Verkenning Noordelijke Stadsentree Dokkum

dtnp

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)
Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

Opdrachtgever:	Gemeente Dongeradeel
Contactpersoon:	De heer J. Schippers
Projectteam DTNP:	De heer K. Trommelen
	De heer P. Rosmulder
Projectnummer:	1852.0617
Datum:	13 februari 2018

Verkenning Noordelijke Stadsentree Dokkum

Inhoudsopgave

Samenvatting 1

1 Context 3
1.1 Inleiding 4
1.2 Feiten en cijfers 6
1.3 Bezoekersonderzoek 8
1.4 Parkeerlocaties 11

2 Trends en ontwikkelingen 13
2.1 Trends in de detailhandel 14
2.2 Trekkersrol supermarkten 16
2.3 Gevolgen voor Dokkum 17

3 Analyse stadsentrees 18
3.1 Uitdaging voor de binnenstad 19
3.2 Kansen stadsentrees 20
3.3 De Noordelijke Stadsentree 23

4 Inrichting Noordelijke Stadsentree 25
4.1 Stadsentree als katalysator 26
4.2 Parkeercapaciteit 27
4.3 Ruimtelijke randvoorwaarden 28

5 Tot besluit 30

Samenvatting

Binnenstad onder druk

De binnenstad van Dokkum staat onder druk. Door veranderingen in de detailhandelsmarkt en een vergrijzend en krimpend achterland, komen er minder bezoekers naar het centrum voor een doelgerichte aankoop of een middagje shoppen. Op de foto op voorgaande pagina (en p. 9) is te zien dat het zelfs op een zaterdag in november opvallend rustig was in de stad.

Voor stadscentra van middelgrote steden (waaronder Dokkum) wordt het daarom steeds belangrijker om een supermarkt als publiekstrekker in het centrum te hebben. Een gemiddelde servicesupermarkt van 1.200 m² wvo trekt wekelijks circa 10.000 betalende klanten, waar andere winkels van kunnen profiteren. Voor dit combinatiebezoek spelen onderlinge afstand en zichtrelatie tussen supermarkt en overige winkels een belangrijke rol. In Dokkum zijn de supermarkten echter allemaal buiten de historische binnenstad gevestigd.

Kans voor de binnenstad

Nu een van deze supermarkten (Jumbo, aan de Rondweg-Noord) wil uitbreiden, ontstaat er een unieke kans om meer supermarktbezoekers (direct of indirect) te verleiden om naar de binnenstad te komen. Uit bezoekersonderzoek door DTNP blijkt dat momenteel slechts 19% van de Jumbo-bezoekers het supermarktbezoek combineert met een bezoek aan de binnenstad van Dokkum. Wanneer de huidige barrières worden geslecht, levert dit (na uitbreiding van de Jumbo-supermarkt) een zeer fors aantal extra centrumbezoekers per week op.

Analyse stadsentrees

Vergeleken met de andere stadsentrees (De Harddraver in het oosten, Lutjebleek/Dockumer Sluys in het zuiden en de Helling in het westen) heeft de Jumbo-locatie een aantal duidelijke voordelen:

- Dit is de enige plek waar geprofiteerd kan worden van een supermarkt als publiekstrekker voor de binnenstad;
- Er is een uitstekende (regionale) ontsluiting van de parkeerlocatie via de rondweg;
- De aanhechting van de looproute naar het centrum is relatief eenvoudig te verbeteren en sluit aan bij een historisch sterke route;
- Beleidsmatig is er voldoende draagvlak en urgentie om de locatie aan te pakken;
- De opwaardering van de Jumbo-locatie geeft een impuls aan de ontwikkeling van het hele gebied (Gemeentewerf-, Arriva-locatie) en vergroot daarmee de betekenis van deze plek voor inwoners van Dokkum.

De Noordelijke Stadsentree heeft daarmee een grote potentie om niet alleen een voorportaal (parkeerlocatie) voor het centrum te zijn, maar zelfs het duurzaam functioneren van de binnenstad te versterken. Om dit te bereiken is het van belang om de huidige knelpunten aan te pakken. Zo wordt parkeergarage 't Panwurk als krap en donker ervaren en belemmert deze het zicht op de omwalling. Daarnaast moeten bezoekers eerst een 'blokje om' voordat zij via de Aalsumerpoort de binnenstad bereiken.

Ruimtelijke randvoorwaarden

Met het verdwijnen van 36 parkeerplekken op de Markt en na de uitbreiding van Jumbo ligt er een opgave om de parkeercapaciteit op de locatie te vergroten. Door bij de transformatie van het gebied de juiste ruimtelijke randvoorwaarden te hanteren, kan de supermarktbezoeker straks op twee manieren verleid worden om de binnenstad te bezoeken:

1. via een serie van verrassingsfactoren presenteert de binnenstad zich stapsgewijs aan de passerende automobilist of de aanwezige supermarktbezoeker;
2. de fysieke en mentale drempel voor het centrumbezoek wordt zo veel mogelijk verlaagd (voldoende parkeercapaciteit en een duidelijke looproute naar het centrum via een nieuwe voetgangersbrug).

Gemeentehuis
Kerken
Busstation
P-Noord 't Parwurk
Zwembad
Rabobank

1 Context

1.1 Inleiding

Bestuurlijk kader

De gemeente Dongeradeel heeft onlangs de Visie Binnenstad Dokkum vastgesteld*. De binnenstad van Dokkum heeft te maken met de gevolgen van de vergrijzing, krimp en verandering in koopgedrag (o.a. online aankopen). Doel van de Visie Binnenstad is om de kwaliteit van de binnenstad op te waarderen: “van een 7 naar een 9”. Zo wordt er (onder andere) ingezet op een compacter kernwinkelgebied om leegstand tegen te gaan.

In het verlengde hiervan wordt er gekozen voor de opwaardering van enkele entreegebieden en aanlooproutes naar de binnenstad, zodat bezoekers een goede eerste indruk van Dokkum krijgen. Deze entreegebieden zijn de Aalsumerpoort in het noorden en het Harddraverspark in het oosten.

Aanleiding

De Jumbo-supermarkt aan de Rondweg-Noord in Dokkum, van circa 1.300 m² winkelvloeroppervlak (wvo), wil uitbreiden naar een moderne omvang (ca. 1.600 m² wvo), inspelend op het regionale verzorgingsgebied. De supermarkt ligt naast parkeergarage ’t Panwurk, ten noorden van de historische binnenstad (aan de Noorder Gracht). De parkeergarage (in eigendom van de gemeente) heeft vooral een functie voor parkeerders voor het centrum, op het overige parkeerterrein (in eigendom van Jumbo) geldt een maximale parkeerduur van een uur. De binnenstad is vanaf de Jumbo-locatie bereikbaar via de Hantumerweg en de Aalsumerpoort.

Win-win

Een verbetering van de kwaliteit van de Jumbo-locatie (als Noordelijke Stadsentree) kan een kans zijn om het functioneren van de hele binnenstad te bevorderen. Tussen de Jumbo-ondernemer, de gemeente en enkele adviseurs vinden overleggen plaats (Nije Pleats) om tot overeenstemming te komen over de wijze waarop deze kans ingevuld kan worden. Belangrijke discussiepunten daarbij zijn de toekomstig noodzakelijke parkeercapaciteit van deze plek en de verbinding en zichtrelatie met de binnenstad.

Doel

Aan DTNP is opdracht gegeven om een verkenning uit te voeren naar de potentie van deze locatie als entree (en katalysator) voor het centrum van Dokkum. De betekenis van de

Dokkum als regionaal centrum

Visie Binnenstad Dokkum

Bron: http://www.binnenstadsvisiedokkum.nl/

* Rho Adviseurs (2016) Visie Binnenstad Dokkum

Noordelijke Stadsentree wordt hierbij afgezet tegen de overige stadsentrees (en het Harddraverspark in het bijzonder). Het eerste doel van deze verkenning is te komen tot een conclusie over het belang van deze plek voor de binnenstad. Op basis van deze conclusie worden vervolgens de toekomstig gewenste parkeercapaciteit en ruimtelijke inrichting uitgewerkt, passend bij de (centrum)functie van de Noordelijke Stadsentree.

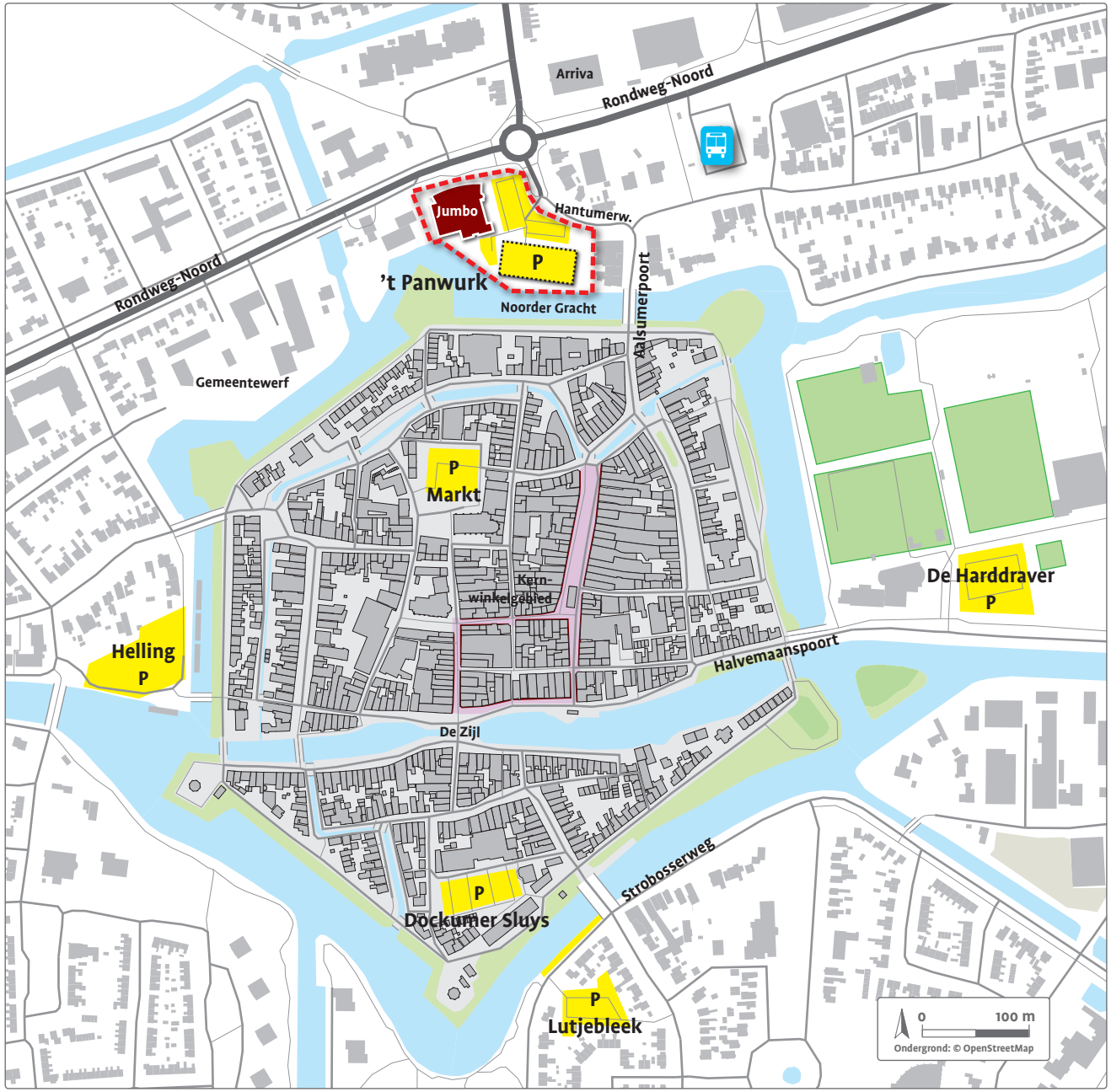
Hiervoor gaan we onder andere in op:

- Toekomstige positie van de binnenstad;
- Voorwaarden voor combinatiebezoek tussen supermarkt en andere winkels;
- Parkeerbehoefte bezoekers binnenstad;
- Parkeerbehoefte Jumbo na uitbreiding;
- Zichtrelatie en fysieke relatie met de binnenstad.

Proces

Deze verkenning is tot stand gekomen na een observatie ter plaatse en een bezoekersonderzoek in de binnenstad en op de Jumbo-locatie (op donderdag 2 november en zaterdag 4 november 2017). De inhoud van deze verkenning is meermaals afgestemd in een werkgroep, bestaande uit verschillende (ambtelijke en externe) disciplines.

Plangebied Jumbo-locatie, ten noorden van de historische binnenstad



Leeswijzer

Het vervolg van dit hoofdstuk gaat in op de feiten en cijfers over de binnenstad van Dokkum en het regionale winkelaanbod. Daarnaast worden de resultaten van het bezoekersonderzoek kort toegelicht en worden de huidige parkeerlocaties in en rondom de binnenstad beschreven.

Om de potentie van de Noordelijke Stadsentree goed te kunnen duiden, gaat hoofdstuk 2 in op de huidige trends en ontwikkelingen in de detailhandel en het gewijzigde (ruimtelijke) aankoopgedrag van consumenten. Tevens beschrijven wij de rol van supermarkten als mogelijke publiekstrekkers voor centrumgebieden en wat de gevolgen zijn van deze veranderingen op de positie van Dokkum als regionale voorzieningenkern.

In hoofdstuk 3 wordt geanalyseerd wat het belang is van de verschillende entreegebieden voor de binnenstad. De potentie van de Jumbolocatie wordt gewogen ten opzichte van de overige entreegebieden. De optimale inrichting van de Noordelijke Stadsentree, om (de relatie met) het centrum te versterken, komt in hoofdstuk 4 aan bod. Hierbij wordt ook ingegaan op de parkeerbehoefte en andere (ruimtelijke) randvoorwaarden.

1.2 Feiten en cijfers

Inwoners en prognose

Dokkum is met ± 12.500 inwoners* de grootste woonplaats binnen de gemeente Dongeradeel (ca. 24.000 inwoners). De gemeente heeft in toenemende mate te maken met vergrijzing en krimp. De verwachting** is dat in 2040 het inwoneraantal in de gemeente met 4% zal zijn afgenomen en dat het aandeel senioren (65 jaar en ouder) stijgt van ca. 20% nu naar 30% in 2040.

Winkelaanbod binnenstad

De historische binnenstad van Dokkum is met bijna 20.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo), verspreid over ca. 100 winkels, het grootste winkelgebied van Dokkum. In tegenstelling tot centra van vergelijkbare omvang is er nauwelijks dagelijks aanbod in de binnenstad aanwezig. Het winkelaanbod bestaat voornamelijk uit winkels in de niet-dagelijkse sector. Opvallend zijn de lokale modewinkels (met name aan de Grote Breedstraat), die een kwalitatief goede uitstraling hebben. Aan de Waagstraat en de Hoogstraat zijn wat meer landelijke ketens gepositioneerd, afgewisseld met (dag)horeca en dienstverlening (kapper).

* CBS statline (2017) Bevolking 1 januari 2017
** CBS statline (2017) Regionale prognose 2017-2040

Afwisseling door horeca in de winkelstraat

Sfeervol straatbeeld door historisch karakter

Verspreid over het winkelgebied staan verschillende winkelpanden leeg.

Overig winkelaanbod Dokkum

Er is in het centrum slechts beperkt aanbod van winkels uit de dagelijkse sector (bakker, slager, groenteman, drogisterijen). De supermarkten bevinden zich allemaal buiten de historische stadswal op bedrijventerreinen of in een woonwijk (It Fugellân). Aan de Rondweg-West bevindt zich het winkel- en bedrijventerrein Zuiderschans, gericht op grootschalige detailhandel.

Regionale positie

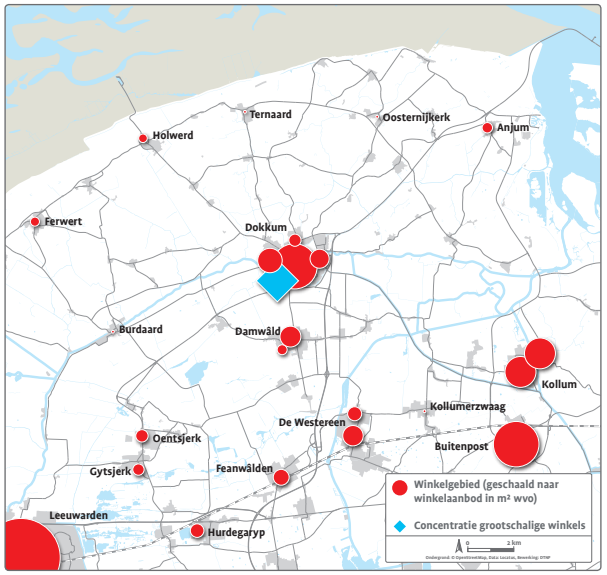
Dokkum heeft een regionaal verzorgingsgebied. Afgezien van Holwerd en Anjum is er in de overige woonplaatsen binnen de gemeente nauwelijks winkelaanbod. Oosternijkerk en Ternaard beschikken slechts over een kleine supermarkt met beperkt assortiment.

Uit het provinciale koopstromenonderzoek* komt naar voren dat Dokkum een belangrijke aankoopplaats is voor zowel dagelijkse als niet-dagelijkse aankopen. In het onderzoek wordt geconcludeerd dat de kern Dokkum een fors winkelaanbod en een hoge koopkrachtbinding heeft; “Dit betekent dat er veel gedaan moet worden om deze binding (van de eigen inwoners) te behouden en dat er in deze doelgroep weinig te winnen valt.”

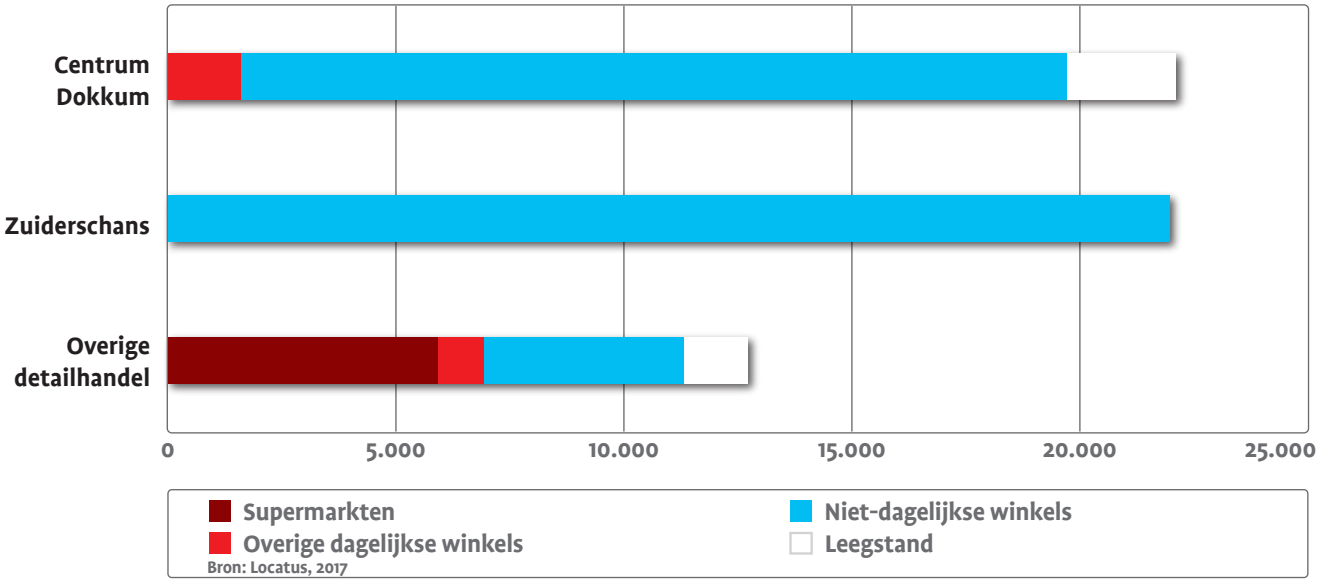
De koopkrachttoevloeiing (het deel van de bestedingen dat van buiten Dokkum komt) ligt voor de dagelijkse sector met 16% op een gemiddeld niveau voor een kern van deze omvang op relatief grote afstand van andere grote kernen. In de niet-dagelijkse sector heeft Dokkum een sterke regionale functie. In deze sector komt 45% van de bestedingen van buiten de eigen kern.

* Broekhuis Rijs Advisering (2017) Koopstromenonderzoek Provincie Fryslân

Regionaal winkelaanbod



Winkelaanbod in Dokkum (in m² wvo)



1.3 Bezoekersonderzoek

Om inzicht te krijgen in het bezoekgedrag van bezoekers van de binnenstad en de Jumbo-locatie, en in het combinatiebezoek tussen beide heeft DTNP voor deze verkenning een bezoekersonderzoek uitgevoerd op donderdag 2 november en zaterdag 4 november 2017.

Middels een korte enquête onder binnenstad-bezoekers in het kernwinkelgebied is gevraagd naar de herkomst (postcode), het bezoekdoel en de bezoekfrequentie, het gebruikte vervoer-middel en de eventuele parkeerlocatie van de auto. Ook is er gevraagd of het centrumbezoek gecombineerd werd met een supermarkt-bezoek.

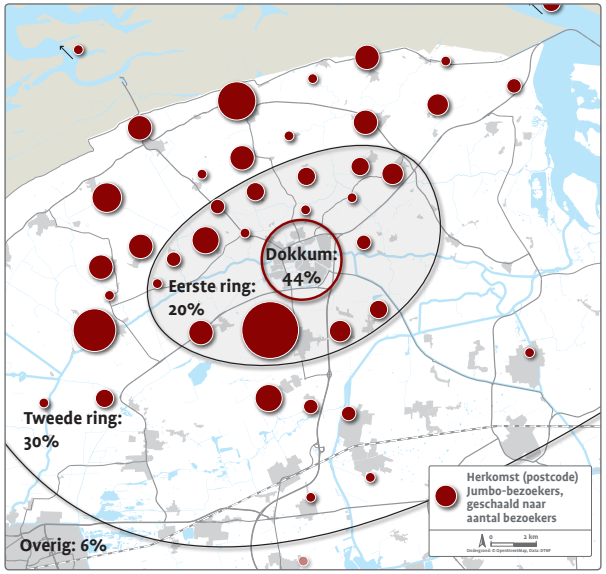
Op de Jumbo-locatie werd bezoekers, na het verlaten van de supermarkt, gevraagd naar de herkomst (postcode), de bezoekfrequentie, het gebruikte vervoermiddel en of zij nog naar de binnenstad gingen (of al geweest waren) en wat daarbij hun vervoerswijze was.

In totaal zijn 567 personen geënquêteerd. Op basis hiervan kunnen representatieve uit-spraken worden gedaan over het bezoek- en parkeergedrag.

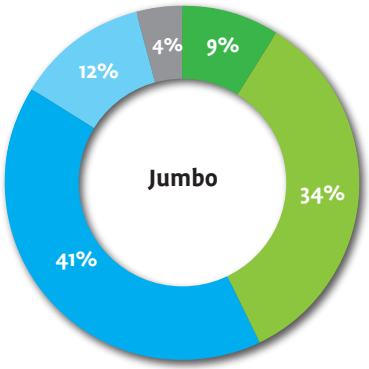
De Jumbo-bezoeker

- Jumbo wordt hoofdzakelijk bezocht door mensen uit Dokkum en Damwâld, en door inwoners van de kernen ten noordwesten van Dokkum (gemeente Dongeradeel en Ferwerderadiel), waar geen of slechts beperkt eigen winkelaanbod is.
- De bezoekers van Jumbo komen over het algemeen minimaal één keer per week in de supermarkt.
- Driekwart van de bezoekers komt met de auto. Dit past bij de bovenlokale functie van de supermarkt.

Waar komt de Jumbo-bezoeker vandaan?



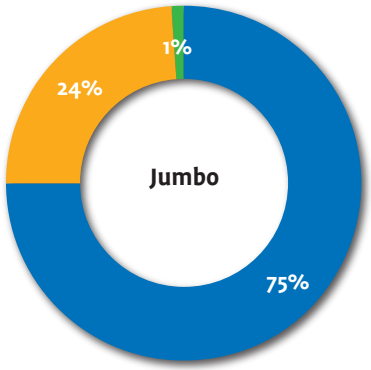
Met welke regelmaat komt de Jumbo-bezoeker?



Dagelijks
Meerdere keren per week
Eén keer per week
Maandelijks
Jaarlijks/incidenteel

Bron: DTNP

Welk vervoermiddel gebruikt de Jumbo-bezoeker?



Auto
Fiets
Te voet

Bron: DTNP

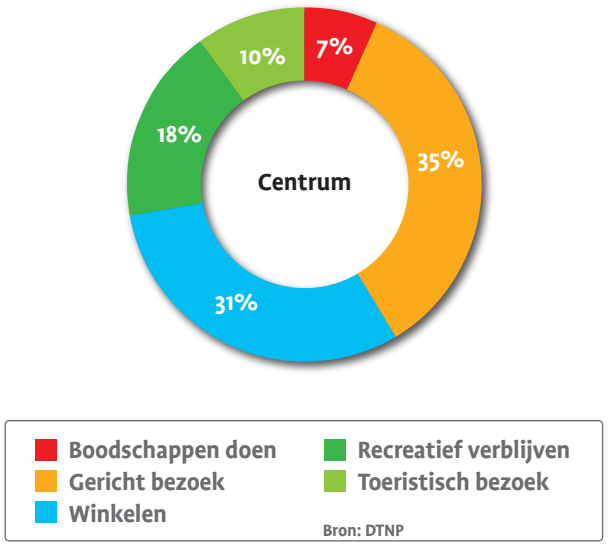
De centrumbezoeker

Hoewel er geen passantentelling is uitgevoerd als onderdeel van dit onderzoek constateren wij op basis van het aangetroffen straatbeeld dat het op de betreffende meetmomenten opvallend rustig was in de binnenstad van Dokkum.

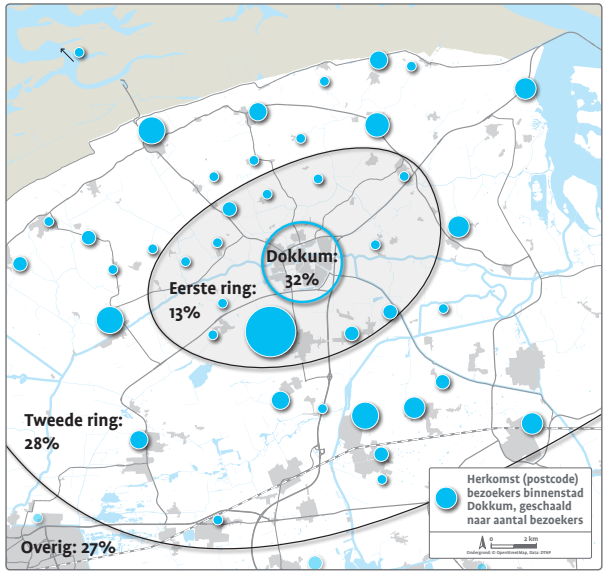
De belangrijkste kenmerken van de bezoekers van het centrum van Dokkum zijn:

- De bezoekers van de binnenstad zijn qua herkomst evenredig verspreid over de regio (DDFK-gemeenten). Een kwart van de centrumbezoekers komt van buiten de regio (toeristen).
- Tweederde van de centrumbezoekers komt van buiten de stad en komt (daarom) met de auto naar Dokkum.
- De respondenten van buiten de regio komen naar de binnenstad van Dokkum voor een recreatief (toeristisch) bezoek.
- Bezoekers uit de regio komen juist voor het winkelprogramma (gerichte aankoop of om te shoppen).
- Van de geënquêteerde Dokkumers kwam de helft voor een kleine boodschap of als ommetje.

Waarvoor komt de bezoeker naar het centrum?



Waar komt de centrumbezoeker vandaan?



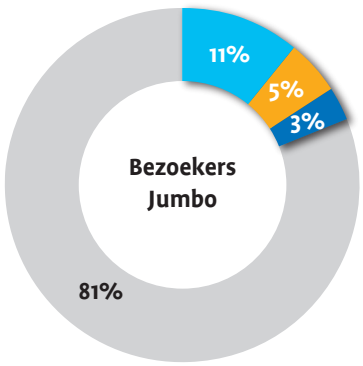
Straatbeeld binnenstad Dokkum (zaterdag 4 november 2017)

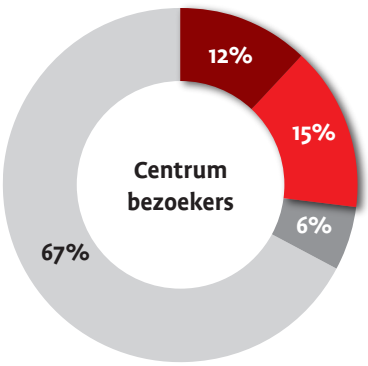
Het combinatiebezoek

Een belangrijk onderdeel van het bezoekers-onderzoek is de relatie tussen het supermarkt-bezoek en het centrumbezoek.

- Slechts 19% van de Jumbo-bezoekers combineert het supermarktbezoek met een bezoek aan de binnenstad. Dit percentage ligt iets hoger bij bezoekers van buiten Dokkum.
- De looproute naar het centrum wordt positief beoordeeld door degenen die hier gebruik van maken (11% van de Jumbo-bezoekers).

Welk deel van de bezoekers combineert het supermarkt- met het centrumbezoek en vice versa?

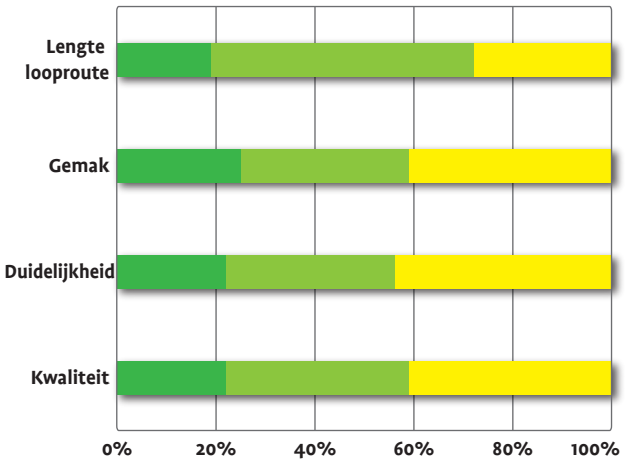




Loopt naar de binnenstad
Fietst naar de binnenstad
Rijdt met de auto naar de binnenstad
Bron: DTNP

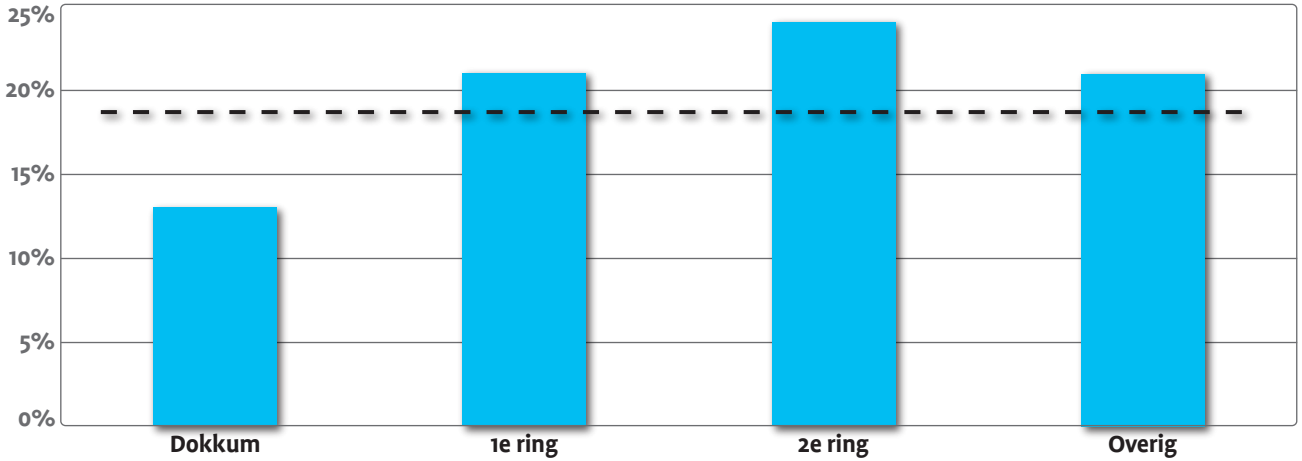
Bezoekt de Jumbo
Bezoekt een andere supermarkt
Parkeert op 't Panwurk, bezoekt Jumbo niet
Bron: DTNP

Hoe wordt de looproute naar het centrum beoordeeld?



Goed
Redelijk
Neutraal
Matig
Slecht
Bron: DTNP

Welk deel van de Jumbo-bezoekers bezoekt ook het centrum?



Aandeel Jumbobezoekers dat ook het centrum bezoekt
Gemiddeld (19%)
Bron: DTNP

1.4 Parkeerlocaties

In de binnenstad van Dokkum (gebied binnen de omwalling) geldt van maandag t/m zaterdag tussen 11:00 uur en 18:00 uur (vr. 21:00 uur) betaald parkeren. Buiten de binnenstad geldt vrij parkeren, waaronder op de parkeerterreinen De Helling, De Harddraver, Lutjebleek en in parkeergarage 't Panwurk. In de bewegwijzering langs de rondweg worden centrumbezoekers als eerste naar parkeerterrein De Harddraver geleid.

Eind 2016 (net na de aanleg van de Centrale As tussen Dokkum en Drachten) is er een parkeeronderzoek uitgevoerd door Royal Haskoning-DHV*. Conclusie van dat onderzoek is dat de parkeerlocaties buiten de binnenstad noodzakelijk zijn voor de totale parkeercapaciteit van de binnenstad, maar dat de parkeerdruk sterk verschilt per locatie.

De maximaal gemeten parkeerdruk op 't Panwurk was 70% in 2016. Uit de laatste gemeentelijke parkeerdrukmeting (nov. 2017) blijkt dat de piekbelasting is toegenomen naar 90%. Het is aannemelijk dat dit het gevolg is van het toegenomen verkeer op de Noordelijke Rondweg door de komst van de Centrale As.

* Royal HaskoningDHV (2016) Parkeeronderzoek binnenstad Dokkum

Parkeerlocaties binnen de omwalling

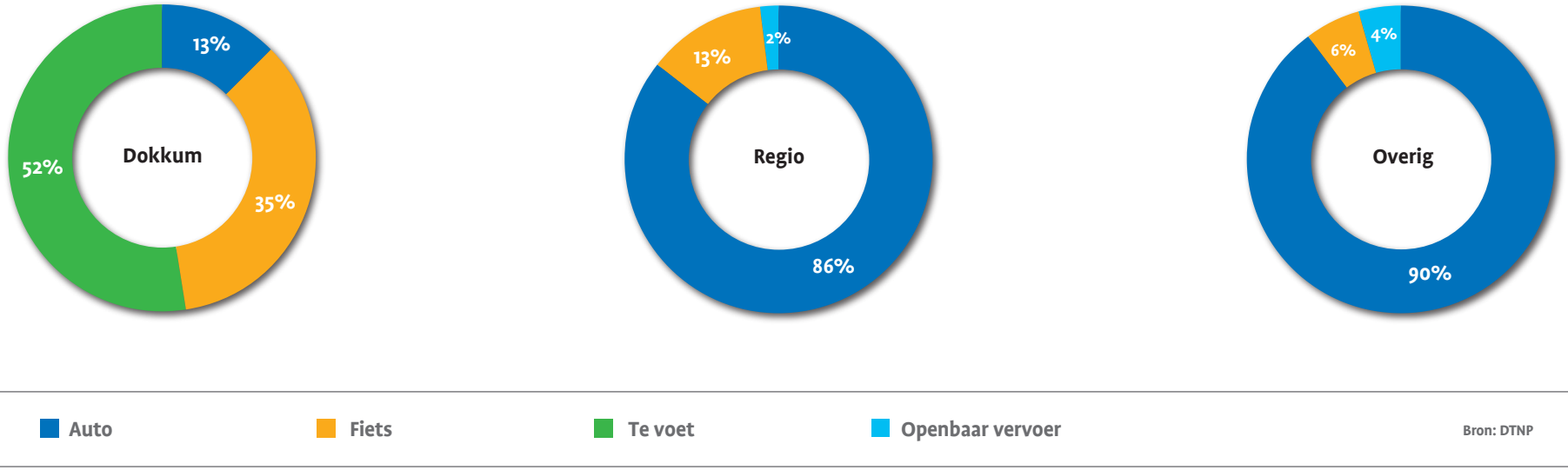
	Aantal plaatsen	Loopafstand tot kernwinkelgebied
Dockumer Sluys	76 pp.	157 m.
Markt*	67 pp.	100 m.
Oostersingel	50 pp.	54 m.
Verspreide pp.	165 pp.	50 - 300 m.

* Huidig aantal. Bij de herinrichting vervallen 36 pp.

Parkeerlocaties buiten de omwalling

	Plaatsen	Loopafstand
De Helling	144 pp.	263 m.
De Harddraver	166 pp.	329 m.
Lutjebleek	89 pp.	339 m.
't Panwurk	188 pp.	291 m.

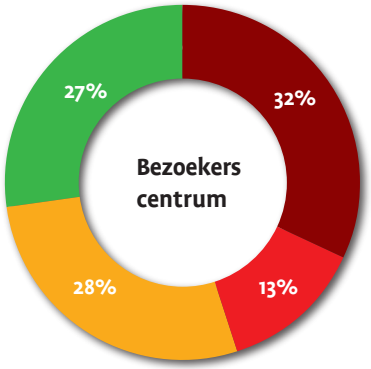
Welk vervoermiddel gebruikt de centrumbezoeker?



Parkeergedrag bezoekers

Uit het bezoekersonderzoek blijkt dat in totaal 64% van de centrumbezoekers met de auto naar het centrum komt. Dit zijn met name mensen uit de regio (DDFK-gemeenten) of bezoekers van verder weg (toeristen). Mensen uit de regio parkeren op de voor hen bekende locaties (De Helling, 't Panwurk of in de binnenstad). Parkeerplaats De Harddraver wordt bijna alleen gebruikt door bezoekers van buiten de regio. Bezoekers die lokaal bekend zijn, laten zich niet (om)leiden door de borden centrumparkeren. Dit beeld komt overeen met de conclusies uit het rapport van Royal HaskoningDHV uit 2016.

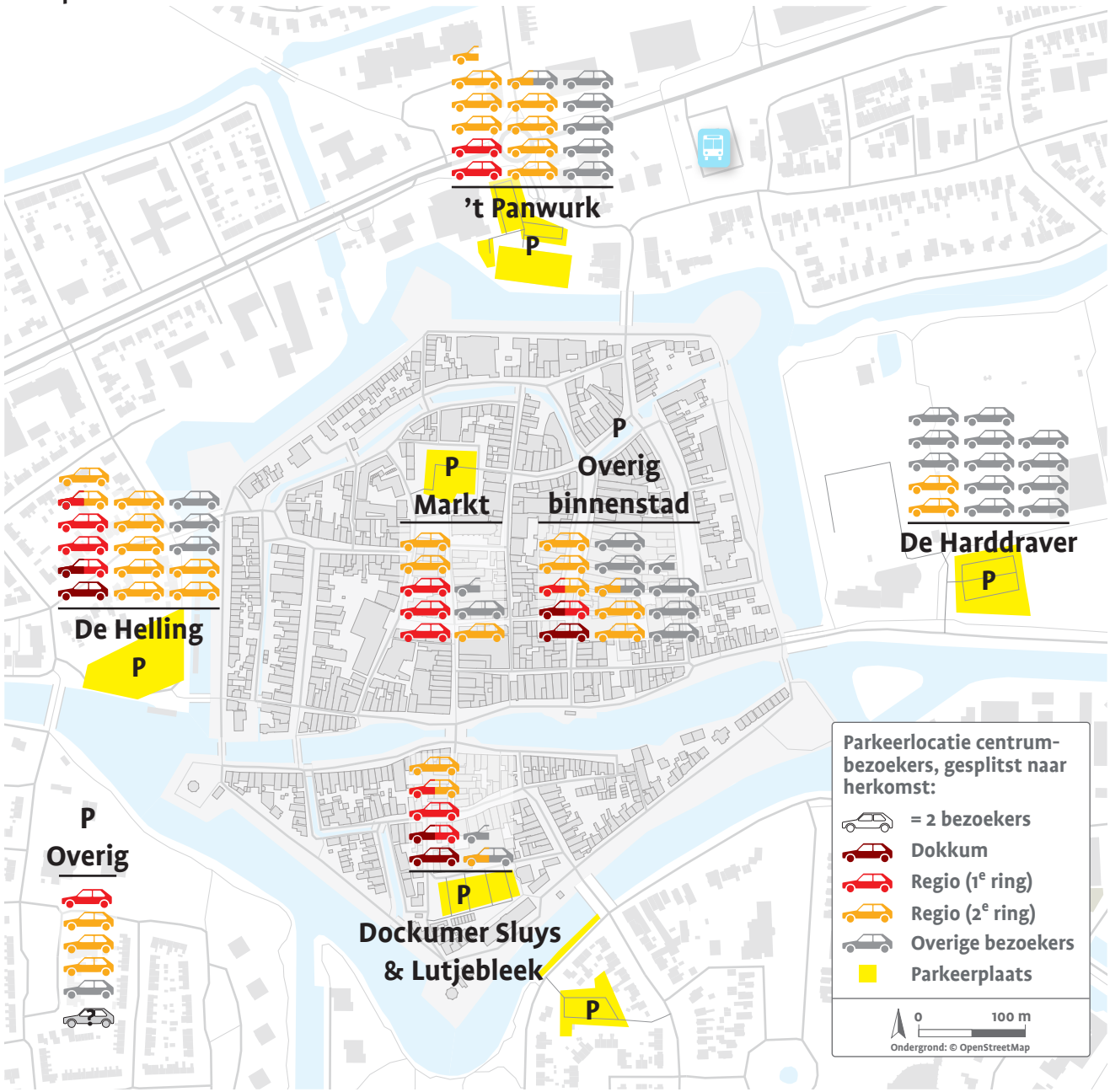
Waar komt de centrumbezoeker vandaan?



Dokkum
Regio (1e ring)
Regio (2e ring)
Overig

Bron: DTNP

Waar parkeren de verschillende centrumbezoekers?



2 Trends en ontwikkelingen

2.1 Trends in de detailhandel

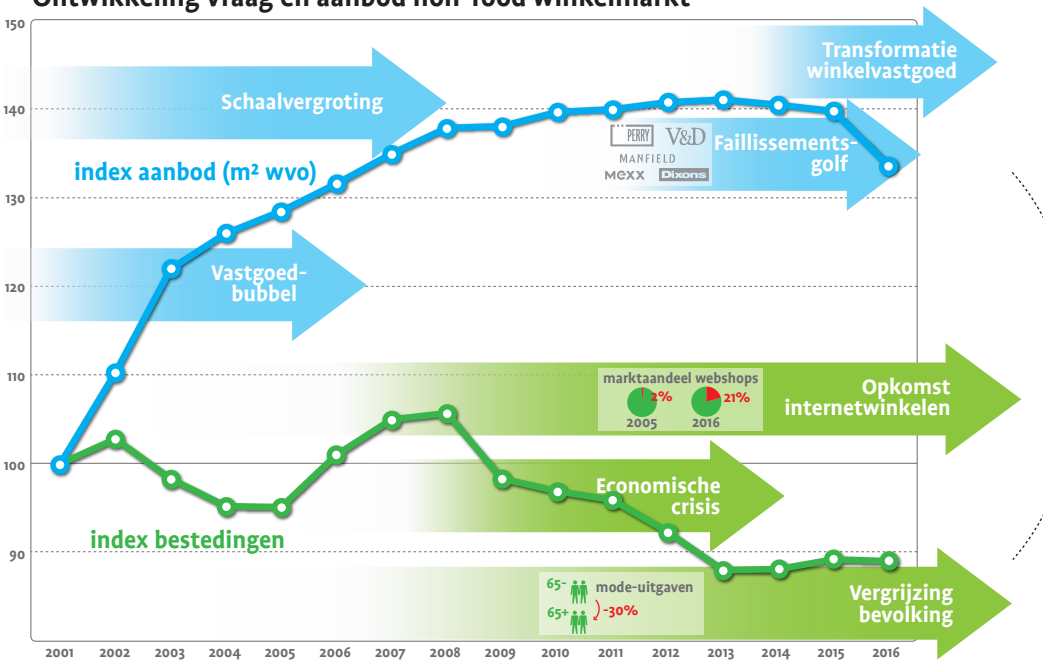
Van oudsher is detailhandel dé dominante functie van centrumgebieden. Deze sector is zeer dynamisch en is de afgelopen jaren sterk veranderd, met grote gevolgen voor middelgrote centra, zoals dat van Dokkum.

Detailhandel onder druk: de getallen
Sinds 2008 is de winkelmarkt structureel gewijzigd van een groei- in een krimpmarkt. Met name in de non-food sector groeide het aanbod tot 2008 fors als gevolg van de vastgoedbubbel en de drang tot schaalvergroting. De bestedingen groeiden niet in dezelfde mate mee. Sterker nog, sinds 2008 zijn de bestedingen flink gedaald. De economische crisis was daarvoor niet de enige oorzaak. Op de achtergrond spelen maatschappelijke trends die leiden tot een structurele daling van bestedingen.

Door de opkomst van internet verschuiven bestedingen steeds meer van fysieke winkels naar webshops (marktaandeel inmiddels 21% in de niet-dagelijkse sector). Daarnaast heeft de vergrijzing een drukkend effect op bestedingen, daar ouderen minder aan producten besteden. Gevolg van de ontwikkelingen is dat er een structureel overaanbod is ontstaan. Sinds 2012 zijn al meer dan 50 landelijke winkelketens failliet gegaan. In 2015 nam het aanbod in de niet-dagelijkse sector voor het eerst in de historie af.

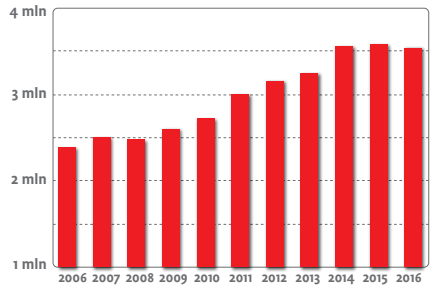
De leegstand van winkelpanden is inmiddels opgelopen tot ruim 3,5 mln m² wvo. Door het toenemende aantal beschikbare winkelpanden laat ook het huurprijsniveau sinds 2010 een dalende trend zien. Wel neemt de leegstand, door transformatie van leegstaande winkelpanden naar andere functies, niet meer exponentieel toe. Ondanks de oplevende bestedingen sinds 2015 is de verwachting dat het winkelaanbod de komende jaren nog verder zal afnemen als gevolg van de verdere groei van webshops (forse toename marktaandeel) en de voortgaande vergrijzing van de bevolking.

Ontwikkeling vraag en aanbod non-food winkelmarkt



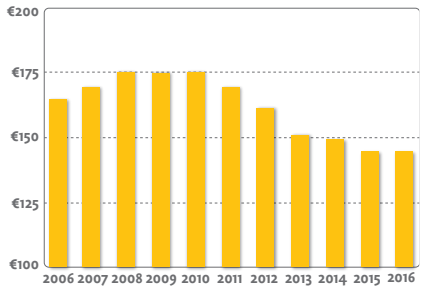
Bron: CBS, detailhandel.info, thuiswinkel.org, I&O en DTNP

Ontwikkeling leegstand (m² wvo)



Bron: Locatus

Ontwikkeling huurprijsniveau

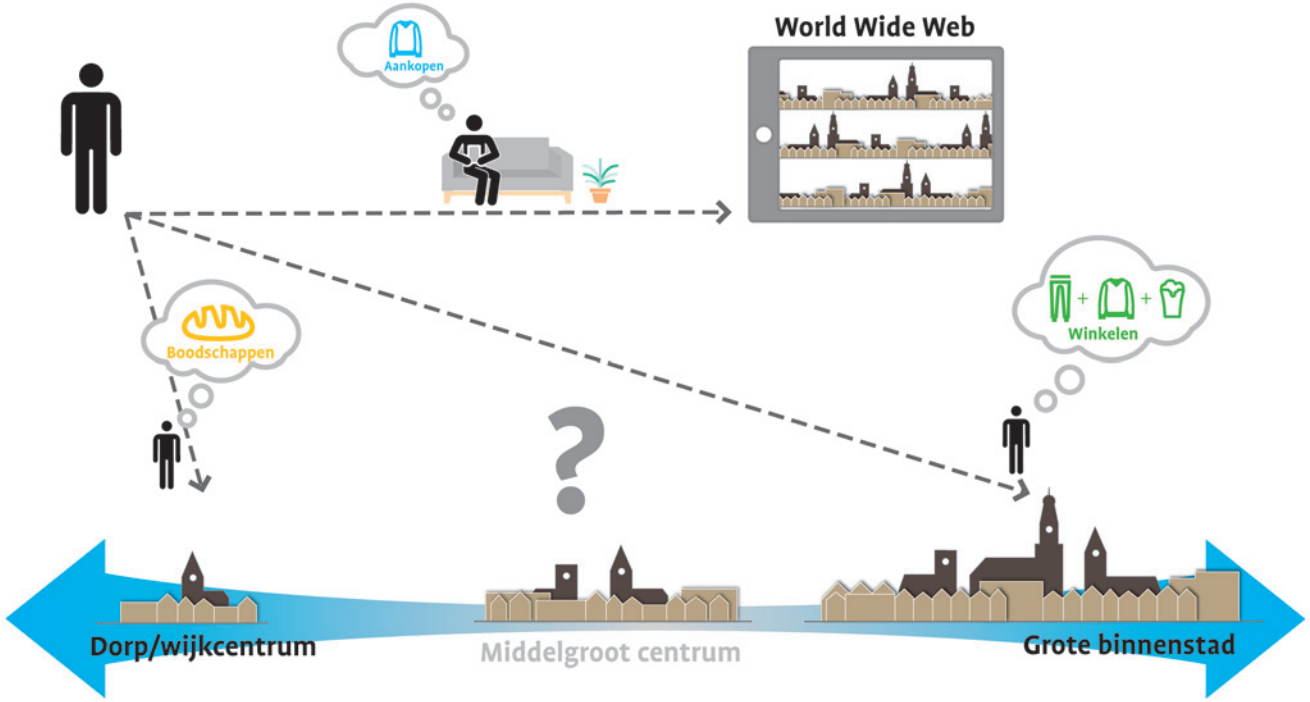


Bron: NVM

Wijzigend aankoopgedrag

De opkomst van internetwinkelen heeft niet alleen effecten op de omvang van fysieke winkelbestedingen, maar leidt ook tot een structureel ander ruimtelijk aankoopgedrag. Vóór de digitale revolutie werd alles in een winkel(centrum) gekocht en was de aankoop-locatie vooral afhankelijk van het type product dat werd aangeschaft. Hoe unieker het product, hoe groter de reisafstand die men bereid was af te leggen. Inmiddels heeft het internet haar intrede gedaan als alternatief aankoopkanaal. Het marktaandeel van webshops groeit razendsnel en steeds meer soorten producten, zelfs keuzegevoelige producten zoals schoenen, worden massaal via internet aangeschaft. Bezorgen en retourneren is vaak gratis en veel producten worden al binnen 24 uur geleverd.

Dit betekent dat de noodzaak voor het bezoek aan winkelgebieden voor een groot deel is weggevallen. Winkels worden steeds meer alleen nog bezocht als sprake is van een onderscheidend vermogen ten opzichte van internet. Het kan dan gaan om het doen van dagelijkse aankopen in de directe woon-omgeving die vaak en snel nodig zijn (boodschappen) óf om een bezoek aan de grootste centrumgebieden, met een unieke verzameling van aanbod en een aantrekkelijke sfeer en beleving, waarvoor men bereid is een lange reisafstand af te leggen.



Ruimtelijke polarisatie

Uit recent koopstromenonderzoek* blijkt dat vooral de middelgrote centra in Nederland (waaronder Dokkum) kampen met afnemende bezoekersaantallen als gevolg van dit gewijzig-de consumentengedrag. Hetzelfde geldt voor middelgrote kernen in Friesland**. Deze centra hebben relatief veel (winkel)aanbod in het middensegment (doorsnee ketens) en de filialiseringsgraad is hoog. Juist dat midden-segment heeft weinig onderscheidend ver-mogen ten opzichte van internet. Daar zijn dan ook de afgelopen jaren veel landelijk bekende ketens failliet gegaan.

Kleine centra zijn vooral aantrekkelijk voor makkelijk en snel boodschappen doen, en de allergrootste centra vooral door de keuze, sfeer en beleving. Middelgrote centra kunnen zich echter onvoldoende onderscheiden.

* DTNP / I&O Research (2017) Randstad Koop-stromenonderzoek 2016

** Broekhuis Rijs Advisering (2017) Koopstromen-onderzoek Provincie Fryslân

2.2 Trekkersrol supermarkten

Supermarkten zijn door deze ontwikkelingen in toenemende mate bepalend geworden voor het functioneren van (middel)grote centrum- en winkelgebieden; iets wat voor kleinere centra altijd al het geval was.

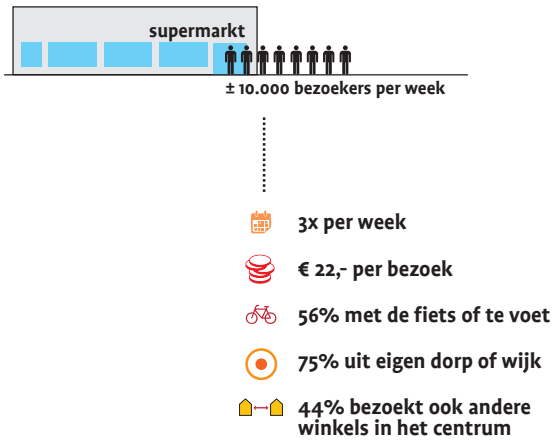
Een gemiddelde servicesupermarkt van 1.200 m² wvo trekt wekelijks circa 10.000 bezoekers waar andere (nabijgelegen) winkels van kunnen profiteren. De onderlinge afstand en zichtrelatie speelt daarbij een belangrijke rol.

Uit recent onderzoek onder 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra blijkt dat het grootste deel van supermarktbezoekers uit de eigen kern of wijk komt en de supermarkt meerdere keren per week bezoekt. Circa 44% van de respondenten combineert supermarktbezoek met een of meer voorzieningen in het centrum.

Het onderzoek toont tevens aan dat combinatiebezoek toeneemt naarmate de winkels dichterbij de supermarkt gelegen zijn. Na een onderlinge afstand van 80 meter neemt het combinatiebezoek snel af. Daarnaast blijkt het combinatiebezoek toe te nemen als er meer winkels in het zicht liggen van de ingang van de supermarkt. Hoe meer winkels in het zicht, hoe hoger het aandeel van de supermarktbezoekers dat ook een of meer andere winkels bezoekt.

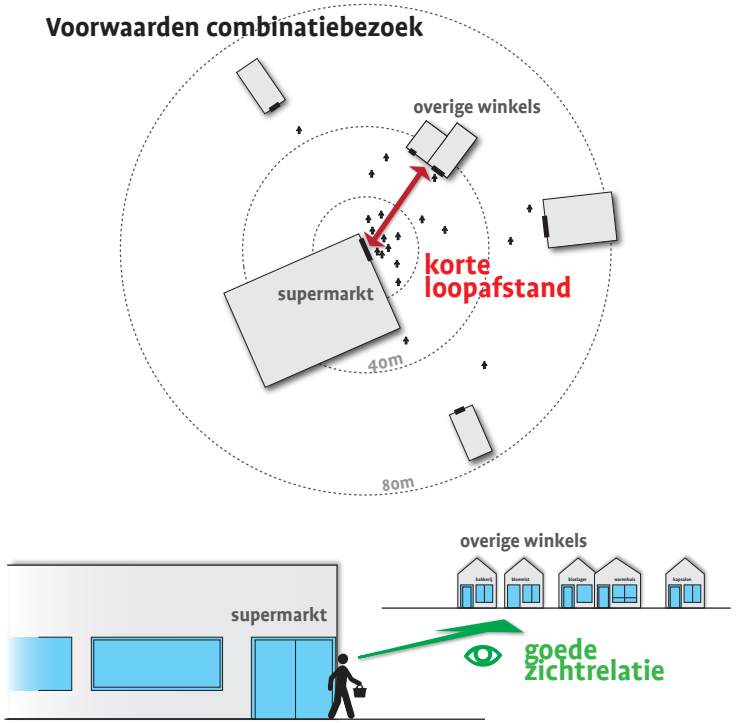
Supermarkten hebben dus een belangrijke trekkersrol voor centrumgebieden: zij zorgen de hele week voor grote aantallen passanten, waar andere winkels van kunnen profiteren. Een goede ruimtelijke inpassing van supermarkten is daarbij dus wel van cruciaal belang.

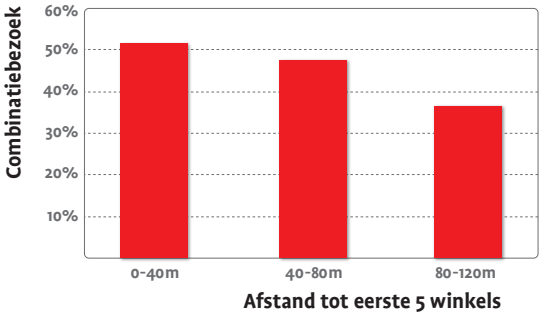
Profiel gemiddelde bezoeker

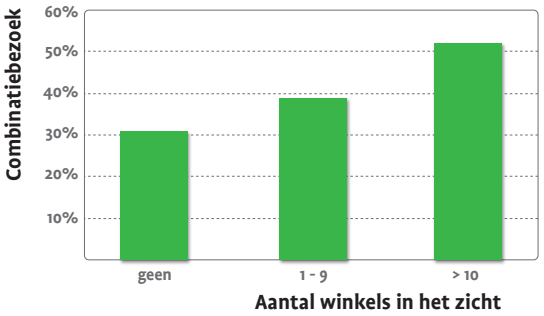


Bron: DTNP (2016), Passantenonderzoek trekkersol supermarkten

Voorwaarden combinatiebezoek







2.3 Gevolgen voor Dokkum

Gewijzigd aankoopgedrag
Dokkum behoort tot de kleinste categorie middelgrote centra. Het winkelaanbod in de binnenstad van Dokkum wordt gedomineerd door niet-dagelijks aanbod. Met name het middensegment van de niet-dagelijkse sector staat onder druk door internet. Het gewijzigd aankoopgedrag van consumenten (afvloeiing naar internet) heeft de concurrentiepositie van het centrum van Dokkum sterk verzwakt. Wanneer het aanbod verder afneemt, brokkelt ook de (regionale) binding steeds verder af.

Vergrijzing
Bovenop het wijzigend aankoopgedrag heeft de binnenstad ook te maken met de negatieve gevolgen van demografische ontwikkelingen. Het aantal inwoners in het achterland daalt en de (toenemende) vergrijzing is in de gemeente Dongeradeel groter dan in andere delen van het land. Doordat échte ouderen (75+) minder geld besteden, zal dit in de toekomst een negatief effect hebben op de (reeds kwetsbare) positie van de binnenstad als winkelgebied.

Lokaal beleid
Om een verdere leegstand te verminderen wordt er in de Visie Binnenstad ingezet op een compact kernwinkelgebied met een aantal aantrekkelijke aanloopstraten. De realisatie van het compacte kernwinkelgebied leidt tot een alternatieve invulling van de Markt, waardoor hier (centraal in de binnenstad) 36 parkeerplaatsen komen te vervallen. Deze centrale parkeercapaciteit moet elders op een goede manier worden opgevangen, aangezien makkelijk parkeren een belangrijke randvoorwaarde is voor centrumbezoek.

Supermarkt als publiekstrekker
De binnenstad van Dokkum kan relevant blijven voor zowel lokale als regionale consumenten door andere/dagelijkse bezoekmotieven (boodschappen) te versterken. In de historische binnenstad is echter geen (ruimte voor een) moderne supermarkt als publiekstrekker. Uit het bezoekersonderzoek (zie p. 10) blijkt dat het huidige percentage combinatiebezoek vanuit Jumbo met 19% vrij laag is. De binnenstad van Dokkum profiteert momenteel dus maar beperkt van de sterke regionale boodschappenpositie.

Gezien de trends en ontwikkelingen moet er in de binnenstad van Dokkum geïnvesteerd blijven worden. Alleen wanneer de bezoekersaantallen weer toenemen, stijgt de levensvatbaarheid van niet-dagelijkse (modische) winkels en daarmee de relevantie van Dokkum als regionaal centrum.

Diverse factoren, waaronder vergrijzing...

...en een toename van aankopen via internet, ...

...zetten de binnenstad verder onder druk.

3 Analyse stadsentrees

3.1 Uitdaging voor de binnenstad

Met een vergrijzend en krimpend achterland en een veranderend (online) koopgedrag zal de detailhandel in het centrum van Dokkum in de toekomst verder onder druk komen te staan.

Onderscheidend vermogen
Middelgrote winkelgebieden (zoals dat van Dokkum) staan door de ruimtelijke polarisatie voor een afweging: kan het gebied zich positief onderscheiden door een unieke sfeer en beleving, of door een grote mate van bezoekgemak?

In de Visie Binnenstad Dokkum is duidelijk gekozen voor “een koers van beleving en kwaliteitsverbetering”. Deze verbetering van de kwaliteit moet onder meer komen van het verhogen van het historische karakter van de binnenstad en het verfraaien van enkele stadsentrees. Hiermee profileert Dokkum zich als een sfeervolle ontmoetingsplek voor de eigen inwoners en als een attractieve bestemming voor regionale bezoekers en toeristen.

Voorzieningenniveau
Er moet daarnaast echter ook voldoende programma aanwezig zijn (en blijven) in het centrum om de stad aantrekkelijk te houden voor consumenten. Met de Visie Binnenstad is een goede eerste stap gezet door het winkelgebied te verkleinen, om zo de gevolgen van (toenemende) leegstand te beperken. Het overaanbod aan niet-dagelijkse detailhandel, dat door de veranderingen in de detailhandelsmarkt is ontstaan, wordt hiermee teruggebracht.

Het inkrimpen van het kernwinkelgebied biedt echter niet automatisch de garantie dat het huidige voorzieningenniveau dan ook stand zal houden. Er moet geïnvesteerd blijven worden om de binnenstad relevant te houden als bezoekdoel. Vooral buiten het toeristische seizoen spelen supermarkten een zeer belangrijke rol als publiekstrekker. Indien het combinatiebezoek (vanuit supermarkt naar de binnenstad) kan worden vergroot, draagt dit bij aan het duurzaam functioneren van de binnenstad als regiovoorzienende winkelkern.

Brede aanpak
Aangezien de supermarkten in Dokkum buiten de binnenstad zijn gelegen, profiteren winkels in het centrum nauwelijks van de (regionale) supermarktbezoeker. De stadsentrees moeten (letterlijk) een brug slaan tussen de positie van de stad als aantrekkelijke boodschappenlocatie (voor de regionale supermarktbezoeker) en het imago/de ambitie van de binnenstad als attractieve locatie om te shoppen. Alleen dan kan de binnenstad van Dokkum daadwerkelijk een sfeervolle ontmoetingsplek zijn en blijven.
In de volgende paragraaf bekijken wij welke criteria van belang zijn om de stadsentrees optimaal te laten functioneren als voorportaal (visitekaartje) van de binnenstad, zodat juist de kracht van Dokkum als hét voorzieningencentrum in de regio verder benut wordt.

Versterken van het unieke historische karakter..

..én het aanhaken van publiekstrekkers!

3.2 Kansen stadsentrees

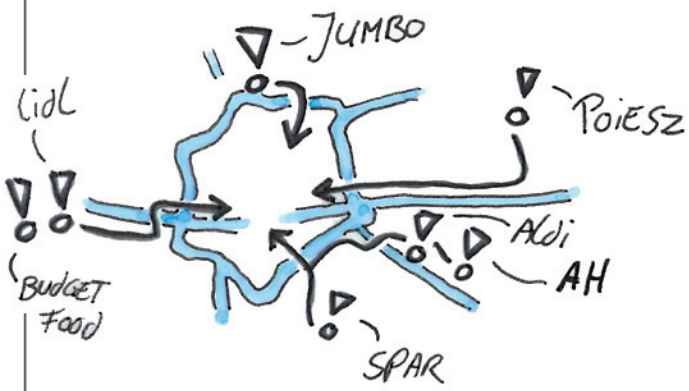
Om het belang van de verschillende entrees voor de stad te kunnen duiden, beschouwen wij de binnenstad van Dokkum hier in zijn geheel. Voor de analyse van de stadsentrees zijn vijf criteria van belang:

1. Nabijheid supermarktaanbod;
2. (Beleids)ruimte voor ontwikkeling;
3. Regionale bereikbaarheid en ontsluiting;
4. Lokale vindbaarheid en verankering;
5. Uitstraling stadsentree en looproute.

Per criterium is toegelicht waarom dit van belang is voor het uiteindelijke doel: het optimaliseren van duurzaam functioneren van de binnenstad als regiovoorzienende kern. In de volgende paragraaf (3.3) wordt bekeken in hoeverre de Noordelijke Stadsentree zich onderscheidt van de alternatieven.

Loopbrug tussen het centrum en De Helling

1. Nabijheid supermarktaanbod

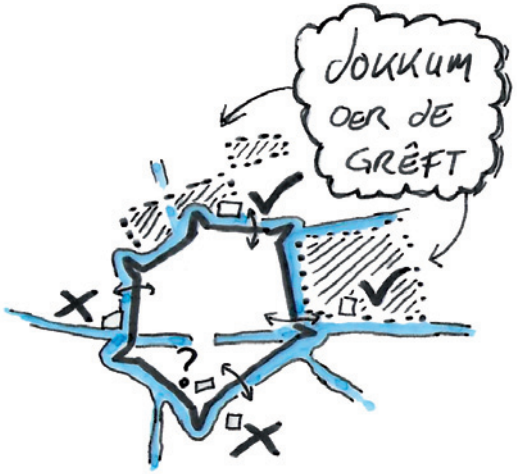


In de veranderende detailhandelsmarkt is voor middelgrote centra, zoals dat van Dokkum, de supermarkt een belangrijke publiekstrekker. Vanuit dit ‘bronpunt’ kunnen bezoekers verleid worden om ook andere winkels in het centrum te bezoeken.

De Jumbo-supermarkt (ca. 1.300 m² wvo) aan de noordzijde van het centrum is de enige boodschappenvoorziening die direct ‘in het zicht’ van de omwalling is gelegen. De loopafstand vanaf de ingang van Jumbo naar het kernwinkelgebied bedraagt “slechts” 350 meter. De andere grote servicesupermarkt (AH, ca. 1.200 m² wvo) ligt op één kilometer lopen van De Zijl. Deze supermarkt heeft hierdoor geen enkele relatie met de binnenstad. De kans op een combinatiebezoek is hier derhalve klein. Spar (ten zuiden van de binnenstad) heeft na Jumbo de kortste loopafstand naar het kernwinkelgebied, maar deze kleine (ca. 600 m² wvo) supermarkt heeft vooral een buurtfunctie.

De Noordelijke Stadsentree is daarmee de enige locatie waar, door het stimuleren van het combinatiebezoek, een supermarkt kan worden ingezet als ‘publiekstrekker’ voor de binnenstad.

2. (Beleids)ruimte voor ontwikkeling



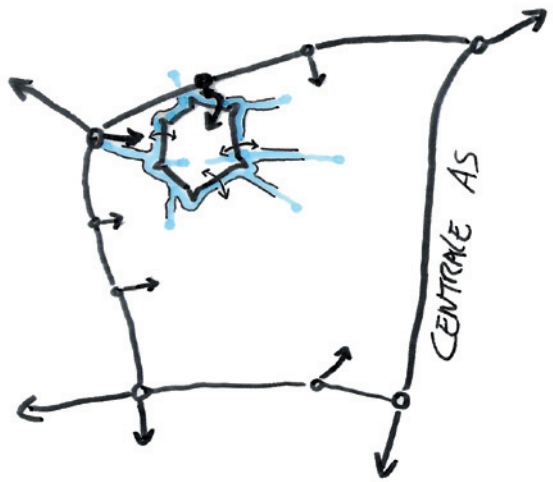
Om te kunnen komen tot een optimale inrichting van de stadsentreegebieden, en daarmee een zo groot mogelijke bijdrage aan het succes van de binnenstad, is er op twee manieren ‘ruimte’ nodig: beleidsmatig (draagvlak) en fysiek (speelruimte).

In de Visie Binnenstad Dokkum worden twee entreelocaties uitgelicht, omdat daar een kwaliteitsverbetering gewenst is. Dit is het Harddraverspark bij de Halvemaanspoort en de Jumbo-locatie (gemeentewerf-zone) bij de Aalsumerpoort. De mogelijke ontwikkelingen zijn voor beide locaties reeds beschreven in een gecombineerde gebiedsvisie*. Uit die studie blijkt dat er op beide locaties, zowel qua draagvlak als speelruimte, een vergelijkbare ruimte is voor ontwikkeling. Er wordt hierbij beleidsmatig geen onderscheid gemaakt in het belang van beide locaties (Harddraverspark en Noordelijke Stadsentree) voor de binnenstad.

Voor de overige (rand)parkeerlocaties bestaat niet een dergelijk bestuurlijk mandaat. Ook ruimtelijk gezien is de speelruimte op De Helling, bij de Dockumer Sluys of Lutjebleek beperkt.

* Gemeente Dongeradeel (2016) Dokkum oer de grêft.

3. Regionale bereikbaarheid en ontsluiting



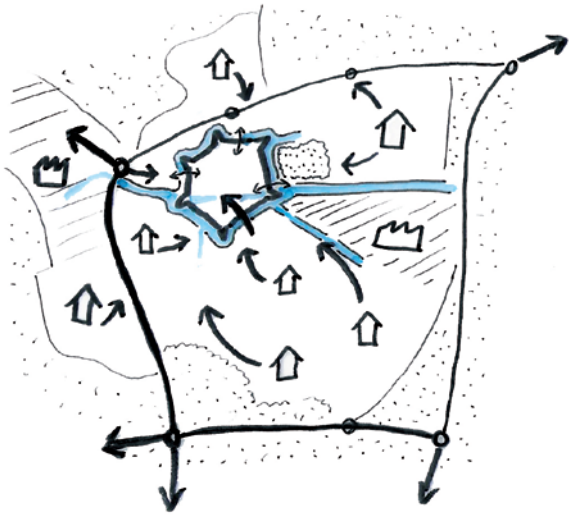
Dokkum is een regiovoorzienende kern. De bereikbaarheid van de stadsentrees is van groot belang, aangezien de regionale bezoeker vooral met de auto komt (hoofdstuk 1).

De rondweg van Dokkum raakt alleen in het noordwesten van de stad de binnenstad. Van de vier stadsentrees zijn dus de Aalsumerpoort (’t Panwurk) en de Hanspoort (De Helling) het beste ontsloten vanaf de doorgaande (provinciale) wegen. Met de realisatie van de Centrale As is de aankomst in Dokkum verschoven van de zuidwest- naar de oostkant van de rondweg.

Uit de meest recente verkeerstelling van de gemeente blijkt dat er sinds de aanleg van de Centrale As meer automobilisten gebruik maken van de noordelijke rondweg. Dit betekent dat meer bezoekers nu ter hoogte van de Jumbo-locatie voor het eerst de binnenstad in het zicht krijgen; de bestemming is bijna bereikt!

De Noordelijke Stadsentree kan met de juiste inrichting de binnenstad een ‘adres’ geven aan de rondweg. Een route met bordjes ‘centrum-parkeren’ is hier (in tegenstelling tot bij het Harddraverspark) niet nodig.

4. Lokale vindbaarheid en verankering

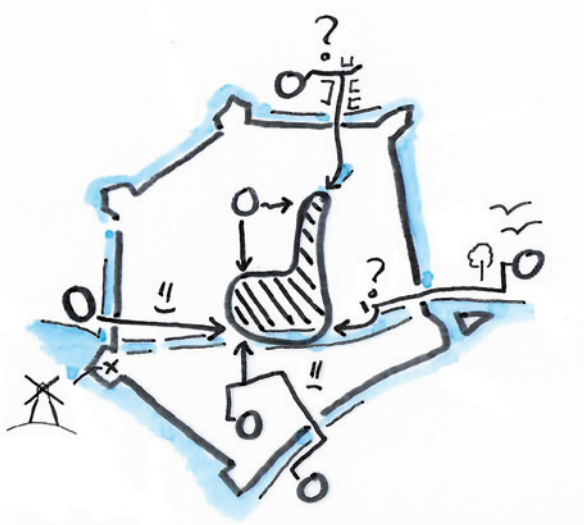


Wanneer een locatie deel uitmaakt van de dagelijkse of wekelijkse routine van mensen zullen zij deze plek beter herkennen en herinneren. Ook door een sterke historische gelaagdheid kan een bepaalde locatie voor veel mensen logisch aanvoelen; die plek ligt verankerd op hun 'mentale stadskaart'.

De Jumbo-locatie heeft een sterke positie binnen de regionale verkeersstructuur, maar voor inwoners van Dokkum ligt de plek wellicht minder 'op de route'. Een inwoner uit het zuiden van Dokkum heeft andere (loop- of fiets)routes op de 'mentale kaart' staan dan een bezoeker uit Holwerd of Ternaard. Vanuit het verleden is de zuid- en westzijde van de binnenstad daarom beter verankerd in het 'stedelijk weefsel' van Dokkum.

Een voorbeeld hiervan is de populariteit van de verschillende parkeerlocaties. Mensen die bekend zijn in Dokkum laten zich niet snel met de auto naar De Harddraver of 't Panwurk leiden als zij naar het centrum willen. De mentale verankering van de Noordelijke Stadsentree zal toenemen, wanneer meer locaties aan de noordzijde van de stad in de toekomst ontwikkeld gaan worden.

5. Uitstraling stadsentree en looproute



De stadsentree is het visitekaartje van de binnenstad. De manier waarop de bezoeker welkom wordt geheten en naar de binnenstad wordt geleid, draagt bij aan de tevredenheid van de bezoeker (zie ook hoofdstuk 4). Wanneer een bezoeker te veel richtingsveranderingen moet verwerken, wordt de looproute als langer ervaren.

De vier parkeerlocaties buiten de binnenstad hebben een vergelijkbare loopafstand (± 300 m) tot het kernwinkelgebied. Het karakter van deze looproutes verschilt echter sterk. Vanaf parkeerterrein De Helling kan de bezoeker via een loopbrug direct de omwalling binnengaan. Ook het vervolg van de looproute (tot aan De Zijl) loopt door een sfeervol straatbeeld met een heldere oriëntatie. De overige routes (noord, oost en zuid) zijn minder aantrekkelijk qua uitstraling of logica. Zo blijft het centrum als bestemming lang uit het zicht voor de bezoeker die vanaf De Harddraver komt.

Vanaf 't Panwurk moet de bezoeker eerst een 'blokje om', voordat de stad wordt bereikt. In de Visie Binnenstad is reeds geopperd om deze 'drempel' weg te nemen door het toevoegen van een nieuwe loopbrug over de Noordergracht.

3.3 De Noordelijke Stadsentree

De vier (historische) stadsentrees hebben ieder hun eigen kwaliteit als centrumparkeerlocatie. Van oudsher zijn De Helling en de parkeervoorzieningen in het zuiden van de stad (Lutjebleek, Strobosserkade, Dockumer Sluys) populair onder lokale bezoekers. Omdat hier echter geen ruimte is voor een intensivering van de parkeercapaciteit zal er een verschuiving plaats moeten vinden richting de andere locaties.

In de Visie Binnenstad Dokkum wordt naast de Noordelijke Stadsentree ook De Harddraver uitgelicht als een van de twee entreegebieden waar een kwaliteitsimpuls gewenst is. Voor beide gebieden is er, in lijn met de Visie Binnenstad, (Dokkum oer de grêft) een aantal varianten uitgewerkt. Hierin wordt echter geen duidelijke keuze gemaakt voor één voorkeursvariant. Gezien de huidige uitbreidingsvraag van Jumbo moet er nu wel één koers bepaald worden voor de inrichting van het gebied.

Keuze en uitwerking

De Noordelijke Stadsentree biedt, in tegenstelling tot De Harddraver, duidelijke kansen om meer te zijn dan alleen een voorportaal (parkeerlocatie) van de binnenstad: deze plek heeft de potentie om de levensvatbaarheid van het centrum van Dokkum te vergroten. Wanneer het combinatiebezoek vanuit de supermarkt gestimuleerd wordt, bijvoorbeeld door een aantrekkelijkere en kortere verbinding met de binnenstad, kan de supermarkt meer als trekker gaan functioneren voor de binnenstad.

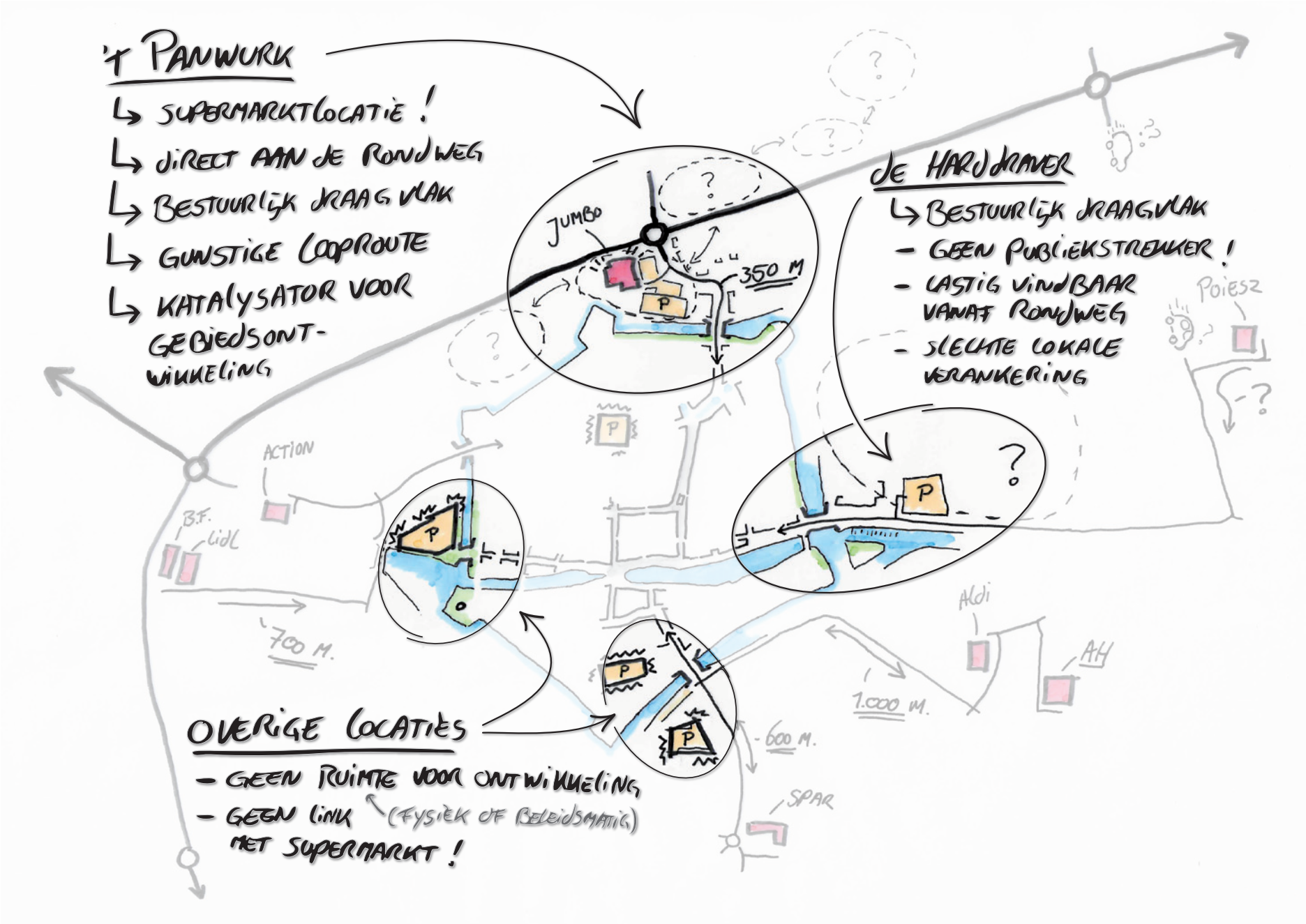
Alle argumenten op een rij

- Dit is de enige plek waar geprofiteerd kan worden van een supermarkt als publiekstrekker voor de binnenstad;
- Er is een uitstekende (regionale) ontsluiting van de parkeerlocatie via de rondweg;
- De aanhechting van de looproute is relatief eenvoudig te verbeteren en sluit aan bij een historisch sterke route richting de Waag;
- Beleidsmatig is er voldoende draagvlak en urgentie om de locatie aan te pakken;
- De opwaardering van de Jumbo-locatie geeft een impuls aan de ontwikkeling van het hele gebied (Gemeentewerf-, Arriva-locatie) en vergroot daarmee de betekenis van deze plek voor inwoners van Dokkum.

In het volgende hoofdstuk worden een aantal functionele en ruimtelijke randvoorwaarden beschreven die bijdragen aan een optimale inrichting van de Noordelijke Stadsentree, als versterking van het duurzaam functioneren van het centrum van Dokkum.

De enige supermarkt binnen het schootsveld...

...met uitstekende bereikbaarheid en ontsluiting.


'T PANWURK
↳ SUPERMARKTLOCATIE !
↳ DIRECT AAN DE RONDWEG
↳ BESTUURLIJK DRAAGVLAK
↳ GUNSTIGE LOOPROUTE
↳ KATALYSATOR VOOR GEBIEDSONTWIKKELING
JUMBO
350 M
DE HARDDRAVER
↳ BESTUURLIJK DRAAGVLAK
- GEEN PUBLIEKSTREKKER !
- LASTIG VINDBAAR VANAF RONDWEG
- SLECHTE LOKALE VERANKERING
Poiesz
ACTION
B.F.
LIDL
700 M.
Aldi
AH
1.000 M.
600 M.
SPAR
OVERIGE LOCATIES
- GEEN RUIMTE VOOR ONTWIKKELING
- GEEN LINK (FYSIEK OF BELEIDSMATIG) MET SUPERMARKT !

4 Inrichting Noordelijke Stadsentree

4.1 Stadsentree als katalysator

De Noordelijke Stadsentree biedt Dokkum de grootste kans om meer bezoekers naar het centrum te trekken. De Jumbo-supermarkt trekt op dit moment wekelijks ca. 25.000 bezoekers*, waarvan nu 19% (ca. 4.750 bezoekers) het bezoek combineert met een bezoek aan de stad.

Door de ligging van de supermarkt buiten het centrum is het niet haalbaar het combinatiebezoek te verhogen naar het gemiddelde van 44%. Wel kunnen barrières zoveel mogelijk worden geslecht, zodat het combinatiebezoek kan toenemen tot 25%, en wellicht zelfs tot 30% (afhankelijk van het gekozen investeringsniveau). Gecombineerd met een toename van het aantal supermarktbezoekers naar 30.000 per week (als gevolg van de schaalvergroting*) levert dit mogelijk 2.750 tot 4.250 extra centrumbezoekers per week op. Dat is bijna een verdubbeling ten opzichte van de huidige situatie.

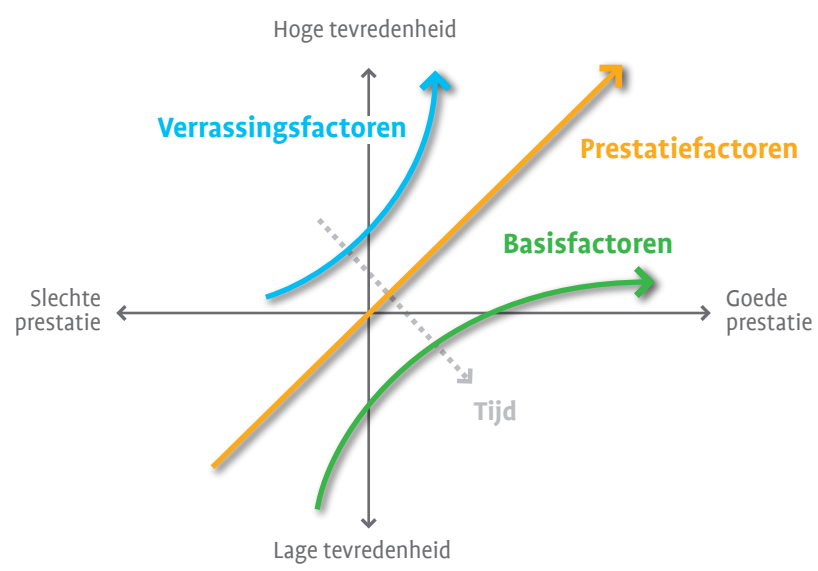
De historische binnenstad van Dokkum heeft al een goede uitstraling en een ruim aanbod. Voor meer combinatiebezoek ligt de opgave dan ook in de tevredenheid van bezoekers over de stadsentree (de parkeerlocatie) en de relatie met het centrum. Hierna wordt ingegaan op de randvoorwaarden die nodig zijn om het combinatiebezoek te verhogen.

Klanttevredenheid

Als gevolg van het veranderende aankoopgedrag bij consumenten wordt het voor centrumgebieden nog belangrijker om de bezoekers niet alleen tevreden te stellen, maar zelfs te verrassen tijdens hun (recreatieve of gerichte) centrumbezoek. De tevredenheid van de “klant” hangt hierbij af van verschillende basis-, prestatie- en verrassingsfactoren (zie kader).

De belangrijkste basisfactor voor de (regionale) centrumbezoeker is de beschikbaarheid van een vrije parkeerplaats. De bezoekers van buiten Dokkum moeten tenslotte met de auto naar de stad komen.

Vervolgens hangt de tevredenheid over de entree in de stad af van prestatiefactoren, zoals: het gemak waarmee geparkeerd kan worden (ruime parkeervakken, draaicirkels, heldere indeling, etc.) en de looproute naar het centrum (lengte, begaanbaarheid, duidelijkheid). De tevredenheid van de bezoeker, en daarmee de kans op een herhaalbezoek, zal verder stijgen



Basisfactoren:
als deze dingen niet aanwezig zijn, is de klant per definitie ontevreden.

Prestatiefactoren:
hoe meer deze dingen aanwezig zijn, hoe tevredener de klant is.

Verrassingsfactoren:
dingen die een klant niet mist als ze niet aanwezig zijn, maar die de tevredenheid enorm positief beïnvloeden als ze er wel zijn.

Kano, N. (1984) “Attractive quality and must-be quality” (bewerking DTNP)

* Schatting o.b.v. kengetallen DTNP. Een supermarkt van ca. 1.200 m² wvo heeft gemiddeld zo’n 10.000 transacties (ca. 25.000 bezoekers) per week.

wanneer er sprake is van een aangename ervaring die de bezoeker niet vooraf verwacht had. Nadeel van zo'n 'wow-factor' is dat de bezoeker hier na verloop van tijd aan gewend raakt, waardoor het effect afneemt.

4.2 Parkeercapaciteit

De huidige parkeercapaciteit bestaat uit 110 parkeerplaatsen voor de supermarkt en 188 parkeerplaatsen in de Panwurkgarage voor het centrumparkeren. De huidige garage wordt als krap en donker ervaren. Ook bouwtechnisch is de garage toe aan onderhoud.

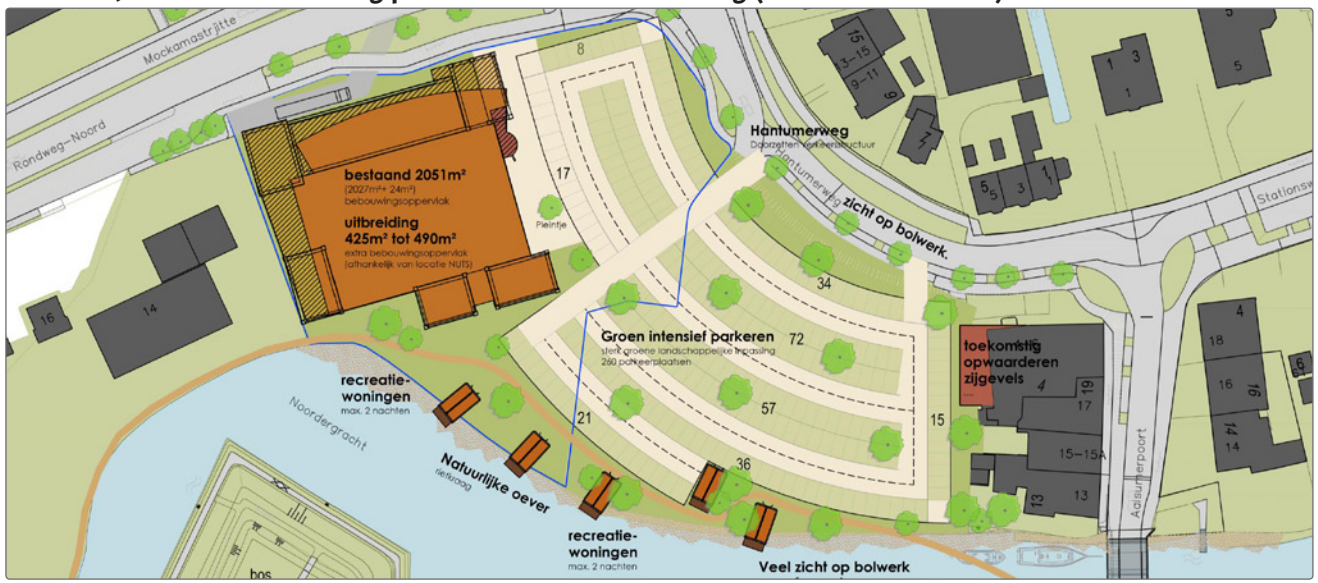
In het voorstel van Jumbo voor de inrichting van het plangebied na uitbreiding van de supermarkt zijn 260 parkeerplaatsen getekend. Dit is onvoldoende om zowel het centrumparkeren als het parkeren voor de supermarkt te verzorgen.

Basisbehoefte

Uit de analyse van de huidige parkeersituatie blijkt dat de parkeerdruk op 't Panwurk is gestegen na aanleg van de Centrale As. Met de uitbreiding van de Jumbo en de compensatie van de parkeerplaatsen van de Markt ontstaat de volgende parkeeropgave:

- Voor de uitbreiding van de supermarkt (met zo'n 500 m² bruto vloeroppervlak) moeten er 43 parkeerplaatsen worden toegevoegd (uitgaande van een norm van 8,6). Het toekomstige totaal voor de supermarkt komt hiermee op circa 150 parkeerplaatsen.
- De 36 (kwalitatief hoogwaardige) parkeerplaatsen die verdwijnen op de Markt dienen gecompenseerd te worden. Daarmee komt het minimum van het centrumparkeren op 224 parkeerplaatsen.
- Om zoekverkeer tijdens piekmomenten te voorkomen (maximale parkeerdruk tussen 85% en 90%) dient het toekomstig totaal op circa 250 parkeerplaatsen te komen.
- Deze capaciteit (150+250=400 pp) geldt als minimaal uitgangspunt. Afhankelijk van de ambities en als de ruimtelijke invulling het toelaat, kan er voor een ruimer aantal worden gekozen.
- Het is gewenst om beide parkeerprogramma's (supermarkt en centrumparkeren) dicht bij elkaar te plaatsen. Wanneer de locatie als één geheel wordt ervaren, is de kans op een combinatiebezoek van de supermarktbezoeker groter.
- Er zal dus gezocht moeten worden naar een integrale oplossing. Hierbij is het van belang om de juiste ruimtelijke kaders te stellen voor het combinatiebezoek.

Voorstel Jumbo voor inrichting parkeerterrein na uitbreiding (Adema Architecten)

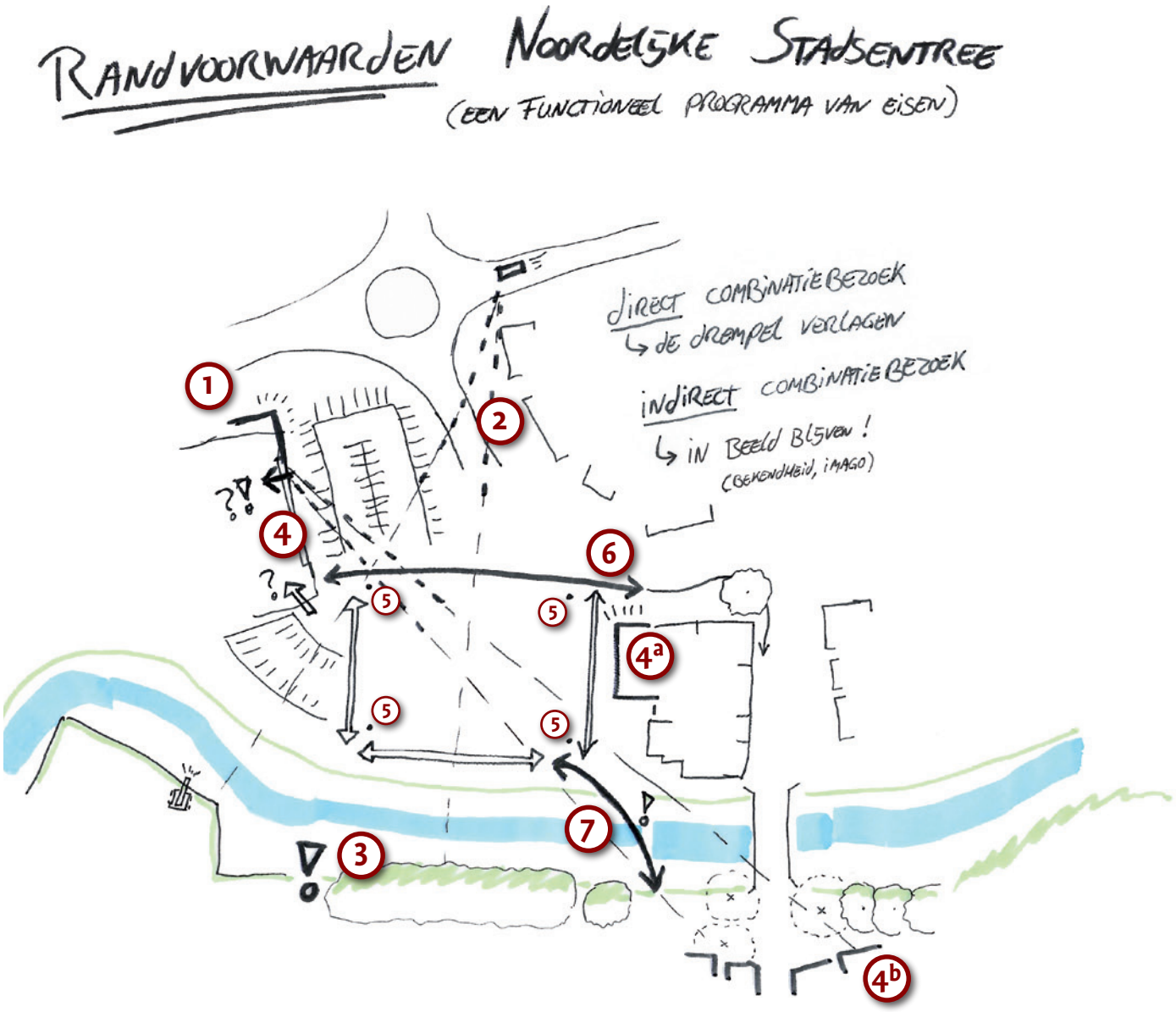


4.3 Ruimtelijke randvoorwaarden

Het doel van deze randvoorwaarden is tweeledig: ten eerste moet de locatie zich goed presenteren aan de Rondweg-Noord als een laagdrempelige en aantrekkelijke landingsplek. Vervolgens dient de bezoeker (direct of indirect) verleid te worden om de stap te maken naar de binnenstad. Middels een serie van 'wow-momenten' wordt de bezoeker stapsgewijs richting de binnenstad geleid.

Verrassingsfactoren

1. Allereerst trekt de supermarkt de aandacht langs de rondweg. Passanten zien hierdoor dat dit een prominente plek in de stad is.
2. Vervolgens komt de omwalling van de binnenstad in beeld, waardoor duidelijk wordt dat het centrum vlakbij is.
3. Een extra baken (qua vorm, materialisering of functie) kan hierbij de associatie versterken dat er aan de overzijde van het water iets te beleven is. Deze functie kan ook vervuld worden door een opvallende vormgeving van een nieuwe loopbrug.
4. Als de bezoeker eenmaal uit de auto is, kan deze zich goed oriënteren doordat de entree van het centrum (Aalsumerpoort), én de route daarnaartoe, direct zichtbaar is vanaf de parkeerlocatie.



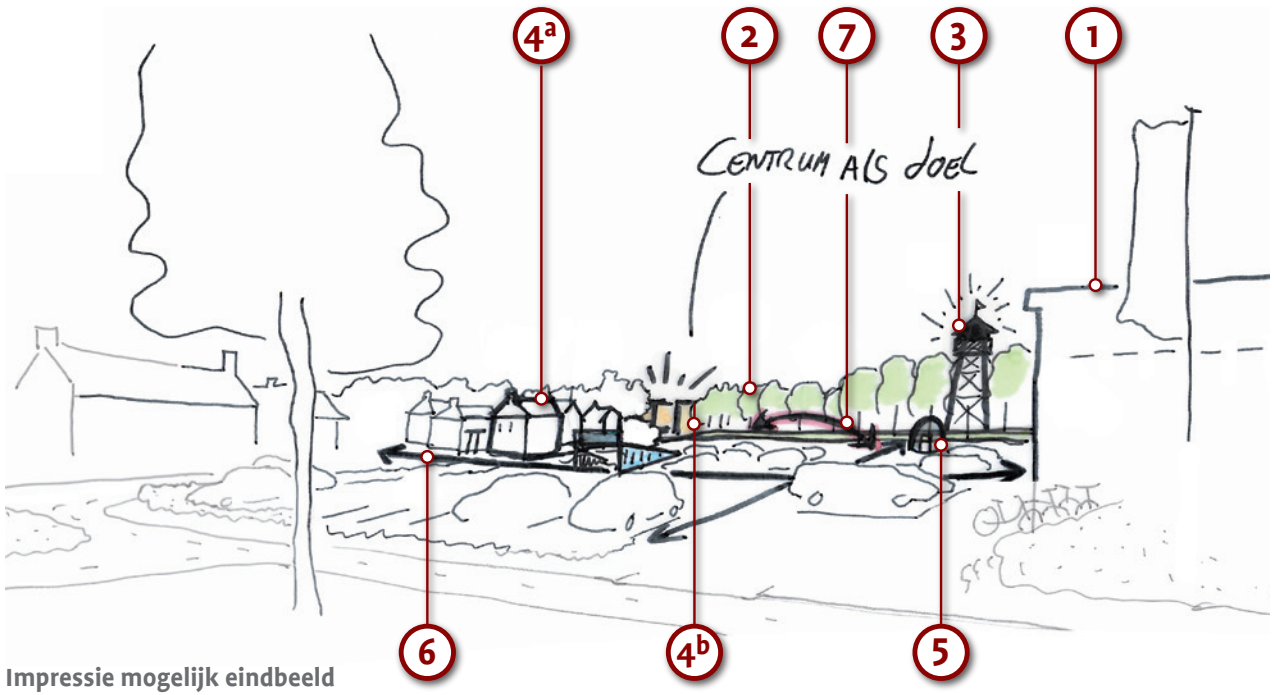
Verrassingsfactoren (1 t/m 4) en prestatiefactoren (5 t/m 7)

Prestatiefactoren

In deze serie van oriëntatiepunten is het cruciaal dat de bezoeker iedere stap makkelijk kan nemen. Hoe meer drempels, hoe hoger de kans dat een bezoeker weer in de auto stapt. Zo is het bijvoorbeeld belangrijk dat de beschikbare parkeerplaatsen ruim genoeg zijn en dat er gemakkelijk gemanoeuvreerd kan worden. Een goede positionering van de in- en uitgang van de parkeervoorziening voor voetgangers (5) draagt bij aan het verkleinen van de afstand tussen de parkeerlocatie en het bezoekdoel.

Ook de uitstraling van de parkeerlocatie kan de tevredenheid van de bezoekers verhogen. Door (plaatselijk) de binnenstedelijke detaillering van de openbare ruimte toe te passen, wordt de samenhang met het centrum verder versterkt en krijgen de looproutes (6) meer nadruk.

Tenslotte is de beleving van de looproute (de mentale loopafstand) naar het centrum van groot belang. Belangrijkste knelpunt in de huidige inrichting is het 'blokje om' dat bezoekers moeten maken om bij de Aalsumerpoort te komen. Het toevoegen van een loopbrug over de Noorder Gracht (7) kan de mentale afstand tot het centrum verder verkleinen.



Impressie mogelijk eindbeeld

1. **Supermarkt** krijgt meer nadruk aan de rondweg
2. **Binnenstad** is zichtbaar vanaf de rondweg
3. **Landmark** op het bolwerk trekt de aandacht (qua hoogte, materiaal en/of programma)
4. **Stadsentree** is duidelijk vindbaar vanaf Jumbo
   a. door hoekaccent als afbakening aan Hantumerweg
   b. door direct zicht te creëren
5. **Uitgang** van het P-terrein is afgestemd op bezoekdoel
6. **Looproutes** (in lijn met de zichtlijnen) zijn goed herkenbaar
7. **Loopbrug** verkort de looproute naar de stadsentree

Huidige situatie

5 Tot besluit

5.1 Vervolgproces

Uit deze verkenning is naar voren gekomen dat de Jumbo-locatie veel potentie heeft als entree (en katalysator) voor het centrum van Dokkum. Om de toekomstig gewenste parkeercapaciteit en de toekomstige relatie van de Noordelijke Stadsentree met de binnenstad zo optimaal mogelijk te kunnen realiseren (en het aantal Jumbo-bezoekers dat ook het centrum bezoekt misschien zelfs te verdubbelen), is het noodzakelijk om middels een zorgvuldig proces breed draagvlak te verkrijgen.

De hoogste tijd

De gemeente Dongeradeel heeft door het vaststellen van de Visie Binnenstad Dokkum duidelijke speerpunten gekozen voor de ontwikkeling van het centrum. Gezien de huidige opgave (uitbreidingswens Jumbo) moet de richting voor de praktische uitvoering van de visie nu bepaald worden. Het aangetroffen straatbeeld toont aan dat er niet gewacht kan worden met het investeren in de binnenstad.

Tot op heden heeft de gemeente Dongeradeel alle opties open gehouden als het gaat om de gebiedsontwikkelingen op De Harddraver en rondom de gemeentewerf- en Jumbo-locatie. Wij adviseren om nu gebruik te maken van de kans om een supermarkt in te zetten als publiekstrekker voor het centrum, zeker gezien het toegenomen gebruik van de Rondweg-Noord na de aanleg van de Centrale As. Hiervoor is het verstandig om eerst, zowel in het college als in de gemeenteraad, bewust de keuze voor De Noordelijke Stadsentree te maken. Pas wanneer er bij eenieder voldoende geloof is in de potentie van deze locatie kan er gesproken worden over de concrete herontwikkeling en inrichting van het gebied.

Geen wiskundige som

Hoeveel extra Jumbo-bezoekers (van de 25.000 wekelijkse klanten) na de herontwikkeling verleid zullen worden om de binnenstad te bezoeken, hangt samen met het ambitieniveau dat gekozen wordt voor de uitwerking van de plannen. Helaas is het (mede vanwege de complexiteit van de integrale opgave) niet mogelijk om voor iedere afzonderlijke ingreep exact te becijferen wat de opbrengst zal zijn in het verwachte aantal bezoekers.

Wel zijn wij er van overtuigd dat iedere stijging ten opzichte van het huidige combinatiebezoek een substantiële bijdrage levert aan de overlevingskansen van de binnenstad en daarmee aan de positie van Dokkum als regiostad.

Grote Breedstraat, zaterdag 4 november 2017, 15:15 u.