast
26. Leegstand, fast food (te veel), kappers (te veel)
27. Verharding, leegstand, ongezellig
28. Veel leegstand/ tijdens de eindejaar helemaal niet gezellig aangekleed Er wordt veel geld uitgegeven aan de schaatsbaan maar in het centrum is het helemaal niet gezellig
29. leegstand, slecht parkeerbeleid en niet noodzakelijk om naartoe te gaan.
30. KLEIN LEEGSTAND PARKEREN
31. Gezellig maar 's avonds verlaten.
32. Leeg, vrij dood, geen parking
33. Aangename gezellige binnenstad
34. Parking, markt en cafés
35. Leegstand, openlucht rusthuis, horeca
36. Leegstand, concurrently online, wateroverlast
37. Dure parking - markt - basiliek

38. triest, onaangenaam, weinig
39. Weinig volk
40. Parking te duur,weg er naartoe is moeilijk,om te winkelen moet je er niet zijn.
41. Leegstand, geen variatie in de winkels, parkeeronvriendelijk voor mensen met een handicap
42. Leeg, te veel van hetzelfde en oud.
43. Leeg, triest, brillenwinkels
44. Klein, mobiliteit moeilijk,markt
45. lege winkelstraat
46. Amai triestig he
47. vroeger beter dan nu
48. S avonds dood
49. gewoon gezellig aantrekkelijk
50. parking, leegstand, weinig keuze
51. Leegstand/kledijwinkels(merken)/Nachtleven?
52. geen parkeergelegenheid zoniet hoog betalend
53. Leegstand, ingewikkeld parkeerbeleid, jammer
54. leegstand / geldautomaten??/? veilil
55. Leegstand / achteruitgang / nieuwbouwappartementen
56. Wateroverlast Tanend Koud
57. tof centrum, altijd ambiance, leegstand
58. gebrek aan gezelligheid
59. File-gezellig-parkingprobleem
60. Leeg
61. Kappers, apothekers, heterogeen
62. Gezellig gaan drinken
63. moeilijk overleven voor de winkeliers
64. Kathedraal, winkelen
65. Kleinschalig, praktische ligging, veel is voorhanden
66. Parkeerboete , concept store , gezellig
67. EENZAAM EN VERLATEN
68. Gezellig, sympathiek, veel te beleven.
69. Gezellig bereikbaar café
70. leegstand, horeca, historische gebouwen
71. te veel verkeer
72. LEEGSTAND - MOBILITEIT - AANBOD ONVOLDOENDE
73. Verlaten, onbereikbaar, café's
74. Te dure winkels(kledingwinkels zijn er niet aan mijn budget)
75. Wateroverlast , grijs en niet veel groen .
76. Cher, pas assez de choix, pas de restaurant Halal!
77. leeg.te kalm.
78. verlaten, sfeerloos, oninteressant

79. Wateroverlast, weinig groen, leegstand
80. nostalgisch, een beetje leeg, verlaten
81. Gezellig, groen , leegstand
82. Doods/parkeerbeleid/franstalig.
83. Leegstand file basiliek
84. Wateroverlast, leegstand, betalend parkeren
85. triestig, leegstand, onbereikbaar
86. Saai leegstand doods
87. thuis, meer winkels nodig, kleine pandjes
88. Leegstand, te weinig diversiteit in aanbod
89. Bib, stadhuis, basiliekstraat
90. Terras snack rommelmarkt
91. Leegstand, verloedering en achteruitgang
92. parking, waar gaan we iets drinken, welk pand zal nu weer leeg staan
93. Probleem Parkeren Leegloop
94. Triestig, leeg, markt
95. Eten, drinken, winkelen
96. provinciaals, doods bij avond en weekend
97. autovrij / aangenaam / beton
98. wandelstraten - lege handelspanden - terras
99. schattig gezellig rustig
100. Gemoedelijk, onvoldoende parkeerplaats, vastslibbend verkeer
101. Duur, parkeren, vuil
102. Leegstand
103. niet gezellig
104. Gezellig, beperkt, detailhandel
105. Basiliek, Servais, t vondel
106. authentiek, gezellig, winkels
107. Leeg, agressie, onaangenaam
108. Leegstand, te weinig parking, niet gezellig
109. file, verkeersplan, gezelligheid
110. leegstand - vervallen - onverzorgde gevels
111. thuis komen, leegstand,
112. Leegstand, horeca, brolwinkels
113. koud, donker, zonder leven
114. Niet gezellig, leeg, triestig
115. leeg, kapper, Frans
116. Leeg, wandeling, werk
117. Basiliek, Servais, Grote markt
118. NIKS SPECIAALS....
119. Leute, plezier en drinken
120. hoopvol, vrij gezellig, mag bruisender

121. Parkeerproblemen stress leegstand
122. Lage winkelstraat
123. Leegstand verwaarloosd ongezellig
124. Mensen Dichtbij Gezellig
125. Leegstand, carnaval
126. café restaurant markt
127. klein, leegstand, klassiek
128. Leegstand, onbevolkt, ontbrekende grote winkelketens
129. niet origineel - vriendelijk - geen eenheidsgevoel onder winkeliers
130. Dichtbij, gekend, gezellig
131. Wateroverlast , leegstand , horeca
132. Rolstoelovriendelijk, niet gezellig
133. Vergane glorie, veel te veel appartementsblokken, bereikbaarheid en parkeren is een ramp
134. Slecht bereikbaar , duur en slecht parkeerbeleid, zeer weinig bankcontactpunten
135. Leegstand, weinig restaurants, duur parkeren
136. Niet parkeren, kappers, leegstand
137. leegstand, parkingproblemen en verkeersproblemen
138. Het is Klein
139. autovrij , gezellig (weekends) , proper >> positief - pover aanbod van winkels, leegstand en niet of moeilijk toegankelijke voetpaden aan de rand van het stad >> negatief
140. leegstand, grijs, moeilijk bereikbaar
141. weinig winkels, moeilijk bereikbaar, betalende parking
142. Jammer.. Achteruitgeboid... beetje leeg
143. Zelig, klantvriendelijk, wanorde
144. Weinig aanbod
145. Basiliek, leegstand, senioren
146. Meer veiligheid ,er zijn nog teveel fietsers in de Basiliekstraat
147. Potentieel, leeg
148. voorbije glorie
149. Horeca, leegstand, basiliekstraat
150. Geen parking mindervaliden
151. gezellig -dorpsmentaliteit -proper
152. gezellig, rustig, goed aanbod.
153. Leuk, gezellig, maar teveel leegstand nieuwe handelaars zijn niet kwalitatief
154. overstroming, leegstand, gezellig
155. Kortbij, gemakkelijk, te voet ok
156. Veel leegstand waardoor beperkt aanbod en wat verloederde sfeer
157. Kleinschalig, basiliekstraat, delhaize
158. Aangenaam, rustig, weinig groen
159. Convenient, close by and good enough

160. Parking, Duur, Onbereikbaar
161. Basiliek, markt, parkeerboete
162. Een verlate indruk
163. te weinig winkel
164. Verlaten, onbereikbaar, café
165. brussel, onveilig, triest
166. verlaten - ongezellig - té weinig groen
167. fille, mooi, levendig
168. Lege winkels, veel vreemdelingen
169. Lege panden, goedkope winkels, files en veel auto's
170. Horeca, overstroming, leeg
171. achteruitgang, leegstand, betalend parkeren
172. Dichtbij gemakkelijk
173. vuil; parkeertekort; patrimonium verwaarlozing
174. parkeerperikelen, oubollig, saai
175. Gezellig, naar de Hema gaan, weinig kledingwinkels voor mij
176. Gezellig leuk vakantie
177. leegstand, onvriendelijke handelaars sommige meer dan andere, vroeger een levendige stad
178. FILES, PARKEERPROBLEMEN, Leegstand
179. Gezelligheid, geschiedenis, leegstand
180. horeca, winkels, verkeersvrij
181. Té veel leegstand, té duur parkeerbeleid, somber geworden.
182. weinig aantrekkelijk, leeg.
183. ONGEZELLIGE DODE MARKT, LEEGSTAND, VEROUDERD
184. Gezellig, klein, mooi
185. gratis parking, dood, geen volk
186. moeilijk bereikbaar, fileleed, vroeger levendiger
187. Basieliek historisch
188. Niks te doen
189. Vroeger was het een gezellige stad, nu niet meer....
190. zelig, dood, saai
191. Dood, ongezellig, saai (winkels)
192. leegstand wateroverlast park
193. onveilig verlaten vuil
194. waar was de tijd!
195. Architecturaal carnaval gezellig
196. Oninteressant Leeg Parkeerbeleid
197. gezellig, niet te druk, levendig op school- en marktdagen
198. moeilijk bereikbaar mindervaliden
199. Gezellig, terrasje, wateroverlast
200. Hoogbouw, leegstand, basiliek

201. leegloop, verlies authenticiteit, verlies gezelligheid
202. mooi, gezellig, veel leegstand
203. LEEGSTAAND WEINIG TRIESTIG
204. leegstand, wateroverlast, weinig boetieks
205. Leegloop van handelaars en winkels
206. klein,gezellig, mooi
207. gezellig klein woonbaar
208. Vuil vervreemd taal
209. Propre calme vul winkels
210. Moeten meer kwalitatieve winkels aantrekken en vooral veel meer verscheidenheid .
211. Leegstand, vaantjesboer, parkeerboete
212. Wayezstraat Anderlecht ,triestig
213. Vriendelijk, gastvrij mooi
214. Verlaten, niet commercieel, onveilig
215. File, druk, betaalparking
216. Basiliek, Servische, beestenmarkt
217. Alles kortbij, parking, maar ook leegstand
218. Veel leegstand
219. Nabij, handig, gezellig
220. Leegstand, doods, veel horeca
221. Vreselijk verkeersplan met moeilijke doorstroming !!!, Leuke cafeetjes, goede markt
222. Sfeervol - gezelligheid in café/restos - veel leegstand
223. aangenaam , gezellig , prijs-kwaliteit
224. Leeg, file, veranderend
225. Snel
226. aangenaam gezellig doods
227. Fijn, gezellig, aangenaam
228. Gezellig, bereikbaar, rustig
229. gezellig - proper - alles dicht bij elkaar
230. Veel leegstand, teveel dezelfde horeca
231. Leegstaande panden, jammer want zou anders gezelliger kunnen zijn
232. Gezellige winkelstraten onderbenut
233. Gezellig, schoon, gemakkelijk te navigeren
234. moeilijk bereikbaar/beperkte verscheidenheid
235. Aardige mensen, Mooie parken met mooie omgevingen, Je maakt snel vrienden.
236. Fietsers, ergerlijke fietsers, fietsers in Basiliekstraat
237. Veel lege winkels, niet gezellig, weinig mensen te zien.
238. Overstroming, leeg, gericht op een ouder publiek
239. Te weinig groenleegstandverfransing (Probeer eens in Tubize Nederlands te spreken) (In Halle krijgt men de gewoonte je eerst in het Frans aan te spreken.
240. File hoofdpijn verkeerssituatie
241. Leegstand, betalend parkeren, horeca.

- 242. gezellig, cafés, triestig
- 243. Basiliek, terrasjes en Servais
- 244. Leegstand parkeren horeca
- 245. Niet zo gezellig
- 246. historisch, leegstand, wanbeleid
- 247. leegstand - niet goedkoop - niet netjes
- 248. Gezellig, veel leegstand, weinig volk
- 249. Werken, winkelen, wandelen
- 250. Leegstand potentieel gezellig
- 251. te weinig winkels, te weinig parkeergelegenheid, triestig omwille van de leegstand van winkels
- 252. Basiliek, Koffie, Gezellig
- 253. restaurants, cafés, leegstand
- 254. verkeersdrukte, moeilijk parkeren, te chic
- 255. Appartementen, eenrichtingsverkeer, scholen
- 256. Sfeer, gezelligheid, muziek
- 257. Onaangenaam, leegstand, verfransing
- 258. Leeg, Saai, Onaantrekkelijk
- 259. Onveilig Verkeer Parkeerbeleid
- 260. Gesloten winkels Klein Verlaten
- 261. Moeilijk bereikbaar Leegstand Lege stad
- 262. Leegstand
- 263. Leeg, Drinken, Klein
- 264. leeg weinig keus
- 265. Doods, zeker na 18u
- 266. grote markt Basiliek Beestenmarkt
- 267. Molenbeek Leegstand Boetes
- 268. Leeg weinig rustdagen weinig groen
- 269. Gezellig Vuil
- 270. Weinig te beleven
- 271. Gebrek aan gratis parking
- 272. Saai De stad bruist niet
- 273. gezellig proper
- 274. winkels gezelligheid horeca
- 275. te weinig winkels
- 276. leeg lelijke huizen geen goede patisserie
- 277. leegstand verlaten triest
- 278. leegstand aan vroeger jammer
- 279. goed ik woon hier graag
- 280. basiliek markten bib en scholen
- 281. triestig leeg vuil
- 282. parkeermogelijkheden prijs van parkeren de jacht op beboeting

283. ongezellig leeg somber
284. te veel leegstand
285. Basiliek Oud Stadhuis Paterskerk
286. Leegstand Geen parking Parking te duur
287. niet veel volk
288. Grote markt Leegstand
289. gezellig Op mensenmaat Autovrij
290. Leegstand Verlaten Enkel horeca
291. Niet toegankelijk Leegstand Natuurarm
292. Leegstand Slechte bereikbaarheid Vervallen
293. Leegstand Te duur
294. Autovrij Ruim Gezellig
295. gezellig vriendelijk beleefd
296. Gezellig Proper Terrasjes
297. het kan beter
298. hier woon ik
299. Parking Leegstand Markt
300. Charme, gezellig, leegstand
301. thuis tevreden gezellig
302. Bibliotheek Stadhuis 't Vondel
303. Basiliek Markt
304. propere straten
305. Duur parkeren Te weinig aanbod voor jeugd
306. parkeren duur, Basiliek
307. leefbaar vriendelijk, behulpzaam
308. Basiliek, terrasjes, Dure parking
309. vuil, ongezellig, duur
310. leegstand, zwerfvuil, grote markt
311. Leegstand, Gewoon, te veel winkels van grote ketens
312. Basiliek Station
313. leegstand, onaangenaam
314. leeg onveilig koud
315. ontoegankelijk voor rolstoelgebruikers
316. Betalend parkeren Horeca
317. leuk om hier te wonen
318. betalend parkeren opletten
319. gezellig Kleinschalig Divers aanbod
320. vroeger aangenaam, nu triestig
321. leegstand parkeerproblemen
322. kan beter
323. betalende parking
324. zelig, veel leegstand

- 325. leegstand vuil hondenpoep
- 326. ontmoetingsplaats scholen winkels
- 327. slechte uitstraling winkels. afstandelijke verkopers. geen koopkrachtig cliënteel
- 328. gezellige beestenmarkt. Bib. Leegstand.
- 329. veel leegstand
- 330. beschermend boeiend gezellig
- 331. cafés. lege winkelstraat
- 332. betalende parken en weinig plaatsen. File
- 333. bereikbaarheid, parkeerbeleid, koel.
- 334. te veel paaltjes
- 335. Klassiek, weinig verrassend, klein
- 336. horeca, parking, gezellig
- 337. kalm veilig proper
- 338. gezellig mooi gastvrij
- 339. parking-verkeer , mooi, gezellig
- 340. veel leegstand
- 341. te weinig parking en duur
- 342. sympathiek, gevarieerd, vriendelijk
- 343. teloorgang, potentieel, gezellige grote markt

Wat zijn voor jou de belangrijkste zaken die goed zijn aan de winkels en horeca in het centrum van Halle?

1. dicht bij elkaar, hartelijk, betaalbaar
2. dicht bij mekaar
3. Nederlandstalig, niet te duur, genoeg variatie
4. Je vind wel wat je nodig hebt
5. Kortbij
6. Niet veel
7. gratis parkeren
8. Geen idee
9. kort bij elkaar
10. Gezellige winkelstraat
11. het voordeel ligt op de samenwerking, op de nabijheid...
12. Onthaal en vriendelijkheid
13. Betaalbaar, aanbod
14. lokale handelaars, streekgericht
15. Toch enkele ketens aanwezig: hema, kruidvat, hunkemoller, leonidas, .. maar oke boetiekjes
16. Dat er voldoende zijn?
17. bereikbaar prijs/kwaliteit is goed
18. Ligging
19. Nabijheid
20. Lokale ondernemers
21. Voldoende aanbod horeca en van goede kwaliteit
22. Ze zijn relatief dicht bij elkaar gelegen en zijn niet te duur.
23. NABIJHEID
24. Liggen kort bij elkaar
25. Ze doen hun best
26. Beter beheer van winkels en horeca. Slecht beheer gaan handels toe. Minder égoïstisch onder hun. Betere samenwerking.
27. Voldoende en divers horeca-aanbod
28. Niets
29. Ze zijn met Veel,
30. Variatie
31. Verscheidenheid
32. Klantvriendelijk
33. Niks
34. ik heb geen antwoord
35. Mooi en netjes.
36. 't parlement, het terras van de puzzels

37. Kleinschalig, kwaliteit, aangenaam
38. Meer winkels..meer gratis parking
39. Bereikbaar
40. Toegankelijk
41. Klantvriendelijkheid
42. Er is genoeg keuze qua horeca.
43. goed ; Maar onbereikbaar
44. Goed aanbod, makkelijk bereikbaar, kwaliteit
45. makkelijk te bereiken
46. Zonder winkels en horeca zou Halle een 'dode', saaie stad worden. Probeer deze dus in stand te houden aub.
47. ligging, klantvriendelijkheid
48. Vriendelijke handelaar, bekenden, toegankelijk
49. Nabij
50. Voldoende horeca, ook relatief uitgebreide keuze
51. Ligging, bereikbaarheid
52. Gastvrij, diverse horeca, kwalitatief
53. Gezellig
54. Vriendelijk, behulpzaam, verstand van zaken
55. Toegankelijkheid
56. Niets opmerkelijks
57. De bestaande winkels en horeca worden vooral gerund door blanken en die doen dat met veel overgave.
58. Ligging winkels wandelen
59. Eigenlijk niets
60. Gezellig, alles ligt dichtbij elkaar
61. Centraal gelegen. Op vlak van Horeca afgelopen jaren nieuwe zaken/ concepten.
62. Vriendelijk personeel
63. kleinere winkels met niet alledaags aanbod
64. DIVERSITEIT
65. Veel eten en drinken
66. Betaalbaar winkelen, betaalbare horeca
67. Je kan kiezen uit een ruim aanbod .
68. Je ne sais pas quoi répondre car ils ne correspondent pas à ce que je veux
69. niet te ver?
70. uitstraling van de panden
71. Er zijn nog kwaliteits winkels en horeca zaken
72. Klantvriendelijkheid
73. Klein centrum,dus alles dicht bij elkaar
74. Niks
75. autovrije zone
76. genoeg café's

77. Ruime keuze aan horeca
78. aan de winkels niet veel, horeca voldoende keuze en activiteit
79. Bereikbaarheid
80. Ligging
81. Weet het eigenlijk niet. Er schiet nog zo weinig over....
82. voldoende horeca, aan aanvaardbare prijzen - alle banken hebben een kantoor in het centrum
83. Voor horeca vind ik gezelligheid belangrijk. Over de winkels kan ik niet veel zeggen omdat ik aanbod niet goed vind.
84. Aangename sfeer, rustig, vriendelijke handelaars
85. voor elk wat wils in de horeca.
86. de bereikbaarheid eens geparkeerd, het autovrij zijn, het aanbod
87. Vele mogelijkheden om iets te gaan drinken of eten, van restaurants tot "fast food".
88. Betaalbaarheid
89. Gastvrij
90. Nabijheid
91. Leegstand
92. geen mening
93. Voldoende variatie. Als je iets nodig hebt, kan je het in de handelszaken in Halle wel vinden.
94. Gezellig, er is een correct aanbod
95. Ook aanbod voor niet-senioren
96. zowel horeca als winkels kunnen ruimte van openbaar domein gebruiken om activiteiten uit te voeren
97. Diversiteit / ingang voor rolstoelgebruikers en kinderwagens
98. Aanbod qua horeca
99. Iedereen doet zijn best om de klanten te lokken, jammer dat er veel leegstand is.
100. vooral aanbod horeca - voor de rest te weinig lokale handelaars
101. geen mening
102. Er zijn nog een aantal winkels, veel horeca
103. niets goed omdat ze levenloos lijken; zelfs de Basiliekstraat is helaas dood
104. De winkels die er nog zijn goed bereikbaar zijn zonder parking te moeten betalen.
105. Horeca is in orde. Er is voldoende en aangename bediening. Hier en daar zouden er in de horecapanden meer mogen voorzien worden voor kinderen.
106. De meesten zijn goed verzorgd en hip.
107. Geen
108. Nabijheid
109. Kwaliteit van sommige winkels
110. Dichtbij Divers Proper
111. Ligging op grote markt
112. Bereikbaarheid

113. Dat ik er mijn gerief vind maar ook geen te grote omwegen moet doen. Dat alles dicht genoeg bij elkaar ligt.
114. vriendelijkheid van de winkeliers -
115. Alles dichtbij
116. Uitstraling winkels, aanbod horeca
117. Café
118. Parkeermogelijkheden en zeker voor senioren en invalide mensen
119. Horeca is ok en voldoende maar om leuk te winkelen moet je niet in Halle zijn
120. Horeca is er voldoende en uitgebreide keuze, winkels ?
121. Toegankelijk, vriendelijk, betaalbaar
122. Vriendelijk
123. Veel kleine zelfstandigen (niet enkel ketens) met een persoonlijke en vriendelijke aanpak
124. Prijs en kwaliteit
125. Horeca >> aanbod en variatie is voldoende - Winkels zijn wel toegankelijk (meestal ook met een klein huisdier) , over het algemeen vriendelijk winkelpersoneel , meestal Nederlandstalig personeel wat naar mijn mening zeer belangrijk is om het Vlaams karakter te behouden van de stad.
126. levendige horeca, bepaalde winkels die typisch voor Halle zijn
127. Onthaal
128. Geen
129. Openingsuren
130. Handelaars die vechten voor hun zaak in leven te houden ondanks de negativiteit
131. Teveel parkeermeters dat houd de mensen weg uit halle
132. Enkele goede plekken waar je terecht kunt
133. geen idee
134. Veel keuze qua horeca, veel winkels zijn op wandelafstand van elkaar.
135. Aanbod
136. Gevestigde waarden. Het "ieder kent ons" verhaal behouden.
137. mooie winkels en gezellige horeca
138. Gezellig
139. Bereikbaarheid
140. gemakkelijk bereikbaar te voet
141. variabele kwaliteit van aanbod : zowel goed als minder goed. Maar aanbod laat te wensen over.
142. Winkels met eigen parking (dreamland, c&a, gamma,...). Veel verschillende soorten horeca.
143. Autovrije winkelstraat, gezellig winkelen, mooi en proper
144. Opening time and availability
145. Vriendelijk
146. Goed keukens en ruim aanbod
147. Toegankelijkheid

148. Lokale handelaars
149. De cafés vallen wel mee. Maar daar stopt het dan ook.
150. bereikbaarheid te voet
151. Gezelligheid
152. Ze liggen centraal
153. Goede diversiteit aan cafés, kleine zelfstandige restaurants en weinig restaurantketens, klein aantal zelfstandige kwaliteitswinkels (kaaswinkel, slagerij, Boek)
154. Verwelkomend, voldoende plaats
155. Horeca is er voldoende en kwalitatief, bij de winkels is er een constante achteruitgang
156. Gemakkelijk te vinden
157. nabijheid; aanwezigheid markt (2 keer per week)
158. Vriendelijkheid
159. Gezellig, vlakbij, wel wat zaken te doen en te kopen
160. Vlot bereikbaar
161. de terrassen
162. Compact in het historische centrum
163. klantvriendelijkheid, lokale producten, persoonlijk advies
164. Dat er gelukkig nog 'iets' is om naartoe te gaan gezien de vele leegstand. En slechts weinige horecazaken vinden hun klant nog koning. Als je na een voorstelling in het Vondel op de grote markt nog wat wil nagenieten, ben je eraan voor de moeite want in sommige zaken zetten ze de stoelen al op tafel zodat je zeker niet meer binnen moet gaan. Heel bruisend is dat niet, maar dan moeten ze ook niet klagen dat ze niets verdienen.
165. degelijk personeel.
166. Netheid (meeste zaken), vriendelijk
167. klantvriendelijk toegankelijk
168. kwaliteitszaken, kleine lokale ondernemers
169. Prijzen parkeerplaats
170. Ik kan dat niet beoordelen, want er zijn amper nog winkels over.
171. Dicht bij elkaar
172. liggen dicht bij elkaar
173. enkele kwaliteitsvolle winkels
174. Kwaliteit
175. alles ligt dicht bij elkaar / fijn dat er autoluwe straten zijn
176. Variatie, vriendelijk
177. Gezelligheid
178. Kleinschaligheid
179. vooral het aanbod: horeca
180. in de horeca vriendelijke bediening winkelen doe ik online weinig aanbod betaalbare kleding en geen elektrozaak meer
181. dicht bij elkaar gegroepeerd

182. Je wordt herkend als vast klant
183. Er zijn niet veel winkels!!! De horeca is veelzijdig en gezellig
184. Niks
185. Very close
186. Kwaliteit en netheid, eerlijke prijzen
187. Proper
188. Geen
189. Gezellig
190. Vriendelijkheid
191. Rustig wandelen
192. Parkings kortbij, ruim aanbod
193. Gezellige grote markt (horeca), diversiteit aan winkels
194. Mooie en gevarieerde Horeca (vooral de café's), ik winkel zelden of nooit in Halle
195. Vriendelijkheid
196. Kwaliteit
197. Variatie
198. Tof
199. kleinschalig dienstvaardig
200. De parkings
201. De bestaande winkels behouden. Kwaliteit, klantvriendelijkheid, service na verkoop,... is de sterkte van de winkels en heb je niet via online shoppen. Ik ben trouw om naar Halle te komen winkelen maar ik vind het spijtig dat er zoveel winkels verdwijnen.
202. vriendelijk personeel - ruime keuze
203. Er zijn een aantal pareltjes in het centrum, zowel voor winkels, als horeca
204. Exclusieve winkels, toffe cafés
205. Alles is dichtbij, het aanbod is divers
206. ze zijn dichterbij
207. wat er is is niet slecht
208. Dat ze vriendelijk zijn (en open)
209. Meer klantvriendelijkheid in de winkels.
210. Lekker eten in sommige kleine horecazaken
211. Geen mening
212. De zelfstandigen en ondernemers trachten zelf veel te organiseren om Halle aantrekkelijk te maken/houden. Vriendelijk.
213. vlot bereikbaar - netheid - aangename ambiance
214. de bereikbaarheid met de fiets
215. Horeca leeft wel
216. Ze zijn kwaliteitsvol.
217. ik kom praktisch niet in het centrum van Halle
218. Dichtbij kwaliteit
219. Winkels
220. Vriendelijk

221. afwisseling in winkels en horeca
222. Dichtbij - Kwaliteit bij een aantal winkels
223. klantvriendelijkheid van sommige handelaars
224. Horeca ligt dicht bij elkaar, de meeste uitbaters die ik ken hebben voeling met de stad
of zijn er opgegroeid
225. voor ieder wat wils
226. Geen
227. Geen
228. Veel persoonlijk contact met de uitbaters van winkels en horeca, men kent elkaar.
229. Prijs/kwaliteit gezelligheid
230. Aangenaam, behulpzaam, vriendelijk
231. kwaliteit van de aangeboden producten en diensten, vriendelijk personeel
232. De grote markt: mooie historische gebouwen
233. Nederlands, Netjes betaalbaar
234. Het potentieel qua inrichting, properheid en gezelligheid is aanwezig maar wordt niet
benut.
235. Verscheidenheid in aanbod wat de horeca betreft
236. veel horeca
237. winkels: goed bereikbaar, kwaliteitsvolle kleding horeca: voldoende cafés en
verschillende soorten restaurants
238. vriendelijk en hulpvaardig
239. Bereikbaarheid
240. de terrasjes in de zomer en de markt
241. alles ligt dicht bij elkaar
242. Boekenwinkels
243. ze ogen kwalitatief
244. Meer gebruik maken boven de winkels - leegstand
245. vriendelijk door kleinschaligheid
246. Meer dan voldoende horecazaken
247. De dagen waarop je gratis kan parkeren
248. Ruime openingstijden
249. Klantvriendelijk
250. Proper
251. de uitstraling van de handelszaken
252. vriendelijk ontvangst
253. De winkels die er nog zijn doen hun best om klanten aan te trekken
254. Nvt
255. Gastvrij Kwaliteit
256. Prijs-kwaliteit
257. gezellige stad met veel mogelijkheden, de gratis parking die er nog is
258. Niks
259. autoloze straten

260. variatie qua aanbod in prijs en kwaliteit
261. kleinschaligheid, menselijk contact, goede openingsuren
262. centrale ligging
263. Niks
264. Terrasjes
265. prijs/kwaliteit
266. dichtbij, en de inzet van de handelaars
267. Gezelligheid
268. variëteit aan winkels
269. Klantvriendelijkheid
270. horeca en winkels die er nog zijn, zijn goed
271. vriendelijke ontvangst
272. horeca aanbod
273. vertrouwde zaken met goede naam
274. gezellige cafés en restaurants
275. de vriendelijke ontvangst
276. betaalbaar, variaties, ketens
277. geen gedacht!
278. Dicht bij elkaar, basisaanbod
279. mentaliteit en wilskracht van de lokale ondernemers
280. een schoenmaker
281. auto en fietsvrij , nette straten
282. Dichtbij
283. goede parking
284. onthaal kwaliteit
285. We hebben enkele sterke zaken: blue note, obelisk, torfs, hema. Deze moeten we houden !

Wat zijn voor jou de belangrijkste zaken die anders en beter kunnen en moeten in het centrum van Halle? Wat kan de stad nog doen om de beleving van Halle centrum te verbeteren?

1. toegankelijker maken voor senioren en mindervaliden, parkeerbeleid aanpassen ,
2. leegstand van winkels geeft een treurige aanblik
3. Meer winkels (leegstand vermijden), gratis parkeermogelijkheden
4. Goed luisteren naar de winkeluitbaters
5. Het verkeer. Als automobilist voel je je niet meer welkom
6. Meer diversiteit, groter aanbod wat tearooms betreft, meer zondagen open, latenight shopping, een gezeligere sfeer zeker in de wintermaanden.
7. Nederlands verplicht !! Meer politie permanent patrouilleren en beboeten
8. Eerst en vooral betere afspraken met de eigenaars die panden verhuren , meer agenten in de stad aanwezig .
9. politie meer 's avonds op straat en vooral op het station
10. Het parkeerbeleid
11. Prijsaanduiding van de koopwaren in de winkels
12. Nederlandstaligheid in winkels !
13. Meer infrastructuur voor jongeren en jonge gezinnen. Parkeren en verkeer in het centrum sterk verminderen; enkel toegankelijk met de wagen voor bewoner; bezoekers en bewoners van buiten het centrum voldoende parkeergelegenheid geven vlak buiten het centrum.
14. Ik vind geen goede klantendienst, openingsuren zijn ook niet aangepast aan wat we nodig hebben. Na 18 u kunnen we bijna niets kopen.
15. Bereikbaarheid, zeker voor oudere niet mobiele personen
16. Niet betalen om te parkeren, vanop St.-Rochus enorm omrijden om in het centrum te geraken. Vroeger max. 4 min. Nu veel meer tijd en meer kilometers voor hetzelfde (meer tijd + meer benzine!!). Een snelle boodschap zit er niet meer in!
17. zeker aan bereikbaarheid werken, ook voor werkende mensen die eens snel, kort willen winkelen
18. Parkeerbeleid en verkeer
19. Meer groen, minder auto's, meer fietsen, meer publieke plaats
20. Leegstand opvullen, aantrekkelijke winkels,
21. Gratis parking/leegstand aanpakken
22. Circulatieplan
23. Groen, minder verharding, kwaliteitsvollere handelszaken
24. De leegstand van de winkel wandelstraat maakt dat het niet aantrekkelijk is om te gaan winkelen, bovendien is het moeilijk om te parkeren Bij eindejaar is er geen sfeer. Heel povere aankleding. Hier en daar een kale spar tegen de muur en ook grote markt geen

sfeer Een paal met lichtjes kabels die worden vastgelegd met zandzakjes en een kerststal zonder uitstraling zorgt niet voor sfeer. Ook buiten de feestdagen geen sfeer en veel leegstand

25. Het parkeerbeleid zou moeten veranderen. Er zou meer parkeeraanbod moeten komen. Ervoor zorgen dat er meerdere opties mogelijk zijn op naar het centrum te komen (fiets veilig kunnen achterlaten, dus niet dat hij gestolen wordt wanneer je even weg bent).
26. LEEGSTAND HUURPRIJS
27. Veel leegstand, onvoldoende keuze in winkels
28. Ervoor zorgen dat er minder leegstand is, dichterbij kunnen parkeren
29. Meer gepassioneerde zelfstandigen en geen zakkenvullers. Als je iets graag doet, komt het geld van zelf binnen en indien je achter geld loopt, voelen de klanten dat ook. Beter beheer van zaken. En niet, oh ik win een zaak, worden gesponsord en na 1 jaar moeten er zelf voor staan en dan sluiten ze, is profiteren van 1 jaar steun (ons geld). Ikzelf opgegroeid in horecazaak, meer dan 30jaar lang en met de werken van de TGV overleefd. Mijn ouders beheerden het geld met een ijzeren hand en werkten ervoor met passie. En toen geen (financiële) ondersteuning van nergens.
30. Parking terug gratis maken.
31. Meer winkels en lager tarief voor parkeren in het centrum (op de Meir van Antwerpen betaal je 22 euro dagtarief voor heel veel winkels te kunnen bezoeken, in Halle 14 euro voor maar een handje vol winkels, die niet eens klantvriendelijk zijn). Minder boutieken, en als mensen een boutique hebben, moeten ze een cursus klantvriendelijkheid volgen, want ze kijken letterlijk hun klanten de deur uit (zeker die bij de winkels van Aspasia).
32. Variatie, believing vind je minder online dus Dat Kan Volkswagen trekken naar het centrum, vb klimzaal, biljartclub, ...
33. Veiligheid bevorderen, parkeerbeleid aanpakken (onterechte boetes)
34. animatie, leven in de brouwerij brengen (bvb Halleween)
35. Toprestaurant ontbreekt en parkeerprobleem
36. Weg er naartoe en de parking.
37. Stoppen met de auto uit het centrum te bannen.
38. Meer activiteiten en winkels voor jongeren/jongvolwassenen. Momenteel is alles enkel gericht op ouderen. En als er zaken bijkomen zijn ze amper te betalen voor studenten. Kledij of schoenen voor jongeren? Niet in Halle te vinden. Het centrum gaat niet echt mee met de tijd.
39. Een kleine speeltuin op de grote markt voor ouders met kleine kinderen die een terrasje willen doen (zie hoe ze het in Kortrijk doen)
40. Mobiliteit verbeteren
41. De leegstand in het stadscentrum tegengaan door er diverse evenementen door te laten gaan (workshops, optredens, gratis expositiezaal voor jonge talenten, ...)
42. het nieuwe verkeersplan is een nachtmerrie, alles om een stad de doden
43. Avond activiteiten
44. bewoners verenigen
45. Meer diversiteit, verschillende soorten winkels, grote ketens (bekende)

46. Openingsuren danscafé/discotheek, om 3u snachts alles dicht is vragen om problemen, ook al is ieder verantwoordelijk voor zijn eigen beslissingen. Nu kom je op straat en is er geen openbaar vervoer die je eventueel kan thuisbrengen. - Een echte winkelstraat met verschillende merkkledij/sportwinkel of dergelijke.
47. overall kunnen parkeren zeker voor bejaarden: gratis
48. Leegstand bestrijden. Winkelcentrum is niet langer aantrekkelijk.
49. aantrekkelijker maken voor nieuwe handelszaken
50. Parking voor auto's behouden (zeer) dicht bij de grote markt. Anders gaan mensen naar shopping centra en grootwarenhuizen waar ze wel dichtbij (en gratis!) kunnen parkeren. Je kan niet voor alles op de fiets naar de stad. Laat staan gepensioneerden.
51. "beleving" organiseren is moeilijk / geen prioriteit als er nauwelijks winkels zijn zoals nu het geval is (wat is beleving trouwens?) GEEN extra parkeerplaatsen creëren IN het centrum (site oude stadsmagazijnen, helaas) meer groen in het centrum, rond de Zenne (site oude stadsmagazijnen, gelegen aan de Zenne, wordt nu gebetonneerd, dus verknoeid) geen nieuwe, ongezonde, storende horecazaken toelaten (Burger King!) er zijn reeds méér dan genoeg (dure!) appartementen in het centrum
52. Leegstand tegengaan, meer diverse winkels, geen lelijke ketens zoals Otaco's op de grote markt die het straatbeeld ontsieren, meer groen, half uur gratis parkeren ipv een kwartier
53. Diversiteit in het aanbod, betere openings- en sluitingsuren
54. Bereikbaarheid en parkeergelegenheid aan de rand van het stad zijn een groot probleem. Dit weekend weer ongeveer anderhalf uur kwijt om met mijn zoontje spullen te gaan afgeven in het ziekenhuis (eenvoudig traject van Lembeek Dorp naar AZ Sint-Maria en terug). We gaan tegenwoordig in het weekend nog zelden naar stad met het gezin omdat het zo'n gedoe is. We doen het wel als het mooi weer is en we met de fiets kunnen gaan; gelukkig kan ons jongste zoontje intussen net goed genoeg fietsen om dat te doen. Maar dat is gewoon niet altijd haalbaar of wenselijk.
55. Verfransing tegen gaan. Nachtwinkels passen niet in winkelstraat.
56. 1) In een winkelstraat horen winkels thuis, geen vijf kappers of vijf apothekers. 2) Proberen om ketens aan te trekken, want pas dan zal Halle op de winkelkaart komen (de andere winkels zullen er ook wel van profiteren). 3) Gevels in de winkelstraat moeten opgefrist worden (en uniformer?), bijvoorbeeld door gevelplanten te subsidiëren, zo wordt het groener én mooier.
57. Diervriendelijker. Meer vegan aanbod, zowel in de horeca als in andere zaken. Ook meer oog voor het ecologisch aspect, lokaal is niet perse duurzaam of ecologisch.
58. Het centrum van Halle heeft een historische uitstraling, vooral het kathedraalplein. Echter, de winkels lijken in wanorde te zijn omdat hun uiterlijke verschijning niet overeenkomt met de historische uitstraling. De middeleeuwse stijl van het plein zou Halle heel goed passen, net als de steden Brugge en Gent
59. Ik vind dat er te weinig kwaliteitsvolle horeca, winkels zijn die gerund worden door de verschillende nationaliteiten die in Halle wonen. De verschillende nationaliteiten komen nog te weinig positief aan bod.

60. Bij aankoop in een Halse zaak kans op winkelbudget of 1jaar gratis parkeren. 1 persoon per maand. In Halse blad vermelden. Luisteren bij handelaars hoe het gaat, handelaars die stoppen: hoe komt het??
61. Netheid , veiligheid en mensen met een beperking steunen
62. Bv overzetboot van Halle naar Bxl en terug met terrasjes langs waterkant naar aanleiding RUP plan. Zal ook meer toeristen naar centrum lokken.
63. Te kleine variatie aan handelszaken. Bv kledij nogal eenzijdig en vooral dure segment. Minder interessant voor jongeren en gezinnen. Leegstand. Initiatief van de stad om nieuwe starters te ondersteunen is heel goed. Misschien ook op termijn investeren in een webplatform waar alle handelszaken in Halle online hun assortiment kunnen aanbieden. Klanten kunnen dan na openingstijden ook "shoppen". Pluspunt hier t.ov. klassieke onlineshop, is Ev persoonlijk advies (online, via afspraak in de winkel,...) Afhaalservice of bezorging van gekochte goederen aan huis bv voor inwoners van Halle.
64. Halloween thema bij de winkels zoals vorig jaar
65. Meer winkels, ruimere openingsuren (= minder sluitingsdagen), vriendelijke ontvangst in correct Nederlands
66. meer verkeersvrij ;fietsers verbod doen respecteren
67. MINDER LEEGSTAND - MOBILITEIT
68. Betere bereikbaarheid voor wagens, gratis parkeren, leegstand aanpakken
69. Wordt tijd dat er betaalbare kledingwinkels zijn, en een limiet stellen aan nachtwinkels buurtwinkels, de verfransing een halt toe roepen, veel te veel wordt ik geconfronteerd met winkels die de nederlandse taal niet machtig zijn
70. groener maken . oprissen . animatie .
71. Restauration halal
72. aanwezigheid van aantrekkelijke en jonge modeketens, variierend aanbod van winkels, mobiliteit verbeteren, mobiliteit verbeteren, mobiliteit verbeteren (ouderen geraken moeilijk in het centrum, jongere gezinnen hebben geen zin om te ver te stappen met kleine kinderen aan de hand). En minder eetzaken (type pitabars, tacorestaurants, belchickens, etc)
73. Parkeertijd veel te kort mensen gaan graag na het schoppen op de markt en winkelstraten nog iets eten of drinken dat is niet meer mogelijk en vertrekken huiswaarts
74. Betaalbare zaken
75. Parkeerbeleid aanpassen ,leegstand aanpakken , nederlandstalig karakter bewaren.
76. WiFi
77. gratis parkeren
78. minder leegstand, compacter centrum (vb Torfs is al redelijk uit het centrum), meer parking (auto & fiets), vrolijker uitstraling
79. Halle attractiever maken dooreen beter parkeerbeleid. Halle wil zich voordoen als een grootstad zowel qua mobiliteit als parkeerbeleid waardoor heel wat handelszaken het voorberekenen houden.
80. ik heb het gevoel in een ouderwetse stad te leven: evenementen voor oude of ouderwetse mensen, weinig moderne winkels. ik heb al in verschillende vlaamse steden

betere ervaringen gehad. daarnaast heb ik ook niet het gevoel dat de nodige stappen gezet worden om de leegstand tegen te gaan. ik weet natuurlijk niet wat wettelijk mogelijk is.

81. Inzetten op breed aanbod aan winkels
82. Leegstaande vitrines mooi inkleden. Réclame enseignes van winkels beperken in grootte. Stationsplein inkleden met wegneembare planten. Banken etc. Vreselijk groot leeg terrein. Mooie verlichting winkelstraat hele jaar door. Meer vuilnisbakken.
83. Lege panden verplichten te verhuren aan een lagere huurprijs. Grote ketens proberen aan te trekken.
84. er zijn te weinig winkels met een eigen identiteit - zorg voor een aangename wandel van de parking aan het zwembad naar het centrum - zorg voor hyperveilige en gratis parking voor fietsen - speel muziek op straat, en laat mensen de playlist samenstellen - zet meer bankjes in het centrum voor een babbel of om even te rusten tijdens het winkelen of wandelen
85. Er zijn weinig communicatie/initiatieven voor groot-hallenaars; te veel centrumstadsmentaliteit terwijl het toch over een eerder klein gebiedje gaat.
86. Ik vind dat de stad wel voldoende doet voor het centrum. Hoe komt het dat er in Halle geen grotere winkelketens zijn, ik vermoed dat dit wordt tegengehouden door de handelaars zelf en laat dit dan juist een trekpleister zijn om volk naar de stad te halen. Winkels moeten meer renoveren, want de winkelbeleving is ondermaats.
87. Het overstromingsprobleem in de basiliekstraat definitief oplossen zodat handelaren niet vertrekken en er nieuwe aangetrokken worden.
88. Om meer mensen te trekken moeten er vooral kledingwinkels bij komen die betaalbaar zijn voor iedereen. De kern rond de basiliek moet dringend renoveren dan kan dat een leuke en mooie buurt worden rond de kerk.
89. meer groen, vanaf A. Demaeghtlaan tot centrum geen groen te bespeuren dus bloemen en bomen planten, beton weg en grondstroken aanleggen. Dit ook aan de andere invalswegen.
90. meer modewinkels in de Basiliekstraat
91. Leegstand verminderen
92. Gratis parkeren
93. Leegstand
94. Inrichting en uniformiteit van het centrum//Betaalbare winkelpanden voor jonge ondernemers
95. Weinig aanbod van kledingwinkels. Om een namiddagje te shoppen is het aanbod te klein. Je bent snel rond.
96. Fast fashion-winkels missen we in de Basiliekstraat. Daarnaast is de verdeling van de winkels/horeca niet evenredig over de basiliekstraat. Langs de kant van het stadspark is het duidelijk minder levendig op het parksafe na.
97. Meer groen
98. gezien de historische waarde van de kern van Halle en de plannen van de site van De Bres, lijkt het evident om niet enkel in te zetten op het aspect van de winkels. Eerder het

in de markt zetten van Halle als een stad met historische meerwaarde lijkt een niet te missen kans om een omslag te bereiken en zo ook wat leegstand weg te werken. Door de natuurlijke elementen, samen met de historische gebouwen naar voor te brengen en Halle zo in de markt te plaatsen geeft men de stad een bepaald etiket. Het is namelijk geen evidentie om vast te houden aan de illusie dat men heel de kern terug vol kan krijgen met winkel, terwijl alles wat men kan dromen via internet te verkrijgen is. Een omslag van het in de markt plaatsen van de stad, kan ook meer mensen naar de stad lokken en andere soorten horeca of (souvenir)-winkels laten komen.

99. Veiligheid, strenger voor fietsers, gratis parking, meer groen en minder beton!
100. Parkeermogelijkheden, leegstand aanpakken
101. Leegstand aanpakken door panden aantrekkelijker te maken voor kandidaat uitbaters. Gratis shuttledienst om vanop de gratis randparkings toch vlot in het centrum te geraken.
102. huurprijzen winkels ? economische haalbaarheid om een winkel uit te baten
103. De lat wat hoger leggen (minder tacobars, Chicken stores, ...)
104. Vele meer winkels, maar daar kan de stad blijkbaar niets aan veranderen. Wat ik snap. Helaas zal ik op korte termijn daardoor verhuizen.
105. De action in het centrum van Halle verhuizen
106. Het is tijd dat er betaalbare kledingwinkels komen. De enige dat we momenteel hebben zijn zeeman en wibra verder zijn het erg dure zaken. Waarom geen H&M of Zara toelaten?
107. De leegstand aanpakken
108. HET PARKEREN..... DAT IS EEN RAMP....
109. Meer over de gezondheid organiseren.
110. Leegstand vermijden. Volgens ik verneem steunt de Stad nieuwe initiatieven door panden te huren voor bvb pop-ups voor 1 jaar. Top. Alleen jammer dat de inwoners dit moeten betalen via de gemeentebelastingen. Of ben ik fout? Het zou een goed idee zijn om leegstaande winkels te beboeten na bvb 3 maanden. Zo zouden de eigenaars een lagere huur vragen en zouden nieuwe initiatieven kunnen groeien en meer kans hebben tot slagen. bvb nieuwe wereldkeukens.
111. Parkeergelegenheid Trottoirs zonder hindernissen (verkeersborden in het midden van de trottoirs),en breed genoeg om met een kinderwagen te passeren
112. De kern van ee stad nog aantrekkelijker maken voor nieuwe handelszaken.
113. De leegstand verbeteren
114. Weg met sommige absurde autobeperkingen Bereikbaarheid auto en vooral doorgang verkeer Parkeren betalend Constante absurde parkeer boetes
115. Meer evenementen
116. Geen auto's in het centrum tijdens marktdagen, parking minder duur, geen fietsers tijdens marktdagen
117. Een aantrek van grotere winkelketens, betalend parkeren mag maar niet leefbaar blijven. Verschillende horecazaken en winkels niet enkel apothekers, brillenwknkels of cafés,...

118. parkeerbeleid - gevarieerd aanbod van winkels - enkele "speciale" winkels zoals vroeger (bijv. Tony Pants)
119. Aanbod voor jonge kinderen en jongeren. (Kleren, spullen,...)
120. Diversiteit, evenementen in centrum ,
121. Atractie
122. De toegankelijkheid over het algemeen, geen parking (of afgelegen) straten onregelmatig.
123. Meer winkels van echte middenstanders, geen grote ketens, minder appartementen, meer groen, meer en betere parkeergelegenheid buiten het centrum.
124. Verplicht overal nederlandse taal machtig (ook in de horeca) ; duidelijk en betaalbaar parkeerbeleid , zorgen dat alle mogelijkheden voor winkels benut worden , zorgen dat ook ouderen en minder mobiele mensen vlot in het centrum geraken, rekening houden met alle inwoners niet alleen met fietsers, betere controle op fietsers en hun gedrag, meerdere bankcontactpunten, ...
125. Leegstand gericht aanpakken, parkeerbeleid veranderen
126. Meer toegankelijk voor mensen die buiten centrum wonen (parkeren/rijrichtingen)
127. - Gratis parking voor shoppers !!! - Betere verkeersdoorstroming voor mensen die in Halle moeten passeren en voor mensen die in Halle komen shoppen. - In Halle zijn veel scholen > dit brengt verkeer met zich mee. We weten wanneer dit verkeer zijn hoogtepunt zal bereiken (voor en na schooltijd) Zorg voor een gemakkelijker manier voor ouders om hun kinderen op te halen > kiss en ride parkings in de buurt van scholen. - Kerstversiering vanaf 10 november. Shopping voor feestdagen begint op 10 nov. - Horeca is voornamelijk gesloten op zo en ma. Zondag zou een topdag kunnen zijn voor een stad als Halle. Er is op dat moment heel weinig open en/of niets te beleven.
128. Cafés en horeca langer open houden
129. Uitbreiding van het assortiment winkels, meer groen aanplanten binnen de stad (belangrijk ifv klimaatopwarming, waterinfiltratie tijdens hevige regenbuien, schaduw bij hoge temperaturen,...), voetpaden toegankelijker maken voor ouderen en mindervaliden.
130. bewegwijzering van winkelstraten, bereikbaarheid, gratis parking
131. beter toegankelijk met auto, meer winkels
132. Winkelstraat niet laten leeglopen en niet vullen met popopwinkels en zorgen dat er Nederlands gesproken blijft bij de aanspreking.
133. Gezellig maken
134. Netheid van de straten moet beter, parkeren moet terug gratis vanaf bepaald uur, ik begrijp dat er ergens een lijn moet getrokken worden maar toch, nu gaan de mensen teveel op een ander wille vd parkings
135. meer veiligheid en controle door de stadswacht in de baseliekstraat er zijn nog steeds mensen die fietsen en met hun steps in de baseliekstraat
136. Variatie, meer
137. - Er moet meer (gratis) parking zijn in Halle (voor ouderen, mindervaliden, ... is het centrum niet vlot bereikbaar!!) - Er is veel diversiteit qua horeca, maar niet qua andere winkels. Er zouden meer (betaalbare) hobbywinkels (bv. Veritas), huis-decoratiewinkels,

... moeten zijn. - Meer aanwijzingen/reclame voor winkels die niet direct in het zicht gelegen zijn (bv achter de basiliek). - Er moeten betere speeltuinen zijn voor kinderen, zoals die vroeger achter de bibliotheek. Ook meer groene plekken mogen, en minder beton!

138. Parking minder validen ook controleren worden vaak bezet door validen
139. De inplanting van de winkels. Basiliekstraat terug opwaarderen. De weg van het station naar de stad aangenamer maken. Veiligheid moet geprimeerd blijven. Wanneer buitenlanders een zaak opstarten, hen strak begeleiden zodat ons Hals karakter behouden blijft. Geen wildgroei van reclamepanelen, half afgewerkte winkels,...Meer "eenvormigheid" nastreven.
140. de leegstand tegengaan
141. Leegstand aanpakken en bruisende stad terugbrengen
142. verscheidenheid van winkelaanbod
143. winkelaanbod verbeteren. Basiliekstraat geeft soms een desolate indruk. Marktdagen zijn beter. Misschien schrikt het parkeerbeleid de mensen af? Parkings in het centrum zijn duur.
144. Parking vaker gratis maken en altijd goedkoper maken. Leegstand in basiliekstraat tegen gaan. Meer groen in de straten (nu is het eigenlijk beperkt tot het park). Fileprobleem aanpakken.
145. Meer grote ketens zoals in winkelcentra, langer open, meer evenementen
146. Extended opening times and clarity on holiday schedules
147. Te veel Frans - dit lijkt geen Vlaamse stad / Late opening en vroeg sluiten maken Halle doods na 18 u.
148. Minder leegstand, minder ingewikkelde parkeer beleid
149. gratis parkeren
150. Bereikbaarheid en toegankelijkheid
151. Amai... blokken van 10 of alfabetisch? Het. Is. Triest! De winkels die er zijn zijn veel te duur, de enige betaalbare en best hippe winkel is de Hema. Zegt het genoeg? Er moeten meer ketens komen! De jongeren kunnen NERGENS terecht! Zelfs de snoepwinkel is weg... Kledij is er al helemaal niet voor jongeren, baby's ook al niet meer. Het is toch niet onlogisch dat men naar andere gemeenten gaat of online shopt? Iedereen kijkt op zijn centen en dan is de keuze tussen een trui van 125€ of 25€ snel gemaakt. De enkele klanten die duurzaam willen en vooral ook kunnen kopen zullen de stad niet redden. Ook voor de jongeren... Wat kunnen ze doen buiten hangen in het skatepark? Bij slecht weer kunnen ze niets doen... zo krijg je dus criminaliteit en hangjongeren. Ik voel me ook onveilig in de stad, zeker als het donker is. De nachtwinkels zijn enorm aan het toenemen wat ook voor een andere uitstraling zorgt. Ze hebben lekkere voeding maar hoeveel zijn er ondertussen... 8? Binnenkort Kerst. Voor je pakjes moet je niet in Halle zijn want er is amper aanbod. Je moet kiezen uit dure kledij, dure schoenen of de Hema... Bol.Com doet dus gouden zaken in Halle. Blokker, H&M, Zara, Ikea afhaalpunt, America Today, Pull&Bear, Nike schoenen zijn onvindbaar in Halle! Het is triest. Als Tubize zijn winkelcentrum gaat openen is Halle dood. En dat zagen we al jaren aankomen. trek au

meer grote ketens naar Halle. Al was het een kleine shop waar men bestelde kledij kan laten leveren! Men zoeke het op, het bestaat echt! Maak van de oude site magazijnen aan de wiliamekaai een kleine shopping! oh ja, en probeer is een directe buslijn te voorzien van Lembeek naar Middenschool Halle Atheneum/Don Bosco. Zodat jongeren geen uur en half moeten eerder opstaan om eerst heel de stad te doorkruisen, terwijl ze eigenlijk op 15 minuten op school zouden kunnen aankomen... zou veel vervoer wegnemen van ouders die hun kids dan maar zelf afzetten.

152. parkeerbeleid aanpassen, meer groen integreren, verkrotting vermijden
153. Mochten de handelspanden niet zo duur zijn zou er misschien minder leegstand zijn.
154. Te weinig. Bovenste deel vd Basiliëkstraat vanaf de oude Zenne is doo
155. Inzetten op meer kwaliteitswinkels van kleine zelfstandigen, nachtwinkels weren uit centrum, leegstand fiscaal hard aanpakken , ook winkels in aanpalende deelgemeenten promoten, gratis parkeren op zaterdagen, grote fietsenstalling op possozplein, zaterdagmarkt even groot maken als donderdagmarkt door deze aantrekkelijk maken voor markthouders
156. Meer groen in de stad, meer winkels (minder leegstand), minder fast food
157. Het aantrekken van nieuwe winkels kan enkel door de bereikbaarheid van de stad te verbeteren. Parkeren in het centrum van de stad mag betalend blijven aan een democratisch tarief (hoe langer hoe minder) en de parkings aan de rand van het centrum moeten gratis zijn. Er mag geen stress zijn om nog even te winkelen met steeds in het achterhoofd of de parkeermeter wel nog voldoende tijd heeft. Hier begint de stress al, hoelang zal ik in het centrum blijven, alle spontaniteit om nog iets te kopen, drinken of eten vloeit helemaal weg. Net wat een stad nodig heeft. Niet iedereen gebruikt namelijk een parkeerapp!
158. Betere fietsroutes
159. meer betaalbare parkeerplaatsen; meer geldautomaten; properheid; meer groen
160. laat geldafhaling toe op meerdere plaatsen
161. Veel leegstand, vaak weinig volk in de winkelstraten (zeker in de week), beperkt aanbod qua kleding
162. Een nog ruimer aanbod aan winkels
163. behoorlijke parkings met een duidelijk prijsbeleid
164. bereikbaarheid voor iedereen en speciaal voor ouderen en minder mobiele personen.
165. Samenwerkingsverbanden tussen winkelvereniging en culturele verenigingen, vergroening, nog meer uitspelen historisch karakter. Nu ligt de nadruk op de leegloop. Handelscentrum verder versterken zodat mensen van omliggende gemeenten naar Halle komen.
166. een goedkoper parkeer abonnement voor "hallenaren" die toch wonen in Halle waarmee ze in het centrum kunnen parkeren zodat ze meer tijd hebben om te winkelen en een terras te doen, ik denk dan aan gepensioneerden die veel tijd hebben en naast het winkelen ook wel een koffie lusten en iets willen eten (als je in de blauwe zone woont en nog eens moet betalen om in de rode zone te parkeren, dan betaal je wel veel voor een

- koffie en dan denk je er misschien aan om je boodschappen of terras elders te doen); ook de leegstand dient verder aangepakt te worden
167. Het parkeerbeleid! Vroeger kon je gratis staan, nu toch wel duur als je gereld naar Halle komt. Misschien moet er ook iets gedaan worden aan het monopolie van sommige winkeleigenaars die verschillende panden verhuren aan niet haalbare prijzen voor nieuwe en jonge zelfstandigen. De horeca stimuleren om hun klanten, ongeacht welk uur, graag te zien komen.
 168. Ruimer assortiment van winkels.
 169. FLEUR DE GROTE MARKT EENS OP VB BRENG KLEUR OP DE TERRASSEN IS STEEDS GRIJS EN DOODS. IS NIET UITNODIGEND OM ER TE GAAN ZITTEN ; BEKIJK MAAR EENS NAAR ANDERE GROTE STEDEN HOE FLEURIG DE GROTE MARKTEN DAAR ZIJN !
 170. Parkingbeleid
 171. Fileleed oplossen, mobiliteit in en rond de stad verhogen (2 dingen in Halle centrum aan weerszijde van het centrum doen duurt nu langer dan diezelfde handelingen in 2 verschillende rand/buurgemeenten te doen)
 172. Minder leegstand
 173. Waarom is het nodig om alle winkels en eetetablisementen in de rand buiten het centrum te plaatsen? Is enkel bereikbaar met de auto dus je staat drie jaar in de file, vechten voor een parkeerplaats,, en dan heb ik al geen zin meer. Ik ga shoppen in ninove of nijvel. Qua horeca, probeer maar op zaterdagavond een cafe te vinden dat open is.
 174. Stad Halle zou zeker de leegstand moeten aanpakken.
 175. Diversiteit, stop de leegstand, gezelligheid, parkeerbeleid en toegankelijkheid met de auto
 176. De leegstaande panden aantrekkelijker maken in afwachting van nieuwe bestemming
 177. parkeergelegenheid veiligheid bereikbaarheid van de winkels meer politie toezicht voor fietsers en jeugdbendes bv drugs
 178. de leegstand aanpakken, parkeerbeleid
 179. Meer groen naar de basiliek
 180. Maak het betaalbaar om een shop te openen. Laat mensen creatief zijn als ze iets willen openen. Geef ze kansen. Zonder belachelijke hoog huur. Laat de verlichting langer branden. Halle loopt leeg omdat niet in het donker naar huis wil. Zeker niet in de winter! Ga kijken naar de Bib in St-pieters-leeuw! Maak van de Bib een sociaal punt! Waar mensen welkom zijn, ook in het weekend! Verlicht het park tot een gezellig samenkomen!
 181. Grotere winkels, parking gratis, shoppingcentra, de taal op sommige panden is anders dan het Nederlands
 182. Duurzamere winkels aantrekken die minder snel kans hebben om te moeten sluiten, meer shop and go plaatsen (met gratis parking gedurende 60 minuten).
 183. terug naar meer authentieke handelszaken ipv grote ketens, aanmoediging jonge/nieuwe ondernemers, veiligheid fietsstallingen
 184. meer variëteit in het aanbod van winkels zoals kleding,(klein) Electro, porselein, ...

185. lege winkelruimtes opvullen geldautomaat ook buiten het centrum een zetten bv Sint Rochus meer tentoonstellingen De Reuzenstoet vond ik wel een goed initiatief heb ervan genoten
186. geen stadsradio / muziek in de winkelstraten!, meer groen, een volledige autovrije kern (mits voldoende randparkings met e.v. shuttle), (luxe) boetieks, meer restaurants (die geen ketens zijn)
187. iets doen aan de leegstand. Water overlast aanpakken. Actie voor meer marktkramers aan te trekken.
188. Gratis parking
189. Minder brolwinkels
190. veilig en gratis parkeren, de veiligheid s 'avonds verbeteren op sommige plaatsen in de Basiliekstraat komt de wietgeur u gewoon tegen
191. Nog meer groen
192. Vriendelijkheid
193. Goedkoper parkeren en eerste uur gratid
194. Parking is duur als je niet op een gratis 30 min plaats kan staan, waardoor je beter moet plannen alvorens je naar het centrum wil gaan inkopen doen
195. Pop ui, diversiteit start ups
196. Graag een winkelketen, daar komen mensen naartoe, een actie die aankopen bij de kleine winkels stimuleert
197. Een betere doorstroming voor verkeer, STOP AUB met overal de auto te proberen bannen !!!!, laat de auto opnieuw meer toe in het centrum !!
198. Leegstand wegwerken, zou de sfeer nog beter maken
199. wonen boven handelspanden
200. Verkeer en parkeerbeleid
201. organiseren vn evenementen
202. bereikbaarheid verkeersafwikkeling duidelijkheid
203. Een betere toegankelijkheid voor gehandicapten
204. De leegstand moet aangepakt worden. Aantrekken van nieuwe diverse winkels (niet alleen horeca). Misschien de handelaars ook financieel wat helpen en niet bestraffen met allerlei belastingen en taxen. Leefbaar houden teneinde de concurrentie kunnen aangaan met online shoppen en winkelcentrum Tubize.
205. iets doen aan de leegstand
206. Te veel fastfood Minder leegstaande winkels Meer variëteit in winkels, vooral meer schappelijke kledingwinkels
207. Er is in het verleden beslist om geen grote ketens toe te laten in Halle centrum. Dit is volgens mij een misvatting geweest. Mochten er grote ketens zijn, dan zouden de ouders daar met hun kinderen kunnen winkelen terwijl ze misschien voor zichzelf in de speciaalzaken terecht kunnen. Win win situatie.
208. Er zijn te weinig leuke winkels, sommige handelaars zijn weinig innovatief, veel geklaag weinig actie

209. misschien meer plaatsen in het jongerencentrum toevoegen en niet te veel bars met oudere mensen.
210. bereikbaarheid verscheidenheid
211. Parking aub en fietsers zwaar bestraffen die fout rijden
212. Meer evenementen voor de jeugd, simpele jeugdfuifen organiseren.
213. Groter aanbod kledingwinkels in de middenklasse segment, lege panden invullen
214. Gepaste maatregelen om de regelmatige Wateroverlast ,waar de handelszaken recurrent mee geconfronteerd worden, vermijden.
215. Meer groen Meer gratis parking (Zie b.v. Waterloo: Overal parkeren gratis en de winkelstraten lopen vol)
216. Wegen, minder stoplicht,..
217. Gratis parkeren. Meer diversiteit qua winkels (bijvoorbeeld weinig klerenwinkels voor jeugd), meer winkels - minder leegstand, naast lokale zelfstandigen ook een aantal grotere Belgische winkels (bijvoorbeeld AS-Adventure), horeca beter ondersteunen aangezien deze belzngrijk zijn in Halle en veel organiseren.
218. Nieuwe handelaar MOET Nederlands spreken! Ik moest een pakje gaan afhalen op Possozplein: geen Nederlands, amper Frans... (en ik zal dan maar zwijgen van de prijzen die ik daar gezien heb!). Dit kan toch niet?? En het is niet 'nu'; 20 jaar geleden (!!!) is er een kapper toegekomen en ze spraken er GEEN NEDERLANDS. Dat kan niet! Hoe kan je nu uitleggen wat je wenst? (ik ben overigens perfect 3-talig, met een goede kennis van het Duits er ook bij).
219. meer afwisseling van soorten winkels in de Basiliekstraat meer aandacht voor mobiliteit bij oudere mensen
220. Parkeerbeleid/grotere winkelketens aantrekken
221. Er moet meer variatie en vernieuwing in de evenementen zitten, het hoeven niet steeds lawaaiërige optochten en stoeten te zijn (reuzenstoet, optocht intrede sinterklaas, dweilorkesten,...) Mensen die komen winkelen, houden daar niet van, en de mensen die voor die stoeten komen, komen niet om te winkelen. Dus zulke evenementen zwengelen de economie niet aan, integendeel. Enkel de horeca vaart er wel bij. Er ontbreken trendy schoenwinkels, kledingszaak voor grote maten, kledingszaak voor tieners/adolescenten,... Er gaat veel geld naar de jaarlijkse wedstrijd om een jaar gratis een winkelruimte te winnen, maar eerlijk: hoe origineel zijn die winkels? Er komt alleen bij wat er al is (kledingszaak, boekhandel, bloemenwinkel,...) , dus de stad Halle haalt nog meer concurrentie voor de reeds bestaande winkels, in plaats van het aanbod te versterken en uit te breiden. Een breder aanbod zou nieuwe bezoekers naar onze winkelstad trekken, dus er moet beter nagedacht worden over welke handelszaken een aanmoediging verdienen. Voorts is er geen enkel kanaal waar nieuwe winkels zich kunnen voorstellen aan de burger. In Info Halle werkt men met een estafette tss handelaars, dus als nieuwe handelaar geraak je daar niet makkelijk tussen. Een site waarop de winkels in Halle zich kunnen voorstellen, met een link naar hun website, zou handig zijn, zodat bezoekers hun bezoek kunnen voorbereiden.
222. Meer winkels, muziek, gratis parkeren

- 223. Alles is beschikbaar
- 224. Meer winkels aantrekken in het centrum
- 225. de leegstand aanpakken, parkeerbeleid verbeteren, minder omleidingen, voetpaden verbeteren
- 226. Ruimte voor plaatselijke kunstenaars(bijvoorbeeld in leegstaande winkels),
- 227. de leegstand aanpakken. Halle is een verloederde stad geworden met al die leegstand. Vroeger was de stad ook veel properder.
- 228. meer winkels voor het gezin, minder chichi
- 229. Indien men automobilisten uit de stad wil weren, dient men ruime en gratis stadsparkings te voorzien, dit in combinatie met de binnenstad aantrekkelijker te maken voor handelaars. Ook meer aanbod zoals bvb bowlingzaal, snooker, biljart, paintball, game café, etc...
- 230. Meer kledingwinkels voor de jeugd,en prijselijk
- 231. Parkeerbeleid
- 232. De basiliekstraat levendiger maken met meer winkels en keuze. De straat is momenteel dood.
- 233. Hippere winkels aantrekken zoals "Dille en Kamille"
- 234. Meer variatie in handelszaken
- 235. Parking: duur, bereikbaarheid van de winkels
- 236. Lembeek aantrekkelijker maken door bijvoorbeeld de inrichting van een stadsmagazijn als gratis stadsparking met bus naar het centrum
- 237. Het is niet gemakkelijk voor minder mobiele personen
- 238. Minder nachtwinkels en fastfood, gratis parking: we zijn geen grootstad!
- 239. Meer winkels
- 240. Lagere huurprijzen in de basiliekstraat
- 241. Nederlands Variatie Kwaliteit
- 242. Toegankelijkheid voor rolstoelen Openbaar toilet
- 243. Betaalbare en gezellige restaurants waarvan enkele later openblijven
- 244. te weinig winkels, te veel leegstand
- 245. meer banken, meer bomen en groen. De gevels van de Basiliekstraat onderhouden
- 246. zorgen dat er een einde komt aan de leegstand, de Basiliekstraat opnieuw aantrekkelijk maken om meer bezoekers aan te trekken, de nieuwe winkel van Rituals is een mooi voorbeeld. Beletten dat handelaars uit het centrum wegtrekken.
- 247. openbare toiletten
- 248. Parking
- 249. Parkeerbeleid
- 250. het sanitair in de horeca laat de wensen over. Geen fietsers meer toelaten in de wandelstraten, te veel bedelaars
- 251. parkeren interessanter maken. Vervoer van en naar de stad eenvoudiger maken door bijvoorbeeld de Zuster Bernardstraat terug open te stellen voor verkeer.
- 252. gratis parkeren

253. pak de leegstand aan, een verloederde etalage is onaantrekkelijk. zet er bijvoorbeeld een kleurrijke plakaat voor.
254. waterellende, meerdere dagen gratis parking auto
255. Betere toegang voor voertuigen en niet alles voor fietsers
256. Ruimer aanbod winkels, er staat te veel leeg waardoor winkelen niet gezellig is en mix soorten winkels ontbreekt.
257. Meer kleinhandel: bakker, slager,...
258. te weinig verscheidenheid in het aanbod Toegankelijkheid van de winkels
259. Minder leegstand, diverser aanbod, kwalitatieve winkels
260. goedkopere winkels
261. Overlast door mensen die drinken en misschien drugs gebruiken
262. Agesloten fietsstallingen voor bewoners
263. voetpaden onveilig voor ouderen
264. Onvoldoende bereikbaar voor mensen met een beperking
265. een kerstmarkt
266. meer jongeren betrekken Meer groen Meer zitbanken en rustplaatsen
267. Verlichting
268. Ik moet parkeren buiten het centrum, maar dan wordt de afstand te groot om nog te voet te gaan
269. meer ambachtelijke winkels
270. Leegstaande panden vullen met winkels Parking goedkoper maken
271. Er zijn te veel kappers en pitazaken, Meer inzetten op beleving, Een cinema in het oude postgebouw, Meer gezellige horeca
272. veel te weinig groen en bloemen, te vuil, Meer muziek in de stad zou leuk zijn.
273. betaalbaar parkeren, breder betaalbaar aanbod voor alleenstaande ouders met jonge kinderen
274. Parkeren is te duur, er zijn slechte aanduidingen om naar het centrum te komen, meer fietsstallingen, kerstdecoratie niet hinderend voor rolstoelen en buggy's
275. vroege sluitingsuren veiligheidsgevoel aan de bres en station 's avonds
276. muziek, veilige voetpaden
277. Reclame voor winkels in het Nederlands
278. te weinig parking, bereikbaarheid met de wagen
279. Hondenpoep, zwerfvuil, meer toezicht en meer opkuisen, ook nederlands in de winkels en op de markt
280. meer banken om uit te rusten
281. centrum volledig verkeersvrij
282. rolstoeltoegankelijk maken van winkels en horeca met bijvoorbeeld oprijplaten. Meer openbare toegankelijke toiletten. Parkeerplaatsen voor mensen met een beperking, ze hebben niet de juiste breedte, aan oud stadhuis bijvoorbeeld.
283. Gratis parkeren, winkels centraliseren, Basiliekstraat overdekken, meer openbare toiletten

284. parking goedkoper of gratis maken om de concurrentie met andere shoppingcentra aan te gaan (minder beboeten)
285. het parkeren houdt veel mensen tegen om naar het centrum te komen
286. leegstand winkels proberen oplossen
287. meer winkels, betaalbaar parkeren
288. parkeerproblemen, betalend parkeren houdt mensen weg uit de stad
289. door de leegstand is de winkelstraat niet meer aantrekkelijk, meer leven in de winkelsstraat zoals vroege
290. late openingsuren
291. winkelstraten aangenamer maken door leegstand aan te pakken
292. Betaalbaar houden voor jonge ondernemers. Parkeerbeleid Verlichting
293. handelscentrum inkrimpen en centraliseren. leegstaande panden inrichten als woningen
294. mensen van buiten halle komen niet graag naar halle door verkeer en betalende parking. Een beter circulatieplan, er zijn overal files. Meer groen binnen en buiten het centrum, minder beton, goedkoper parkeren. Hallenaren gaan liever naar een shoppingscentrum.
295. leegstand bestrijden
296. Een verbinding met de omgeving. De pendelbus van donderdag en zaterdag is een zegen. Naar de voljiesstraat en grote markt is er niks.
297. meer winkels en ketens
298. gratis parking, iets doen aan de file
299. bereikbaarheid, parkeerbeleid
300. Toegang verlenen aan inwoners van Halle die leveringen moeten doen. De paaltjes zijn gesloten voor niet inwoners van de grote markt en rond de basiliek.
301. meer diverse restaurants, meer originele activiteiten.
302. Te veel horeca, te weinig leuke handelszaken. Parkeerbeleid en betalend parkeren zijn de doodsteek van commercieel Halle
303. De straten zijn gevaarlijk voor gehandicapten.
304. minder Engelstalig
305. verkeer en meer kledingwinkels
306. meer handelsruimte
307. meer winkels
308. meer gratis parking
309. Leegstand aanpakken, talent ontwikkelen, stadsverfraaiing, kunst, ... Trots zijn op erfgoed, geschiedenis, vergroening, toegankelijkheid. De Zenne in de stad zichtbaarder maken.
310. Geen betalende parking meer



Meer weten over dit onderzoek?

Contacteer ons:

E-mail: services@hoplr.be