



Het Binnenstadsplan van Dokkum





Binnenstad Dokkum

Inhoudsopgave

	Blz.
1. Het hart van Noordoost Fryslân	1
2. Ruimtelijke economische structuur	3
3. Promotie en informatie	6
4 Actiepunten 2014	7



1. Het hart van Noordoost Fryslân

De binnenstad van Dokkum is als het hart van Noordoost Fryslân. Zonder binnenstad met zijn winkels, terrassen, restaurants, pleinen en aanlegplaatsen is Noordoost Fryslân alleen nog maar een gebied om te wonen en de kost te verdienen, als dat al niet elders gebeurt. Door een aantrekkelijke veelzijdige binnenstad in Dokkum blijft de regio een aantrekkelijk gebied om zich te vestigen, als bewoner, maar ook als ondernemer en werkgever. Investeren in de binnenstad van Dokkum is dan ook investeren in de toekomst van Noordoost Fryslân.

De uitdaging voor de binnenstad

In deze tijd is alles via internet te koop. De belangrijkste reden om een winkelgebied te bezoeken is straks niet meer het doen van een aankoop, maar het beleven van gastvrijheid, sfeer en inspiratie. Alleen winkelgebieden die dat bieden hebben kansen.

De binnenstad van Dokkum heeft goede papieren: authentiek, kleinschalig en toch stads. De combinatie van historische bebouwing, onaangetaste stadswallen en een breed water is uniek. Noord Nederland heeft wel meer historische stadjes, maar de meeste hebben geen uitgebreid winkelaanbod. Dokkum heeft dat allemaal wel en staat zo ten opzichte van andere winkelgebieden in de omgeving met 1-0 voor.

Maar Dokkum moet ook omgaan met het beperkte inwonertal, vergrijzing, schaalvergroting en natuurlijk de concurrentie van internet. Als de kansen niet actief en gezamenlijk worden opgepakt ligt Dokkum straks te ver weg en kan zelfs de eigen bevolking kiezen voor de concurrentie in de vorm van internet of steden als Leeuwarden en Groningen.

Kansen grijpen betekent volledig voldoen aan de verwachtingen van de bewoners van Dokkum en omgeving en die van de toeristen en recreanten. Dat vraagt in de eerste plaats goed weten wat er van Dokkum verwacht wordt en vervolgens in samenwerking bouwen aan de winkelstraten, het winkel- en horeca aanbod en de activiteiten en evenementen; en dat weer verder bekend maken zodat het draagvlak voor Dokkum en omgeving weer breder en steviger wordt.

De belofte van Dokkum

Dokkum is in de eerste plaats de stad van de Dokkumers; de inwoners van de stad en de bewoners van de omliggende regio die samen een eeuwenlange geschiedenis delen. Dokkumers zijn trots op hun historische binnenstad en vinden het belangrijk dat die binnenstad zijn glorie behoudt. De bewoners zijn dan de belangrijkste ambassadeurs van hun stad.

Die historische binnenstad is op zijn beurt de belangrijkste reden voor bezoek van toeristen en recreanten. Alles wat daaromheen leeft en georganiseerd wordt, van winkels en horeca tot symbolen als Bonifatius, de Elfsteden en de Admiraliteit, is noodzakelijk om de stad tot leven te wekken, maar de kern is de historische binnenstad.



De vraag: *wat is Dokkum?* is dan ook eenvoudig te beantwoorden. *Dokkum is de historische binnenstad.*

De consequentie van die keuze is het doorvoeren van alle belevingsaspecten van die historische binnenstad in de presentatie, de promotie en de ontwikkeling van Dokkum. Anders gezegd: we gaan voortdurend werken aan het waarmaken van de belofte van Dokkum als historische binnenstad.

Als symbool voor die historische binnenstad wordt gekozen voor *de Bolwerken*, het goeddeels intacte verdedigingssysteem wat niet alleen in het verleden de begrenzing van de stad bepaalde, maar wat ook nu voor de bezoeker voelbaar maakt dat hij een bijzonder gebied betreedt; bijzonder door de onaangetaste historische bebouwing, maar ook bijzonder door de winkels en horeca, aangeboden door actieve, eigentijdse ondernemers. En daarnaast wordt de binnenstad gedragen door aanbieders van cultuur, door bewoners en ambachtelijke bedrijvigheid. Samen sterk. *Dokkum is het Bolwerk van Fryslân.*

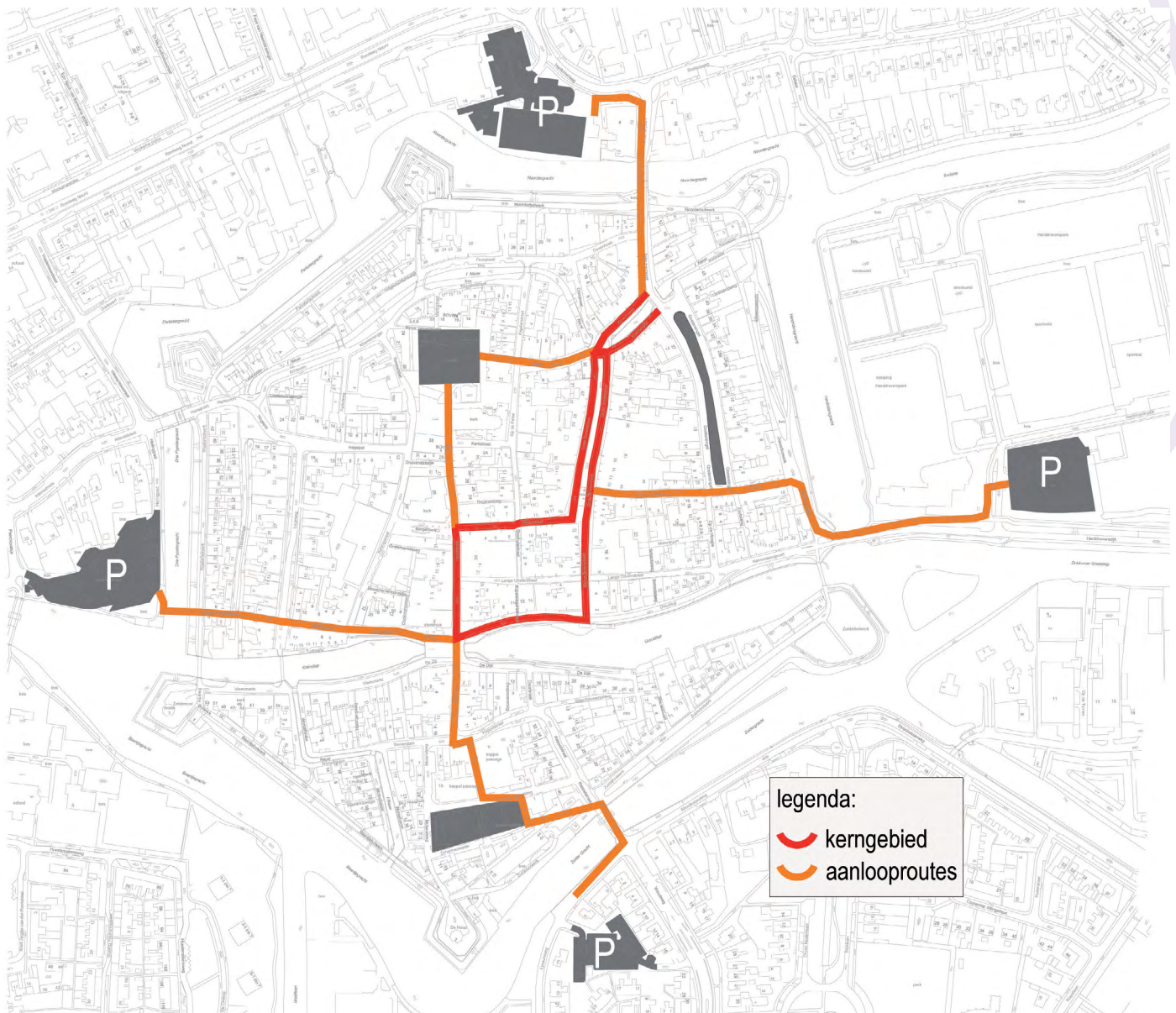
Om te weten welke keuzes het best bijdragen aan het beeld van Dokkum als historische binnenstad vallen we terug op de belangrijkste kenmerken die door bewoners en toeristen toegeschreven worden aan de identiteit: behalve *historisch* zijn dat ook *kleinschalig* en *stads*. Kenmerken die zich ook laten verdiepen:

- **Historisch**
 - Authentiek
 - Fries
 - Echt / puur
- **Kleinschalig**
 - Persoonlijk
 - Overzichtelijk
 - Toegankelijk
- **Stads**
 - Compact
 - Compleet
 - Eigentijds



2. Ruimtelijke economische structuur

De verkeersstructuur en het vastgoed van Dokkum moeten de sfeer bieden die de bezoeker verwacht van een historische binnenstad: een compact en toch een compleet aanbod. Daarom wordt primair ingezet op het versterken van het 'd' vormige kerngebied dat wordt gevormd door de Grote Breedstraat en het circuit Waagstraat, Hoogstraat (helling), de Zijl, Diepswal, Kleine Breedstraat. Het voert de bezoeker langs de mooiste plekken, met als hoogtepunt het zicht op het water vanaf de Zijl en de Diepswal. Het gebied rondom de binnenhaven is het meest "indrukwekkende" van de binnenstad van Dokkum. Er wordt voor gekozen de mogelijkheden voor terrassen aan de Diepswal te optimaliseren.



Andere gebieden van de binnenstad met economische functies te weten de Nauwstraat, de Markt en omgeving en Dockumer Sluys worden onderwerp van gezamenlijke studie en aanpak door eigenaren, gebruikers, de financiële sector en de gemeente. Het is van groot belang deze gebieden ondanks structurele veranderingen een volwaardige rol te laten spelen voor de binnenstad. Zijn er nog kansen voor detailhandel of horeca of dragen

functies als ambachtelijke bedrijvigheid, wonen of parkeren het beste bij tot het functioneren van de historische binnenstad van de toekomst? De gemeente actualiseert het bestemmingsplan Binnenstad om deze ontwikkelingen planologisch te borgen.

De binnenstadsbezoeker centraal

Deze ruimtelijk economische structuur schept de voorwaarden om in de dagelijkse beleving te voldoen aan de verwachtingen van de bezoekers. Gastvrijheid is het sleutelwoord, maar daar richten de meeste winkelgebieden zich al op. Dokkum voegt hier alle kwaliteiten aan toe die verankerd liggen in de door iedereen herkende historische binnenstad.

Beleving en sfeer in de straat

De inrichting van de openbare ruimte is voor een belangrijk deel de verantwoordelijkheid van de gemeente. Er wordt een plan gemaakt voor verduidelijking van de bewegwijzering naar en van de belangrijkste parkeerplaatsen.

Een zo klantvriendelijk mogelijk parkeerbeleid en de uitvoering van de handhaving zijn onmisbaar om de gestelde doelen op het gebied van het behoud en de versterking van de positie te bereiken.



Schone en goed onderhouden straten en straatmeubilair zijn noodzakelijk om positieve verwachtingen van de bezoekers niet teleur te stellen. En Dokkum kan natuurlijk bij uitstek inspireren om de straten, tuinen etc. nog mooier te maken. Dokkum niet alleen schoon, maar ook schoon in de betekenis van fraai. Geld speelt natuurlijk een belangrijke rol. Maar het moet beter en we zoeken mogelijkheden door de organisatie te optimaliseren en samen meer voor elkaar te krijgen.

Groen in de vorm van bomen, gevelbegroeiing en bloemen wordt steeds meer erkend als sfeerbepalend element. Dokkum heeft met de Bolwerken een belangrijke troef in handen, maar ook in de straten is hier winst te behalen.

Ondernemers bepalen de kwaliteit van de uitstallingen, reclames, decoraties en terrassen. We gaan goede voorbeelden onder de aandacht brengen, ter inspiratie. En we durven met elkaar in discussie te gaan hoe we met elkaar het beeld van de historische binnenstad nog meer kunnen benadrukken.

Het aanbod

Zonder aantrekkelijk aanbod van winkels, kramen en horeca is de Dokkumer binnenstad slechts een historisch monument. Ondernemers zorgen voor leven in de brouwerij. Door de doorbraak van internet worden aan de ondernemers bijzonder hoge eisen gesteld. Meer dan ooit staat de klant centraal. *Het Nieuwe Winkelen* behelst niet alleen het up to date houden van je site, het actief met klanten communiceren via *social media* en het verkennen van de mogelijkheden van een webshop. Het gaat net zo goed om klantgericht contact in de winkel en het permanent in de gaten houden van je formule. Doorsnee winkels zijn er genoeg. Bijzondere winkels en markten zorgen voor de aantrekkingskracht en zijn van levensbelang voor de toekomst van de stad. We gaan dit stimuleren door ondernemers van Dokkum met elkaar in contact te brengen en zo van elkaar te leren en onderling te inspireren.

Door de leegstand aan te pakken zorgen we ervoor dat de bezoeker altijd een aantrekkelijk aanblik aantreft, zelfs in de straten die het nu economisch moeilijk hebben en die mogelijk een andere functie krijgen dan detailhandel.

- Met de plaatselijke makelaars zoeken we naar nieuwe ondernemers. Onder het motto “*Alle Ruimte*” wordt in samenspraak met de eigenaren voorwaarden aangeboden die drempels verlagen bij het beginnen van een vestiging of een verplaatsing naar een geschiktere locatie.
- In andere gevallen kan tijdelijke invulling een oplossing bieden. Hoe meer levendigheid hoe beter. Initiatieven als *Vakwerk* (goed georganiseerde beschikbaarstelling aan kunstenaars en ambachtslieden) zijn belangrijk. Verder bevorderen we dat ondernemers uit Dokkum etalages gebruiken om hun vestiging elders onder de aandacht te brengen.

Internet is 24/7 geopend. Dat kan natuurlijk niet voor de binnenstad gelden. Maar de binnenstad moet wel geopend zijn wanneer de bezoekers dat verwachten. En als dat eens op een zondag is, moet dat kunnen. En als we bekend maken dat de winkels open zijn, moeten we zeker weten dat de beeldbepalende ondernemers hieraan meedoen. Activiteiten en evenementen vormen een onmisbaar onderdeel van het aanbod van de historische binnenstad. En ze worden steeds belangrijker naarmate de beleving de belangrijkste reden wordt om de stad te bezoeken. Er wordt momenteel al veel georganiseerd. Grote evenementen als de Admiraliteitsdagen zijn even onmisbaar als sfeerbepalende zaken als bloemendecoraties en levende muziek op straat. Er is winst te behalen door meer met elkaar samen te werken. We gaan bouwen aan een centrale regie, zonder het enthousiasme van de vele vrijwilligers te frustreren.



3. Promotie en informatie

Zonder intensieve promotie en goede informatie blijft Dokkum een te goed bewaard geheim. Voor de promotie van Dokkum wordt een actieplan opgesteld. Met een aantal zaken gaan we zo snel mogelijk aan de slag, zoals het doorvoeren van de eigen stadshuisstijl. Door deze zo breed mogelijk door te voeren bij promotie van de binnenstad en van activiteiten en evenementen zorgen we voor onderlinge versterking en het steviger neerzetten van Dokkum als historische binnenstad. We bereiken dit door met initiatiefnemers van activiteiten en evenementen en producenten van informatiemateriaal in contact te treden en eventuele belemmeringen (zoals onbekendheid) weg te nemen.

De site van de binnenstad wordt helemaal up to date gemaakt, passend in de stadshuisstijl. Het is in het internettijdperk de eerste en daarmee de belangrijkste kennismaking voor nieuwe bezoekers en het middel bij uitstek om Dokkum als historische binnenstad te presenteren. En natuurlijk kunnen alle ondernemers van hieruit gevonden worden.

Dokkum Magazine is een uitstekend visitekaartje van de stad. We gaan de opzet en inhoud actualiseren in het verlengde van de doelstellingen van het Binnenstadsmanagement.

Al met al heeft Dokkum ook, of liever juist, in deze internettijd heel veel toekomst. Maar onbekend maakt onbemind. Daarom moet er veel ingezet worden op de promotie en het geven van informatie en het onderstrepen van de bijzondere identiteit van de historische binnenstad. We overwegen campagnes naar het voorbeeld van de stad Groningen (maar dan op de schaal en het bereik van Dokkum). We gaan de mogelijkheden onderzoeken om de historische binnenstad van Dokkum op meerdere plekken in beeld te brengen (toeristische centra, verkeersknopen, veerhavens, parkeergarages etc.). In de stad zelf moet een systeem ontwikkeld worden hoe de bezoeker informatie kan krijgen over mogelijkheden van de stad en de regio, als alternatief voor het VVV. Het aanbieden van welkomstpakketten, een leuk tasje met informatie en iets uit de streek, kan een belangrijk middel zijn om de binding met nieuwe bezoekers te verstevigen: Welkom in Het Bolwerk van Fryslân.



4. Actiepunten 2014

De actiepuntenlijst 2014 is voor de Werkgroep Binnenstadsmanagement de agenda voor het nemen van initiatieven in het komende jaar. De richting waarin gewerkt wordt is in dit Binnenstadsplan beschreven. De Werkgroep Binnenstadsmanagement bepaalt per actiepoint wie als trekker optreedt (de gemeente, ondernemers of de binnenstadsmanager). Bijna alle actiepunten vragen om extra inzet van de samenwerkende partijen. Dit kan financieel zijn maar kan ook betrekking hebben op (vrijwillige) menskracht. De volgorde geeft geen rangorde aan, maar volgt uit de opzet van het Binnenstadsplan.

Versterken van de structuur

- Onderzoek versterken terrasfunctie Diepswal
- In overleg met eigenaren, gebruikers, de financiële sector en de gemeente komen tot gebiedsgerichte aanpak: Nauwstraat, Markt en omgeving, Dockumer Sluys en omgeving
- Bestemmingsplan actualiseren (inclusief daarvoor benodigd onderzoek)

Beleving en sfeer in de straat

- Bewegwijzering naar de binnenstad verduidelijken
- Inpandige routing parkeergarage Panwurk verduidelijken
- Uiterlijke verschijning parkeergarage Panwurk aanpakken
- Evaluatie en zo nodig actualisering van het parkeerbeleid
- Actualiseren voetgangersbewegwijzering
- Openbare ruimte schoon, schoon en heel
- Actualiseren van het groenontwerp binnenstad
- In beeld brengen van passende uitstallingen, reclames, decoraties en terrassen

Het aanbod

- Interessante winkelconcepten ontwikkelen
- Inventariseren leegstand
- Aantrekken nieuwe huurders
- Invullen met tijdelijke activiteit
- Etalage vulling door lokale ondernemers
- Openingstijden vrijgeven
- Openingstijden vaststellen en handhaven
- Centraliseren van de programmering van evenementen en activiteiten

Promotie en informatie

- Actieplan opstellen
- Algemeen doorvoeren van de stadshuisstijl
- Updaten Dokkum.nl
- Heroriëntatie opzet Dokkum Magazine
- Mogelijkheden voor campagne onderzoeken
- Dokkum in beeld op locatie
- Informatievoorziening in de stad
- Welkomspakketten produceren en (laten) aanbieden

Colofon

Dit plan is opgesteld door de Werkgroep Binnenstad Dokkum

Samenstelling:

Douwe Piet Boersma

Niek Geelhoed

Wim Harms

Gerard Huttinga

Gert Jan Nienhuis

Diny Pestman

Bert Reinders

Jelle Reitsma

Sabina Reitsma

Titus Vogt

Jacco Wiffers

Bart van der Zant

Eelke Zwart

Olaf Busch, Binnenstadsmanager

Adviseur: Jan Coehoorn, Coehoorn Communicatie Advies

Vormgeving: Willemien Greveling, Gemeente Dongeradeel

Redactie: Olaf Busch, Binnenstadsmanager

De toelichting op dit plan is te lezen op:

www.dongeradeel.nl

Dokkum, november 2013



Binnenstad Dokkum



