



Detailhandelsbeleid gemeente Grave

Stec Groep aan gemeente Grave

Hub Ploem, Martijn Exterkate en Maartje Lucassen
17 december 2020

Inhoudsopgave

0	Samenvattend advies	3
1	Inleiding	6
1.1	Aanleiding.....	6
1.2	Leeswijzer	6
2	Trends	7
2.1	Ontwikkelingen in de winkelstraat.....	7
2.2	Ontwikkelingen in de supermarktbranche	9
3	Huidige structuur en positionering Grave	12
3.1	Algehele winkelstructuur en oriëntatie	12
3.2	Beschrijving winkelaanbod	14
3.3	Binnenstad Grave.....	16
3.4	Plannen	17
3.5	Vigerend detailhandelsbeleid	18
4	Gewenste detailhandelstructuur	20
4.1	Marktruimte supermarkten en overige detailhandel Grave	20
4.2	Gewenste detailhandelsstructuur Grave.....	21
5	Aanbevelingen binnenstad Grave	25
	Bijlagen	28

0 Samenvattend advies

Gemeente Grave wil de detailhandelsstructuur gezond en duurzaam houden en tegelijkertijd de leefbaarheid van binnenstad Grave borgen. Stec Groep heeft een advies opgesteld voor een gewenste detailhandelsstructuur inclusief bijbehorende beleidsregels. Daarnaast worden aanbevelingen gedaan hoe de binnenstad van Grave te versterken.

Stec Groep adviseert de volgende gewenste detailhandelsstructuur te hanteren:

1. Binnen de detailhandelsstructuur houdt de binnenstad van Grave haar positie als belangrijkste aankooplocatie. Het doel is behoud en waar mogelijk versterken van het aantrekkelijke centrum met een zo compleet mogelijk winkelaanbod voor zowel de inwoners, bezoekers als de toerist. Naast de binnenstad is in de detailhandelsstructuur van de gemeente Grave onderscheid gemaakt in drie type supermarktllocaties: centrumsupermarkt (Albert Heijn), wijksupermarkt (Jumbo en Lidl) en solitaire supermarkt (Nettorama).
2. Nieuwe detailhandelsontwikkelingen dienen zoveel mogelijk bij te dragen aan versterking van de binnenstad dan wel de positie van de binnenstad zo min mogelijk te schaden. Uitbreiding of nieuwvestiging van detailhandel buiten de binnenstad is daarom niet toegestaan. Uitzondering hiervoor zijn de al vergunde planologische rechten voor nieuwvestiging van een supermarkt op locatie voormalig tuincentrum aan de Monseigneur Borretweg. Ook is modernisering van de huidige supermarktllocaties mogelijk (binnen onderstaande kaders), waaronder een mogelijke verplaatsing van wijksupermarkt Jumbo aan de overzijde van de huidige locatie.
3. Er blijft ruimte voor kleinschalige basisvoorzieningen (zoals een bakker) van maximaal 250 m² wvo in het centrum van de kleinere kernen ter behoud van leefbaarheid.

Om de gewenste detailhandelsstructuur na te streven adviseert Stec Groep de volgende beleidsregels.

1: Centrumsupermarkten krijgen alle ontwikkelruimte en worden maximaal gefaciliteerd

In de basis krijgen supermarkten in de binnenstad alle ontwikkelruimte. Supermarkten zijn grote publiekstrekken voor centra die combinatiebezoek met andere winkels aanwakken. Een sterk supermarktaanbod in de binnenstad van Grave is belangrijk voor het in stand houden van de overige (met name dagelijkse) voorzieningen en het bieden van een gevarieerd winkel- en horeca-aanbod. Idealiter wordt de huidige Albert Heijn in het centrum gemoderniseerd op de huidige of een nieuwe locatie in de binnenstad, waarbij tegelijkertijd de bereikbaarheid en parkeersituatie wordt verbeterd. Gemeente Grave wil maximaal inzetten op behoud en versterking van het supermarktaanbod in de binnenstad. Stec Groep onderschrijft deze ambitie. We adviseren gemeente Grave hier invulling aan te geven door waar noodzakelijk en wenselijk te investeren bij aanpassingen in de openbare ruimte en parkeermogelijkheden. Ook kan gemeente Grave procesmatig ondersteunen om een ontwikkeling op gang te krijgen voor initiatieven voor supermarkten in het centrum, bijvoorbeeld op het vlak van stedelijke herverkaveling. Wel wordt van supermarktpartijen eigen initiatief en daadkracht verwacht. Gemeente Grave doet dan ook een nadrukkelijke oproep hiertoe.

2: Wijksupermarkten mogen moderniseren, maar binnen strikte kaders

Wijksupermarkten (locaties Jumbo en Lidl) mogen moderniseren, mits ze zich primair beperken tot de wijkfunctie. De supermarkten zijn in de huidige omvang te klein en kunnen daardoor onvoldoende inspelen op veranderende consumententrends, zoals brede paden, meer vers-aanbod, breed assortiment en moderne technieken (zoals zelfscankassa's). Opschaling en daarmee kwalitatieve versterking is nodig om consumenten in Grave te behouden en afvloeiing naar andere gemeente te verminderen. Modernisering

van supermarkten buiten de binnenstad mag de positie van de binnenstadsupermarkt niet schaden. Om te borgen dat de wijksupermarkten zich beperken tot de wijkfunctie worden de volgende beleidsregels gehanteerd:

- Wijksupermarkten in gemeente Grave mogen maximaal uitbreiden tot 1.250 m² wvo.
- Er mogen geen winkelconcentraties ontstaan bij wijksupermarkten. Aanvullende nieuwe winkelvoorzieningen bij een supermarkt (zoals een bakker, slager, drogist of anderszins) zijn daarom niet toegestaan. De binnenstad van Grave vervult voor de kern Grave deze rol.

3: Solitaire supermarkten mogen niet worden uitgebreid, alleen geoptimaliseerd

Solitaire supermarkten (locatie Nettorama) worden in beginsel niet uitgebreid. Wel is optimalisatie mogelijk, bijvoorbeeld in het verbeteren van de parkeermogelijkheden en optimalisatie van logistieke processen (zoals laden en lossen). In het kader van de huidige situatie rondom corona is veiligheid van groot belang. Bij supermarkt Nettorama zijn knelpunten ontstaan door smalle gangpaden, waardoor onvoldoende afstand gehouden kan worden. Een beperkte uitbreiding van het winkelvloeroppervlak met als doel het realiseren van bredere gangpaden en betere routing wordt daarom toegestaan. Binnen het huidige bouwvlak is in het bestemmingsplan nog uitbreidingsruimte aanwezig. De vorm van het bouwvlak is echter minder geschikt voor een goede bedrijfsvoering. Aanpassing van het bouwvlak is daarom mogelijk. Eventuele verplaatsing van de supermarkt naar de binnenstad van Grave wordt als wenselijke ontwikkeling gezien.

4: Supermarktontwikkeling op locatie hockeyvelden vanuit economisch perspectief ongewenst

Supermarkt Lidl is voornemens haar huidige vestiging te verplaatsen naar de locatie Mgr. Borretweg (oude locatie tuincentrum). Tevens overweegt zij verplaatsing naar de locatie hockeyvelden. Stec Groep taxeert dat verplaatsing naar locatie hockeyvelden vanuit economisch perspectief ongewenst is. Daartoe hanteert zij de volgende redenen. Lidl heeft op haar huidige locatie in de detailhandelsstructuur van Grave overwegend een positie als wijksupermarkt. Bij verplaatsing naar locatie Mgr. Borretweg behoudt de supermarkt de primaire wijkfunctie vanwege de ligging in de wijk en suboptimale bereikbaarheid. Bij verplaatsing naar locatie hockeyvelden overstijgt de supermarkt haar primaire wijkfunctie. Bovendien is bij vestiging op de locatie hockeyvelden de relatie met de huidige wijk minimaal. Verplaatsing naar locatie hockeyvelden betekent dat de supermarkt (a) een uitstekende ligging krijgt (b) op een goed bereikbare locatie (c) in het zicht (d) met veel parkeermogelijkheden. Bovendien kan Lidl op die locatie vanwege de perceelomvang in potentie een grotere supermarkt realiseren dan beoogd op de Mgr. Borretweg. Daarbij ligt de locatie hockeyvelden op de aanrijroute richting de binnenstad van Grave en de wijk Estersveld. Zij wordt daarmee een aantrekkelijk alternatief ten opzichte van supermarktbezoek in de binnenstad of Estersveld. Het risico is reëel dat de huidige evenwichtige supermarktstructuur daarmee verstoord wordt en dit ontwrichtend is voor de huidige supermarktbalans. Vanuit economisch perspectief bekeken adviseert Stec Groep dan ook in te zetten op locatie Mgr. Borretweg in plaats van locatie hockeyvelden voor verplaatsing van Lidl.

5: Streef naar vermindering van plancapaciteit buiten de binnenstad

Gemeente Grave zet in op vermindering van plancapaciteit voor detailhandel buiten de binnenstad. Hiermee moet worden voorkomen dat er zich nieuwe detailhandelsontwikkelingen (waaronder supermarkten) buiten de binnenstad voordoen. In de binnenstad is van belang een compact winkelgebied te behouden. Het gezamenlijk afbakenen van het compacte winkelgebied (kernwinkelgebied) en verminderen van (verborgen) plancapaciteit daarbuiten verdient aandacht. We adviseren in te zetten op alternatieve invulling en uiteindelijk schrappen van onbenutte winkelbestemmingen (of verborgen plancapaciteit) buiten de binnenstad. Woningbouw is daarbij een kansrijke invulling. De huidige locaties van Lidl en Jumbo hebben bij verplaatsing specifieke aandacht. Inzet daarbij is transformatie van de huidige locatie. We adviseren de gemeente Grave hierover het gesprek aan te gaan met de eigenaren om te komen tot invulling met een andere functie dan detailhandel.

Advies ter versterking van de binnenstad

Stec Groep geeft de volgende aanbevelingen om de binnenstad van Grave te versterken:

- Start een traject om een gezamenlijke stip op de horizon voor de binnenstad te formuleren met ondernemers, eigenaren, inwoners en gemeente. Hierin worden ambities en verbeterpunten geformuleerd op aspecten zoals beleving, openbare ruimte, leegstand, bereikbaarheid en parkeren, aantrekkelijke voorzieningen (horeca, cultuur en diensten), evenementen, samenwerking, online vertegenwoordiging, et cetera. Ook kan bekeken worden of en waar functies in de binnenstad te concentreren (bijvoorbeeld het winkelcarré of een horecastraat). In de voorgenomen economische visie voor Grave kan deze stip op de horizon een plek krijgen.
- Versterk het gezamenlijk organiserend vermogen van partijen in de binnenstad. Niet iedereen is aangehaakt en voelt zich verantwoordelijk voor een gezamenlijke aanpak, terwijl het absoluut noodzakelijk is om de krachten te bundelen. Potentiële instrumenten om het organiserend vermogen te versterken zijn een separaat ondernemersfonds voor de binnenstad, een horecafonds en/of een BIZ.
- Onderzoek of beleving in de binnenstad versterkt kan worden door autovrije zones te creëren.
- Zet in op meer groenvoorzieningen in het centrum om de aantrekkelijkheid te vergroten, de klimaatbestendigheid (o.a. warmte) te verbeteren en meer beschutting te creëren.
- Maak werk van gezamenlijke openingstijden.
- Houd het winkelgebied in de binnenstad compact. Stel daarom samen met belanghebbenden een kernwinkelgebied in gericht op het winkelcarré en borg dit juridisch-planologisch. Dit heeft als doel om concentratie van winkels in stand te houden en te voorkomen dat ongewenste ontwikkelingen plaatsvinden buiten dit kernwinkelgebied. Buiten het kernwinkelgebied wordt tegelijkertijd gewerkt aan het verminderen van plancapaciteit voor detailhandel en bieden van mogelijkheden voor alternatieve invulling, zoals woningbouw.
- Draag volop uit waar de Graafse binnenstad uniek in is en zet daarbij gerichte positionering en profilering in. De Graafse binnenstad barst immers van de kwaliteiten, zoals de historische binnenstad, de ligging aan de Maas, onderscheidende lokale winkels, een sterk cultureel aanbod met diverse musea, een groot aantal evenementen en gratis parkeren.
- Maak werk van de uitvoering van de ruimtelijke projecten in de Vestingsvisie Grave. De verwerkelijking zal bijdragen aan de profilering van Grave, het stimuleren van toerisme, het verbreden van dagtoerisme naar verblijfstoerisme (met bijbehorende product-marktcombinaties) en het verlengen van de verblijfsduur in de binnenstad. Juist hiermee kan Grave binnenstad zich onderscheiden.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Het toekomstbestendig maken van de detailhandelssector van Grave en het vergroten van de vitaliteit van de binnenstad van Grave is een belangrijk streven voor gemeente Grave. U heeft de ambitie om de supermarkt- en detailhandelsstructuur verder te versterken. Momenteel vormt het onderzoek 'Haalbare en gewenste detailhandelsstructuur Grave' hiervoor de basis.

Omdat alle supermarkten in Grave uitbreidingsplannen hebben, heeft u behoefte aan een actualisatie van dit onderzoek. Door de veelheid aan plannen, en de cruciale rol van supermarkten in de detailhandelsstructuur, wilt u in de toekomst goed onderbouwde besluiten kunnen nemen. Wat is bijvoorbeeld het effect van deze ontwikkelingen op de winkelstructuur? En welke effecten hebben eventuele wijzigingen in de detailhandelsstructuur op de binnenstad van Grave?



Daarom is beleid voor supermarkten en detailhandel geactualiseerd. Het rapport biedt handvatten en een eenduidig kader voor de ontwikkeling van initiatieven in de detailhandel. De uitgangspunten zijn opgesteld aan de hand van analyses die zijn aangevuld met gesprekken met belanghebbenden en supermarktorganisaties.

1.2 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk gaan we in op de trends en ontwikkelingen op de winkelmarkt en in de supermarktbranche. Daarna analyseren we de bestaande winkelstructuur van Grave. We zoomen hierbij specifiek in op het winkelaanbod en de structuur van de binnenstad van Grave. Op basis van de uitgevoerde analyse schetsen we in hoofdstuk 4 de gewenste detailhandelsstructuur van Grave en beschrijven we de beleidskeuzes die hierbij horen. Ten slotte geven we in hoofdstuk 5 aanbevelingen voor het versterken van de historische binnenstad van Grave.

2 Trends

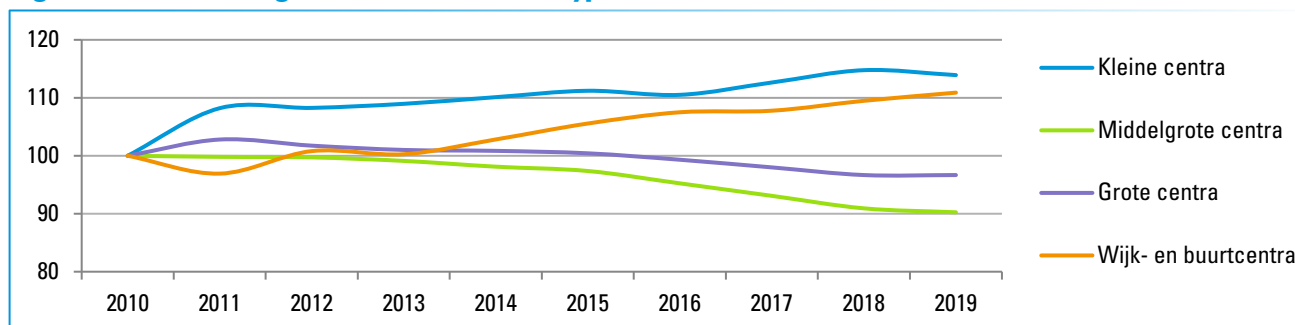
Het consumentengedrag verandert, en daarmee ook het marktperspectief voor fysieke winkels. Consumenten hebben steeds meer mogelijkheden om zelf te bepalen waar, wanneer en of hij wel gaat winkelen (o.a. door toename online). Dit heeft gevolgen voor de supermarkt- en detailhandelsstructuur van gemeenten. Winkels verkleuren steeds meer van puur een kooplocatie naar een sterker accent op gemak, service, beleving en afhaal- of bezorgmogelijkheden. Hieronder geven we een overzicht van de belangrijkste ontwikkelingen die van invloed zijn op de voorzieningsstructuur in de gemeente Grave.

2.1 Ontwikkelingen in de winkelstraat

De behoefte van de consument verandert en daarmee de rol van de winkel(gebieden)

De voorheen groeiende winkelmarkt is een verdringsmarkt geworden. Hierdoor is de concurrentie tussen centra toegenomen. Met name kleine (dorps en stads)centra met supermarkten en grote binnensteden doen het goed in de markt. Kleine centra zijn relevant voor de inwoner door het boodschappenprofiel en nabijheid van voorzieningen, grote binnensteden door het vaak complete aanbod en sterke functiemix (cultuur, horeca, bioscoop, economie, et cetera). Dit gaat ten koste van middelgrote centra met weinig onderscheidend vermogen ('vlees-noch-vis' centra).

Figuur 1: Ontwikkeling winkelvoorraad naar type centrum



Bron: Locatus; bewerking: Stec Groep, 2020.

Succesvolle winkelgebieden spelen in op de behoefte van de consument. Dit betekent dat het winkelen steeds vaker op die plekken zal plaatsvinden waar een volwaardig aanbod voor het dan gewenste motief te vinden is. Daarnaast worden consumenten steeds kritischer: ze stellen hogere eisen aan aanbod, kwaliteit, service, gemak, prijs, bereikbaarheid en vermaak.

Aankoopplaatsen van voorheen voldoen - in de ogen van consumenten - niet altijd meer. Bijvoorbeeld omdat het assortiment niet compleet is of openingstijden niet gestroomlijnd zijn of passen binnen de planning van de consument. De consument is door toegenomen mobiliteit en het feit dat men veelal zeer goed geïnformeerd is over de kwaliteiten (en prijzen) van winkels en winkelgebieden steeds meer bereid om elders (verder weg of online) inkopen te doen. Het binden van koopkracht aan de eigen gemeente is daarom extra uitdagend.

Winkelmotieven	Succesfactoren
Recreatief winkelen	- Grote mix van winkels in een compact gebied - Aanvullende voorzieningen zoals horeca en cultuur - Unieke setting (bijvoorbeeld historisch) - Onderscheidende, lokale evenementen en markten - Openbare ruimte gericht op verblijfskwaliteit - Multimodale bereikbaarheid - Ruim en goedkoop parkeren
Doelgericht winkelen	- Goed bereikbaar per auto - Gratis parkeermogelijkheden - Sterke trekker(s) - Beperkte concurrentie in verzorgingsgebied - Thematisch profiel
Boodschappen doen	- Op korte afstand van de inwoner - (Auto)bereikbaarheid en gratis parkeren - Minimaal twee moderne supermarkten als trekker - Zichtlijnen en routing supermarkten - Succesvolle weekmarkt - Openbare ruimte schoon, heel en veilig

WAT BETEKENT DEZE TREND VOOR GRAVE?

- De binnenstad van Grave dient te voldoen aan de randvoorwaarden voor de bezoekenmotieven 'boodschappen doen' en (beperkt) 'recreatief winkelen' (zie box succesfactoren).
- De binnenstad dient te beschikken over een sterk en modern supermarktaanbod welke goed gepositioneerd is zodat andere voorzieningen profiteren. Inzet dient kortom gericht te zijn op behoud en waar mogelijk versterking van het supermarktaanbod. Bovendien dient de basis op orde te zijn op het vlak van bereikbaarheid, parkeren en een openbare ruimte die schoon, heel en veilig is.
- De binnenstad van Grave moet zich onderscheiden, bijvoorbeeld met haar historische verblijfskwaliteit en als plek waar altijd iets te beleven is.

Internet steeds prominenter aankoopplaats, zeker post-corona

Internetaankopen zijn de afgelopen jaren sterk gestegen. In 2019 gaf de Nederlandse consument zo'n 25,8 miljard euro uit bij webwinkels. Dit is 7% meer dan een jaar eerder (Thuiswinkel Markt Monitor 2019). De groei wordt vooral veroorzaakt door de stijgende bestedingen in food/nearfood (+24%), schoenen en personal lifestyle (+19%) en huishoudelijke elektronica (+16%). In Nederland wordt circa 10% van de totale bestedingen in de detailhandelssector online gedaan (CBS, 2019). Door de coronacrisis zijn online bestedingen sterk gestegen. We verwachten dat de online sector haar positie in de markt structureel zal versterken. Doelgroepen die voorheen nauwelijks online aankopen deden, zoals ouderen, raken meer gewend aan online shoppen. Uit onderzoek (Colliers, 2020) blijkt dat 40% van de Nederlanders verwacht na de coronacrisis meer online te gaan winkelen. Multichannel-strategieën worden voor winkeliers daarom nog belangrijker. Meer online shoppen zorgt onder de streep voor een afnemende en veranderde behoefte aan fysieke winkels.

WAT BETEKENT DEZE TREND VOOR GRAVE?

- Ondernemingen die de fysieke winkel weten te combineren met een webshop (omnichannel) presteren over de brede linie beter dan zij die dat niet doen. Het veranderend winkelgedrag vraagt om aanpassingsvermogen, digitale skills en innovatie van ondernemers in de Graafse binnenstad.
- Bij verder verminderde behoefte aan fysieke winkels dient voor de binnenstad van Grave zoveel mogelijk te worden ingezet op een compact kernwinkelgebied en nieuwe functies in de binnenstad.

Coronacrisis grote impact op functioneren voorzieningen in centra

De coronacrisis heeft grote impact op de economie. Juist voorzieningen in centra, zoals detailhandel, horeca en leisure, worden hard geraakt. Voor de winkelmarkt geldt dat structurele veranderingen van voor de coronacrisis versterkt doorzetten. De detailhandel, en specifiek mode, schoenen- en luxewinkels, heeft last van een sterke vraaguitval. Alleen supermarkten, drogisterijen, bouw-, huis- en tuinproducten en online doen het goed. Wanneer de coronacrisis voortduurt, kan dit de druppel zijn voor ketens of ondernemers die al in zwaar weer verkeerden voor de crisis. Dit kan leiden tot nieuwe gaten in de winkelstraat. We verwachten bovendien dat (inter)nationale filiaalbedrijven hun winkelportefeuille gaan verkleinen, ten koste van kleinere centra. Een positief effect van de coronacrisis voor kleinere centra is dat consumenten in toenemende mate lokaal aankopen doen. Dit is zichtbaar in passantentellingen (Bron: Locatus, RMC) en uit recent consumentenonderzoek (Bron: Retailagenda, juli 2020). Consumenten geven aan in coronatijd voor winkelaankopen de eigen woonplaats te verkiezen boven andere plaatsen. Dit biedt kansen voor de binnenstad van Grave op korte termijn. Of sprake zal zijn van een structureel effect is nog onbekend. Naast detailhandel is de impact van de coronacrisis op horecazaken groot. De horeca is lange tijd gesloten geweest, en in de 1,5-meter samenleving zijn voor een groot aantal horecazaken veel beperkingen om gezonde omzetten te kunnen behalen. Door een mogelijke sluiting van horecazaken komt een completere centrumbeleving onder druk te staan.

WAT BETEKENT DEZE TREND VOOR GRAVE?

- Samenwerking in de binnenstad (tussen horeca, detailhandel, vastgoed en andere ondernemers) is belangrijker dan ooit.
- Het is van groot belang dat winkel en binnenstad relevant en zichtbaar te blijven voor de consument. Een lokaal online platform is een uitkomst om lokale klanten te kunnen blijven bedienen.
- Er liggen kansen in het stimuleren van klanten om lokaal te (blijven) kopen. Bijvoorbeeld via lokale campagnes, arrangementen en samenwerking.

Fysiek winkelen: van kopen naar beleven

Winkels en winkelgebieden blijven aantrekkelijk om producten te kunnen zien, aan te kunnen raken, te passen en producten direct mee te kunnen nemen. Winkelen wordt steeds meer een vrijetijdsbesteding of een dagje uit. Dit betekent dat de consument voor recreatief winkelen (steeds) hogere eisen stelt aan het productaanbod en de omgeving (onderscheidend karakter, sfeer en service). Dit is ook terug te zien in de uitstraling van centrumgebieden. Daarnaast krijgen horecagelegenheden, maar ook andere functies als cultuur, ontspanning en dienstverlening een steeds belangrijkere functie in winkelgebieden. Zij zorgen voor sfeer en worden gebruikt als ontmoetings- en werkplek. Daarnaast is er een steeds verdergaande behoefte en tendens naar menging van activiteiten, ook binnen panden; het zogenaamde 'blurring'. Denk aan restaurants die streekproducten verkopen, een winkel met daarin ook horeca, etc.

WAT BETEKENT DEZE TREND VOOR GRAVE?

- Om een 'dagje uit' te worden moet Grave verder inzetten op uitstraling en een unieke beleving. Ook het organiseren van meer evenementen en het toevoegen van andere (niet-detailhandel) functies in de binnenstad draagt hieraan bij.

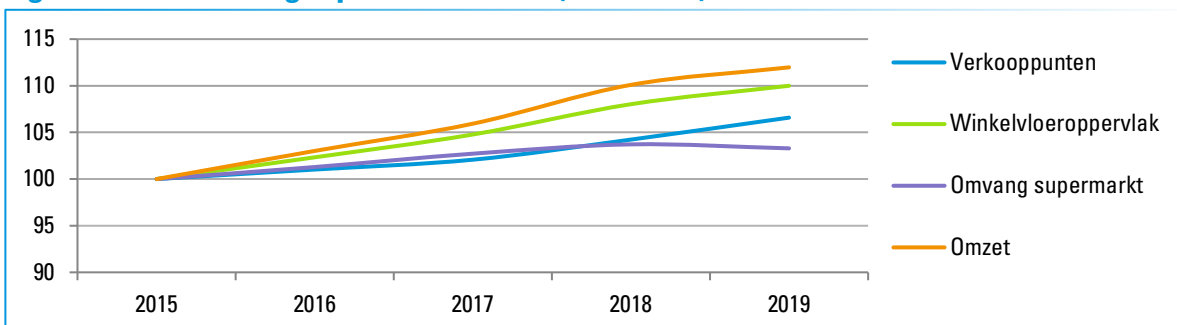
2.2 Ontwikkelingen in de supermarktbranche

Gezien de diverse plannen van supermarkten in Grave gaan we in op relevante supermarkttrends.

Groei in supermarktbestedingen

De bestedingen in supermarkten groeien al meerdere jaren op rij. Supermarktketens willen profiteren van deze groei en willen zich meer dan ooit onderscheiden in de markt. Supermarkten zetten in op grotere metrages om te kunnen voldoen aan de wensen van de consument. Hierdoor beschikt de consument meer dan voorheen over modern dagelijks winkelaanbod dicht bij huis. Bij modern dagelijks winkelaanbod versterkt de lokale oriëntatie van consumenten. Tijdens het eerste half jaar van 2020 – tijdens de coronacrisis – lag de omzet bij supermarkten boven het normale niveau, zo blijkt uit wekelijks onderzoek van Nielsen (2020).

Figuur 2: Ontwikkeling supermarktbranche (2015 = 100)



Bron: Retail Insiders, 2019.

Tegelijkertijd verliezen de bakker, slager en groentezaak het steeds vaker van de supermarkt¹. Juist deze speciaalzaken geven winkelgebieden kleur. Speciaalzaken hebben de grootste overlevingskansen wanneer ze in nabijheid van een supermarkt gevestigd zijn en een duidelijke zichtrelatie hebben. Ook voor overig dagelijks aanbod zoals een drogist is de aanwezigheid van een supermarkt belangrijk.

WAT BETEKENT DEZE TREND VOOR GRAVE?

- Inpassing van een moderne supermarkt binnen een centrum cruciaal voor een kern met de omvang van Grave.

Supermarktformules moderniseren portefeuille op grote schaal

Supermarkten zetten tegenwoordig in op ruim opgezette supermarkten, verbreding van assortiment en technologische innovaties zoals zelfscankassa's en handscanners. Bovendien wordt aandeel verse producten en (vers) bereide maaltijden in de winkel steeds groter. Deze ontwikkelingen vragen om ruimer winkelvloeroppervlak. Daarnaast worden duurzaam, lokaal en vegetarisch steeds belangrijkere productgroepen. Waar voorheen vooral ketens als Ekoplaza en Landwinkel zich hierop richtten, bieden de laatste jaren vrijwel alle supermarktformules dit assortiment. Ze zetten in op een steeds grotere variatie aan producten en productlijnen (bv. fair trade of vegetarisch). Dit vraagt wederom om extra ruimte.

WAT BETEKENT DEZE TREND VOOR GRAVE?

- Om te kunnen voldoen aan consumentenwensen is modernisering van supermarkten in Grave cruciaal. Dit vraagt meestal om enige uitbreiding van het winkelvloeroppervlak. Hierdoor wordt bovendien afvloeiing naar supermarkten buiten de gemeentegrenzen voorkomen.

Via nieuwe concepten wordt ingespeeld op consumentenbehoeften

In de supermarktbranche is zowel sprake van schaalvergroting (AH XL, Jumbo Foodmarket), als van schaalverkleining (AH-to-go, Jumbo City, Spar City). Supermarkten stemmen concepten bewuster af op de wensen van de consument: (a) kleine to-go winkels voor snelheid, (b) middelgrote supermarkten die dicht bij de woning zijn en via een breed assortiment inspelen op gemak, en (c) XXL supermarkten voor optimale beleving en foodconcepten. XXL-supermarkten zijn veelal aan de rand van steden te vinden, waar sprake is van een goede (auto)bereikbaarheid en voldoende parkeermogelijkheden. Middelgrote supermarkten zijn met name te vinden in dorps, wijk- en buurtcentra, maar ook op solitaire locaties. Kleinschalige supermarkten komen daarentegen vooral op in de centra van grote steden, nabij stations en openbare voorzieningen.

WAT BETEKENT DEZE TREND VOOR GRAVE?

- Supermarktformules richten zich bij kernen met de omvang van Grave op middelgrote supermarkten, veelal dicht bij de woning. Kleine to-go winkels past niet bij het profiel van Graafse inwoners en de functie van de binnenstad, en voor een XXL-supermarkt is het verzorgingsgebied beperkt.
- Voor Grave is van belang te beschikken over een sterk supermarktaanbod in het centrum (1 á 2 moderne supermarkten). Supermarkten in de wijken dienen zich primair te richten op de wijkfunctie.

Ook bij supermarkten neemt het online boodschappen doen toe, maar aandeel is (nog) beperkt

Steeds meer supermarkten bieden de mogelijkheid aan om online boodschappen te doen via thuisbezorging of pick-up points. Voor in-store pick-up points is extra ruimte nodig. Hoewel het marktaandeel nog relatief klein is (zo'n 4%, bron: Strabo, 2020) en jaarlijks beperkt stijgt, is de verwachting dat het aandeel gaat stijgen op de lange termijn. Tot welk niveau dit gaat stijgen is niet te voorspellen. Vooralsnog heeft een toename van het online aandeel niet geleid tot een afname van supermarktmeters en gemiddelde supermarktmeterages.

¹ In de maanden april, mei en juni van 2020 steeg de omzet van groenteboeren, bakkers en slagers juist met 30 á 40 procent als gevolg van de coronacrisis (GfK, 2020). Onbekend is of dit een tijdelijk of structureel effect gaat zijn.

WAT BETEKENT DEZE TREND VOOR GRAVE?

- Om in te spelen op marktontwikkelingen is op korte/middellange behoefte aan vergroting van het winkelvloeroppervlak van supermarkten. Op langere termijn is mogelijk afname van supermarktmontage gewenst bij verdere toename van online bestedingen.
- Bulkproducten die wekelijks/maandelijks aangeschaft worden en makkelijk online besteld kunnen worden (toiletpapier, schoonmaakspullen, et cetera) krijgen op termijn mogelijk minder schapruimte. Invulling en assortiment van Graafse supermarkten verschuift naar meer versproducten en vers bereide maaltijden.
- Lokale bezorging van boodschappen biedt kansen om doelgroepen te bedienen die minder mobiel zijn en verder weg wonen van de supermarkt, bijvoorbeeld in de kleinere kernen in de gemeente.

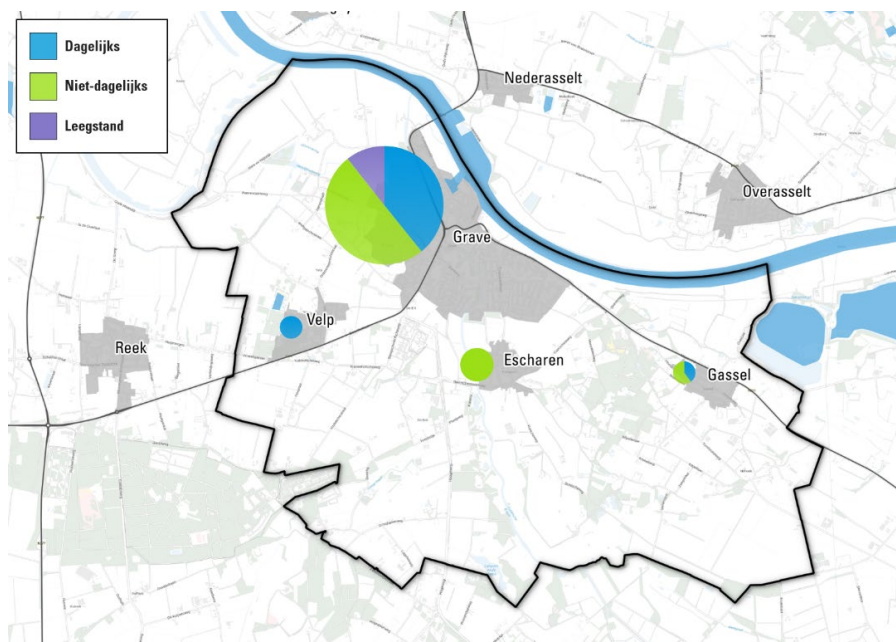
3 Huidige structuur en positionering Grave

3.1 Algehele winkelstructuur en oriëntatie

Binnenstad Grave belangrijkste aankooplocatie, overig aanbod is verspreid

In de winkelstructuur van gemeente is de binnenstad van Grave de belangrijkste aankooplocatie. Ongeveer de helft van alle detailhandel in de gemeente is gevestigd in de historische binnenstad. Ook andere commerciële en maatschappelijke voorzieningen zijn veelal in de binnenstad gevestigd. Hierdoor heeft de binnenstad van Grave een belangrijke economische functie. Zo'n 10% van alle werkgelegenheid in Grave bevindt zich in de binnenstad. De binnenstad van Grave is tegelijkertijd de enige winkelconcentratie in de gemeente. Het overige winkelaanbod ligt op solitaire locaties verspreid over de gemeente. Dit bestaat uit drie supermarkten verspreid over de kern Grave in de wijken rondom de binnenstad, een beperkt aantal speciaalzaken in Velp, Escharen en Gassel en een aantal overige verspreide winkels zoals een bouwmarkt.

Figuur 3: Winkelaanbod per kern in de gemeente Grave

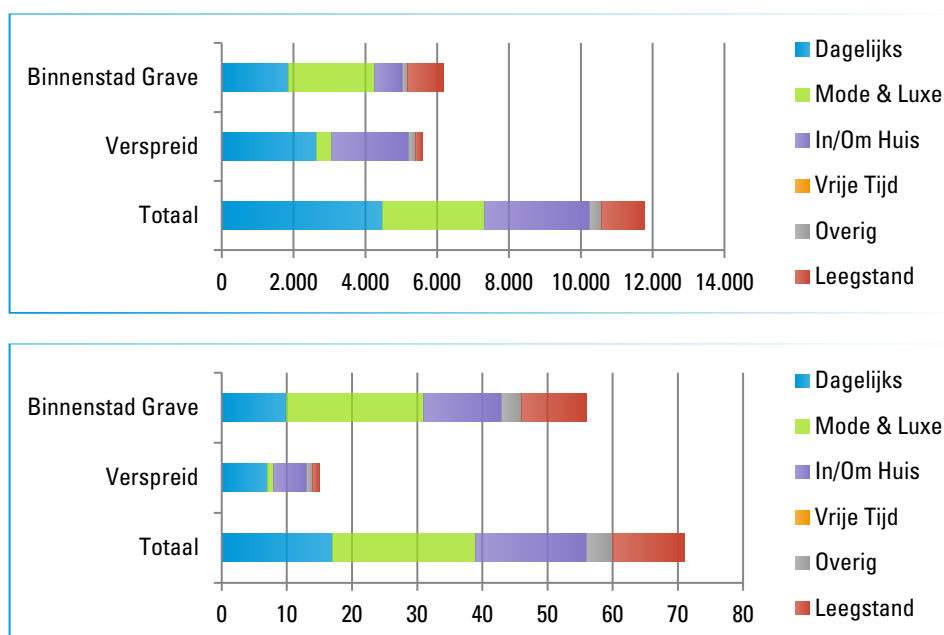


Bron: Locatus, 2020; bewerking Stec Groep, 2020.

Ruim 10.000 m² winkels in gemeente Grave, dagelijkse winkels grootste branche

De gemeente Grave beschikt in totaal over 60 winkels met een oppervlak van zo'n 10.600 m² wvo. Dit is exclusief leegstaande winkelpanden. De dagelijkse branche is met circa 4.500 m² wvo de grootste branche in de gemeente. Deze branche wordt met name vertegenwoordigd door supermarkten. Daarnaast bestaat het winkelaanbod met 2.900 m² 'In/Om Huis' (hoofdzakelijk verspreid gelegen) en 2.800 m² wvo 'Mode & Luxe' (hoofdzakelijk aanwezig in binnenstad). Naast het reguliere detailhandelsaanbod beschikt de gemeente Grave over verschillende verkooppunten in de dienstensector (24 verkooppunten), horeca (33 verkooppunten), cultuur (3 verkooppunten) en ontspanning (5 verkooppunten).

Figuur 4: Kerngegevens detailhandel (boven: winkelvloeroppervlakte, onder: verkooppunten)



Bron: Locatus, 2020.

Winkelleegstand met circa 7% iets boven gewenst frictieniveau

In de gemeente staan medio 2020 10 winkelpanden leeg met een totale omvang van circa 1.200 m² wvo (circa 7%)². De winkelleegstand ligt daarmee iets boven gewenst en gezond frictieniveau (5%). Vrijwel de gehele leegstand (9 panden) concentreert zich in de binnenstad. Deze leegstaande panden zijn hoofdzakelijk kleinschalig (maximaal 200 m²). Één leegstaand unit (Markt 8) is met 345 m² wvo iets ruimer. 7 van de 9 leegstaande winkelpanden in de binnenstad zijn geconcentreerd in het zuidoostelijk deel van het centrum. Buiten de binnenstad staat één winkelpand leeg op industrieterrein Wisseveld (Arnoud van Gelderweg 101, 200 m² wvo). In de gemeente staan geen grootschalige units leeg.

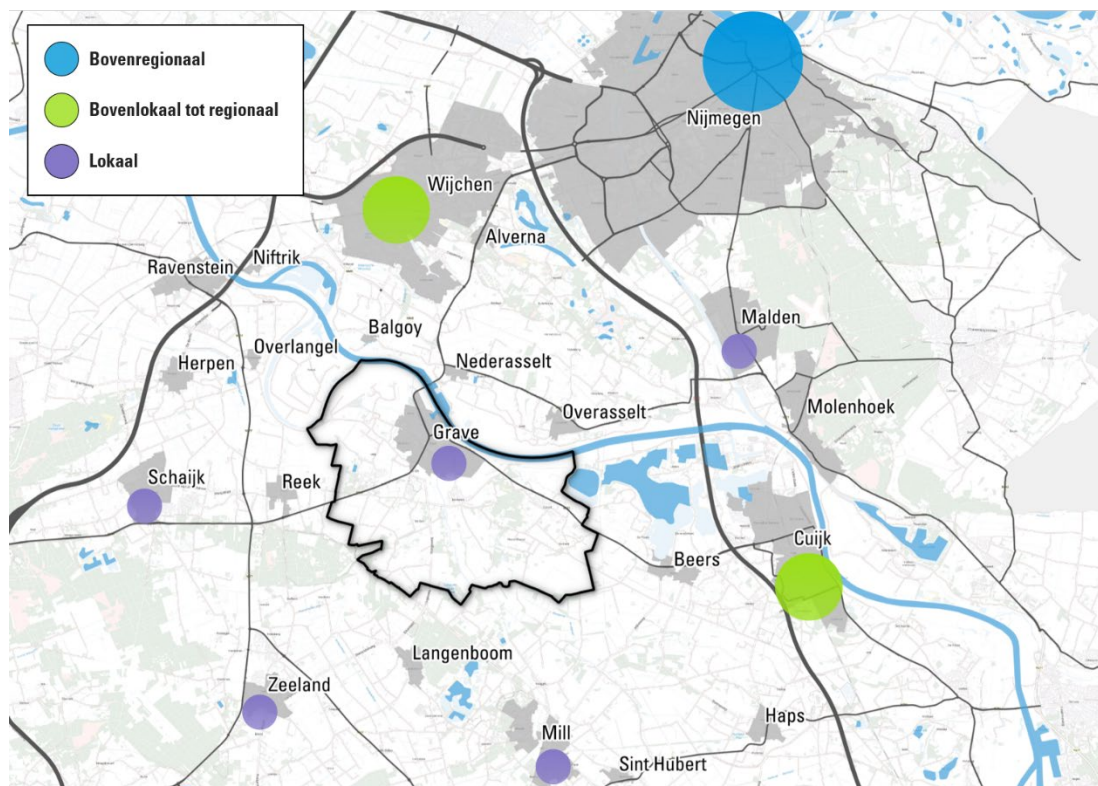
Verzorgingsfunctie detailhandel Grave is primair lokaal; binnenstad recreatieve en toeristische functie

Winkels in Grave leunen in beginsel sterk op bewoners uit de eigen gemeente. De dagelijkse branche (hoofdzakelijk supermarkten) vormt het grootste deel van het aanbod. Hierdoor heeft Grave hoofdzakelijk een lokale verzorgingsfunctie. We schatten in dat consumenten uit Grave circa 85% van hun budget voor dagelijkse artikelen in Grave besteden. Bovenop deze bestedingen zorgen inwoners van buiten de gemeente (hoofdzakelijk de kleine kernen rondom de gemeente) en toeristen voor een 'plus' van 15%. Dit baseren we op basis van eerder onderzoek in Grave (DTNP, 2016), de huidige winkelstructuur en een benchmark onder vergelijkbare gemeenten uit Oost-Nederland en Limburg waar recent koopstromenonderzoek heeft plaatsgevonden. Toevloeiing in de dagelijkse sector vindt vooral plaats vanuit de buurgemeenten Wijchen en Heumen (Provincie Noord-Brabant, 2018).

Met de binnenstad beschikt Grave over een aantrekkelijke winkellocatie voor recreatief winkelen. De binnenstad trekt daardoor naast eigen inwoners, ook bezoekers uit buurgemeenten. Bovendien trekt de binnenstad door haar historische verblijfskwaliteit en (culturele) voorzieningen toeristen. Het recreatief winkelaanbod is echter vergelijking tot concurrerende locaties in de regio als Wijchen, Cuijk, Nijmegen en Uden beperkt. Deze steden trekken veel consumenten uit een bredere regio, vooral Nijmegen. De verzorgingsfunctie van de binnenstad beperkt zich daardoor tot een (boven)lokale functie.

² Exclusief pand Het Arsenaal. Dit pand wordt momenteel verbouwd tot Lifestyle Center.

Figuur 5: Regionale detailhandelsstructuur



Bron: Locatus, 2020; bewerking Stec Groep, 2020.

3.2 Beschrijving winkelaanbod

Grave beschikt over compleet supermarktaanbod met zowel fullservice als discounters

De winkelvoorraad van Grave bestaat uit 17 dagelijkse winkels met een totale omvang van circa 4.490 m² wvo. De gemeente Grave beschikt hiermee over circa 360 m² wvo dagelijks aanbod per 1.000 inwoners. Dit is iets minder dan gemiddeld in Nederland (circa 370 m² wvo per 1.000 inwoners). Circa 75% van het dagelijks aanbod wordt ingenomen door de verschillende supermarkten in de gemeente. In de gemeente Grave zijn vestigingen van Albert Heijn, Lidl, Jumbo en Nettorama aanwezig. Albert Heijn is de enige vestiging die in de binnenstad ligt, de overige supermarkten liggen in de wijken rondom de binnenstad. De overige dagelijks winkelaanbod bestaat uit diverse bakkers (in de binnenstad en andere kernen), een delicatessenwinkel, een slager, slijter, gemakswinkel, snoepwinkel, apotheek en diverse drogisten.

Figuur 6: Spreiding supermarktaanbod in kern Grave en inwoners per wijk



Bron: Locatus, 2020; CBS, 2020; bewerking Stec Groep, 2020.

Supermarkten zijn grofweg onder te verdelen in discount/prijssupermarkten en (full-)servicesupermarkten. Daartussen bevindt zich een groot middensegment. Albert Heijn, Jumbo en Plus zijn fullservice-supermarkten, Lidl en (vooral) Aldi zijn te positioneren als hard discounters. Een supermarkt trekt elke week circa 10.000-15.000 bezoekers (afhankelijk van formule en positionering). Daarmee is de supermarkt in de meeste centra een belangrijke publiekstrekker. Grave beschikt met twee fullservicesupermarkten (Albert Heijn en Jumbo), een hard discounter (Lidl) en een merkendiscouter (Nettorama) over een divers en breed supermarktaanbod. De supermarkten in Grave hebben de volgende posities binnen de detailhandelsstructuur:

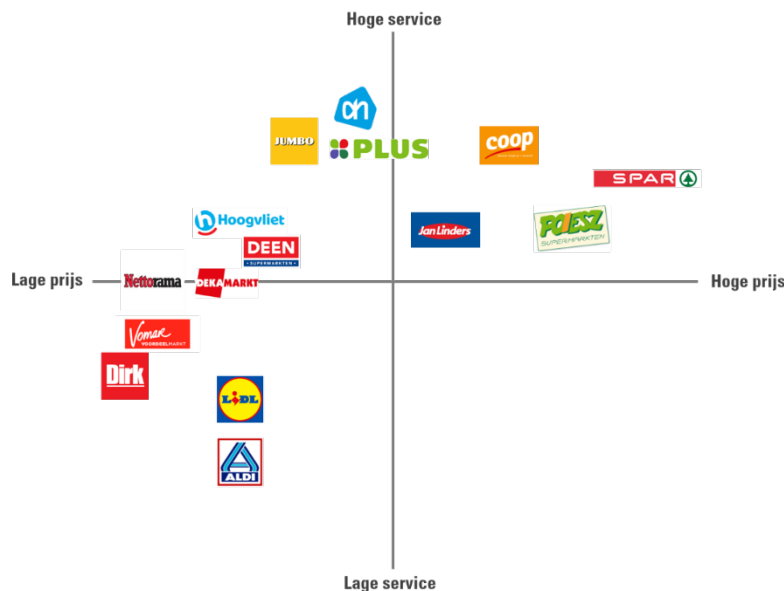
- Albert Heijn: vanwege haar ligging in het centrum heeft deze supermarkt een functie als centrumsupermarkt.
- Lidl en Jumbo: vanwege de ligging van beide supermarkten in de wijken van Grave hebben beide supermarkten een positie als wijksupermarkt in de detailhandelsstructuur.
- Nettorama: vanwege haar ligging aan de rand van Grave op een bedrijvenlocatie heeft de supermarkt een positie als solitaire supermarkt in de detailhandelsstructuur.

Tabel 1: Supermarktaanbod in de gemeente Grave

Formule	Type supermarkt	Functie in detailhandelsstructuur Grave	Aantal m ²
Albert Heijn	Fullservice	Centrumsupermarkt	970
Lidl	Hard discounter	Wijksupermarkt	955
Jumbo	Fullservice	Wijksupermarkt	900
Nettorama	Merken discounter	Solitaire supermarkt	625

Bron: Locatus, 2020.

Figuur 7: Propositie supermarktformules



Bron: Marshoek, Supermarktbenchmark; 2019.

Supermarkten in Grave zijn relatief klein van omvang

Wel zijn de supermarkten in Grave relatief klein van omvang. Een gemiddelde moderne discounter heeft een oppervlak van circa 1.000 tot 1.200 m² wvo, een fullservice supermarkt heeft een oppervlak van zo'n 1.200 tot 1.500 m² wvo. In Grave zijn alle supermarkten kleiner dan 1.000 m² wvo (bron: Locatus, 2020). Doordat de supermarkten in Grave relatief klein zijn, kunnen zij beperkt inspelen op de veranderde behoefte van de consument (zie ook hoofdstuk 2). Dit heeft als gevolg dat winkelpaden in de supermarkten smal zijn, het aanbod verse producten en specifieke productgroepen (duurzaam, vegetarisch, et cetera) beperkt is en nieuwe technologieën zoals zelfscankassa's niet of beperkt worden geïntroduceerd. Dit heeft

als gevolg dat een deel van de consumenten grotere supermarkten in de omgeving verkiezen boven die in Grave.

Niet-dagelijks aanbod in Grave beperkt, ontwikkeling Arsenaal versterking niet-dagelijks aanbod

De gemeente Grave telt 43 winkels in de branche niet-dagelijks. In totaal hebben deze winkels een omvang van circa 6.090 m² wvo. Per 1.000 inwoners beschikt de gemeente Grave over circa 490 m² wvo niet-dagelijks aanbod. Dit ligt ver onder het gemiddelde niet-dagelijks aanbod in Nederland (circa 1.200 m² wvo per 1.000 inwoners). Met name het ontbreken van een grootschalig tuincentrum of bouwmarkt is hier debet aan, net als het ontbreken van aanbod in de branche 'vrije tijd' (sport-, spel-, hobby- en mediawinkels). Met de ontwikkeling van het Lifestyle Centre in Het Arsenaal wordt het niet-dagelijks aanbod in de gemeente versterkt.

Ruim 90% van het niet-dagelijkse aanbod ligt in de kern Grave. Van dit aanbod ligt circa 55% in de binnenstad van Grave. Het gaat hierbij vooral om winkels in de branche 'mode & luxe'. De overige niet-dagelijkse winkels liggen verspreid in de gemeente. Bouwmarkt KlusWijs en Welkoop zijn de twee grootste winkels in de niet-dagelijkse sector (respectievelijk 905 en 755 m² wvo). Beide winkels zijn gevestigd aan de Kooikersweg in Grave. Hier is ook woonwinkel Colors@Home gevestigd. Ook in Escharen en Gassel is verspreid niet-dagelijks aanbod aanwezig. Het gaat om een legerdump, fietsenwinkel en elektronicazaak.

3.3 Binnenstad Grave

Binnenstad Grave biedt aantrekkelijke en gevarieerde mix van functies

Het grootste deel van de winkels en horecagelegenheden is gevestigd in de historische binnenstad. De binnenstad van Grave heeft in de basis een functie als boodschappencentrum voor inwoners van de gemeente. Daarnaast heeft de binnenstad, door zijn historische karakter, een regionaal toeristisch-recreatieve aantrekkingskracht. Toeristen en omwonende bezoeken de binnenstad van Grave als vrijetijdsbesteding.

In de binnenstad zijn zowel dagelijkse (o.a. Albert Heijn, Primera en Kruidvat) als niet-dagelijkse winkels gevestigd. Het niet-dagelijks aanbod bestaat overwegend uit specialistische winkels. Omdat de meeste winkels in monumentale panden zijn gevestigd zijn de winkels in de binnenstad van Grave relatief klein. Dit verklaart ook de beperkte aanwezigheid van grote landelijke formules. De binnenstad van Grave kent in vergelijking met kernen van vergelijkbare grootte wel méér, maar vooral kleinere winkels. Pluspunt is dat in deze panden veel kleinschalige en bijzondere speciaalzaken gevestigd zijn die het winkelaanbod een onderscheidend profiel geven. Nadeel is dat deze winkels niet altijd de trekkracht hebben van bekende landelijke formules.

Binnen de binnenstad is clustering van branches zichtbaar. Zo kan de Klinkerstraat omschreven worden als de 'maakstraat' en de Hoofschestraat als de 'foodstraat'. Het horeca aanbod van Grave clustert zich aan de Maaskade, Maasstraat en op de markt (zie figuur 7). Ook wordt er relatief veel gewoond in de binnenstad van Grave. Boven nagenoeg alle winkels zijn appartementen gevestigd. Ook tussen de winkels en horecagelegenheden wordt hier en daar gewoond. Dit zorgt ervoor dat de binnenstad, ook na sluitingstijd, levendig en veilig is.

Het horeca-aanbod in de binnenstad is zeer divers en concentreert zich op enkele locaties, zoals aan de Maaskade en Maasstraat en aan de Markt herbergt gevarieerde horecagelegenheden. Overige cafébedrijven en restaurants vindt men verder op een vijftal plaatsen verspreid. Het totale horecaaanbod is dermate divers dat men vanuit de wijde omgeving Grave daarvoor weet te vinden. Tijdens evenementen is het de horeca die een langer verblijf in de stad uitlokt. In z'n totaliteit telt de gemeente Grave circa 40 horecavestigingen, waarvan circa 15 restaurants en eetcafés, 10 cafés en 5 cafetaria's.

Uit onderzoek (HAN, 2018) is gebleken dat de voornaamste bezoeker van het centrum van Grave vrouw is, zich in de leeftijd van 55 tot 64 jaar bevindt en het centrum bezoekt voor haar dagelijkse boodschappen. Zo doet 87% van de respondenten haar dagelijkse boodschappen in de binnenstad, en 25% geeft aan tevens

in het centrum te winkelen. De Graafse Klant wordt voor 80% vertegenwoordigd door bewoners van Grave zelf, waarna Velp met 9% bezoekers volgt. De Graafse Klant beoordeelt het centrum met een 7,3.

Figuur 8 : Aanbodstructuur binnenstad Grave (CONCEPT)



Bron: Locatus, oktober 2019; BAG, januari 2020; Bewerking Stec Groep, 2020.

3.4 Plannen

In Grave en regio spelen diverse winkelinitiatieven. Dit betreffen supermarktnitiatieven, invulling van Het Arsenal en diverse plannen in de regio. We lichten ze in deze paragraaf nader toe.

Alle supermarkten in Grave hebben de wens om uit te breiden

Alle supermarkten in Grave willen graag uitbreiden en zijn bezig met het uitwerken van toekomstplannen. De plannen behelzen allemaal het uitbreiden van het huidige winkelvloeroppervlak om te kunnen voldoen aan de moderne maatstaven van supermarkten en wensen van de consument (zie ook hoofdstuk 2). De initiatieven bevinden zich in de planfase. Uitzondering daarop is Lidl. Deze formule kan op haar beoogde locatie (voormalige locatie van het tuincentrum aan de Monseigneur Borretweg) planologisch-juridisch al van start met de supermarktontwikkeling.

In onderstaande tabel vatten we de supermarktnitiatieven samen op basis van beschikbare informatie. Alle plannen tezamen leiden tot een mogelijke uitbreiding van 1.510 tot 1.910 m² wvo supermarkt. Dit is een toename van circa 45-55% ten opzichte van het huidige aanbod. Deze toename taxeren we als zeer fors. In het navolgende hoofdstuk gaan we daarom in op de gemeentelijke beleidskaders voor supermarktnitiatieven.

Tabel 2: Overzicht supermarktplanen Grave (inventarisatie op basis van gesprekken)

Supermarkt	Omschrijving plan	Huidige omvang Locatus (m ² wvo)	Beoogde omvang* (m ² wvo)	Uitbreiding meters
Lidl	Verplaatsing naar voormalige locatie tuincentrum (planologisch geborgd)	955	1.460 (locatie tuincentrum)	+ 505 (locatie tuincentrum)

	Achterliggende supermarktbestemming blijft vooralsnog gehandhaafd			
Albert Heijn	Verplaatsing en herontwikkeling parkeerterrein Lunette e.o.	970	1.200	+ 230
Jumbo	Verplaatsing nabijgelegen locatie voormalig schoolgebouw, combinatie met woningbouw.	900	1.300-1.500	+ 400-600
Nettorama	Uitbreiding huidige locatie via uitbouw aan westzijde.	625	1.000-1.200	+ 375-575
Totaal		3.450	4.960-5.360	1.510-1.910

Bron: Stec Groep, 2020. *Inventarisatie plannen op basis van gesprekken. Exacte planinvulling en metrages kunnen afwijken.

Plannen Lifestyle Center

In 2019 is Het Arsenaal verkocht na bijna 10 jaar leeg te hebben gestaan. Dit pand met detailhandelsbestemming wordt momenteel verbouwd tot Lifestyle Center. Het is zo'n 4.500 m² vvo groot en ligt aan de rand van de binnenstad. In het Lifestyle Center komt detailhandel (hoofdzakelijk meubels), een expositieruimte, een boetiekhotel, horeca en een evenementenlocatie. Vanwege de ligging van het Lifestyle Center tegen de binnenstad kan de detailhandel andere voorzieningen in de binnenstad profiteren van deze nieuwe trekker van Grave.

Plannen in de regio

In Reek en Wijchen staan de komende jaren detailhandelsontwikkelingen op de planning. In onderstaande tabel gaan we hier kort op in. Ook beschrijven we de te verwachte effecten voor de koopstromen en bestedingen in Grave.

Tabel 3: Detailhandel ontwikkelingen op regionaal niveau

Kern	Plan	Impact Grave
Reek	'Aldi Reek' - Eind 2020 opent Aldi een tijdelijke vestiging (10 jaar) aan de Monseigneur Borretstraat in Reek.	We verwachten dat de opening van de Aldi in Reek geen grote effecten zal hebben op de koopstromen en bestedingen in Grave. Grave beschikt al over een hard discounter en consumenten die graag naar de Aldi-formule gaan, zullen nu vooral in Wijchen boodschappen doen. Bovendien beschikt Grave met de nieuwe Lidl naar verwachting ook zelf over een moderne discounter, waardoor een bezoek aan Aldi Reek minder aantrekkelijk wordt.
Wijchen	'Tussen Kasteel en Wijchens Meer' - Het gebied tussen het kasteel en het Wijchens Meer wordt getransformeerd tot een aantrekkelijk centrumgebied. De herontwikkeling moet een positieve bijdrage leveren aan de kwaliteit en levendigheid van de binnenstad van Wijchen.	Gezien de aard van de herontwikkeling (ruimte voor wonen, maatschappelijke functies, dienstverlening en horeca in combinatie met recreatie) en het niet toestaan van detailhandel in de plannen zal deze naar verwachting geen tot een heel effect hebben op de detailhandelsstructuur van Grave. Wel neemt de aantrekkingskracht van Wijchen centrum als verblijfsplek toe.
Wijchen	'Hart van Zuid' - Doel van dit project is om Wijchen-Zuid gereed te maken voor de toekomst. Eén van de opgaven voor een toekomstbestendige wijk is een impuls aan het voorzieningshart Zuiderpoort.	De opwaardering van het voorzieningshart zal geen tot zeer beperkte effecten hebben op de detailhandelsstructuur in Grave. Het winkelcentrum richt zich met haar voorzieningen hoofdzakelijk op de wijk en concurreert daarmee niet met Grave.

Bron: Gemeentelijke websites, 2020.

3.5 Vigerend detailhandelsbeleid

De winkelmarkt is een verdringingsmarkt. Hierdoor neemt de behoefte aan fysieke winkels af. Dit geldt zeker voor hoofdwinkelgebieden zoals de binnenstad van Grave. Het detailhandelsbeleid van de gemeente Grave is daarom restrictief. Het historische centrum staat in de voorzieningsstructuur bovenaan. De prioriteit ligt volledig bij het versterken en optimaliseren van de binnenstad. Het behouden van een aantrekkelijk centrum met een zo compleet mogelijk winkelaanbod voor zowel de lokale bezoekers als de toerist is het doel.

De gemeente Grave staat daarom zeer terughoudend tegenover detailhandelsontwikkelingen buiten de bestaande en gewenste structuur. Alleen structuurversterkende ontwikkelingen zijn toegestaan. Dit betekent dat uitbreiding van supermarkten buiten de binnenstad (omwille van de lokale boodschappenfunctie van de binnenstad) in het huidige beleid ongewenst is. Bij de geschetste ambities voor de binnenstad hoort namelijk een sterk supermarktaanbod. Supermarkten zijn cruciale publiekstrekkingen die grote passantenstromen in winkelgebieden teweeg brengen. Deze bezoekers zijn nodig voor het behoud van een gevarieerd winkel- en horeca-aanbod. Een aantrekkelijk winkelbestand is essentieel voor een vitale binnenstad. Op plaatsen waar leegstand ontstaat en detailhandel geen haalbare invulling meer is, kan gekeken naar invulling met maatschappelijke of commerciële voorzieningen.

4 Gewenste detailhandelstructuur

4.1 Marktruimte supermarkten en overige detailhandel Grave

Markt voor supermarkten in balans, kwalitatieve verbeterslag noodzakelijk

De markt voor supermarkten in Grave is nagenoeg in balans, zo blijkt uit onderstaand distributieplanologisch onderzoek (zie bijlage voor uitwerking, zie tabel 5 voor samenvatting supermarkten). De bestaande supermarkten functioneren gemiddeld genomen goed en kunnen een 'gezonde boterham' verdienen. Het aantal supermarktmeters past bij het aantal inwoners en bezoekers. Kwantitatief is er nog sprake van enige markttechnische uitbreidingsruimte van ruim 400 m² wvo.

Kwalitatief constateren we dat de huidige maatvoering van de supermarkten in Grave te klein is om te voldoen aan (veranderende) wensen van de consument. Denk daarbij aan bredere paden, ruimte voor meer versproducten en productniches (fair-trade, vegetarisch, biologisch) en moderne functionaliteiten zoals zelfscankassa's en handscanners. Ook logistiek gezien is bij alle supermarkten een efficiëncyslag mogelijk. Kortom: hoewel supermarkten momenteel gezond functioneren, zit de in Grave markt 'op slot' en dit komt de consumentenverzorging niet ten goede. Mogelijk risico is dat inwoners supermarkten elders (bijvoorbeeld in Wijchen) in de toekomst vaker kiezen boven die in Grave.

Modernisering supermarkt vergroot binding en aantrekkingskracht Grave

Wanneer het supermarktaanbod versterkt wordt (opschaling naar drie á vier moderne en marktconforme supermarkten), verwachten we dat dit een positief effect heeft op de koopkrachtbinding en toevloeiing. Inwoners zullen minder vaak elders boodschappen doen en inwoners van buiten de gemeente zullen juist vaker boodschappen doen in Grave. In dit scenario blijkt er voor gezond functioneren een theoretische uitbreidingsruimte is van circa 900 m² wvo in gemeente Grave. Door het moderniseren van het supermarktaanbod ontstaat enige marktruimte.

Tabel 4: DPO supermarkten gemeente Grave 2030

	Supermarkten – huidige situatie	Supermarkten – maximale potentie bij modernisering
Inwoners 2030	12.830	12.830
Bestedingen	€ 2.058	€ 2.058
Fysieke bestedingen	€ 26.404.140	€ 26.404.140
Koopkrachtbinding	90%	95%
Gebonden omzet	23.763.730	25.083.930
Toevloeiing	15%	20%
Totale omzet	27.957.320	31.354.920
Gemiddelde omzet per m ²	€ 7.233	€ 7.233
Haalbaar aanbod in m ² wvo	3.865	4.335
Gevestigd aanbod in de gemeente Grave in m ² wvo	3.450	3.450
*Marktruimte ten opzichte van huidig aanbod m² wvo (afgerond)	415	885
Potentieel te ontstane plancapaciteit op achterblijvende locatie Lidl in m ² wvo	955	955

Bron: CBS, 2020; Panteia, 2019; Primos, 2019; Locatus, 2020; Bewerking: Stec Groep, 2020.

Onvoldoende kwantitatieve marktruimte om maximaal mee te werken aan alle supermarktiniciatieven, risico op sluiting supermarkt

Desondanks constateren we dat de toekomstige kwantitatieve marktruimte onvoldoende is voor alle lopende supermarktiniciatieven (zie tabel 3; toename van circa 1.500 tot 1.900 m² wvo) in Grave. De toename betekent immers een forse vergroting van 45-55% ten opzichte van het huidige aanbod tot een niveau van 370-400 m² wvo per 1.000 inwoners. Dit is ruim boven het Nederlands gemiddelde (269 m² wvo per 1.000 inwoners). Daar komt bij dat op de achterblijvende locatie van Lidl de bestemmingsplancapaciteit voor supermarkten volgens huidige plannen gehandhaafd blijft. Dit betekent dat er bovenop forse toevoeging van het aanbod (1.500-1.900 m² wvo) er planologisch mogelijkheden liggen voor een vijfde supermarkt in Grave met een omvang van circa 955 m² wvo (huidige omvang Lidl). Dit legt volledig beslag op de bestaande theoretische marktruimte.

Er zijn risico's dat het draagvlak voor vier supermarkten volgens de bekende plannen (zie tabel 3) te beperkt is om alle vier gezond te functioneren. In het geval dat maximaal wordt meegewerkt aan alle lopende supermarktiniciatieven worden er immers meer supermarktmeters toegevoegd dan de markt theoretisch kan 'dragen'. Dit kan in potentie leiden tot sluiting van één van de supermarkten, tenzij supermarkten de kosten voldoende weten te drukken en/of instaat zijn nieuwe inkomsten te genereren.

Hierdoor neemt de onderlinge concurrentie van supermarkten in Grave flink toe. Dit betekent dat supermarkten gaan inzetten op de klant van de concurrent om haar huidige klantbereik te vergroten. De supermarktlocatie en -concept dat het minst inspeelt op de randvoorwaarden voor toekomstbestendig functioneren (zoals goede autobereikbaarheid en parkeren, efficiënte logistiek, productaanbod en service op maat, prijs-kwaliteitverhouding) is het meest kwetsbaar. In onze taxatie heeft met name de huidige locatie van Albert Heijn de randvoorwaarden voor autobereikbaarheid en parkeren beperkt op orde ten opzichte van de andere locaties. Tegelijkertijd is het huidige beleid juist gericht op versterking van de binnenstad, met de supermarkt als cruciale trekker. In navolgende paragraaf zijn de beleidsuitgangspunten voor toetsing van supermarktiniciatieven er dan ook op gericht om deze risico's waar mogelijk te beperken en het supermarktaanbod in de binnenstad te versterken.

Niet-dagelijkse detailhandel: enige marktruimte aanwezig, niet wenselijk om meer niet-dagelijks aanbod toe te voegen

Op basis van distributieplanologisch onderzoek (zie bijlage) blijkt dat er nog marktruimte is voor zo'n 2.800 m² wvo niet-dagelijks aanbod. Met de ontwikkeling van het Lifestyle Centre in Het Arsenaal wordt aan deze marktruimte grotendeels invulling gegeven. Dat er nog marktruimte bestaat voor niet-dagelijks aanbod in Grave is met name het gevolg van een beperkt doe-het-zelf aanbod (bijvoorbeeld een grootschalige bouwmarkt of tuincentrum) en aanbod 'vrije tijd'. We concluderen echter dat de fysieke winkelmarkt geen groeimarkt is, maar meer een verdringingsmarkt, zeker in het licht van corona. Door de groei van internetaankopen neemt de behoefte aan fysieke winkels af. Ook in Grave is dit het geval. Het is daarom niet wenselijk om meer niet-dagelijkse winkels toe te voegen aan het detailhandelsaanbod in Grave. Focus op de binnenstad en invulling van leegstand (met winkels, overige voorzieningen of wonen) verdient nadrukkelijk de prioriteit.

4.2 Gewenste detailhandelsstructuur Grave

Binnen de detailhandelsstructuur van gemeente Grave is de binnenstad de belangrijkste aankooplocatie. Behoud en waar mogelijk versterken van het aantrekkelijke centrum met een zo compleet mogelijk winkelaanbod voor zowel de inwoners, bezoekers als de toerist is het doel. Het behouden van een aantrekkelijk winkelbestand is essentieel voor een vitale binnenstad. Nieuwe detailhandelsontwikkelingen dienen zoveel mogelijk bij te dragen aan versterking van de binnenstad of de positie van de binnenstad zo min mogelijk te schaden. Buiten de binnenstad van Grave zijn voor wijkvoorzieningen drie supermarkten op de huidige locaties toegestaan. Voor deze supermarkten geldt dat primair op de wijk gericht dienen te zijn. In de kernen blijft ruimte voor behoud van basisvoorzieningen. Perifere detailhandel (zoals tuincentra en bouwmarkten) buiten de binnenstad zijn toegestaan op de huidige winkellocaties. Uitbreiding van

perifere detailhandel is alleen mogelijk wanneer aangetoond kan worden dat er geen negatieve ruimtelijke effecten voor de binnenstad optreden.

We vatten de gewenste detailhandelsstructuur samen:

1. Binnen de detailhandelsstructuur houdt de binnenstad van Grave haar positie als belangrijkste aankooplocatie. Het doel is behoud en waar mogelijk versterken van het aantrekkelijke centrum met een zo compleet mogelijk winkelaanbod voor zowel de inwoners, bezoekers als de toerist. Naast de binnenstad is in de detailhandelsstructuur van de gemeente Grave onderscheid gemaakt in drie type supermarktlocaties: centrumsupermarkt (Albert Heijn), wijksupermarkt (Jumbo en Lidl) en solitaire supermarkt (Nettorama).
2. Nieuwe detailhandelsontwikkelingen dienen zoveel mogelijk bij te dragen aan versterking van de binnenstad dan wel de positie van de binnenstad zo min mogelijk te schaden. Uitbreiding of nieuwvestiging van detailhandel buiten de binnenstad is daarom niet toegestaan. Uitzonderingen hierop zijn de al vergunde planologische rechten voor nieuwvestiging van een supermarkt op locatie voormalig tuincentrum aan de Monseigneur Borretweg. Ook is modernisering van de huidige supermarktlocaties mogelijk (binnen onderstaande kaders), waaronder een mogelijke verplaatsing van wijksupermarkt Jumbo aan de overzijde van de huidige locatie. Een vijfde supermarkt in Grave als onwenselijk gezien³.
3. Er is ruimte voor kleinschalige basisvoorzieningen (zoals een bakker) van maximaal 250 m² wvo in het centrum van de kleinere kernen ter behoud van de leefbaarheid.

Om de gewenste detailhandelsstructuur na te streven werken we met de volgende beleidsregels.

1: Supermarkt(en) in centrum krijgen alle ontwikkelruimte en worden maximaal gefaciliteerd

Supermarkten zijn grote publiekstrekkingen voor centra die (bij de juiste randvoorwaarden, zoals zichtlijnen en afstand tot overige winkels) combinatiebezoek met andere winkels aanwakkeren. Voor de binnenstad van Grave vult Albert Heijn momenteel deze rol in. Een sterk supermarktaanbod in de binnenstad is belangrijk voor het in stand houden van de overige (met name dagelijkse) voorzieningen en het bieden van een gevarieerd winkel- en horeca-aanbod. We adviseren gemeente Grave maximaal in te zetten voor behoud en versterking van het supermarktaanbod in het centrum. In de basis krijgen supermarkten in het centrum daarom alle ontwikkelruimte. Idealiter wordt de huidige Albert Heijn in het centrum uitgebreid en gemoderniseerd, en wordt tegelijkertijd de bereikbaarheid en parkeersituatie verbeterd. We constateren dat in de huidige inrichting van de binnenstad een uitbreiding of nieuwvestiging van een supermarkt niet tot beperkt haalbaar is. Ruimtelijke en vastgoedtechnische ingrepen zijn nodig om een gewenste ontwikkeling mogelijk te maken. Gezien het belang van een centrumsupermarkt adviseren we gemeente Grave waar noodzakelijk en wenselijk te faciliteren bij aanpassingen in de openbare ruimte en parkeermogelijkheden. Ook kan gemeente Grave procesmatig initiatieven voor supermarkten in het centrum om een ontwikkeling op gang te krijgen faciliteren, bijvoorbeeld op het vlak van stedelijke herverkaveling. **Wel wordt van supermarktpartijen eigen initiatief en daadkracht verwacht.** Gemeente Grave doet dan ook een nadrukkelijke oproep hiertoe.

2: Ruimte voor modernisering wijksupermarkten, maar binnen strikte kaders

De supermarktbranche in Grave zit 'op slot' (zie ook: hoofdstuk 4.1). Hoewel supermarkten momenteel gezond functioneren, zijn de supermarkten te klein en spelen ze onvoldoende in op veranderende consumententrends. Opschaling en daarmee kwalitatieve versterking is nodig om consumenten in Grave te behouden en afvloeiing naar andere gemeente te verminderen. Vanwege de trekkende functie van de supermarkt in de binnenstad van Grave (momenteel Albert Heijn) voor dagelijkse voorzieningen, is het van belang dat de uitbreiding van supermarkten buiten de binnenstad deze positie niet schaden. In andere woorden: uitbreiding van een supermarkt buiten de binnenstad mag niet leiden tot sluiting van een

³ Bij verplaatsing van Lidl naar een nieuwe locatie komt de huidige locatie leeg te staan. We taxeren dat het huidige pand weinig courant is voor een nieuwe supermarktformule vanwege de omvang van het pand. Transformatie naar een nieuwe functie, zoals wonen, wordt als kansrijk gezien.

supermarkt binnen de binnenstad. De binnenstad blijft kortom het belangrijkste winkelgebied van Grave en krijgt prioriteit, maar er wordt enige ruimte geboden voor modernisering buiten de binnenstad.

Beleidsuitgangspunt bij toetsing van initiatieven van wijksupermarkten (locaties Jumbo en Lidl, zie hoofdstuk 3.2) is dat ze zich primair beperken tot de wijkfunctie. Daarom worden de volgende beleidsregels gehanteerd:

- Wijksupermarkten in gemeente Grave mogen maximaal uitbreiden tot maximaal 1.250 m² wvo.^{4 5}
- Er mogen geen winkelconcentraties ontstaan bij wijksupermarkten. Aanvullende nieuwe winkelvoorzieningen bij een supermarkt (zoals een bakker, slager of een drogist) zijn daarom niet toegestaan. De binnenstad van Grave vervult voor de kern Grave deze rol.

3: Geen uitbreiding solitaire supermarkten mogelijk, alleen optimalisatie

Solitaire supermarkten worden in beginsel niet uitgebreid. Huidige rechten van solitaire supermarkten (locatie Nettorama, zie hoofdstuk 3.2) worden gerespecteerd. Verplaatsing van de supermarkt naar de binnenstad van Grave wordt als wenselijke ontwikkeling gezien. Nettorama heeft als solitaire supermarkt een functie voor een deel van de inwoners van Grave, maar ook voor inwoners van buiten de gemeente. De supermarktformule is in positionering en propositie aanvullend op andere supermarkten in de gemeente en onderdeel van het diverse supermarktlandschap. Omdat de supermarkt niet in een grote wijk ligt (minimaal circa 5.000 inwoners)⁶, gelegen is op een bedrijvenszone en aan de rand van de gemeente, achten we verdere uitbreiding van deze supermarktlocatie als onwenselijk. In de basis wordt aan verdere uitbreiding van het winkelvloeroppervlak kortom niet meegewerkt. In de huidige situatie rondom corona is veiligheid echter van groot belang. Bij supermarkt Nettorama zijn knelpunten ontstaan door smalle gangpaden, waardoor onvoldoende afstand gehouden kan worden. Een beperkte uitbreiding van het winkelvloeroppervlak met als doel het realiseren van bredere gangpaden en betere routing wordt daarom toegestaan. Binnen het huidige bouwvlak is in het bestemmingsplan nog uitbreidingsruimte aanwezig. De vorm van het bouwvlak is echter minder geschikt voor een goede bedrijfsvoering. Aanpassing van het bouwvlak is daarom mogelijk. Daarnaast is optimalisatie mogelijk in het verbeteren van de parkeermogelijkheden en logistieke processen (zoals laden en lossen).

4: Supermarktontwikkeling op locatie hockeyvelden vanuit economisch perspectief ongewenst

Supermarkt Lidl is voornemens haar huidige vestiging te verplaatsen naar de locatie Mgr. Borretweg (oude locatie tuincentrum). Tevens overweegt zij verplaatsing naar de locatie hockeyvelden. Stec Groep taxeert dat verplaatsing naar locatie hockeyvelden vanuit economisch perspectief ongewenst is. Daartoe hanteert zij de volgende redenen. Lidl heeft momenteel in de detailhandelsstructuur van Grave overwegend een positie als wijksupermarkt. Bij verplaatsing naar locatie Mgr. Borretweg behoudt de supermarkt de primaire wijkfunctie vanwege de ligging in de wijk en suboptimale bereikbaarheid. Bij verplaatsing naar locatie hockeyvelden overstijgt de supermarkt haar primaire wijkfunctie. Bovendien is bij vestiging op de locatie hockeyvelden de relatie met de huidige wijk minimaal. Verplaatsing naar locatie hockeyvelden betekent dat de supermarkt (a) een uitstekende ligging krijgt (b) op een goed bereikbare locatie (c) in het zicht (d) met veel parkeermogelijkheden. Bovendien kan Lidl op die locatie vanwege de perceelomvang een grotere supermarkt realiseren dan beoogd op de Mgr. Borretweg. Doordat de supermarkt op deze locatie de randvoorwaarden optimaal op orde heeft, trekt zij naar verwachting een groter aandeel consumenten naar zich toe en wordt de primaire wijkfunctie overstegen. Daarbij ligt de locatie hockeyvelden op de aanrijroute richting de binnenstad van Grave en de wijk Estersveld. Zij wordt daarmee een aantrekkelijk alternatief ten

⁴ Een supermarkt met wijkfunctie heeft, afhankelijk van de ruimtelijke structuur, verzorgingsgebied en concurrerende aanbieders, een omvang van maximaal 1.200-1.500 m² wvo. Gelet op de omvang van de wijken in Grave (ca. 5.300 inwoners in West, 7.100 inwoners in Zuid), koopkrachtgegevens en referentieprojecten bedient voor Grave een supermarkt van maximaal 1.200-1.250 m² wvo primair de wijkfunctie.

⁵ Uitzondering hierop vormen al vergeven planologische rechten (zoals locatie voormalig tuincentrum).

⁶ Rondom de locatie Nettorama gaat beperkte woningbouw plaatsvinden, maar geen volwaardige wijk.

opzichte van supermarktbezoek in de binnenstad⁷ of Estersveld. Het risico is reëel dat de huidige evenwichtige supermarktstructuur daarmee verstoord wordt en dit ontwrichtend is voor de huidige supermarktbalans. Gezien de belangrijke functie van Albert Heijn voor de binnenstad en de wijkverzorgende functie van Jumbo is verplaatsing van de supermarkt naar locatie hockeyvelden ongewenst vanuit economisch perspectief. Stec Groep adviseert dan ook in te zetten op locatie Mgr. Borretweg in plaats van locatie hockeyvelden voor verplaatsing van Lidl.

5: Er wordt gestreefd naar vermindering van plancapaciteit buiten de binnenstad

Tot slot zet de gemeente Grave in op vermindering van plancapaciteit voor detailhandel buiten de binnenstad. Hiermee moet worden voorkomen dat er zich nieuwe detailhandelsontwikkelingen (waaronder supermarkten) buiten de binnenstad voordoen. De huidige locaties van Lidl en Jumbo hebben bij verplaatsing specifieke aandacht. Inzet daarbij is transformatie van de huidige locatie. We adviseren de gemeente Grave hierover het gesprek aan te gaan met de eigenaren om te komen tot invulling met een andere functie dan detailhandel. Gezien ontwikkelingen in de markt en draagvlak vanuit consumenten dient voorkomen te worden dat een extra supermarkt of andersoortige reguliere detailhandel zich gaat vestigen in gemeente Grave. Ook op andere locaties in de gemeente is plancapaciteit voor detailhandel aanwezig, zoals bij de brandweergarage en ook op bedrijventerrein Wisseveld ligt mogelijk nog verborgen plancapaciteit. In de binnenstad is van belang een compact winkelgebied te behouden. Het gezamenlijk afbakenen van het compacte winkelgebied (kernwinkelgebied) en verminderen van (verborgen) plancapaciteit daarbuiten verdient aandacht. We adviseren gemeente Grave in te zetten voor alternatieve invulling en uiteindelijk schrappen van onbenutte winkelbestemmingen (of verborgen plancapaciteit) buiten de binnenstad. Woningbouw is daarbij een kansrijke invulling.

⁷ Supermarkt Albert Heijn vervult veelal een rol als primaire supermarkt, Lidl als secundaire supermarkt (GfK, 2017, 2018, 2019). Beide supermarktformules zijn in rol en formule (full-service en hard discounter) complementair en kunnen bij voldoende marktdraagvlak goed in nabijheid van elkaar functioneren en elkaar zelfs versterken. In de situatie van Grave is de bereikbaarheid van en parkeersituatie bij Albert Heijn echter niet optimaal, waardoor Lidl op locatie hockeyvelden substantieel aantrekkelijker wordt als primaire supermarkt.

5 Aanbevelingen binnenstad Grave

De binnenstad is voor Grave van groot belang op sociaal, cultureel en economisch vlak. We geven enkele aanbevelingen voor het toekomstbestendiger maken van de binnenstad. In vervolg op de vaststelling van dit detailhandelsbeleid is het voornemen om in 2021 een economische visie voor Grave op te stellen. De aanbevelingen kunnen dienen als input bij het opstellen van de economische visie.

HET ECONOMISCH BELANG VAN BINNENSTAD GRAVE

De binnenstad van Grave is qua economisch belang een van de speerpunten van de lokale economie. Circa 10% van de werkgelegenheid in de gemeente Grave is gevestigd in de binnenstad. Ter vergelijking: bedrijventerreinen in Grave zijn goed voor circa 15% van de werkgelegenheid. Bovendien is de binnenstad een toeristische trekker en 'uithangbord' van de gemeente. Het economisch belang van de binnenstad is echter geen vaststaand gegeven. Het consumentengedrag verandert en daarmee ook het marktperspectief voor fysieke winkels en binnensteden in het algemeen. Binnensteden verkleuren steeds meer van kooplocaties naar plekken voor vermaak en beleving. Nieuwe functies in de binnenstad passen daarbij. De coronacrisis heeft bovendien de wereld op zijn kop gezet. Enerzijds lijkt online shoppen structureel te zijn versterkt, anderzijds zijn consumenten zich meer lokaal gaan oriënteren voor aankopen.

Aanbeveling 1: Formuleer gezamenlijk stip op de horizon voor binnenstad Grave

Het is van groot belang om gezamenlijk als ondernemers, eigenaren, inwoners en gemeente een stip op de horizon te bepalen voor de binnenstad. Daarmee ontstaat een koers voor het versterken van de binnenstad, wordt een gezamenlijke vuist gemaakt en wordt het economisch belang zoveel mogelijk geborgd op langere termijn. Door samen de stip op de horizon te bepalen kan de binnenstad zich verder onderscheiden van concurrerende locaties. In deze stip op de horizon wordt met een kritische blik gekeken naar het huidige centrum, met aandacht voor beleving, openbare ruimte, leegstand, bereikbaarheid en parkeren, aantrekkelijke voorzieningen (horeca, cultuur en diensten), evenementen, samenwerking, online vertegenwoordiging, et cetera. Ook kan bekeken worden of en waar functies in de binnenstad te concentreren (bijvoorbeeld het winkelcarré of een horecastraat). Met een stip op de horizon is het mogelijk structurele verbeteringen door te voeren waar zowel de klant, ondernemer als vastgoedeigenaar van profiteert. De Vestingsvisie biedt hiervoor een goed vertrekpunt.

Aanbeveling 2: Zet in op 'basis op orde'

In de strijd om de consument is het meer dan ooit noodzakelijk om als binnenstad de basis op orde te hebben. De binnenstad van Grave moet comfortabel, compact en compleet zijn als het gaat om omvang en samenstelling van het voorzieningenpakket, de ruimtelijke situering en uitstraling en veiligheid.

We bevelen aan de volgende stappen te zetten om 'basis op orde' te krijgen:

- Het gezamenlijk organiserend vermogen van ondernemers, eigenaren, inwoners en gemeente moet beter. Niet iedereen is aangehaakt en voelt zich verantwoordelijk voor een gezamenlijke aanpak. In de strijd om de consument is het absoluut noodzakelijk om de krachten te bundelen. Door het bundelen van krachten en gericht te investeren is in de praktijk meer te bereiken dan wanneer ondernemers en eigenaren allen een eigen koers varen. Een separaat ondernemersfonds voor de binnenstad kan helpen om ontwikkelingen op gang te brengen. Hiervoor is maximaal draagvlak cruciaal. Ook het oprichten van een horecafonds kan de samenwerking tussen de Graafse horecaondernemers versterken.
- Bezoekers verkiezen centra die makkelijk te bereiken zijn en waar parkeren op orde is. Grave kan hier verder op inzetten. Ideeën daarbij zijn het monitoren en verbeteren van parkeercapaciteit en -locaties

(passend bij de aanrijroutes en routing van bezoekers) en het verbeteren van de beleving van de entree naar de stad vanaf de N324 (bijvoorbeeld door herstel van bastion 'Kastele').

- Voor het verhogen van de beleving in de binnenstad is het mogelijk om autovrije zones te creëren in (delen van) de binnenstad (of het principe 'auto te gast'). Hierdoor verbetert de sfeer in het centrum, ontstaan betere mogelijkheden voor horeca en kan de binnenstad verder aangekleed worden (beplanting, zitmogelijkheden, afvalbakken, et cetera). Bij het creëren van autovrije zones is van belang dat de bereikbaarheid voldoende geborgd blijft.
- Grave presteert nu matig op het gebied van duurzaamheid en groenvoorziening in de binnenstad. Er is weinig groen in het centrum aanwezig, zeker in vergelijking met de groenvoorziening buiten de binnenstad. Meer groen/beplanting draagt bij aan een aantrekkelijke binnenstad, helpt om de temperatuur in de zomer beter te reguleren, zorgt voor beschutting en daarmee verblijfskwaliteit en draagt bij aan verbetering van het imago.
- Openingstijden in Grave zijn momenteel niet gelijk getrokken. De consument voor een dichte deur is funest en levert verwarring en ongenoegen op. Inzet dient daarom gericht te zijn op samenhang in de openingstijden. Dit geldt ook voor opening op zondag. Spreek 10 tot 15 vaste koopzondagen af waarbij alle winkels (en horeca) geopend zijn. Dit voorkomt verwarring voor de consument.

Aanbeveling 3: Houd het winkelcarré in stand en verkleur waar nodig aan de randen

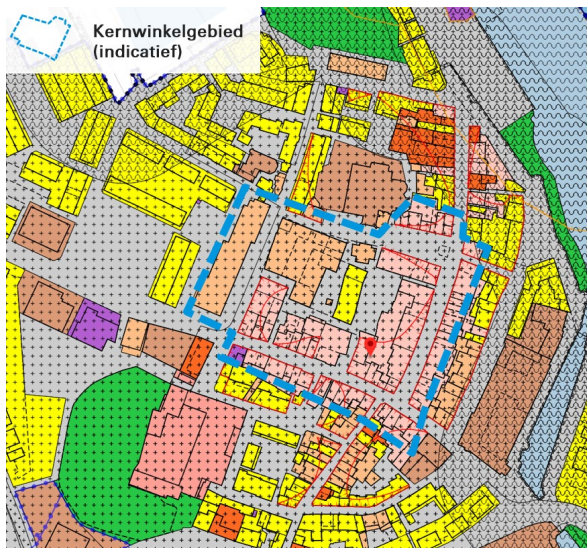
De binnenstad van Grave beschikt momenteel over een compact winkelgebied met een winkelcarré. Hierdoor is voor bezoekers het winkelgebied overzichtelijk en aantrekkelijk en zijn winkels en andere voorzieningen zoveel mogelijk geconcentreerd. Voor ondernemers heeft het winkelcarré als groot voordeel dat zij profiteren van de passantenstroom en aantrekkingskracht van naastgelegen winkels. Richting de toekomst is het van groot belang dat het winkelgebied compact blijft; dit heeft aantrekkingskracht op de consument.

Toekomstige ontwikkelingen dienen bij te dragen aan het compacte winkelcarré. Zo bevelen we dat de positionering van de centrumsupermarkt bij uitbreiding, verplaatsing of nieuwvestiging van een eventuele tweede supermarkt in het centrum het winkelcarré dient te versterken. Dit houdt in dat de supermarkt zich in of tegen het winkelcarré bevindt en dat er duidelijke zichtlijnen zijn tussen de supermarkt en voorzieningen in het winkelcarré.

Daarnaast adviseren we in gezamenlijkheid met ondernemers, eigenaren, inwoners en gemeente een kernwinkelgebied af te bakenen en dit juridisch-planologisch te borgen. Dit heeft als doel om concentratie in stand te houden en te voorkomen dat (ongewenste) winkelontwikkelingen plaatsvinden buiten dit kernwinkelgebied. Buiten het kernwinkelgebied wordt tegelijkertijd gewerkt aan het verminderen van plancapaciteit voor detailhandel. Te ontstane of al aanwezige leegstand buiten het kernwinkelgebied wordt daarbij mogelijkheden geboden voor alternatieve invulling, zoals woningbouw.

In navolgend figuur geven we een indicatieve afbakening weer van een potentieel kernwinkelgebied voor de binnenstad van Grave. In dit indicatieve voorbeeld wordt ingezet op vermindering van plancapaciteit detailhandel in (delen van de) Maasstraat, Het Kasteeltje, Oliestraat en Hamstraat. Tegelijkertijd is van belang perspectief voor ondernemers en eigenaren in deze straten door in te zetten op nieuwe functies en straatprofielen die versterkend zijn voor de binnenstad. We denken aan een gebiedsprofiel gericht op wonen (Oliestraat en Hamstraat), horeca (Maasstraat en doorloop naar Maaskade en scheepswerf/jachthaven) en een mix van functies in Het Kasteeltje. Deze laatste kan een eyecatcher zijn voor de binnenstad van Grave als een publiekstrekker zich hier vestigt. Telkens dient de verbinding met het winkelcarré zo aantrekkelijk mogelijk te worden gemaakt.

Figuur 9: Indicatieve afbakening kernwinkelgebied



Bron: Ruimtelijkeplannen.nl, 2020; Bewerking Stec Groep, 2020.

Aanbeveling 4: Vertel het ‘verhaal’ van Grave en draag uit waar de Graafse binnenstad uniek in is

De Graafse binnenstad barst van de kwaliteiten. Denk aan de unieke en historische binnenstad, de ligging aan de Maas, onderscheidende lokale winkels, een sterk cultureel aanbod met diverse musea, een groot aantal evenementen en gratis parkeren. Voor het succes van centrumgebieden is positionering en profilering van belang. Consumenten zijn eerder geneigd om onderscheidende gebieden en centra te bezoeken. Binnensteden kunnen zich onder andere thematisch (duurzaam, groen, historisch, et cetera.) of in aanbod (type winkels, prijsniveau, voorzieningen, evenementen, et cetera) onderscheiden. Denk daarbij tevens aan het benutten van erfgoed, het uitbouwen (of toevoegen) van de groene kwaliteiten en de kwaliteit van de openbare ruimte en het vastgoed zijn kansen.

Grave heeft volop onderscheidend vermogen, maar kan nog veel meer op het netvlies van de dagrecreatieve bezoeker uit de regio en in de omgeving overnachtende toeristen komen. Marketing en branding (bijvoorbeeld via ‘Beleef historisch Grave’) is hierbij de basis. Ook het cultuuraanbod en evenementenaanbod kunnen versterkt worden.

Aanbeveling 5: Maak werk van uitvoering Vestingsvisie Grave om binnenstad te versterken

We zien veel aanknopingspunten in de Vestingsvisie⁸ om Grave, en in bijzonder de binnenstad, structureel economisch te versterken. De verwerkelijking van de Vestingsvisie zal bijdragen aan de profilering van Grave, het stimuleren van toerisme, het verbreden van dagtoerisme naar verblijfs-toerisme (met bijbehorende product-marktcombinaties) en het verlengen van de verblijfsduur in de binnenstad. Hiervan profiteren ondernemers en inwoners. We bevelen dan ook aan om door te pakken met de ruimtelijke projecten zoals verwoord in de Vestingsvisie. Een aantal projecten in het bijzonder kunnen bijdragen aan het verkleuren van de binnenstad van winkelgebied naar verblijfsgebied:

- Verbetering van de verbinding met de Maas, via de Maasstraat en Maaskade.
- Betrekken Oude Haven (woningbouw) bij de binnenstad door verbinding te creëren vanuit de Oliestraat.
- De Scheepswerf en de Nieuwe Haven als maritieme hart voor Grave, inclusief een aantrekkelijke looproute naar het winkelcarré en de horeca in de binnenstad.
- Routing tussen het Arsenaal en binnenstad verbeteren, met de nieuwe ontwikkeling in het Arsenaal komt de reuring terug in dit deel van de binnenstad.

⁸ In 2018 zijn in de Vestingsvisie plannen geformuleerd om de cultuurhistorische structuren van het militair strategische verleden van Grave centraal te stellen bij de inrichting van de openbare ruimte en herontwikkeling van stedelijke locaties.

Bijlagen

Voor het bepalen van de (indicatieve) marktruimte en actuele behoefte voeren we distributieplanologisch onderzoek (DPO) uit. We onderzoeken de branches 'supermarkten', 'dagelijks – overige levensmiddelen', 'dagelijks – persoonlijke verzorging' en 'niet-dagelijks'. We beschouwen hierbij hoofdzakelijk de marktsituatie in Grave. De verwachting is namelijk dat het leeuwendeel van de koopkracht uit dit gebied afkomstig zal zijn. We kijken tien jaar vooruit. Om de marktruimte te bepalen voor detailhandel in Grave is een benadering gemaakt van het huidige en toekomstig economisch functioneren van de markt. We hanteren in het DPO de meest recente cijfers. Dit cijfers zijn pre-corona; recentere omzetkengetallen zijn niet beschikbaar. Uitkomsten van het DPO dienen dan ook niet als harde waarheid. Zeker in de niet-dagelijkse branche (en daarin specifiek 'mode & luxe') is als gevolg van de coronacrisis en toenemende online bestedingen grote onzekerheid hoe omzetten zich de komende jaren gaan ontwikkelen.

We hanteren in het DPO de volgende uitgangspunten:

- **Bevolkingsomvang:** Volgens de meest recente cijfers ligt het inwonertal in het verzorgingsgebied op 12.480 (CBS, peildatum: mei 2020). Het inwoneraantal in het verzorgingsgebied stijgt de komende jaren licht. We hanteren de raming van Primos Prognose 2019 en kijken vooruit tot en met 2030. De raming gaat uit van een stijging van circa 350 inwoners tot en met 2030 voor het verzorgingsgebied. Het inwonertal in het verzorgingsgebied komt hiermee op circa 12.830.
- **Omzet per inwoner:** Om de omzet per inwoner in de supermarkt, de dagelijkse sector en de niet-dagelijkse sector te bepalen, baseren we ons op meest recente cijfers van Panteia (Juli 2020, 'Omzetkengetallen 2019'). Volgens de meest recente cijfers is de winkelomzet per inwoner voor supermarkten € 2.075, voor overige levensmiddelen € 284, persoonlijke verzorging € 243 en in de niet-dagelijkse sector € 2.198. Indien sprake is van een onder- of bovengemiddeld besteedbaar inkomen in het verzorgingsgebied dient een correctie op de bestedingscijfers te worden toegepast. Volgens de meest recente cijfers (CBS, 2016) is het gemiddelde besteedbaar inkomen in het verzorgingsgebied met € 24.200 lager dan het Nederlandse gemiddelde van € 24.700. We voeren daarom een inkomenscorrectie uit op basis van inkomenselasticiteit van 0,4 voor dagelijkse branches (incl. supermarkt). Voor de niet-dagelijkse sector voeren we een inkomenscorrectie uit van 0,7 (conform Panteia, 2019). Hierdoor komen we uit op een gemiddelde omzet per persoon van € 2.058 voor de supermarkten, € 282 voor overige levensmiddelen, € 241 voor persoonlijke verzorging en € 2.167 voor de niet-dagelijkse sector.
- **Koopkrachtbinding:** Dit betreft de omzet die door inwoners van Grave in Grave zelf gegenereerd wordt. Voor het bepalen van de koopkrachtbinding baseren we ons op de recente koopstromen-onderzoeken Oost-Nederland (2019) en Limburg (2019). In het prestatieonderzoek van de gemeente Grave worden ook uitspraken gedaan over koopstromen. Dit onderzoek is echter gebaseerd op gegevens uit 2014 en is daarmee verouderd. Uit de recente koopstromenonderzoeken blijkt dat inwoners van vergelijkbare gemeenten (met zo'n 10.000 tot 20.000 inwoners) circa 90% van hun supermarktaankopen, 85% van hun dagelijkse aankopen en 40% van hun niet dagelijkse aankopen lokaal, in de eigen gemeente, doen. Wanneer het supermarktaanbod in Grave versterkt (vier supermarkten met een moderne en marktconforme omvang) verwachten we dat de binding voor supermarkten kan stijgen naar zo'n 95% (maximaal scenario). Inwoners uit Grave hebben dan nauwelijks nog aanleiding om elders hun boodschappen te doen.
- **Koopkrachttoevloeiing:** Dit betreft het aandeel van de bestedingen in Grave dat gedaan wordt door inwoners van buiten de gemeente Grave. Om dit aandeel voor de detailhandel in Grave te bepalen baseren we ons wederom op de twee meest recente koopstroomonderzoeken van Oost-Nederland (2019) en Limburg (2019). Op basis van een benchmark analyse kan verwacht worden dat in de huidige situatie een toevloeiing van zo'n 15% haalbaar is voor supermarkten, voor de dagelijkse sector geldt een toevloeiing van 20% en voor de niet-dagelijks een aandeel van zo'n 30%. Door het versterkte supermarktaanbod (scenario 'maximale potentie') kan de koopkrachttoevloeiing voor supermarkten de komende jaren stijgen naar 20%. Een dergelijke toename is realistisch afgaande op referentieprojecten.

- **Vloerproductiviteit:** De vloerproductiviteit geeft aan wat de gemiddelde winkel omzet per m² wvo vloeroppervlak bedraagt. Conform Panteia (2019) gaan we uit van de gemiddelde vloerproductiviteit van de afgelopen vijf jaar. Voor supermarkten de dagelijkse sector ligt dit op € 7.564 en voor de niet-dagelijkse sector op € 1.783 (Panteia, 2019). Voor supermarkten gaan we ervan uit dat de benodigde omzet per vierkante meter 10% onder het landelijk gemiddelde (€ 8.037) kan liggen voor een gezonde bedrijfsvoering (hoofdzakelijk vanwege lagere huurkosten, mede als gevolg van lagere stedelijkheid van de gemeente⁹). We rekenen daarom met een vloerproductiviteit van € 7.233 voor supermarkten.

In onderstaande tabellen verwerken we de uitgangspunten in distributieplanologisch onderzoek. We gaan allereerst in op supermarkten. Vervolgens gaan we in op de totale dagelijkse en niet-dagelijkse branche.

Tabel A: DPO supermarkten gemeente Grave 2030

	Supermarkten – huidige situatie	Supermarkten – maximale potentie bij modernisering
Inwoners 2030	12.830	12.830
Bestedingen	€ 2.058	€ 2.058
Fysieke bestedingen	€ 26.404.140	€ 26.404.140
Koopkrachtbinding	90%	95%
Gebonden omzet	23.763.730	25.083.930
Toevloeiing	15%	20%
Totale omzet	27.957.320	31.354.920
Gemiddelde omzet per m ²	€ 7.233	€ 7.233
Haalbaar aanbod in m ² wvo	3.865	4.335
Gevestigd aanbod in de gemeente Grave in m ² wvo	3.450	3.450
Marktruimte in m² wvo (afgerond)	415	885

Bron: CBS, 2020; Panteia, 2019; Primos, 2019; Locatus, 2020; Bewerking: Stec Groep, 2020.

Huidige markt voor supermarkten in gemeente Grave in balans, maar modernisering gewenst

We maken een inschatting van de marktpotentie voor supermarkten in de gemeente Grave richting 2030 via twee DPO-berekeningen: 'huidige situatie' en 'maximale potentie bij modernisering' (zie tabel A). In de berekening 'basis' gaan we ervan uit dat de huidige uitgangspunten (koopkrachtbinding- en toevloeiing) gelijk blijven. Uit dit distributieplanologisch onderzoek blijkt dat de huidige supermarkten in de gemeente Grave gemiddeld genomen gezond functioneren. Puur **kwantitatief** is sprake van enige markttechnische uitbreidingsruimte van ruim 400 m² wvo. Conclusie is dat de markt voor supermarkten in Grave in balans is en supermarkten een 'gezonde boterham' verdienen. Het aantal supermarktmeters past kortom bij het aantal inwoners en bezoekers, en er is enige ruimte voor uitbreiding. **Kwalitatief** constateren we dat de huidige maatvoering van alle supermarkten te klein is om te voldoen aan (veranderende) wensen van de consument. Denk daarbij aan brede paden, ruimte voor meer versproducten en productniches (fair-trade, vegetarisch, biologisch) en moderne functionaliteiten zoals zelfscankassa's en handscanners. Ook logistiek gezien is bij alle supermarkten een efficiencyslag mogelijk. Kortom: hoewel supermarkten momenteel gezond functioneren, zit de markt 'op slot' en dit komt niet ten goede aan de consumentenverzorging. Mogelijk risico is dat inwoners supermarkten elders in de toekomst vaker kiezen boven die in Grave.

Mits modernisering supermarkten sprake van marktpotentie van maximaal 900 m² wvo

In het scenario 'maximale potentie' verkennen we welke maximale marktmogelijkheden er in potentie voor supermarkten liggen in de gemeente Grave, waarbij supermarkten nog gezond kunnen functioneren. Dit scenario gaat er vanuit dat als gevolg van supermarktontwikkelingen inwoners minder vaak elders boodschappen doen, en inwoners van buiten de gemeente juist vaker boodschappen doen in Grave. In dit scenario blijkt dat er voor gezond functioneren een uitbreidingsruimte is van circa 900 m² wvo in gemeente Grave. Doordat dit scenario uitgaat van modernisering van het supermarktaanbod is er enige marktruimte

⁹ Zo blijkt uit onderzoek van Marshoek (2020) dat huurprijzen van supermarkten stijgt naarmate de mate van stedelijkheid toeneemt. In niet-stedelijke gemeenten liggen de huurprijzen gemiddeld op €144 per m², tegenover €220 per m² in sterk stedelijke gemeenten. De CBS-classificatie voor gemeente Grave is 'weinig stedelijk'.

aanwezig. Desondanks constateren we dat de marktruimte onvoldoende is voor alle liggende supermarktiniciatieven in Grave. Er zijn kortom risico's dat er onvoldoende draagvlak aanwezig is voor vier moderne supermarkten met moderne maat in Grave.

Tabel B: DPO overige dagelijkse branches gemeente Grave 2030

	Dagelijkse branche – overige levensmiddelen	Dagelijkse branche – persoonlijke verzorging
Inwoners 2030	12.830	12.830
Bestedingen	€ 282	€ 241
Fysieke bestedingen	€ 3.618.060	€ 3.092.030
Koopkrachtbinding	85%	85%
Gebonden omzet	€ 3.075.350	€ 2.628.230
Toevloeiing	20%	20%
Totale omzet	€ 3.3884.190	€ 3.285.280
Gemiddelde omzet per m ²	€ 6.517	€ 5.720
Haalbaar aanbod in m ² wvo	590	574
Gevestigd aanbod in de gemeente Grave in m ² wvo	543	495
Marktruimte in m² wvo (afgerond)	47	79

Overige dagelijkse branches: beperkte uitbreidingsruimte

Voor de overige dagelijkse branches blijkt dat huidige aantal meters past bij het aantal inwoners en bezoekers. In de dagelijkse branche 'overige levensmiddelen' (speciaalzaken, bakker, slager, et cetera) komt de marktruimte voor 2030 uit op circa 50 m² wvo. Voor de dagelijkse branche 'persoonlijke verzorging' is dit circa 80 m² wvo.

Tabel C: DPO niet-dagelijks Grave 2030

	Niet-dagelijkse branche
Inwoners 2030	12.830
Bestedingen	€ 2.167
Fysieke bestedingen	€ 27.802.610
Koopkrachtbinding	40%
Gebonden omzet	€ 11.121.040
Toevloeiing	30%
Totale omzet	€ 15.887.210
Gemiddelde omzet per m ²	€ 1.783
Haalbaar aanbod in m ² wvo	8.910
Gevestigd aanbod in de gemeente Grave in m ² wvo	6.090
Marktruimte in m² wvo (afgerond)	2.820

Bron: CBS, 2020; Panteia, 2019; Primos, 2019; Locatus, 2020; Bewerking: Stec Groep, 2020.

Niet-dagelijkse branche: marktruimte aanwezig, grotendeels ingevuld door komst Lifestyle Centre

Op basis van de marktruimteberekening blijkt dat er nog marktruimte is voor zo'n 2.820 m² wvo niet-dagelijks aanbod in de gemeente. Met de ontwikkeling van het Lifestyle Centre in Het Arsenaal (totaalontwikkeling 4.500 m² bvo, deels detailhandel) wordt aan deze marktruimte grotendeels invulling gegeven. Dat er uit het distributieplanologisch onderzoek marktruimte blijkt is met name het gevolg van een beperkt doe-het-zelf aanbod (bijvoorbeeld een grootschalige bouwmarkt of tuincentrum ontbreekt). Het is van belang de geconstateerde marktruimte in perspectief te plaatsen. We constateren dat de fysieke winkelmart geen groeiemarkt is, maar juist een verdringingsmarkt, zeker in het licht van de coronacrisis. Juist branches die in de binnenstad zijn gevestigd (zoals 'Mode & Luxe' en 'Vrije Tijd') staan sterk onder druk als gevolg van de coronacrisis. Ook in Grave verwachten we dit. Door de groei van internetaankopen neemt de behoefte aan fysieke winkels in de toekomst verder af. Uit recente onderzoeken (Retailagenda, 2020; Colliers, 2020) is onderzocht dat het aandeel online aankopen als gevolg van de coronacrisis structureel versterkt. Het is daarom, ondanks de geconstateerde marktruimte (pre-corona), niet wenselijk om meer niet-dagelijkse winkels toe te voegen aan het detailhandelsaanbod in Grave.