



DATA IN KLEINE STEDEN

Eindrapport DAKS 2.0

**DAKS
2.0**

DATA IN KLEINE STEDEN

VLAIO



Vlaanderen
is ondernemen

west-vlaanderen
de gedreven provincie

POM
West-Vlaanderen



KERNpunt
voor kleine ondernemers
in West-Vlaanderen

Blankenberge

diksmuide
gemeente

h.b.
Harelbeke

stad menen
waar je thuiskomt

Oostkamp

WIREGEN
gemeente

Vlaanderen



INHOUDSTAFEL

INTRO:	5
WAAROM EEN DATAGEDREVEN BELEID?	
HET PROJECT DAKS 2.0	6
Partnerschap en projectdoel	6
Aanpak	8
Inspiratie, context en achtergrond	10
CASES	11
Harelbeke – Data als hefboom voor een levendig centrum	12
Oostkamp – Van buikgevoel naar onderbouwd beleid	20
Blankenberge – Data als kompas voor een levendige kuststad	28
Diksmuide – Verbinden, versterken en begrijpen	38
Veurne – Slimme data voor een verbonden stad	44
Menen – Mobiliteit als sleutel tot een toekomstbestendig stadscentrum	50
Waregem – Data als brug tussen handel, sport en cultuur	56
RAAMCONTRACT	59
Van beleidsvraag tot aanbesteding	60
Structuur van de raamovereenkomst	64
Minicompetities: open voor alle West-Vlaamse besturen	65
De data-aanbieders	66
Uitdagingen en lessons learned	70
TIPS OM AAN DE SLAG TE GAAN MET DATA	73
VERVOLG: VAN EXPERIMENT NAAR DATAGESTUURD BELEID	81
WOORDENLIJST	85



Waarom een datagedreven beleid?

Lokale besturen worden vandaag geconfronteerd met steeds complexere uitdagingen op het vlak van mobiliteit, leegstand, detailhandel en leefbaarheid. De dynamiek in steden en gemeenten verandert voortdurend en beleidsmakers staan voor de taak om hierop adequaat en toekomstgericht te reageren.

Hoe vaak wordt beleid in de praktijk nog gestuurd op basis van ervaring en buikgevoel? Die lokale kennis is waardevol en zelfs onmisbaar, maar kent zijn limieten. **Data bieden de kans om te objectiveren:** om te toetsen of aannames kloppen, om de impact van beleidsmaatregelen te meten en om evoluties in kaart te brengen. Wat gisteren juist aanvoelde, kan vandaag achterhaald zijn. **Data vormen een houvast en kompas om beleid bij te sturen op basis van feiten.**

Het project **Data in Kleine Steden (DAKS 2.0)** leerde dat ook kleinere steden en gemeenten succesvol kunnen inzetten op datagedreven kernversterkend beleid. Binnen dit project investeerden zeven West-Vlaamse besturen – Oostkamp, Blankenberge, Diksmuide, Harelbeke, Menen, Veurne en Waregem – in sterkere kernen en de ondersteuning van hun lokale economie door bijkomende data te verwerven en (samen met) beschikbare data beter in te zetten. Ze onderzochten hoe data helpen om concrete beleidsvragen te beantwoorden rond drukte en bezoekersstromen in het economische centrum van hun stad of gemeente.

Wat als je als stad kon meten hoeveel mensen er naar je wekelijkse markt komen? Of welke winkelstraten het meeste passage krijgen? Of in welke mate mensen die je jaarlijkse zomerevenement bezoeken tot meer klanten leiden bij je lokale handel en horeca? Hoeveel van de auto's die dagelijks door je stadskern rijden er ook even stoppen om iets te kopen of te consumeren? Of de winkels in je stadskern net op het moment sluiten dat alle pendelaars passeren?

Met DAKS 2.0 is aangetoond dat data niet enkel voor grote steden relevant en haalbaar zijn. **Ook kleinere steden en gemeenten kunnen hun beleid versterken via de gerichte aankoop en inzet van data in hun stad of gemeente.** Het project onderzocht bovendien hoe data kunnen worden gedeeld met lokale handelaars en maakte het mogelijk voor lokale besturen om samen te werken rond gemeenschappelijke uitdagingen.

Het project DAKS 2.0

Partnerschap en projectdoel

Het project DAKS 2.0 liep van 1 april 2023 tot 31 december 2025, en werd gerealiseerd met steun van VLAIO (binnen het City of Things-programma) en de Provincie West-Vlaanderen. Onder coördinatie van KERNpunt en POM West-Vlaanderen werkten zeven steden actief mee aan dit project: Oostkamp, Blankenberge, Diksmuide, Harelbeke, Menen, Veurne en Waregem.

Het doel van DAKS 2.0 was om via **slim gebruik van nieuwe en bestaande data concrete beleidsvragen te beantwoorden rond drukte en bezoekersstromen in de handelskern** van steden en gemeenten. De focus lag op relevante en toepasbare inzichten voor lokale besturen en handelaars.

DAKS 2.0 was **expliciet afgestemd op de noden van kleinere steden**, die vaak niet beschikken over de ervaring, noch technische of personeelscapaciteit van grotere steden. De drempel om met data aan de slag te gaan is voor de meeste kleine steden hoog: het voelt complex, technisch en overweldigend. Er moet rekening gehouden worden met de meetmethoden, hoe de data tot bij de stad komen, datatransformatie en -harmonisatie, datastandaardisatie, interoperabiliteit, eigenaarschap van de data, privacy en security. En dat alles moet leiden tot een intuïtieve, visuele weergave van de data waar beleidsconclusies uit getrokken kunnen worden.

Via de samenwerking in DAKS 2.0 werden deze uitdagingen aangepakt. Dit waren de belangrijkste partners in het project:

- De zeven deelnemende steden: Oostkamp, Blankenberge, Diksmuide, Harelbeke, Menen, Veurne en Waregem
- VLAIO: cofinanciering (via City of Things-oproep)
- Provincie West-Vlaanderen: cofinanciering
- KERNpunt: projectcoördinator, inhoudelijke trekker en aankoopcentrale
- POM West-Vlaanderen: juridische ondersteuning en aankoop- en data-expertise
- Sirius: aangesteld als externe adviseur met expertise in data en technische vraagstukken

Al deze partijen zochten samen naar de beste manier om binnen hun kleinstedelijke context aan de slag te gaan met data op het vlak van lokale economie.



© Tiny Bogaerts

Aanpak

Om data te kunnen benutten, moeten ze eerst worden verworven. Binnen DAKS 2.0 is gekozen voor een **gezamenlijke raamovereenkomst**. Deze raamovereenkomst biedt de mogelijkheid om **op een efficiënte en schaalbare wijze data aan te schaffen, met inachtneming van lokale behoeften en mogelijkheden**. Hierbij is voortgebouwd op de expertise en ervaringen van de betrokken partners, waaronder VLAIO en de externe adviseur Sirius, en van eerdere projecten (zie hoofdstuk Inspiratie/Context - voorgaande projecten).

De aanbesteding vertrok **vanuit concrete beleidsvragen van de steden en gemeenten**. Wat zijn de lokale uitdagingen en welke informatie ontbreekt? Wat willen we te weten komen rond drukte, bezoekersstromen en mobiliteit binnen de economische kerngebieden? Door deze vragen te bundelen in 'use cases' (concrete toepassingen op basis van data) ontstond een gemeenschappelijke basis voor de raamovereenkomst.

Use cases die aan bod kwamen waren onder andere (zie ook hoofdstuk 5: Raamcontract):

- **acties en evenementen** in het centrum evalueren;
- een gericht en onderbouwd **acquisitiebeleid** voeren;
- **marketingacties** evalueren en doelgericht maken;
- handelaars **meer inzicht** geven in **passage, conversiegraad** naar winkelbezoekers en het **profiel** van hun bezoekers;
- **advies** geven aan handelaars over **openingsuren**;
- **mobilitiestromen** van, naar en door de stad beter begrijpen.

Vanuit deze use cases werd gekozen om in te zetten op de aanbesteding van vier soorten data:

1. Druktemeting van personen
2. Druktemeting van voertuigen
3. Bestedingsinformatie
4. Binnenstappers

Er werd gekozen om **bestaande en bewezen data-oplossingen** aan te kopen. De geselecteerde leveranciers bieden **een uitgewerkte dienstverlening** aan om de besturen maximaal te ontzorgen. Andere belangrijke elementen in de raamovereenkomst waren: **de stad of gemeente is en blijft eigenaar van de aangekochte data**, ze heeft **op eenvoudige wijze toegang** tot haar data via een **gebruiksvriendelijk dashboard** en in een **technisch leesbaar formaat**, de data moeten voldoen aan de **Vlaamse standaard OSLO**¹ en moeten **GDPR-conform** verzameld en aangeboden worden.

Deze voorwaarden kwamen voort uit gedeelde bezorgdheden over het ontstaan van datasilo's (geïsoleerde datasets die niet kunnen gecombineerd worden met andere data), vooral bij kleinere besturen doorgaans zonder eigen data-expertise of -platform. Door duidelijke eisen te stellen wat betreft eigenaarschap, toegankelijkheid en interoperabiliteit, wordt het mogelijk om **data te combineren over domeinen heen** – een noodzakelijke stap om complexere beleidsvraagstukken ('wicked problems') aan te pakken.

¹ OSLO staat voor Open Standaarden voor Linkende Organisaties.
Meer informatie: <https://www.vlaanderen.be/digitaal-vlaanderen/onze-diensten-en-platformen/oslo>

Inspiratie/context/achtergrond

Het project DAKS 2.0 bouwt voort op voorgaande projecten en hun inzichten. De voorbije jaren experimenteerden voornamelijk grote (centrum)steden binnen projecten met het aankopen en inzetten van drukte- en passantendata.

Een aantal concrete voorbeelden:

- in het EFRO-project **'Datagestuurde winkelgebieden'** onderzochten de steden Mechelen (projectleider), Leuven, Antwerpen en Roeselare met ondersteuning van Thomas More-hogeschool hoe ze data en dashboards beter konden inzetten in hun beleid en hoe ze, vertrekkende van hun concrete behoeften, ook lokale handelaars met data konden ondersteunen.
- het EFRO-project **VLOED** bood de economische actoren in de steden Gent en Brugge een dataplatform met informatie over het druktebeeld in hun stad. Door te experimenteren met verschillende data-aanbieders en meetsystemen wilden ze evoluties van bezoekersstromen in kaart brengen en de eerste stappen zetten op het vlak van druktevoorspellingen.
- in het EFRO-project **INVEST** onderzochten de Vlaamse provincies, onder de leiding van POM West-Vlaanderen, welke datapakketten met relevantie voor lokaal economisch beleid er zoal beschikbaar waren. Hierbij werd gemikt op een zeer breed datapakket dat evenwel niet betaalbaar bleek op de lange termijn.

Al deze projecten leidden telkens tot concrete aanbevelingen rond de aanbesteding van data, die dankbaar gebruikt werden binnen DAKS 2.0.

Parallel met het project DAKS 2.0 liep het project **Sustainable Insights for Cities & Retailers (SinCR)**. Binnen SinCR bouwden ook de steden Mechelen, Leuven en Oostende verder op de inzichten van bovenvermelde projecten. Dit echter op het niveau van centrumsteden met heel wat ruimere capaciteit en ervaring. In de loop van beide projecten werd regelmatig uitgewisseld, en lessen en ervaringen uitvoerig gedeeld.

CASES



HARELBEKE

Data als hefboom voor een levendig centrum

Situatieschets

Kerncijfers Harelbeke (2024)	
Aantal inwoners	29.931
Aantal winkels - totaal	151
Aantal winkels - in centraal winkelgebied	52
Aantal horecazaken	90

Bron: Provincies in Cijfers

Harelbeke is een stad met een **levendig centrum, een actieve marktwerking met een drukbezochte wekelijkse markt en een uitgesproken ambitie om haar kernwinkelgebied te versterken**. Het stadscentrum is compact en biedt een mix van handel, horeca en publieke functies. Met de recente heraanleg van het grote marktplein werd het centrum grondig opgefrist, wat extra ruimte geeft aan ondernemers en organisatoren van evenementen. Met DAKS 2.0 verzamelt Harelbeke objectieve informatie om zich op de kaart te zetten als aantrekkelijke stad om in te investeren, te leven en te werken.



Probleemstelling

Harelbeke vertrekt vanuit twee probleemstellingen. **Ten eerste wordt onderzocht of de afbakening van het kernwinkelgebied accuraat is vastgesteld.** Er wordt nagegaan of de geselecteerde straten daadwerkelijk tot de drukst bezochte gebieden behoren op basis van passanten- en verkeersmetingen, en of aanpassingen noodzakelijk zijn. Tellingen en loopstromen worden gebruikt om te bepalen welke panden en locaties aantrekkelijk zijn voor potentiële ondernemers in de stad.

Ten tweede wordt geanalyseerd hoe levendig de vaste activiteiten (zoals de wekelijkse markt) zijn en wat de impact is van (door de stad georganiseerde) evenementen. Hierbij wordt gekeken naar het aantal bezoekers en mogelijke effecten op handel, horeca en dienstverlenende bedrijven.



© Tiny Bogaerts

Aangekochte data & meetlocaties

De stad Harelbeke kocht volgende datasystemen aan:

- Druktemeting personen
- Druktemeting voertuigen

De meettoestellen hangen verspreid in en rond het kernwinkelgebied.



Doelstellingen en beoogde resultaten

De metingen lopen en de eerste data komen binnen, maar de effectieve resultaten zullen nog even op zich laten wachten.

Harelbeke beoogt in elk geval het volgende te verkrijgen:

- **Correcte data over het verkeer dat door de stad beweegt:** mobiliteitsstromen beter begrijpen, en infrastructuurkeuzes onderbouwen en evalueren.
- **Inzicht in het aantal passanten en hun looprichting om het kernwinkelgebied te verfijnen:** door inzicht in waar mensen lopen en hoe ze zich verplaatsen, kan de stad het kernwinkelgebied nauwkeuriger afbakenen. Dit is waardevol om nieuwe handelszaken aan te trekken op strategische locaties.
- **Cijfers over de impact op bezoekersaantallen van evenementen:** de stad kan nu evalueren welke evenementen effectief bijdragen aan meer bezoekers en economische activiteit. Dit maakt het mogelijk om gericht te investeren in initiatieven die echt impact hebben, maar ook om externe organisatoren aan te trekken om evenementen te organiseren.

Uitdagingen

- **Geschiedte meetlocaties** vinden waar langdurig gemeten kan worden: voor de plaatsing van meettoestellen is vaak medewerking nodig van bewoners en handelaars in de gemeente. Bij sommige gemeenten ging dit heel vlot, in Harelbeke vroeg het extra inspanning van de stad om mensen te motiveren.
- **Interpretatie van data** om beleidslijnen te formuleren: de stad heeft nu gegevens over voetgangers en verkeersstromen. Om hieruit bruikbare beleidsmaatregelen te halen, zoals het winkelgebied herontwerpen of investeringen in evenementen beoordelen, is evenwel een grondige analyse nodig. De stad moet met de data aan de slag om deze te vertalen naar concrete beleidsacties.
- **Intern draagvlak creëren**: de data zijn niet alleen relevant voor lokale economie, maar ook voor andere beleidsdomeinen. Door meer data met elkaar te delen en te combineren over de departementen heen, opent de gemeente een veel grotere waaier aan mogelijkheden.

TIPS

- **Begin tijdig juiste locaties te zoeken** om heel gericht te kunnen meten.
- **Houd altijd je doelstellingen in het vizier**, ook als het lastig wordt: welke zaken wil ik meten en waarom?
- **Betrek collega's, ook van andere diensten**, om een breed draagvlak te realiseren en hen inzicht te geven in de mogelijkheden die data ook voor hun werkzaamheden biedt.





OOSTKAMP

Van buikgevoel naar
onderbouwd beleid

Situatieschets

Kerncijfers Oostkamp (2024)	
Aantal inwoners	24.276
Aantal winkels - totaal	156
Aantal winkels - in centraal winkelgebied	89
Aantal horecazaken	67

Bron: Provincies in Cijfers

Oostkamp is een dynamische gemeente die volop inzet op een **aantrekkelijk en leefbaar centrum**. Oostkamp bevindt zich ten zuiden van Brugge en wil daar de magneet zijn voor de zuidgordel van Brugge en zich positioneren als een plek met **kwaleitsvolle handelszaken, vakmanschap en een familiaal karakter**. Bovendien is Oostkamp vlot bereikbaar en kan je er gratis parkeren. De gemeente wil haar beleid rond mobiliteit, detailhandel en ruimtelijke ontwikkeling versterken via slim gebruik van data. De focus ligt op het begrijpen van bezoekersstromen, parkeerdruk en het effect van evenementen op de lokale economie.



Probleemstelling

De gemeente wil haar **kernwinkelgebied versterken, de bereikbaarheid verbeteren en het centrum aantrekkelijker maken voor bewoners, bezoekers en ondernemers**. In de context van DAKS 2.0 zijn er verschillende vragen die het bestuur wil beantwoorden met de aangekochte data:

Oostkamp wil haar **eigen acties en evenementen evalueren en lokale ondernemers maximaal ondersteunen**. Weten wat het effect is van evenementen of de wekelijkse markt op het bezoekersaantal in het centrum, is een must, evenals de impact van veranderingen in onze aanpak meten. Daarnaast heeft Oostkamp een heel specifieke vraag: in het zuiden, net buiten het centrum, ligt een bedrijventerrein. De medewerkers zijn potentiële klanten, maar winkels sluiten vaak tijdens de lunch. Naast de algemene passantentellingen, wil de gemeente met DAKS 2.0 proberen om **specifiek inzicht te krijgen in de verplaatsingspatronen** van deze doelgroep. Het bestuur wil onderzoeken of winkeliers meer klanten kunnen trekken door over de middag open te blijven.

Om de mobiliteits- en parkeerbehoeften in het centrum goed in kaart te brengen, wil Oostkamp zowel **inzicht verkrijgen in de verkeersstromen (vanuit de randgemeenten) als de impact van evenementen en commerciële acties kunnen meten**. Zo versterkt de gemeente haar ambitie om van het centrum een regionale hub te maken met een optimale bereikbaarheid en blijvende aantrekkingskracht.

Tegelijk zijn er **grote ruimtelijke veranderingen** op til, zoals de heraanleg van de Stationsstraat, de ingebruikname van een nieuwe ondergrondse parking en de ontwikkeling van een nieuwe zone aan de Schoolstraat.

Tot slot wil het gemeentebestuur ook **inzicht in de conversiegraad**: vertalen bezoekersaantallen op straat zich ook naar effectieve klanten?

Met DAKS 2.0 wil Oostkamp haar beleid onderbouwen met objectieve en correcte gegevens. Zo vermijdt het bestuur beslissingen op basis van buikgevoel en worden beleidskeuzes beter afgestemd op de reële noden in het centrum.





© Tiny Bogaerts

Aangekochte data & meetlocaties

Oostkamp kocht drie types data aan:

- Druktemeting personen
- Druktemeting voertuigen
- Binnenstappers

De meetlocaties zijn strategisch gekozen handelszaken in het kernwinkelgebied, een bedrijfssite in het zuiden van de stad en de belangrijkste verkeersassen.

Doelstellingen en beoogde resultaten

Omdat de metingen recent gestart zijn, is het nog te vroeg om over echte resultaten te spreken. Met de aankoop van data wenst Oostkamp in ieder geval inzicht te verwerven in:

- **Impact van evenementen:** nagaan hoe de wekelijkse markt en andere evenementen bijdragen aan bezoekersaantallen en omzet in het kernwinkelgebied.
- **Verplaatsingspatronen van werknemers op bedrijventerreinen richting het centrum,** met het oog op het aantrekken van horeca en het optimaliseren van openingsuren.
- **Verkeersstromen** (doorgaand vs. bestemmingsverkeer) en **parkeerbehoeften.**
- **Winkelbezoek en conversie:** begrijpen hoeveel passanten effectief binnenstappen, hoelang ze blijven en welk profiel ze hebben.

Op deze manier wil Oostkamp op objectieve wijze inzicht krijgen in bezoekersstromen, parkeerdruk en winkelbezoek. Het doel is om gevoel met feiten te onderbouwen en beleidskeuzes te staven met data. De gemeente verwacht dat **deze inzichten zullen bijdragen aan een betere afstemming van het centrum op de behoeften van bewoners, bezoekers en ondernemers.** Daarnaast worden de gegevens ingezet om ruimtelijke ingrepen, zoals de heraanleg van straten of de ontwikkeling van nieuwe zones, te motiveren.

Uitdagingen

- **De locaties zijn breed:** om te kunnen nagaan of iemand die op één plek was ook op andere plekken opdook, moet het volledige terrein worden meegenomen. Omdat het terrein vrij uitgestrekt is, moet de gemeente goed nadenken waar ze de sensoren ophangen om zo veel mogelijk mensen uit de doelgroep te capteren.
- **Integreren van bestaande data:** er zijn al bepaalde data aanwezig, zoals de tellingen op de gratis wifi die op enkele locaties voorzien wordt, en data van parkeergarages. Het is echter binnen de gemeente vaak zoeken wie kennis heeft over de toegang en de herbruikbaarheid van de data. Dit moet nog verder worden uitgezocht.
- **Keuzes maken:** Oostkamp ziet veel opportuniteiten in het gebruik van data. Maar gezien de budgettaire realiteit en beperkte tijd die het personeel hieraan kan besteden, zullen er waarschijnlijk keuzes moeten gemaakt worden. Die keuzes zijn moeilijk omdat kiezen ook verlies van data betekent.
- **Aangeboden oplossingen minder geschikt voor parkeerdata:** het huidige raamcontract biedt vooral oplossingen rond verkeerstellingen, maar niet om parkeerbezetting te meten. Daarvoor zijn andere meetmethoden beter geschikt.

TIPS

- **Formuleer je datanoden helder:** denk goed na over wat je wil meten, waarom en hoe je de data zal gebruiken. Dit helpt om de juiste leverancier te kiezen en gerichte offertes te krijgen.
- **Kies via onderhandelingen de meest geschikte leverancier:** ga in dialoog met leveranciers om te begrijpen wat hun oplossing precies inhoudt en wat het beste aansluit bij jouw behoeften. Denk hierbij ook aan technische en budgettaire haalbaarheid.
- **Communiceer transparant met inwoners en handelaars:** leg uit wat je meet, waarom je dat doet en hoe de data gebruikt zullen worden. Besteed aandacht aan privacy en GDPR. Zo creëer je draagvlak.





Situatieschets

Kerncijfers Blankenberge (2024)	
Aantal inwoners	20.578
Aantal winkels - totaal	254
Aantal winkels - in centraal winkelgebied	207
Aantal horecazaken	233

Bron: Provincies in Cijfers

Blankenberge is een toeristische stad met **sterke seizoenspieken** en een **levendig handelscentrum**. Het stadsbestuur wil beter begrijpen hoe mensen zich door de stad bewegen wanneer het druk is, en **hoe bezoekers zich gedragen van aankomst tot winkelbezoek**. Met DAKS 2.0 verzamelt Blankenberge betrouwbare data om haar beleid rond mobiliteit, handel en evenementen beter te onderbouwen.

BLANKENBERGE

Data als kompas voor
een levendige kuststad



Probleemstelling

Vandaag beschikt Blankenberge over **versnipperde en beperkte data** over drukte, verkeer en winkelbezoek. Het is een stad met veel soorten bezoekers: dagtoeristen, cruisetoeisten, shoppers, bezoekers van de jachthaven, werknemers, pendelaars, inwoners ... Als kustgemeente kent Blankenberge **sterke seizoenspieken**, nog aangescherpt door grote evenementen in de zomer. Het is dus moeilijk om een goed beeld te krijgen van de aanwezigheid, de bewegingen en het gedrag van bezoekers in het centrum.

Het uiteindelijke doel is om het **beleid beter af te stemmen op de drukte, mobiliteit en handel, het effect van evenementen en acties te meten en beslissingen te onderbouwen met objectieve data.**



Aangekochte data & meetlocaties

De procedure voor de aankoop van data is bij de stad Blankenberge nog lopende. De stad voorziet de aankoop van drie types data:

- Druktemeting personen
- Druktemeting voertuigen
- Binnenstappers

De metingen dekken de volledige stedelijke kern, van de toegangswegen tot het hart van de stad. Met de druktemeting voertuigen focust Blankenberge op het monitoren van de toegangswegen. Met de druktemeting personen dekt de gemeente de publieke ruimte. En met de binnenstappers creëert het bestuur inzicht in de effectieve winkelbezoeken.



Doelstellingen en beoogde resultaten

Het doel van Blankenberge is om volgende inzichten te verwerven:

- **Inzicht in de drukte, bewegingen en trends in het centrum:** waar en wanneer is het druk? Hoe bewegen mensen zich doorheen de stad? Van de belangrijke winkel-wandelas in Blankenberge is geweten dat er veel passage is, maar vertaalt zich dat ook naar passage in de zijstraten?
- **Inzicht in verkeersstromen en vervoersmodi op invalswegen:** in welke mate is het verkeer bestemmingsverkeer of doorgaand verkeer? Hoe lang verblijven bezoekers in de stad om er iets te consumeren, te shoppen of te overnachten?
- **Inzicht in winkelbezoek en conversie van passanten naar klanten:** hoeveel mensen stappen effectief binnen? Wat is hun profiel? Hoe verhouden winkels zich tot elkaar?

Blankenberge wil haar beleidsbeslissingen beter onderbouwen en data gebruiken voor beslissingen over de inrichting van publieke ruimte, het mobiliteitsbeleid en de ondersteuning van handel.

Uitdagingen

- **De data bieden geen absolute tellingen, maar inzicht in trends:** dat komt omdat de sensoren niet het werkelijke aantal mensen tellen, maar via een bepaalde meetmethode een schatting maken van het aantal mensen. Daar hoort een hele technische verwerking bij waarbij verschillende sensoren data leveren van uiteenlopende nauwkeurigheid. De sensoren worden geijkt, met elkaar gekalibreerd, er worden extrapolaties gedaan, gefilterd om ruis, dubbeltellingen of 'spookmetingen' te vermijden, enzovoort. Dit resulteert in zinvolle data om trends doorheen of over je stad te kunnen waarnemen, maar de data mogen niet als absoluut cijfer gebruikt worden.
- **Interpretatie van cijfers:** wanneer de stad straks over deze data beschikt, zal dat analyse en interpretatie vergen van de cijfers om tot effectieve inzichten te komen en daaruit beleidsacties te destilleren. Blankenberge zal met de data aan de slag moeten en afzetten tegen de context (vergelijken met het verleden, de trends analyseren, afzetten tegen weersomstandigheden en de evenementenkalender) om op basis hiervan beleidsbeslissingen te nemen over evenementen, investeringen, en keuzes rond mobiliteit te verdedigen.
- **De stad Blankenberge is heel begaan met privacy en GDPR:** hoewel deze voorwaarden zeer strikt opgenomen werden in de overeenkomsten met de leveranciers, blijft het bestuur steeds aandachtig dat de data alleen geanonimiseerd en geaggregeerd worden voor analyse of publicatie. Zeker bij binnenstappers en bewegingsdata is het bestuur extra alert om risico's op identificatie te vermijden.





TIPS

Blankenberge organiseerde een informatieavond voor haar lokale ondernemers over DAKS 2.0 voor het effectief uitschrijven van de minicompetitie. Ze nodigden de handelaars uit om uit te leggen wat er precies zou gebeuren, het waarom ervan te verklaren en tegelijkertijd te informeren naar interesse en bereidheid om mee te werken aan de plaatsing van meetinstallaties. Zo kon de stad de **bezorgdheden en vragen van de lokale handelaars en horeca meenemen in de bevraging naar de data-aanbieders**. Tegelijkertijd werd draagvlak gecreëerd voor de uitvoeringsfase van het project.

Andere tips:

- **Start met een duidelijke beleidsvraag:** weet wat je wil meten en waarom, zodat je gericht data kan verzamelen.
- **Werk gefaseerd:** begin klein met een proefopstelling en breid uit op basis van inzichten.
- **Voorzie integratie:** kies systemen die makkelijk data delen en combineren.
- **Regel eigendom en privacy goed:** hou data bij het bestuur en respecteer GDPR.
- **Betrek partners vroeg:** werk samen met interne diensten en lokale actoren voor draagvlak en praktische ondersteuning.
- **Vertaal data naar beleid:** koppel cijfers aan context en acties om ze beleidsrelevant te maken.
- **Voorzie voldoende middelen:** reserveer tijd, personeel en budget om het project goed te kunnen uitvoeren.



DIKSMUIDE

Verbinden, versterken en begrijpen

Situatieschets

Kerncijfers Diksmuide (2024)

Aantal inwoners	17.226
Aantal winkels - totaal	141
Aantal winkels - in centraal winkelgebied	82
Aantal horecazaken	70

Bron: Provincies in Cijfers

Diksmuide is een stad met een sterk historisch karakter. Met haar **historische kern, levendige winkelzones en de iconische IJzertoren als toeristische trekker**, biedt ze een unieke mix van functies. Maar de stad kampt ook met uitdagingen, zoals het aantrekken van kwalitatieve handel en horeca. De stad wil data inzetten om bezoekers- en mobiliteitsstromen beter te begrijpen en haar acquisitiebeleid te versterken. De ambitie is om met objectieve inzichten het centrum aantrekkelijker en functioneler te maken voor bewoners, bezoekers en ondernemers.



Probleemstelling

Diksmuide bestaat uit **drie hoofdgebieden**: het handelscentrum rond de Grote Markt, het kleinhandelsgebied bij de spoorweg, en de historische en toeristische omgeving rondom de IJzertoren. De nieuwe voetgangerstunnel die tussen het handelscentrum en het kleinhandelsgebied ligt, biedt kansen om deze zones te verbinden.

De stad wil inzicht krijgen in hoe mensen zich tussen deze gebieden bewegen en of ze elkaar aanvullen of juist op zichzelf staan. Het centrum kent bovendien leegstand. Om deze plekken nieuw leven in te blazen, wil Diksmuide de bezoekersstromen beter begrijpen. Zo kan de stad ondernemers die hier mogelijkheden zien, beter motiveren en begeleiden.

Het stadsbestuur wil meten of mensen meerdere zones bezoeken, de impact meten van marktdagen en evenementen, de verblijfsduur monitoren en binnenstappers meten.



Aangekochte data & meetlocaties

Er werden nog geen data aangekocht, maar er werd al wel een minicompetitie voorbereid voor twee types data:

- Druktemeting personen
- Binnenstappers

De metingen zijn voorzien in de drie zones: het handelscentrum rond de Grote Markt, de hoofdwinkelstraat en de omliggende straten, het kleinhandelsgebied bij de spoorweg, en de omgeving rondom de IJzertoren.

Doelstellingen en beoogde resultaten

Op het moment van schrijven van dit rapport was de procedure voor de aankoop van data via de minicompetitie nog bezig. De echte resultaten laten dus nog even op zich wachten.

Diksmuide wenst met de data-aankoop volgende inzichten te vergroten:

- **Drukpatronen analyseren:** wanneer is het waar druk? Hoe evolueert dat doorheen de dag, week en seizoenen?
- **Impact van marktdagen en evenementen te kennen:** nagaan of evenementen zorgen voor meer passage en winkelbezoek, en hoe zich dat vertaalt naar economische activiteit.
- **Verbinding tussen zones meten:** bezoeken mensen meerdere zones? Versterken historische sites, kern- en kleinhandelsgebied elkaar? Wat zijn de bewegingspatronen tussen de zones?
- **Binnenstappers en winkelgedrag in kaart brengen:** hoeveel passanten worden klanten? Hoelang blijven ze? Wat is hun profiel: leeftijd, gender, woonplaats?

Daarom wil Diksmuide haar beleidskeuzes onderbouwen met objectieve cijfers, in functie van acquisitiebeleid, ondersteuning van ondernemers, keuzes rond mobiliteit en keuzes rond evenementen in het centrum.

Uitdagingen

- **Interpretatie en verwerking van data:** de stad moet zelf de vertaling maken van data naar bruikbare inzichten, en van inzichten naar concrete beleidsacties. Dit vraagt om analyse van de data, het interpreteren van de data in functie van context (weersinformatie, wanneer waren er evenementen en campagnes), en het vertalen daarvan naar keuzes om het beleid of investeringen al dan niet aan te passen.
- **Gebruik door de hele organisatie:** de data moeten hun weg vinden doorheen de organisatie. Het zou jammer zijn als het gebruik alleen beperkt blijft tot de dienst lokale economie. Andere diensten zoals mobiliteit, toerisme of evenementenwerking hebben ook baat bij de inzichten.

TIPS

Ga intern goed na welke diensten baat hebben bij de data: door breed te kijken naar potentiële gebruikers van de data, vergroot je het draagvlak en benut je de meerwaarde maximaal.



VEURNE

Slimme data voor een verbonden stad

Situatieschets

Kerncijfers Veurne (2024)	
Aantal inwoners	12.551
Aantal winkels - totaal	140
Aantal winkels - in centraal winkelgebied	62
Aantal horecazaken	71

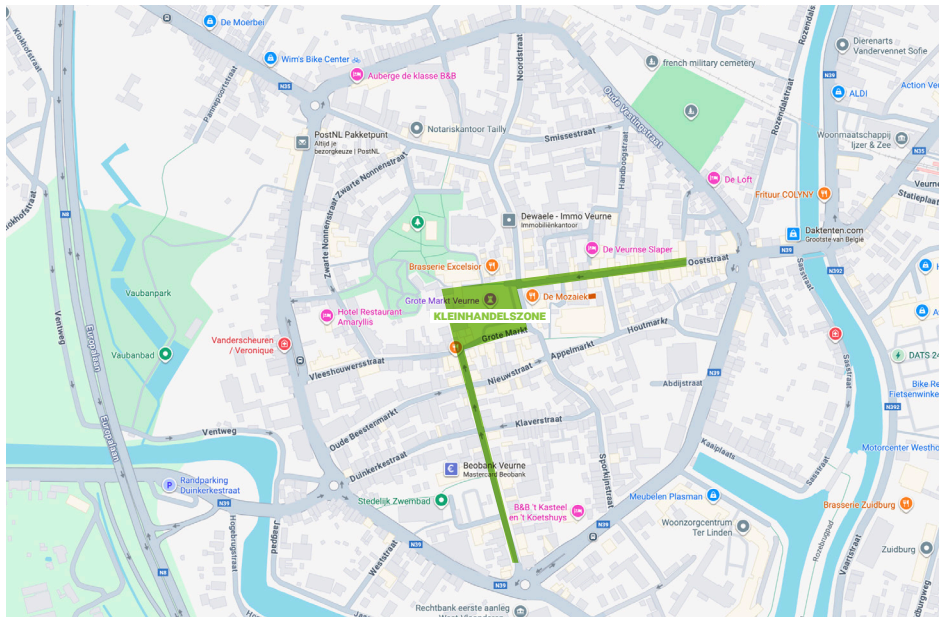
Bron: Provincies in Cijfers

Veurne is een stad met een **gezellige en compacte kern, waar winkels en horeca, historisch erfgoed en parken** vlot in elkaar overlopen. Daarmee zorgt Veurne voor een mooie verbinding tussen centrum en rand, tussen handel en ontspanning, tussen bezoekers en bewoners. Met DAKS 2.0 zet de stad in op een **heel specifieke dataverzameling rond evenementen**. De stad kiest voor een specifieke meetopzet om beleidskeuzes rond evenementen beter te kunnen onderbouwen.



Probleemstelling

Het lokaal bestuur wil inzicht krijgen in de bezoekerstrends in het centrum en inzichten rond evenementen. De stad wil heel specifiek bezoekers kunnen tellen en evenementen evalueren om haar beleid beter te onderbouwen en inzichten te verwerven voor bijsturing. Vandaag ontbreekt het aan objectieve cijfers om te bepalen welke ingrepen effectief zijn, welke evenementen bijdragen aan levendigheid en economische activiteit, en welke inspanningen werken en welke niet.



Aangekochte data & meetlocaties

De procedure voor aankoop van de data loopt nog, maar Veurne plant een aankoop binnen het perceel:

- Druktemeting personen

De metingen worden gepland in de belangrijkste winkelstraten (de Oost- en Zuidstraat) of op de Grote Markt.

Doelstellingen en beoogde resultaten

Bij de opmaak van dit rapport was de procedure voor de aankoop van data via de minicompetitie nog bezig. De echte resultaten laten nog op zich wachten.

Veurne wenst met de aankoop van data vooral **inzichten te verwerven rond haar evenementen**: meten hoeveel bezoekers evenementen aantrekken, welke evenementen bezoekers aantrekken, en welke acties werken. Op die manier kan de stad keuzes rond organisatie van, en investeringen in evenementen beter onderbouwen en bijsturen.

Uitdagingen

- **Budgettaire keuzes:** binnen de budgettaire realiteit, koos Veurne voor een concrete focus. Initieel lagen veel meer use cases op tafel naast metingen in functie van evenementen, zoals ook het meten van het gebruik van de randparkings en de impact van de bewegwijzering op de routekeuze van de bezoeker. Deze use cases zijn echter geschrapt om een duidelijke focus te houden.
- **Interpretatie van cijfers:** de stad beschikt straks over data, maar het zal analyse vragen en interpretatie van de cijfers in functie van context (weersinformatie, evenementenkalender) om op basis hiervan beleidsbeslissingen te nemen over evenementen, investeringen, en keuzes rond mobiliteit te verdedigen.

TIPS

Kies een partner die je vertrouwt: maak van de onderhandelingen gebruik om de kandidaat-partners en hun oplossingen goed te leren kennen en begrijpen. Een constructieve samenwerking met de dataleverancier is essentieel om het maximale uit het project te halen.





MENEN

Mobiliteit als sleutel tot een toekomstbestendig stadcentrum

Situatieschets

Kerncijfers Menen (2024)	
Aantal inwoners	34.554
Aantal winkels - totaal	249
Aantal winkels - in centraal winkelgebied	82
Aantal horecazaken	122

Bron: Provincies in Cijfers

Menen bereidt zich voor op een **grondige vernieuwing van haar stadscentrum**. De heraanleg van de Grote Markt, gekoppeld aan de aanleg van een warmtenet, biedt een unieke kans om het hart van de stad klimaatadaptief, sociaal en functioneel te herdenken. Maar hoe ontwerp je een plein dat echt werkt voor bewoners, bezoekers en ondernemers? **Met behulp van data wil de stad haar mobiliteitssituatie grondig analyseren en onderbouwen als fundament voor een toekomstgericht ontwerp.**



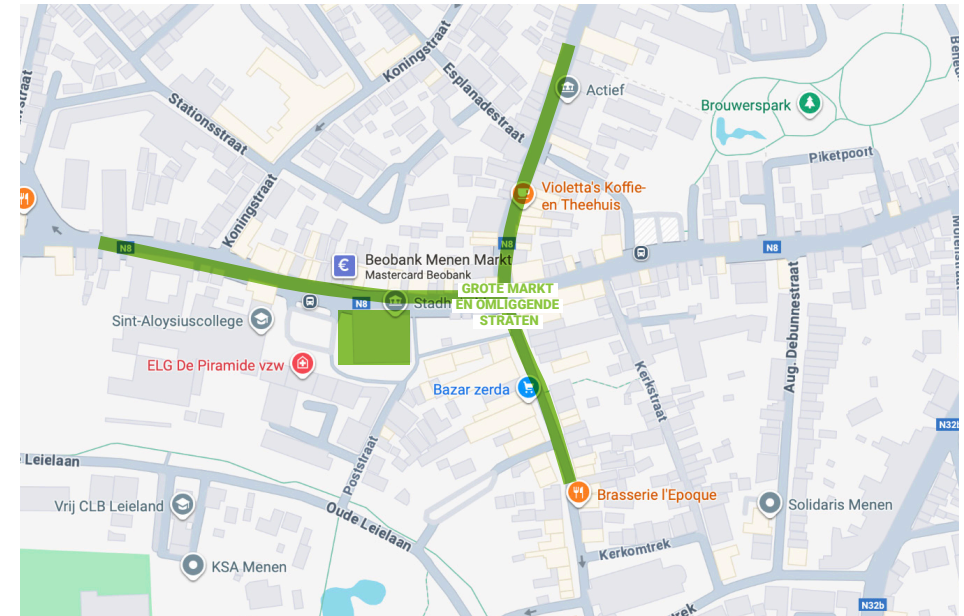
Probleemstelling

Menen heeft nood aan meer inzicht in de mobiliteits- en bezoekersstromen in de stad om betere beleidskeuzes te kunnen maken.

Enerzijds wil Menen **beter begrijpen hoe mensen zich bewegen in de handelskern**: hoeveel passanten zijn er? Welke impact hebben acties en evenementen op het aantal bezoekers? En hoeveel van die passanten stappen effectief binnen in een winkel? Deze inzichten moeten helpen om de aantrekkelijkheid van het centrum te verhogen en commerciële initiatieven beter te evalueren.

Anderzijds wil de stad **zicht krijgen op de mobiliteitsstromen rond de Grote Markt**. Via metingen in de zone rond de markt wil men analyseren waar het druk is, in welke rijrichting, met welk type voertuig. Ook de bezetting van de centumparkings wordt onderzocht: waar parkeren mensen? Waar en wanneer is het druk op de parkings? Wat voor stadsgebruikers zijn de mensen die er parkeren?

Kortom, Menen wil met deze data haar buikgevoel vervangen door feiten, en zo haar centrumbeleid, parkeerstrategie en evenementenwerking beter afstemmen op de noden van bewoners, bezoekers en ondernemers.



Aangekochte data & meetlocaties

De procedure voor aankoop van data loopt nog in Menen. De stad plant de aankoop van twee types data:

- Drukmetingen personen
- Drukmetingen voertuigen

De drukmetingen van personen zijn gepland in de handelskern van Menen. Het meten van de mobiliteitsstromen is voorzien in de zone van de Grote Markt.

Doelstellingen en beoogde resultaten

Menen was bij de opmaak van dit rapport nog bezig met de gunning van de minicompetitie. Het is dus nog te vroeg om over resultaten te spreken.

De stad hoopt vooral actuele en relevante data te capteren om haar kernversterkend beleid concreet vorm te geven. Met name door met objectieve data een beter inzicht te verwerven in:

- **Passantendata in de handelskern:** begrijpen hoeveel mensen zich door het centrum bewegen, wanneer en waar. Dit helpt om het aanbod en de inrichting van het centrum beter af te stemmen.
- **Mobiliteitsstromen rond de Grote Markt:** inzicht krijgen in hoe verkeer zich door de zone beweegt, en hoe de centumparkings gebruikt worden. Dit ondersteunt het mobiliteitsbeleid en toekomstige herinrichtingen.

Uitdagingen

- **Interpretatie van de data:** om de vraagstukken van de stad – voornamelijk die rond mobiliteit en parkeren – te beantwoorden, is een doorgedreven studie van de verzamelde data vereist. De stap van het verkennen van de huidige mobiliteitsstromen naar beleidskeuzes voor de toekomst, is groot.
- **Samenwerking met handelaars:** de betrokkenheid van lokale ondernemers is cruciaal en vormt een positieve uitdaging voor draagvlak en gebruik van de data.

TIPS

- **Heldere offerteaanvraag:** zorg voor een duidelijke formulering van je noden en verwachtingen.
- **Plaatsbezoeken voor definitieve gunning:** ga ter plaatse kijken om meetlocaties goed te bepalen en af te stemmen met lokale actoren.
- **Samenwerking loont:** in Menen werkten het departement Mobiliteit en Lokale economie nauw samen om data aan te kopen die voor beide diensten relevant is.





WAREGEM

Data als brug tussen handel,
sport en cultuur

Situatieschets

Kerncijfers Waregem (2024)	
Aantal inwoners	40.025
Aantal winkels - totaal	300
Aantal winkels - in centraal winkelgebied	204
Aantal horecazaken	156

Bron: Provincies in Cijfers

Waregem is een stad met een **hoge concentratie aan diverse voorzieningen: grote sportevenementen, een rijk historisch verleden, culturele hotspots en gezellig winkelen**. Waregem heeft het allemaal. Maar hoe verhouden die activiteiten en zones zich tot elkaar? Wat is de doorstroom van bezoekers tussen de hotspots? Gaan mensen die naar het zwembad gaan, ook een koffietje drinken in het centrum? Zakken de bezoekers van een grote voetbalwedstrijd of de bekende Waregem Koerse ook af naar het centrum? En kopen ze daar dan ook iets?

Dit soort vragen houdt Waregem bezig, net als de andere steden en gemeenten in DAKS 2.0. De stad besliste evenwel om **voorlopig niet over te gaan tot een minicompentie wegens andere beleidsprioriteiten**.

RAAMCONTRACT



Van beleidsvraag naar aanbesteding

Om het gebruik van data in kleine steden te versterken, werd gekozen voor een gezamenlijke aanpak via een raamovereenkomst. Deze raamovereenkomst maakt het mogelijk om op een **efficiënte en schaalbare manier data aan te kopen, met respect voor lokale noden en capaciteiten**.

De raamovereenkomst kwam tot stand na een intensief traject waarin de use cases van steden werden besproken en een gemene deler werd gezocht. Daarmee is vertrokken vanuit de concrete beleidsvragen van de steden en gemeenten en werd gezocht naar de data die hiervoor konden worden aangekocht. Door deze vragen te bundelen in use cases ontstond een gemeenschappelijke basis voor de raamovereenkomst.

Acties en evenementen in het centrum evalueren

Deze use case focust op het meten van de impact van evenementen op **bezoekersaantallen, drukte en economische activiteit**. Gemeenten willen bijvoorbeeld weten of evenementen leiden tot meer passage en hogere bestedingen, of bezoekers die één deel van de stad aandoen ook andere zones bezoeken, zoals de route tussen de IJzertoren en het centrum van Diksmuide, of het gedrag van wie naar het zwembad gaat in Waregem en daarna nog iets drinkt in de horeca. Ook **profieldata van de bezoekers**, zoals land, nationaliteit of omliggende gemeenten, geven nuttige inzichten, net als de **invloed van weersomstandigheden** en andere randfactoren.

Een gericht en onderbouwd acquisitiebeleid voeren

Hier draait het om data die helpen bij het **aantrekken van nieuwe handelszaken en concepten of het ondersteunen van bestaande handelszaken**. Inzicht in **looplijnen** en drukte in zijstraten of minder actieve zones, zoals de straten rond de winkelas in Blankenberge of de verbinding van randparkings naar het centrum in Veurne, toont waar nog groeipotentieel ligt. Diezelfde data helpen beleidsmakers om het **kernwinkelgebied beter af te bakenen, leegstand gericht aan te pakken en promotiecampagnes te onderbouwen**. In Harelbeke kan men bijvoorbeeld met cijfers aantonen dat de lokale markt opnieuw aantrekt en de handel opleeft. Een waardevol signaal voor investeerders.



Marketingacties evalueren en doelgerichter maken

Data helpen om te meten welke doelgroepen bereikt worden en wat het effect is van campagnes of acties op binnenstappers en omzet. Zo kan men nagaan of flyercampagnes in buurgemeenten effectief extra bezoekers opleveren, of de wekelijkse markt vooral marktkramers ten goede komt of ook lokale handelaars stimuleert. Door externe gegevens, zoals loyalsystemen van handelsverenigingen, te koppelen aan bezoekersdata, worden **marketinginspanningen steeds gericht en meetbaarder**.

Handelaars meer inzicht geven in passage, conversiegraad en bezoekersprofiel

Via **druktemetingen, looplijnanalyses en tellingen van binnenstappers** krijgen handelaars een duidelijk beeld van hun **conversiegraad en doelpubliek**. De data maken het mogelijk om bezoekersprofielen op te stellen, met kenmerken zoals leeftijd, geslacht en herkomst, en deze informatie te delen via gebruiksvriendelijke dashboards met een login of gefilterde toegang per handelaar.

Advies geven aan handelaars over openingsuren

Op basis van **druktemetingen en bezoekersgedrag** kunnen gemeenten advies geven over **optimale openingsuren**. Zo wordt duidelijk welke tijdstippen de meeste passage genereren, wanneer het loont om open te blijven tijdens de middag of op marktdagen, en hoe bezoekersstromen evolueren doorheen de dag en week.

Mobiliteitsstromen van, naar en door de stad beter begrijpen

Tot slot helpt datagedreven inzicht om mobiliteitsstromen te analyseren. Gemeenten kunnen bijvoorbeeld **parkeerdruk en bezetting op randparkings in kaart brengen, nagaan hoe bezoekers zich van parkeerplaatsen naar het centrum verplaatsen en wat het effect is van ingrepen zoals nieuwe bewegwijzering of aantrekkelijkere looproutes**. Ook herkomst- en bestemmingsanalyses maken duidelijk welk verkeer doorgaand is en welk verkeer effectief de stad als bestemming heeft, wat waardevolle input biedt voor een evenwichtig mobiliteitsbeleid.



Vanuit deze use cases werd gekozen om in te zetten op de aanbesteding van vier soorten data:

Druktemeting van personen

Metten hoeveel mensen zich op een bepaald moment of binnen een bepaalde periode op een specifieke locatie bevinden. Denk aan straten, pleinen of winkelgebieden. De data helpen om drukte te monitoren, inzicht te krijgen in bezoekersprofielen en looplijnen, de samenhang vast te stellen met evenementen en acties. Optioneel kunnen ook **socio-economische kenmerken en weersinvloeden** worden meegenomen. Idealiter kan de data worden gekoppeld aan historische weersinformatie.

Druktemeting van voertuigen

Zicht krijgen op hoeveel verkeer er op een bepaald moment of gedurende een periode op een specifieke locatie passeert, met een onderscheid tussen verschillende **vervoersmodi** zoals bv. auto's, vrachtwagens en fietsers. Ook **parkeerdruk en verkeersstromen** (richting en flow) kunnen zo in beeld gebracht worden.

Bestedingsinformatie

Inzicht krijgen in het koopgedrag binnen een stad of gemeente. Bijvoorbeeld door het aantal transacties, het aantal unieke kopers of de totale transactiewaarde te kennen, uitgesplitst per tijdsperiode en locatie. Een verdere **opsplitsing per economische sector en profiel van de koper** (zoals woonplaats of leeftijd) wordt als meerwaarde beschouwd.

Binnenstappers

Metten hoeveel mensen effectief een handelszaak of horecazaak binnenstappen. Dit helpt om het verschil te begrijpen tussen passanten en echte bezoekers. Dit moet men kunnen afzetten tegen **evenementen en acties** die georganiseerd worden. Idealiter krijgt de gemeente zo ook meer informatie over het **socio-economische profiel** van de klanten.

Structuur van de raamovereenkomst

De raamovereenkomst werd opgedeeld in percelen, elk gekoppeld aan een specifiek type data. Leveranciers konden inschrijven op één of meerdere percelen. Er werd bewust gekozen voor bestaande en bewezen data-oplossingen, en voor leveranciers met een uitgewerkte dienstverlening zodat de lokale besturen maximaal ontzorgd worden.

Andere belangrijke elementen in de raamovereenkomst zijn:

- **Eigenaarschap:** de stad of gemeente blijft eigenaar van de aangekochte data.
- **Toegankelijkheid:** data zijn beschikbaar via een gebruiksvriendelijk dashboard en in technisch leesbaar formaat.
- **Standaardisatie:** data moeten maximaal voldoen aan de Vlaamse OSLO-standaard.
- **Privacy:** data worden GDPR-conform verzameld en aangeboden.

Een aantal van deze eisen komt voort uit de bezorgdheid rond het ontstaan van eilandjes met data. Zeker bij kleinere steden en gemeenten die geen eigen dataexperts of -platform hebben waar data volgens algemene principes worden samengebracht en verwerkt, is dit een frequent voorkomend probleem. Het is vaak onduidelijk waar data worden opgeslagen en hoe toegang te verkrijgen is. Om dit te voorkomen, moeten **besturen duidelijke eisen stellen rond eigenaarschap, toegankelijkheid en standaardisatie van data**. Eenmaal een bestuur toegang heeft tot al haar data, kan het bestuur bovendien **data combineren**. Alleen zo kunnen we de zogenaamde 'wicked problems' aanpakken, wanneer de data uit verschillende domeinen aan elkaar gekoppeld kunnen worden.

Minicompetities: open voor alle West-Vlaamse lokale besturen

De raamovereenkomst vormt een kader. **Via de raamovereenkomst werd voor elk type data één of meerdere oplossingen gevonden en gegund.** Dat wil zeggen dat er voor elk type data één of meerdere leveranciers een voorstel indiende dat voldeed aan de vraagstelling in de raamovereenkomst. In totaal werd de gunning toegekend aan vijf verschillende data-aanbieders waarvan de meesten meerdere types data aanbieden.

Via de raamovereenkomst kunnen de steden en gemeenten eenvoudig deze oplossingen aankopen binnen een contractueel kader. Het enige wat de steden en gemeenten in DAKS 2.0 nog moesten doen, was een concrete vraag stellen: een omschrijving van wat ze precies wilden meten, waar en wanneer. Hier maakten de leveranciers vervolgens een concrete offerte voor op. Dit mechanisme wordt een minicompetitie genoemd: de data-aanbieders treden binnen de respectievelijke percelen terug in competitie met elkaar met hun offerte als antwoord op de concrete vraag van een bestuur.

Dit mechanisme is echter niet alleen toegankelijk voor de partijen die deel uitmaken van het project DAKS 2.0. **De raamovereenkomst werd zo geschreven dat alle lokale besturen uit West-Vlaanderen er gebruik van kunnen maken.** Zo kan elk lokaal bestuur op eenvoudige wijze een minicompetitie opstarten en een concrete offerte vragen bij de geselecteerde data-aanbieders.

Vereisten:

- De aanvraag wordt ingediend door een **wettelijke vertegenwoordiger** van het lokaal bestuur.
- De aanvraag vermeldt duidelijk **het doel en het maximale budget** van de opdracht. Dit geformuleerde maximale budget mag in geen enkel geval overschreden worden. **Als het lokaal bestuur in kwestie dit budget alsnog wenst te overschrijden, wordt dit opnieuw voorafgaand aangevraagd** aan en expliciet goedgekeurd door KERNpunt via onderhavige procedure.
- **De aanvraag wordt via mail gestuurd** naar info@KERNpunt.be met als titel 'aanvraag afname raamovereenkomst voor de aankoop van data voor druktemeting en bijbehorende diensten'.

De uitgebreide procedure om gebruik te maken van het raamcontract, kan je raadplegen op www.kernpunt.be.

De data-aanbieders

De gegunde leveranciers en hun oplossing worden hieronder kort geschetst.

Perceel 1 – Druktemeting van personen

CrowdScan biedt een innovatieve manier om drukte in kaart te brengen zonder camera's of tracking. De technologie is ideaal voor evenementen, winkelstraten of pleinen waar inzicht in de bezetting cruciaal is. Gemeenten krijgen via een helder dashboard realtime zicht op hoeveel mensen zich in een zone bevinden, zodat ze snel kunnen schakelen bij drukte, veiligheid of evaluatie van acties. De oplossing is volledig privacyvriendelijk en flexibel inzetbaar, ook bij tijdelijke opstellingen.

Citymesh helpt steden om bezoekersstromen te begrijpen en te sturen. Met hun oplossing kunnen gemeenten zien wanneer en waar het druk is, en hoe mensen zich door het centrum bewegen. Dit biedt waardevolle input voor het afstemmen van openingsuren, personeelsinzet of het plannen van evenementen. De data zijn visueel en makkelijk te interpreteren, zodat ook kleinere besturen er meteen mee aan de slag kunnen.

The Retail Factory verzamelt data op basis van wifi-scanners en optische sensoren. Gemeenten krijgen niet alleen inzicht in hoeveel mensen er zijn, maar ook hoelang ze blijven, waar ze vandaan komen en hoe ze zich verplaatsen. Dit maakt het mogelijk om gericht beleid te voeren, acties te evalueren en handelaars te ondersteunen met concrete inzichten. The Retail Factory biedt een intuïtief dashboard, rapportering en ondersteuning bij beleidsinterpretatie.



Perceel 2 – Druktemeting van voertuigen

Telraam maakt verkeer inzichtelijk tot op straatniveau. Gemeenten kunnen zien hoeveel voetgangers, fietsers, auto's en vrachtwagens passeren (opgedeeld in 10 verschillende vervoerscategorieën), inclusief richting en snelheid. Dit helpt bij het evalueren van circulatieplannen, het verbeteren van verkeersveiligheid en het onderbouwen van mobiliteitsmaatregelen. De data zijn open en eenvoudig te raadplegen, ook voor kleinere besturen.

Movias biedt een totaaloplossing voor verkeersmetingen, van tijdelijke campagnes tot permanente monitoring. Via hun GADER-platform krijgen steden toegang tot een waaier aan verkeersdata, inclusief historische metingen in Vlaanderen. Dit maakt het mogelijk om snel en zonder technische kennis analyses uit te voeren, bijvoorbeeld bij herinrichting van straten of het plannen van mobiliteitsingrepen.

The Retail Factory biedt ook in dit perceel een oplossing. Gemeenten krijgen inzicht in hoe mensen zich door de gemeente verplaatsen, niet alleen te voet maar ook via andere vervoersmodi (vier categorieën), hoelang ze blijven en waar ze vandaan komen. Dit maakt het mogelijk om het mobiliteitsbeleid af te stemmen op lokale noden en kansen. The Retail Factory biedt een intuïtief dashboard, rapportering en ondersteuning bij beleidsinterpretatie.

Perceel 3 – Bestedingsinformatie

Movias brengt koopstromen en bestedingsgedrag in kaart via het RetailSonar-platform. Gemeenten krijgen inzicht in waar bezoekers vandaan komen, hoeveel ze besteden en hoelang ze blijven. Dit helpt bij het aantrekken van investeerders, het ondersteunen van lokale handel en het evalueren van economische initiatieven. De data zijn visueel, interactief en makkelijk te gebruiken.

Perceel 4 – Binnenstappers

The Retail Factory helpt gemeenten en handelaars om te begrijpen hoeveel passanten ook effectief een winkel binnenstappen, incl. hun demografische profiel. Dit biedt directe inzichten in de aantrekkelijkheid van etalages, campagnes en winkelzones. Gemeenten kunnen deze data gebruiken om handelaars te ondersteunen en het winkelgebied te versterken.

CrowdScan biedt verschillende soorten oplossingen om de binnenstappers te monitoren. Dit kan in pure aantallen of met inzicht in het demografische profiel. Ook hier geven data inzicht in aantrekkelijkheid van etalages, campagnes en winkelzones, en kunnen gemeenten deze data gebruiken om handelaars te ondersteunen en het winkelgebied te versterken.

Na controle krijgt de aangeduide persoon binnen het lokaal bestuur toegang tot de documenten die deel uitmaken van de raamovereenkomst.



Uitdagingen en lessons learned uit de raamovereenkomst

Tijdens de uitvoering van het project kwamen enkele uitdagingen naar boven rond de raamovereenkomst. Zoals het project DAKS 2.0 kon voortwerken op de ervaringen en lessen van eerdere projecten, wordt gehoopt dat het delen van onze lessen andere projecten en organisaties kan helpen.

Inhoudelijk: het venijn zit in de details

De raamovereenkomst startte met een intensief traject waarin de use cases van de steden werden besproken om de gemene delers te vinden. Daarin werd veel gesproken over verkeersdrukte en verkeersstromen. Het perceel 'druktmetingen voertuigen' in de raamovereenkomst is dus vooral gericht op het meten van rijdend verkeer (perceel 2). Achteraf, tijdens de minicompenties, bleken de besturen ook vaak parkeerdrukte te willen meten en de bezettingsgraad van parkings. De beschikbare data-oplossingen in de raamovereenkomst zijn daar op zich minder voor geschikt. Om de bezettingsgraad van parkings te meten, had de vraag in de raamovereenkomst anders gesteld moeten worden of de raamovereenkomst uitgebreid. Dit vraagt immers een andere meetmethode dan data verzamelen over voorbijrijdende voertuigen.

TIPS

Het venijn zit in de details. Praat de use cases nog grondiger door. Iedereen denkt te weten wat anderen bedoelen wanneer courante termen gebruikt worden, zoals 'verkeer' en 'drukte', maar toch kunnen mensen onderling een ander begrip hebben van dezelfde woorden.

Onderschat de doorlooptijd van het opstellen en gunnen van een raamovereenkomst niet.

Eind 2023 werd gestart met het grondig doorspreken van de use cases van de steden, ter voorbereiding van de raamovereenkomst. In de loop van 2024 werd de raamovereenkomst uitgewerkt, gepubliceerd en onderhandeld en begin 2025 gegund. Als gevolg daarvan bleef slechts een klein jaar over voor de steden om hun concrete vraag uit te werken, in onderhandeling te treden met de data-aanbieders rond die vraag en hun project op te starten. De eerste minicompentie werd afgerond in de zomer van 2024, en de laatsten waren nog bezig bij de opmaak van dit rapport.

TIPS

De raamovereenkomst vormt een belangrijk kader voor de samenwerking tussen de lokale besturen en de data-aanbieders. Om dit goed te doen binnen de complexe context, is tijd nodig.

Zelfs een lichte minicompentie vraagt tijd

Hoewel de raamovereenkomst het volledige kader voorziet en de procedure voor de minicompenties heel licht gehouden werd, hebben de lokale besturen toch de nodige tijd en begeleiding nodig om de minicompentie succesvol af te ronden. Wie betrokken was bij de raamovereenkomst kent het hele raamwerk en is al lang vertrouwd met de use cases die de afdelingen lokale economie bij de verschillende besturen bezighouden. Maar op het moment dat het lokale bestuur een concrete vraag wil formuleren voor een minicompentie, moeten ook binnen het lokale bestuur de juiste procedures gevolgd worden en de juiste mensen betrokken: de aankoopafdeling zal zich vertrouwd willen maken met de aanbestedingsprocedure en bepaalde processen opleggen, en de juiste goedkeuringsprocessen moeten gevolgd worden binnen het lokaal bestuur, zoals bv. een goedkeuring op het college van project en budget.

TIPS

Hoe licht je de procedure van de minicompentie in een dergelijk raamcontract ook maakt, het project zal binnen het lokale bestuur als elk ander aankoopproject worden behandeld. Wees daarop voorbereid.

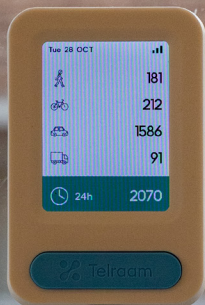
Niet alle leveranciers zijn even vertrouwd met aanbestedingen

Sommige data-aanbieders bleken de getrapte procedure verwarrend te vinden. Hoewel de procedure volledig werd beschreven in het bestek, waren sommigen verbaasd dat er na de gunning van de raamovereenkomst nog minicompenties volgden met elke stad. Ondertussen zijn de gegunde leveranciers het gewend en zullen niet meer verrast zijn bij nieuwe minicompenties.

TIPS

Voorzie ook een mondelinge toelichting van de procedures aan de kandidaat-leveranciers.

TIPS OM AAN DE SLAG TE GAAN MET DATA



Start klein

Ook met een beperkt budget kan je zinvolle stappen zetten. Begin klein, leer bij en breid daarna uit, geografisch of functioneel. Een eerste stap kan bijvoorbeeld een eenvoudige druktemeting zijn op één of enkele strategische locaties. Zo bouw je ervaring op met wat zo'n project allemaal inhoudt, het interpreteren van data, het afstemmen met interne diensten en het communiceren van inzichten naar stakeholders.

Tijdelijke sensoren kunnen een laagdrempelige manier zijn om te starten. Denk aan toepassingen bij wegenwerken, evenementen of seizoensdrukke. Ze bieden waardevolle inzichten zonder dat je meteen een langdurige investering moet doen.

Door klein te starten, kan je ook beter inschatten wat werkt voor jouw gemeente. Je ontdekt welke data relevant zijn, welke visualisaties bruikbaar zijn voor je doelgroep, en hoe je intern draagvlak creëert. Op basis van die ervaring kan je later uitbreiden, bv. naar andere locaties, of door extra functionaliteiten toe te voegen zoals koppelingen met parkeerdata, weerdata of bezoekersstromen.

Zorg voor een scherpe vraagstelling

Een duidelijke vraagstelling is cruciaal. Denk niet in algemene termen ('we willen druktemeting'), maar in concrete beleidsvragen: 'Wat is de impact van evenementen op mijn bezoekersaantallen?', 'Komen werknemers van het bedrijventerrein naar het centrum?'.

Zoek antwoord op de vragen:

- Wat wil je weten?
- Wat wil je meten?
- Waar wil je het meten?
- Waarom is dat relevant voor je beleid?
- Hoe zal je de data gebruiken?

De gekozen doelstellingen bepalen mee welke meetmethodes meer of minder geschikt zijn. Maak dit dus expliciet zodat potentiële data-aanbieders hun aanbod hierop kunnen afstemmen.

Denk er ook aan dat iemand die niet in de gemeente woont of werkt, waarschijnlijk niet weet wat voor jou 'het kernwinkelgebied' of 'het centrum' ligt, dus benoem de straten en duidt ze aan op een kaartje.

Betrek lokale stakeholders

Lokale betrokkenheid verhoogt de kans op succes. Verschillende steden in het project organiseerden informatiesessies voor hun lokale ondernemers. Blankenberge organiseerde bijkomend ook een bevraging om de vraagstelling af te stemmen op de reële noden. Zulke initiatieven verhogen de betrokkenheid en de bereidheid om locaties ter beschikking te stellen voor meetopstellingen.

Maak aan je lokale stakeholders duidelijk:

- wat het doel van het project is;
- wat er gemeten wordt;
- waarom dit waardevol is voor de lokale handelaars en horeca;
- hoe de data gebruikt en gedeeld zullen worden;
- dat/hoe je ieders privacy beschermt.



© Tiny Bogaerts

Kijk eens over de grens van of binnen jouw organisatie

De projectstructuur van DAKS 2.0 zorgde voor een waardevolle dynamiek van uitwisseling van ervaring en inzichten tussen de deelnemende besturen. **Elke stad of gemeente heeft zijn eigen aanpak of werking. Die verschillen maken dat elk bestuur wel iets kan leren van een ander.** Als je aan de slag gaat met data, leg je oor dan eens te luister bij andere steden en gemeenten.

Ook binnen jouw organisatie valt er mogelijk van alles te rapen. Informeer eens bij de andere afdelingen of zij data verzamelen die zinvol is voor jou? Of hebben zij interesse om samen data aan te kopen? Met de druktemetingen in DAKS 2.0 werd vooral de samenwerking opgezocht tussen de diensten lokale economie, mobiliteit en toerisme.

Vergeet ook de ondersteunende diensten niet. Hoewel de kleine steden niet de grote ICT-afdelingen hebben van de grote steden, zit er toch veel kennis en enthousiasme rond data en techniek bij de eigen IT-medewerkers. Betrek ze vroeg in het proces zodat je rekening kan houden met hun kennis. Ze kunnen je de nodige vereisten meegeven rond toegang en beveiliging van de aangeboden oplossingen, en ze kunnen kritisch meekijken naar de integratiemogelijkheden. Betrek ook collega's met operationele kennis, bv. zij die weten waar de stopcontacten voor de kerstverlichting zitten. Ze kunnen je helpen om geschikte locaties te kiezen om sensoren te plaatsen. Je vermijdt sowieso verrassingen en creëert intern draagvlak.

Wees tegelijk duidelijk over wat collega's intern wel en niet kunnen opnemen.

Voor ondersteuning bij de interpretatie van cijfers, de opmaak van dashboards en rapporten, het bepalen van sensorlocaties of het opleiden van medewerkers die met de dashboards werken, is vaak externe expertise nodig.

Treed in dialoog met data-aanbieders

Laat je niet enkel leiden door de salespresentatie van een data-aanbieder, of door wat hij heeft neergeschreven in een offerte. **Eenmaal in gesprek komt veel meer tot leven wat je wil doen, wat realistisch is en wat minder, wat de budgettaire of technische impact is van bepaalde elementen in je vraag ...** De leveranciers willen natuurlijk iets verkopen, maar ze zijn ook specialisten in hun vak. **Bouw in je aankoop dus zeker een onderhandelingsfase in,** zodat je in dialoog kan treden. En nodig alle aanbieders uit, ook zij die je op het eerste gezicht minder aanspreken. Laat hen hun sensoren tonen, een demo van hun dashboardomgeving geven, ga samen de straat op naar de gebieden die je wil meten. Je staat immers aan het begin van een intense samenwerking over een heel technisch en complex onderwerp. Zoals één van de steden aangaf in hun tips: je wil dit doen met een partij die je vertrouwen geeft.

Denk na over toegankelijkheid van data

Denk goed na wie met de data aan de slag zal gaan en hoe die de data te zien krijgt. Heb je al een datawarehouse of dataplatform? Dan zal je de data willen laten integreren in je bestaande systemen en tools. Heb je nog niets, dan zal je gebruik willen maken van de visualisaties van de data-aanbieders. Let er in dat laatste geval op dat je per leverancier een ander dashboard aangeleverd krijgt. Wil je de data van verschillende aanbieders naast elkaar zien, dan zal je de diverse dashboards (met elk hun eigen structuur en werking) naast elkaar moeten zetten. Als je zo veel datastromen verzamelt, zal je de piste van één platform nog eens willen overwegen (zie ook hoofdstuk 7 Vervolg). Veel zal dus afhangen van de doelgroep van de visualisatie: Is dat één dienst of meerdere diensten, willen zij data zien in één gecombineerd dashboard of vinden ze het niet erg om tussen meerdere systemen te moeten switchen?

Overweeg om bewoners en handelaars toegang te geven tot de verzamelde data, zeker de handelaars die actief deelnemen door meetlocaties ter beschikking te stellen. Bespreek dit tijdens de onderhandelingen, zodat leveranciers de juiste mogelijkheden kunnen voorzien. Denk bijvoorbeeld aan:

- gedetailleerde data zoals jij ze ontvangt;
- algemene grafieken op de gemeentelijke website;
- doelgroepspecifieke inzichten (een statische tabel of grafiek) delen via nieuwsberichten.

Wees voorzichtig met interpretaties

Dit soort metingen geeft trends weer binnen een stad of gemeente. De data-aanbieders adviseren zelf om voorzichtig te zijn met absolute cijfers die uit hun meetmethoden voortkomen, als dergelijke cijfers al gegeven worden. **Achter de gegevens schuilen complexe berekeningen.** De metingen zijn voornamelijk bedoeld om trends af te leiden binnen een bepaalde meetopstelling, zoals **verschillen en ontwikkelingen in de tijd, geografische verspreiding en andere patronen.** De resultaten geven inzicht in gebeurtenissen binnen een stad en kunnen door de stad worden geïnterpreteerd om de betekenis van drukte op een locatie te bepalen. Ze leveren echter niet steeds betrouwbare exacte cijfers op over het totale aantal mensen dat zich op een bepaalde dag in een stad of gemeente bevindt.

Wees realistisch over budget en timing

Hou rekening met doorlooptijden van procedures. Geef jezelf en de leveranciers tijd om een doordachte vraag en een correct voorstel uit te werken. Geef ze de tijd om de stad of gemeente te verkennen en bied aan om mee te gaan.

Hou er rekening mee dat een project **eenmalige kosten en recurrente kosten** zal bevatten. Eenmalig voor onder andere de opstart, installatie en eventuele aankoop van hardware. Recurrent voor de dienstverlening, zoals de verwerking van de ruwe sensordata tot zinvolle meetgegevens, het aanbieden van een visueel portaal met de meetresultaten, ondersteuning vragen, eventuele huur of leasing van de hardware en dergelijke meer.

Gebruik het raamcontract

Het raamcontract staat ter beschikking van alle lokale besturen uit West-Vlaanderen, mits overleg met KERNpunt. **Het raamcontract is een krachtig aankoopinstrument. Je koopt niet alleen data aan, maar maakt meteen ook gebruik van een aantal belangrijke bepalingen rond privacy, security, integratiemogelijkheden, interoperabiliteit, eigenaarschap van data en vermijden van vendor lock-in.** Zo kan je als lokaal bestuur, niet alleen je data bekijken in de instrumenten die de data-aanbieder aanbiedt. Je kan de data ook hergebruiken, ter beschikking stellen als open data of koppelen aan andere bronnen.

Elk lokaal bestuur kan haar eigen minicompetitie(s) uitschrijven, op maat van haar noden. Dat biedt flexibiliteit, maar vraagt ook voorbereiding. Elke afname vergt tijd en inspanning. Zorg dat je goed weet wat je wil meten, waarom je dat wil, en wanneer je de resultaten nodig hebt.



VERVOLG: VAN EXPERIMENT NAAR DATAGESTUURD BELEID

DAKS 2.0 als springplank voor datagedreven beleid

Met DAKS 2.0 zijn enkele belangrijke stappen gezet, maar **het potentieel voor slim gebruik van data in kleine steden is nog lang niet uitgeput**. Dankzij de steun van VLAIO en de Provincie West-Vlaanderen kon KERNpunt een raamovereenkomst uitschrijven waar alle West-Vlaamse lokale besturen gebruik van kunnen maken. De meeste projectpartners hebben al data aangekocht of zullen dat zeer binnenkort doen. Daarmee kunnen ze de komende maanden en jaren inzichten verwerven in het gedrag van bezoekers in hun stad of gemeente.

Van data naar actie: beleidsimpact in kleine steden

DAKS 2.0 toont aan dat datagedreven werken niet alleen is weggelegd voor grote steden. **Ook voor kleinere besturen is het haalbaar en zinvol om met behulp van data gerichter beleidsacties uit te werken en te evalueren.** Gemeenten zullen ervaring opbouwen met het werken met data, het gebruik van dashboards, het monitoren van hun stadskern en het vertalen van inzichten naar concrete beleidsacties. Ze kunnen objectief evalueren wat de impact is van ingrepen in het openbaar domein of van campagnes ter ondersteuning van lokale evenementen en handelaars. Beleidskeuzes kunnen onderbouwd en verdedigd worden met objectieve gegevens, en lokale ondernemers kunnen geïnformeerd en ondersteund worden op basis van cijfers in plaats van buikgevoel.

De volgende stap: data actief inzetten in beleid

Tot nu toe lag de nadruk vooral op het afsluiten van overeenkomsten met leveranciers en het plaatsen van meetapparatuur zodat data verzameld kunnen worden. Maar dat is slechts het begin. **De volgende stap is het actief inzetten van data in de beleidswerking.** Dit betekent dat de verzamelde data geïnterpreteerd moeten worden, in hun context geplaatst, en van daaruit conclusies getrokken. Gemeenten willen bijvoorbeeld weten of hun mobiliteitsingrepen of evenementenbeleid effectief zijn, hoe ze kunnen omgaan met parkeerdruk, of welke adviezen ze kunnen geven over openingsuren aan lokale handelaars. De data ondersteunen, maar maken zelf geen beleidskeuzes of sturen geen beleid bij.

Capaciteit en datasilo's: extra uitdagend voor kleine besturen

De ambities bij de besturen zijn vaak hoog, maar de interne capaciteit en expertise is – nog meer dan in grote lokale besturen – een reële uitdaging. **Veel besturen beschikken niet over eigen dataspecialisten. Daar komt nog bij dat de grote meerwaarde te vinden is daar waar verschillende datastromen samenkomen.** Het valt op hoe data in kleine steden nog stevast in silo's zit. Er is bijvoorbeeld data van de bezettingsgraad van de parkings, maar die wordt maandelijks via Excel naar één collega gestuurd. Er zijn metingen op de openbare wifi, maar alleen in een paar grafieken op een specifieke website, zonder dat de data toegankelijk zijn.

Data combineren als hefboom voor de toekomst

Een belangrijke volgende stap zal voor veel kleine steden liggen in **het samenbrengen van alle verschillende datastromen naar één platform.** Zo'n platform biedt flexibiliteit, regelt de integraties met de verschillende databronnen en laat toe om data te combineren over departementen heen. Het stelt steden in staat om niet binnen één departement naar één databron te kijken (vb. passantentellingen of mobiliteit), maar om datastromen te combineren (vb. mobiliteit, luchtkwaliteit, evenementen en burgersveerbaarheid). Ook proactief beleid met voorspellende modellen op basis van artificiële intelligentie en 'digital twins' liggen dan binnen handbereik.

Eigenaarschap en interoperabiliteit als investering in de toekomst

Dit toekomstperspectief vraagt om **een groeimodel waarbij besturen stapsgewijs meer eigenaarschap nemen over hun data.** De data die via het raamcontract worden aangekocht, voldoen alvast aan de nodige basisvereisten voor dit toekomstperspectief. Ze moeten worden aangeboden in een technisch leesbaar formaat en volgens de geldende standaarden. Want dataplatformen, artificiële intelligentie en 'digital twins' zijn ronkende termen, maar ze vragen een robuuste en degelijke basis aan data.

Interoperabiliteit is daarom een belangrijk onderdeel van het raamcontract. Het is zeker voor kleinere steden en gemeenten moeilijk om hier meteen al de voordelen van te benutten. Het is evenwel een noodzakelijke investering in de toekomst. Eenmaal een lokaal bestuur goed aan de slag is met data, zal de noodzaak van interoperabiliteit in data en tussen systemen vanzelf naar boven komen. Het is echter **quasi onmogelijk om dit achteraf nog te voorzien** in bestaande contracten.

Open data: van eigendom naar gemeenschap

Tot slot laten de data uit het raamcontract de besturen ook toe om verder in te zetten op open data, een onderwerp dat al lang leeft, maar nog niet aan belang heeft ingeboet. Omdat de data eigendom zijn van de stad, kan het bestuur **zelf kiezen met wie ze die deelt en ze desgewenst teruggeven aan de gemeenschap als open data**. Gemeenten willen hun data kunnen ontsluiten, niet alleen voor intern gebruik, maar ook voor burgers en ondernemers.

Samen sterker

Een ander toekomstperspectief is de **versterking van samenwerking tussen gemeenten**. Door cases met een grote gemene deler te kiezen als piloten, kunnen schaalvoordelen worden benut. Toekomstige projecten zullen hopelijk voortbouwen op de data en inzichten die in DAKS 2.0 en andere dataprojecten verzameld werden. Deze datasets volgen dezelfde standaard en zijn dus een dankbare bron voor **gestandaardiseerde indicatoren en rapportering**. De gegevens kunnen op die manier onderling vergeleken worden, waardoor lokale trends en dynamieken in een ruimer kader kunnen geïnterpreteerd worden. Lessen uit dit en andere projecten kunnen dus verder benut worden om te komen tot een lerend netwerk waarin steden en gemeenten ervaringen en oplossingen uitwisselen en elkaar gaan versterken.

WOORDENLIJST

We begrijpen dat het niet evident is om de weg te vinden als toevallige passant in het taalgebruik rond detailhandelsdata, daarom voorzien we hier een overzicht met de belangrijkste terminologie.

Term	Verklaring
Bestek	Document waarin de opdracht en voorwaarden voor een overheidsopdracht worden vastgelegd.
Binnenstappers	Personen die effectief een winkel of horecazaak binnenstappen, in tegenstelling tot enkel passeren.
Conversiegraad	Percentage van passanten of bezoekers dat overgaat tot een gewenste actie, zoals het betreden van een winkel of het overgaan tot een aankoop.
Dashboard	Visuele weergave van data via grafieken en tabellen, vaak interactief.
Datasilo's	Afgesloten databron binnen een organisatie, afdeling of systeem die niet gedeeld wordt met anderen. Hierdoor blijven gegevens versnipperd en kunnen ze niet gecombineerd worden met andere data, wat samenwerking en inzicht belemmert.
Digital twin	Een digitale kopie van een fysiek object, proces of systeem. Deze virtuele versie gebruikt realltime data om te tonen hoe het echte object presteert, reageert of evolueert. Zo kunnen organisaties situaties simuleren, voorspellingen doen en beslissingen beter onderbouwen.
Gunning	Toewijzing van een opdracht aan een leverancier na evaluatie van de offertes.
Interoperabiliteit	De mogelijkheid voor verschillende systemen of databronnen om goed met elkaar samen te werken en informatie uit te wisselen. Dit gebeurt door gebruik te maken van afspraken (standaarden) en veelgebruikte technische methodes, zodat alles vlot op elkaar aansluit.
Looplijnen	Bewegingspatronen van mensen in een gebied, bv. doorheen of tussen winkelstraten.

Minicompetitie	Procedure binnen en volgend op een raamcontract waarbij meerdere leveranciers opnieuw in competitie treden voor een specifieke opdracht.
Open data	Gegevens die vrij beschikbaar zijn voor iedereen. Iedereen – van burgers tot bedrijven en (andere) overheden – kan deze data gebruiken, bijvoorbeeld om eigen analyses te maken of beslissingen te ondersteunen.
OSLO-standaarden	Open Standaarden voor Linkende Organisaties, bedoeld om gegevensuitwisseling tussen overheden te vergemakkelijken. Meer informatie: https://www.vlaanderen.be/digitaal-vlaanderen/onze-diensten-en-platformen/oslo
Passantentelling	Meting van het aantal mensen dat op een bepaalde locatie passeert.
Percelen	Onderdelen van een bestek (die doorgaans afzonderlijk gegund kunnen worden aan verschillende leveranciers).
Profilering	Analyse van kenmerken van bezoekers (bv. leeftijd, geslacht) op basis van sensordata.
Raamcontract	Contract dat een kader biedt voor toekomstige opdrachten, waarbij de exacte afname later bepaald wordt.
Vendor lock-in	Situatie waarbij een klant (een bedrijf of individu) afhankelijk wordt van een specifieke leverancier van producten of diensten, waardoor overstappen naar een concurrent te duur, tijdrovend of technisch te ingewikkeld wordt.



NOTITIES

DAKS 2.0

DATA IN KLEINE STEDEN

VLAIO



Vlaanderen
is ondernemen

west-vlaanderen
de gedreven provincie



POM
West-Vlaanderen



KERNpunt
voor sterke samenlevingen
in West-Vlaanderen

Blankenberge

diksmuide
gemeente

h.b
Harelbeke

stad
menen
waar je thuiskomt

Oost
kamp

WAREGEM
gemeente

Veurne
gemeente

Deze publicatie kwam tot stand
dankzij de inbreng van Stad
Blankenberge, Stad Diksmuide,
Stad Harelbeke, Gemeente
Oostkamp, Stad Menen,
Stad Waregem, Stad Veurne,
KERNpunt, POM West-
Vlaanderen en Sirius

Opmaak: november 2025

V.U. Jean de Bethune,
Leiestraat 22, 8500 Kortrijk