

Visie op Grave als historisch koopcentrum

Voorwoord:

Graveon en Hema Grave hebben samen met deelnemers aan de Stichting de Graafse straatjes en een lid van de vereniging horeca Grave, het initiatief genomen om het gewenste toekomstige winkelbestand voor Grave in kaart te brengen. Maatregelen worden voorgesteld om Grave als historisch koopcentrum te versterken.

Aanleiding is de bouw van het Hart van Grave waar in totaal 2000 m² extra winkelruimte gaat ontstaan met daarbinnen een Hema-vestiging.

Een Denktank is opgericht. Deelnemers van de Denktank zijn ondernemers uit Grave. Het zijn ervaren ondernemers en deskundigen ten aanzien van onroerend goed beheer en verhuur. Kennis ten aanzien van de huidige ontwikkeling van winkelgebieden in steden en de huidige problemen die daar bij spelen, is aanwezig.

Hema Grave heeft voor de inbreng van veel onderzoeksmateriaal gezorgd.

De bijeenkomsten van de Denktank hebben creatieve en scherpe debatten opgeleverd. Geloof in de sterke kanten van Grave die beter benut kunnen worden is de drijfveer van een ieder geweest. Met name het toekomstige gewenste winkelbestand van Grave heeft veel aandacht gekregen. Hiervoor is een totaal overzicht als bijlage opgenomen. Het is van belang dat de nieuw aan te trekken winkels geen concurrentie vormen met reeds gevestigde winkels en het aantal filialen van grootwinkelbedrijven beperkt blijft.

Deze visienota is bestemd voor ondernemers in Grave, ontwikkelaars, bewoners van Grave en de gemeente. Deze visienota kan ook gebruikt worden om nieuwe ondernemers te zoeken om zich te vestigen in Grave, en ondernemers die zich willen vestigen te adviseren en te begeleiden.

Namens de Denktank,

Jacqueline Le Grand,
voorzitter

Inhoudsopgave:

1. Inleiding
2. Huidig winkelbestand Grave en huidige problemen
3. Oplossingen, aanbevelingen en flankerend beleid en de verantwoordelijke partijen hiervoor
4. Grave in de toekomst
5. Vervolg aanpak

Bijlage:

1. Leden Denktank
2. Voorstel toevoegingen aan het bestaande winkelbestand Grave
3. Bronnen

1. Inleiding

Grave heeft zich jarenlang in alle rust kunnen ontwikkelen waardoor veel sterke aspecten van het plaatsje bewaard zijn gebleven. In de komende drie tot vijf jaar zullen er grote ontwikkelingen in het centrum van het stadje plaatsvinden. Hierdoor kan het evenwicht in het centrum verstoord raken en kunnen sterke onderdelen van Grave verloren gaan. Het gaat om de volgende zaken:

1A) De gemeente Grave gaat plannen uitvoeren, die het centrum van Grave gedurende meerdere jaren zullen gaan ontregelen. Het betreft:

- de bouw van het Hart van Grave midden in de binnenstad
- de verplaatsing van verzorgingstehuis Maaszicht naar het Wisseveld
- nieuwbouw van ± 100 woningen op het vrijkomende terrein bij de entree van Grave bij de Jan van Cuijdijk.

Beide projecten gaan 3 tot 5 jaar duren, waarbij het Hart van Grave als eerste van start zal gaan. De verwachte startdatum is voor de zomer 2011. De aantrekkelijkheid van Grave als historisch koopcentrum met toeristische en culturele aantrekkingskracht zal in de periode van alle bouwactiviteiten extra moeten worden gefaciliteerd. De huidige koopkracht moet in die periode behouden blijven.

1B) Maar nu reeds kan worden nagedacht wat er moet gebeuren om Grave daarna en voor de toekomst op de kaart te zetten en hiermee de koopkracht te vergroten. Motto 2011 van Graveon is;

Het ondernemerschap in de gemeente Grave draagt de plaats!

Van belang is ons te realiseren dat op dit moment de inwoners van Grave over 4% minder koopkracht beschikken dan inwoners van vergelijkbare plaatsen. (*Bron: DPO Kern Grave. Door BRO 2010*)

Het uitgangspunt is dat Grave een groot aantal sterke punten heeft die vooral behouden moeten blijven. Naast de inwoners van Grave die hun dagelijkse boodschappen doen is er een aantal winkels gevestigd met regionale en boven regionale klanten. Maar vooral komen bezoekers naar Grave voor de 'beleving' van het centrum en de koopmogelijkheden die bij deze sfeer passen.

Hierin is Grave anders dan de koopcentra in de ons omringende plaatsen. Een passend winkelaanbod, een passend horeca aanbod en cultuur is nodig om in deze "sfeer" Grave te bezoeken en er te kopen, in stand te houden en naar de toekomst te versterken.

Dit vraagt om een visie en een gericht proces om het bedoelde eindresultaat te realiseren. Van belang is om er bij stil te staan dat al deze ontwikkelingen plaatsvinden in een tijd dat er een revolutie in de detailhandel plaatsvindt. Veel steden worstelen met verlies van koopkracht en met een oververtegenwoordiging aan filialen van grootwinkelbedrijven. Winkels worden kantoren en koopcentra worden kleiner. Innovatie op maat is nodig. Koopcentra waar het om **beleving** van de klanten gaat en het creëren van **binding** met de klanten, hebben kans om zich te onderscheiden. Grave kan en wil nu en in de toekomst een dergelijk koopcentrum zijn.

2. Huidig winkelbestand Grave en huidige problemen

Algemeen: 'Grave is een historisch vestingstadje en de tijd heeft de charme van het huidige stadje bepaald. De ringstraatjes met prachtige panden en oude gevels, met leuke winkeltjes, cafés, terrassen en eetgelegenheden. De markt en de maaskade als twee ankerpunten om te relaxen. Supermarkt en grotere winkels direct aansluitend aan dit historische centrum'.

(Tekst uit APPLAUS winter 2010.)

Dit klinkt goed! Toch zijn er veel zaken die de koopkracht niet ondersteunen, en aan de verwachtingen van klanten in de moderne tijd niet tegemoet komen.

Het huidige winkelbestand en de sfeer van het oude stadje is aantrekkelijk, ook voor mensen van buiten Grave. Maar deze aantrekkelijkheid is niet breed genoeg, niet voldoende gevarieerd en te weinig bekend. Onvoldoende aanbod van delicatessen en onvoldoende kwalitatieve food-winkels (geen Albert Heijn). Een te eenzijdig horeca aanbod. Het culturele aanbod is afgenomen en de oude kunstenaars kolonie bestaat niet meer.

Koopkracht:

De bestedingsmogelijkheden van de inwoners van de gemeente Grave is 4% lager dan gemiddeld wat betreft de dagelijkse boodschappen dan in vergelijkbare plaatsen (zie onderzoek DPO kern Grave 2010). Een aantal winkels echter krijgt ook klanten uit de regio en boven regionale plaatsen.

Tegelijkertijd is bekend dat steeds meer inwoners van Grave, voor bijvoorbeeld weekend inkopen naar de omringende plaatsen; Wijchen, Uden, Cuijk en Nijmegen gaan. Terwijl Wijchen op vrijdag en zaterdag veel kopers uit Nijmegen trekt, mede door het vriendelijke parkeerbeleid in het centrum.

Horeca voorzieningen zijn vooral van oudsher op de inwoners van Grave gericht. Vooral cafés met soms een eenvoudig lunch aanbod en een beperkt aantal eetgelegenheden. Drugs problemen vooral in de Maasstraat geeft de daar gelegen cafés een slecht imago. Goede mogelijkheden om zakelijk kwalitatief te lunchen zijn er niet. In het verleden voorzag hierin het restaurant Luden van Het Arsenaal. Zoals gezegd, de horeca voorzieningen zijn te eenzijdig en onvoldoende ingesteld op wensen van een koopkrachtiger publiek van buiten Grave. Dit publiek wil na het winkelen wel de sfeer van de historie genieten, maar stellen moderne eisen aan een aperitief, kleine hapjes, zaken lunches, en een mogelijkheid iets te kunnen eten zonder meteen te moeten dineren.

Huidige activiteiten:

Onduidelijkheid over de positie van de koopzondag en het niet hanteren van eenduidige openingstijden waar iedereen zich ook aan houdt is erg nadelig naar klanten en past niet bij ondernemerschap in deze tijd. De toeristische bezoekers die Grave aan doen, komen met name in de zomerperiode via de diverse fietsroutes. Zij besteden minimaal in de winkels van het centrum, zij benutten echter wel de horeca voorzieningen. Bezoekers die de haven van Grave met hun boot aan doen, benutten het aanbod van de winkels beter. Grote festiviteiten zoals; pinksterfeesten, Waterfestival, Smartlappenfestival etc. promoten Grave als stad, ze brengen massa's mensen naar Grave maar leveren voor de winkeliers alleen enige naamsbekendheid op maar geen directe omzet. Winkeliers hebben moeite hierop goed in te spelen en sluiten dan ook steeds meer hun deuren om geen extra kosten te maken.

De huidige weekmarkt:

De weekmarkt in Grave heeft traditioneel altijd op het historische marktplein in het centrum plaats gevonden. Recente ontwikkelingen rond de verplaatsing van de markt hebben het hardnekkige beeld doen ontstaan dat de gemeente de markt definitief wil verplaatsen. Maar er zijn meer problemen, de markt neemt af in aantrekkelijkheid, omdat het aanbod van marktproducten zich niet meer onderscheid ten aanzien van wat de winkels bieden. En dat zowel ten aanzien van kwaliteit als prijs. Bovendien zijn er iedere vrijdag ochtend te veel marktkramen leeg.

Medische ondernemers:

Grave kent binnen de publieke sector voldoende en goede aanbieders van zorg. Daarnaast is Grave van oudsher bekend geweest door een aantal grote instituten voor gezondheidszorg. Dit versterkte de naamsbekendheid van de plaats en versterkte de omzet van de winkels/horeca in Grave. Medische ondernemers die van oudsher Grave als vestigingsplaats hebben gekozen, zijn vertrokken of hun organisaties zijn ingrijpend veranderd en veel kleiner geworden. Nieuwe private medische ondernemers zoals het Flebologisch Centrum Grave, in de Klinkerstraat passen bijzonder goed bij het huidige karakter van Grave en de traditie uit het verleden. Zij trekken patiënten uit de wijde omgeving, die terugkomen en vaste klanten in de diverse winkels worden.

Om deze huidige medische ondernemers naar Grave toe te halen moet echter extra ondersteuning geboden worden. Dit geldt zowel wanneer zij interesse hebben om naar Grave te komen, als ondersteuning wanneer zij zich daadwerkelijk in Grave willen vestigen.

Leegstand in het centrum van Grave: Leegstand van winkelpanden dreigt in alle centra in Nederland, ook in het centrum van Grave. Dit komt door de economische malaise maar sterker nog doordat het koopgedrag veranderd is (internet kopen, shoppingmall's, 24-uurs economie en de bevolkingsopbouw). De hoogte van de huidige vierkante meter huurprijs kan hierbij een belemmering zijn, maar ook de aanpak van de gemeente wordt tot nu toe niet als stimulerend ervaren. Te bureaucratische reacties naar geïnteresseerde nieuwe ondernemers die zich in Grave willen vestigen. Te hoge bijdrage door kleine winkeliers in het mobiliteitsfonds.

Onvoldoende naamsbekendheid Grave:

De naamsbekendheid van Grave is onvoldoende, dit brengt met zich mee dat dit "Pareltje aan de Maas" te veel verborgen blijft. In het verleden kende heel Nederland Grave, van de radio als "Grave beneden de sluis". De laatste jaren vestigt de gemeente en het bezoekerscentrum, met name de aandacht op het historische karakter van de plaats. Grave als aantrekkelijk historisch koopcentrum, wordt onvoldoende gepromoot.

Gemeente Grave:

Binnen de gemeente Grave lijkt de beleidsontwikkeling ten aanzien van economie en toerisme niet voldoende geïntegreerd plaats te vinden. Ontwikkelingen worden niet integraal gestuurd en plannen worden niet integraal uitgevoerd. Grave kent sinds een aantal jaren het SBG (Stichting Bezoekerscentrum Grave) Dit centrum is opgericht om Grave mee te promoten en plannen om de positie van Grave te versterken mede uit te voeren. Alle ontwikkelingen op het terrein van economie zijn echter geen onderdeel van de taakstelling SBG.

3. Oplossingen, aanbevelingen en flankerend beleid en de verantwoordelijke partijen hiervoor

Algemeen:

Goede oplossingen voor de hiervoor geschetste problemen kunnen door geen van de partijen in Grave alleen worden gerealiseerd. Intensieve samenwerking en vanuit eigen verantwoordelijkheid actief mee doen, kan Grave naar de toekomst toe een positieve positie doen verwerven. Wel moeten we ons realiseren, dat gedurende de bouw periode van de diverse projecten in het centrum van Grave, er in eerste instantie zeer onaantrekkelijke fase zal ontstaan voor bezoekers van het stadje. Specifieke ondersteunende maatregelen moeten genomen worden om die periode te overbruggen. Tegelijkertijd moet er gewerkt worden aan een beter winkel –en horeca aanbod en een moderne weekmarkt. Hoofdpunten om dit te realiseren zijn; gemeente, Graveon, huidige ondernemers (detaillisten en horeca), en onroerend goed eigenaren.

Gedurende de bouw periode van Hart van Grave zullen ook de bouwers van Hart van Grave zich moeten realiseren dat zij bovenstaande uitgangspunten moet respecteren en ondersteunen. In dit verband verwijzen wij naar de brief van de Denktank aan Wethouder Daandels, waarin gepleit wordt om gedurende de bouwperiode, qua parkeren een uitzonderingspositie voor markt en ringstraten te creëren. Dit gebied extra te faciliteren, om het aantrekkelijk te houden voor bezoekers en kopers gedurende de bouwperiode.

Koopkracht

Toekomstig winkelbestand Grave:

Terughoudendheid met het aantrekken van filialen van grootwinkel bedrijven is gewenst. Veel andere plaatsen zijn hierdoor in de problemen gekomen. Het is nu juist de kracht van Grave dat deze filialen er nog niet zijn. Een enkele winkel in deze categorie kan naast de vestiging van de Hema koopkracht versterken voor dagelijkse inkopen. Er moet zorgvuldig gekeken worden welke type filiaalbedrijven daar passen. Maar het hoofdaccent moet liggen op het vernieuwen en verbeteren van de kwaliteit van het huidige winkelbestand. Naast de dagelijkse boodschappen op kwalitatief goed niveau, is het noodzakelijk om extra aanbod te krijgen voor weekendinkopen. Toeristisch winkelen, kan versterkt worden. Het horeca aanbod in Grave kan aangevuld worden met een hoogwaardig kwalitatief aanbod voor een zakelijke lunch en kleine maaltijden. Hierbij kan gedacht worden aan een variant van tratoria Da Angelo in Molenhoek of een restaurant/hotelvoorziening in het leegstaande pand van het Arsenaal. Naast de hierboven aangegeven uitgangspunten voor het winkelbestand waarbij veel nadruk moet komen te liggen op vers-food op kwalitatief goed niveau, is ook een goede boekhandel, een kleine parfumerie, een winkel voor artikelen voor ouderen etc. gewenst. Een winkel met Italiaanse, Franse, en Spaanse producten eventueel met traiteur producten om op locatie te nuttigen en -of om mee naar huis te nemen kan economie en toerisme verbinden.

Partijen: Graveon, ondernemers en gemeente.

De weekmarkt:

Zoals eerder aangegeven is de weekmarkt in Grave qua aanbod en aantrekkingskracht niet meer van deze tijd. Besloten moet worden dat de weekmarkt definitief op het marktplein blijft, dat wil zeggen na de bouw van Hart van Grave op die plek weer terug komt. Het karakter van de markt moet *dé markt voor regionale producten* voor de wijde omgeving worden. Goede voorbeelden hiervoor zijn; De Noordermarkt in Amsterdam, maar ook delen van de zaterdagmarkt in Arnhem. Een andere optie is de huidige weekmarkt te verbeteren en op vrijdag te blijven houden, maar daarnaast op zaterdagochtend een kleine markt met uitsluitend regionale producten op het marktplein te laten plaatsvinden. Deze markt met regionale versproducten kan ervoor zorgen dat het doen van weekend inkopen op zaterdag meer aantrekkingskracht krijgt. Zowel voor inwoners van Grave als bezoekers en kopers uit de regio van Grave. **Partijen: Graveon, gemeente, marktkoopliden, en externe deskundigen.**

Medische ondernemers:

Medische ondernemers, vooral in de private gezondheidszorg zijn een speciale groep ondernemers. Zij zijn van groot belang om een andere stroom publiek naar Grave te laten komen. Ook deze medische ondernemers zijn ondernemers die winst moeten maken. Bezuinigingen in de gezondheidszorg zullen ook deze ondernemers raken. Wij moeten ons realiseren dat alle plaatsen in de omgeving van Grave deze medische ondernemers graag willen huisvesten.

In het verleden duurde procedures te lang, en zijn verkoopprijzen van onroerend goed via de gemeente te hoog geweest. Goede panden zoals op dit moment Katrien” die qua traditie en kwaliteit van het gebouw geschikt zijn voor medisch ondernemerschap worden verkocht voor de hoogst haalbare verkoopprijs waarbij van ondergeschikt belang is welk soort ondernemers zich erin gaan vestigen. Met name de gemeente Grave, kan een grote rol vervullen en positief meedenken op welke wijze meer van deze medische ondernemers een vestiging in Grave kunnen en willen gaan realiseren.

Partijen: Graveon en gemeente.

Toerisme:

Toerisme is een van de speerpunten in het beleid van de gemeente Grave, maar ontwikkelt zich los van het economisch beleid. Toeristische ondernemers zijn verbonden aan het bezoekerscentrum i.p.v. aan Graveon. Voorzieningen zoals meer ligplaatsen voor passanten in de jachthaven kunnen meer bezoekers trekken. Voorzieningen om te overnachten in het stadje Grave (Hotel en -of Bed & Breakfast) zijn er niet. Het bezoekerscentrum evenals de gemeente Grave promoten Grave als een historisch vestigingsstadje en niet als een historisch koopcentrum.

Het is nodig om economie en toerisme beleidsmatig te integreren.

Nadrukkelijker aansluiten bij de toeristische ontwikkelingen in de Noordelijke Maasvallei kan de naamsbekendheid van Grave in dit opzicht versterken en meer bezoekers met meer koopkracht naar Grave laten komen.

Kunst en cultuur:

Grave huisvestte in het verleden een echte kunstenaars kolonie. Een gemeentelijk atelier en diverse andere vormen van ondersteuning waren geregeld. Dit was in die jaren een aantrekkingskracht voor het stadje Grave. Dat moet hersteld worden. Historie, cultuur en koopkracht moeten hand in hand gaan. Samenwerking met “Kunst in het Kerkje”, de zomer beeldentuin bij de Elizabeth kerk, waar een winter variant aan toe gevoegd kan worden. Allerlei zangkoren, harmonie en andere orkesten die voor een permanent aanbod van concerten kunnen zorgen, gekoppeld aan meerdere kwalitatief hoogstaande galeries kunnen dit beeld versterken.

Partijen: gemeente, Graveon bestaande en cultuurorganisaties.

De ondernemer zelf:

De ondernemers zelf moeten zich meer gaan realiseren dat alleen het gezamenlijk optrekken om de koopkracht systematisch te versterken gaat helpen. Alle andere maatregelen zijn nodig, maar zijn slechts ondersteunend. Vaste openingstijden zowel doordeweeks als bij festiviteiten en het eindelijk kiezen voor een goed beleid ten aanzien van de koopzondag, waar iedere ondernemer zich ook aan houdt, en aan mee werkt is nodig. Ook al levert het de winkels op die extra koopdagen geen grote omzet op. Het is een investering in je vaste en mogelijk nieuwe klanten. Het is bovendien een steun aan het collectief van collega ondernemers om Grave als koopcentrum op de kaart te zetten.

Maar er zijn ook goede eigen initiatieven van ondernemers. Winkeliers met een regionale en boven-regionale klantenkring, hebben in 2010 gezamenlijk geadverteerd in boven regionale bladen. Dit leverde bovendien prachtige artikelen op over Grave, de historie en de koopkracht. Deze aanpak verdient het om door te zetten en te ondersteunen.

Bovendien kan worden nagedacht over locaties waar permanente reclame mogelijk is voor Grave als

historisch koopcentrum. Andere gemeente weten dit bijvoorbeeld langs doorgaande wegen te realiseren.

Partijen: Alle ondernemers, Graveon en gemeente.

Ondersteuning voor ondernemers:

- Met onroerend goed eigenaren, een overleg starten om na te gaan of bijstelling van het huidige huurbeleid mogelijk is. Hierbij kan gedacht worden aan enigerlei vorm aan omzet gerelateerde huur.
Partijen: Graveon, gemeente, onroerend goed eigenaren, verhuurdeskundigen.
- Een coördinatiepunt kan worden opgericht dat de opdracht krijgt om ondernemers te zoeken die zich in Grave willen vestigen. Zij dienen te passen in dit winkelprofiel dat voor Grave is opgesteld.
Partijen: Graveon, gemeente, Rabobank.
- Ervaring leert dat nieuwe ondernemers al in het eerste, tweede of derde jaar na de start in de financiële problemen kunnen komen. Bij de start wordt vaak onvoldoende rekening gehouden met de verschillen in omzet in de seizoenen. Een ondersteuningsgroep om startende ondernemers te begeleiden kan helpen en kan worden opgericht. De gemeente moet de financiële kosten voor ondernemers voor storting in het mobiliteitsfonds en andere vormen van belasting naar daadkracht/omzet bijstellen.
Partijen: Graveon en gemeente.

Creëren van koopassen:

In moeilijke tijden kan niemand alleen op eigen kracht problemen op lossen. Voor Grave is het niet alleen van belang om te weten wie onze concurrenten zijn, maar vooral wie onze partners kunnen zijn om een win-win situatie op te bouwen.

Welke plaats in onze omgeving is aanvullend, heeft koopkracht en is dichtbij?

Waar zijn reeds natuurlijke koopstromen die te benutten zijn? In de huidige situatie van Grave is dit de plaats Wijchen.

Wijchen is inmiddels sterk uitgebreid richting Grave. Koopstromen over en weer tussen beide plaatsen bestaan. De plaatsen hebben een verschillend winkelaanbod en zijn sterk verschillend qua sfeer. Met de komst van Hema Grave, de kinderkleding Pin!o en reeds langer, Slagerij Poelier Van den Heuvel is er op ondernemersniveau ook een natuurlijke binding met Wijchen ontstaan. Oriënterende gesprekken met de Graafsche Courant om een en ander te ondersteunen zijn gestart. Afstemming met ondernemers en ondernemersvereniging Wijchen heeft plaatsgevonden. Samenwerking kan verder ontwikkeld worden.

Partijen: Graveon, gemeente Grave, gemeente Wijchen, ondernemers en Graafsche Courant, ondernemersvereniging Wijchen.

Gemeente Grave:

Integraal beleid ten behoeve van economie en toerisme is nodig. Een krachtige ondersteunende voorziening is nodig om in de praktijk beleid integraal te implementeren. Het licht voor de hand dat de Stichting Bezoekerscentrum Grave naast het gebied promotie, recreatie en toerisme ook voor het gebied economie gaat werken. Deze nieuwe rol voor het bezoekerscentrum zal verder moeten worden uitgewerkt.

Flankerend beleid:

Er zijn een groot aantal zaken die van invloed zijn op het kunnen realiseren van de doelstelling om Grave naar de toekomst een historisch koopcentrum te maken. Alle hierna volgende punten hebben op een of andere wijze invloed op de hiervoor uitgewerkte thema's maar zijn ook zelf van invloed op het kunnen realiseren van de doelstelling van deze visienota.

1. Beleid van de gemeente ten aanzien van de geplande woningbouw herzien. Er wordt nog steeds van groei uitgegaan. Terwijl alle gegevens van o.a. het sociaalplanbureau aangeven dat vergrijzing en ontvolking in dit gebied van Nederland aan de orde zijn. Bouwbeleid moet erop gericht zijn om meer koopkrachtige nieuwe bewoners naar Grave te laten komen. Het bouwbeleid van de gemeente dat dateert uit 2005 moet opnieuw beoordeeld worden met de kennis van nu.
2. Aantrekkelijkheid van de entree van Grave, met name vanuit Nijmegen en 's-Hertogenbosch moet dringend versterkt worden. Bij alle entrees van Grave kunnen borden geplaatst worden om Grave als historisch koopcentrum te promoten.
3. Oplossing voor het 'Arsenaal' met aanvullende functies ten behoeve van het centrum van Grave moeten gevonden worden. Gedacht kan worden aan een klein zakelijk hotel op niveau met conferentiemogelijkheden die ook voor kleine concerten en culturele manifestaties te benutten zijn. Met een restaurant en in de binnentuin terrassen. Indien er winkels moeten komen mogen deze niet concurrerend zijn ten aanzien van de ontwikkelingen in het centrum van Grave. Er moet ernstig voor gewaakt worden dat er geen overaanbod aan winkels komt in Grave.
4. Parkeerbeleid in het centrum ook na de bouw van Hart van Grave koopvriendelijke houden, zodat Grave ook op dit punt concurrerend kan zijn met Wijchen. Blauwe zone in het centrum van Grave moet behouden blijven. Meer parkeerplaatsen voor langparkeerders aan de rand van het stadje. Ondernemers zijn tegen het afsluiten van het centrum voor auto's, ook wanneer dit alleen de zomermaanden betreft.
5. Sterke marketing inzet om Grave als historisch koopcentrum breed te verkopen. Ten behoeve van de naamsbekendheid van Grave kan er veel meer gebruik worden gemaakt van moderne sociale media, zoals website, Weblog, Twitter en Facebook
6. Nieuwe ondernemers die zich in de gemeente Grave gaan vestigen, moeten als voorwaarden voor vestiging verplicht lid worden van Graveon en deelnemen aan de koopzondagen. Verantwoordelijk hiervoor zijn de gemeente Grave en Graveon.
7. Een integraal aanbod voor internetaankopen, voor alle winkeliers in Grave kan worden opgezet.
8. Verzonken afvalcontainers aanbrengen in het centrum van Grave, gelijktijdig met de bouw van Hart van Grave.
9. Verpaupering en vandalisme tegen gaan, drugsbeleid in de Maasstraat aanpakken.

4. Grave in de toekomst

De Denktank ziet Grave in de toekomst als een historisch koopcentrum aan de Maas. Het vestigingstadsje heeft een historische binnenstad met een oorspronkelijk stadskarakter. De panden stralen nostalgie uit, iets wat onderscheidend is ten opzichte van omringende koopcentra. Het winkelgebied is charmant en authentiek. Met de komst van "Hart van Grave" is het winkelcarré gesloten en ontstaat een prachtig stadshart. We zien eigentijdse winkels en unieke eigenzinnige speciaalzaakjes, afgewisseld met trendy, exclusieve mode en speciaalzaken. In de Graafse ringstraatjes en op de drukbezochte streekproducten weekmarkt, beleven we het authentieke Grave van vroegere tijden. Toerisme, horeca en cultuur zullen dit beeld versterken.

Bezoekers van Grave en klanten in de winkels en de horeca zijn inwoners van Grave, maar komen veel meer ook uit de wijde omgeving en elders uit het land. Het bouwbeleid van de gemeente heeft ervoor gezorgd dat de bevolkingsopbouw van Grave zich zo heeft ontwikkeld dat de koopkracht van de inwoners van Grave vergroot is en vergelijkbaar is geworden met koopkracht van inwoners in andere plaatsen. Toerisme, cultuur en economie gaan hand in hand en zorgen ervoor dat het toekomstige beeld van Grave als historisch koopcentrum kan ontstaan en in stand wordt gehouden.

5. Vervolg aanpak

Deze visienota schetst een beeld van het toekomstige Grave na de bouw van Hart van Grave. De Denktank en Graveon realiseren zich dat er zeker onderwerpen niet genoemd zijn. Er is echter bewust gekozen voor hoofd thema's die ook te verbeteren zijn en die integraal samen met het realiseren van het Hart van Grave een grote slag voor de aantrekkelijkheid van Grave en de versterking van de koopkracht kunnen realiseren.

Deze visienota geeft richting aan onderwerpen die nader uitgewerkt moeten worden. Belangrijk is dat partijen de hierin aangegeven visie ondersteunen. Een project organisatie zal nodig zijn om diverse thema's nader uit te werken. Een stappenplan kan aangeven waar we over vier jaar kunnen staan. Een coördinatiegroep en diverse werkgroepen kunnen een goede werkvorm zijn om draagvlak te verbreden en veel meer mensen bij de ontwikkeling te betrekken. Graveon laat een onderzoek uitvoeren onder de bevolking van Grave en onder de bevolking van de door ons omringende plaatsen om na te gaan hoe belangrijk inwoners koopzondagen en/ –of koopavonden in Grave vinden.

De Denktank gaat ervan uit dat partijen die als verantwoordelijke partijen bij de acties zijn genoemd open staan voor het gezamenlijk optrekken en hun eigen verantwoordelijkheid zullen nemen. De leden van de Denktank zijn bereid om als begeleidingscommissie te blijven bestaan ter ondersteuning van het functioneren van een projectorganisatie. Graveon wil een belangrijke rol blijven vervullen in deze ontwikkeling.

Bijlage 1: Leden Denktank Grave

	Lid Graveon	Deelnemer aan Stichting De Graafse Straatjes	Lid Horeca vereniging Grave
Hema Grave	x		
Mevrouw S. van den Bosch-Schouten	x		
Le Grand Consultancy	x		
Financial Arts	x		
Megens Woninginrichting	x	x	
Pien!o Kindermode/jeansmode		x	
Mode & Design	x	x	
Compagnie Maritiem	x	x	
Café De Gouden Leeuw			x
Bali Art		x	
Woonmakelaars	x	x	

Bijlage 2: Voorstel toevoegingen aan het bestaande winkelbestand Grave

branche verdeling per soort bezoekers/klanten

		Locatie		Soort bezoeker	
Branche	Voorbeelden Winkelconcepten	Hart van Grave	Overige ringstraten binnenstad	Dag/weekend	Recreatief/ Touristisch
Warenhuis	HEMA	X		X	
Versspeciaalzaak (in combinatie met horeca)	Kaatje Jans / Bertram brood / Viswinkel / groente & fruit zoals Bruin & de Bruin in Nijmegen	X	X	X	X
Biologisch	Estafette (Biologische eetwinkel) / Natuurwinkel		X	X	X
Horeca (Lunch/koffie/thee moment)	Doppio espresso / Bliksem / Bakker Bart	X	X	X	X
Horeca (beleving)	Da Angelo Food in Molenhoek		X	X	X
Kleding&Mode	Shoebly / Schijvens Mode / First Lady	X		X	X
Schoenen&Lederwaren	Pour Vous Schoenen / Ziengs	X		X	X

Pers.verzorging	De Tuinen / Body Shop / Aphrodite (hoog segment parfumerie)		X	X	X
Sport	Bestaand aanbod voldoende		X	X	X
Huishoud	Bestaand aanbod voldoende (kan geoptimaliseerd worden)		X	X	
Speelgoed	Bestaand aanbod voldoende (kan geoptimaliseerd worden) Intertoys / Top1toys		X	X	
Wonen	Bestaand aanbod voldoende		X	X	X
Witgoed	Expert / Elektro vakman	X		X	
Boekhandel	Bruna / Primera / Libris of een traditionelere Boekhandel variant zoals Roelants in Nijmegen of Veghel	X	X	X	X
Opticien	Bestaand aanbod voldoende		X	X	
Hoorwinkel	Beter Horen / Schoonenberg	X	X	X	
Telecom	The Phone House		X	X	
Muziek	Free Record Shop		X	X	X
Kapper	Bestaand aanbod voldoende / teveel		X	X	
		Locatie		Soort bezoeker	
Branche	Voorbeelden Winkelconcepten	Hart van Grave	Overige ringstraten binnenstad	Dag/weekend	Recreatief/Toeristisch
Dienstverlening	Reisburo / Senioren Pluspunt	X	X	X	
Supermarkt	Bestaand aanbod voldoende (kan geoptimaliseerd worden) C1000 upgraden of een AH		X	X	

Bijlage 3: Bronnen

- NRC: vrijdag 14 januari 2011: Leeuwarden: te veel winkels te weinig geld.
- Artikel uit APPLAUS winter 2010
- Retailmarktspecial 2010, revolutie in retailland: door Jones Lang LaSalle, november 2010
- DPO kern Grave: door BRO, november 2010
- Brief gemeente inzake faciliterend beleid ringstraten / markt rond bouw Hart van Grave