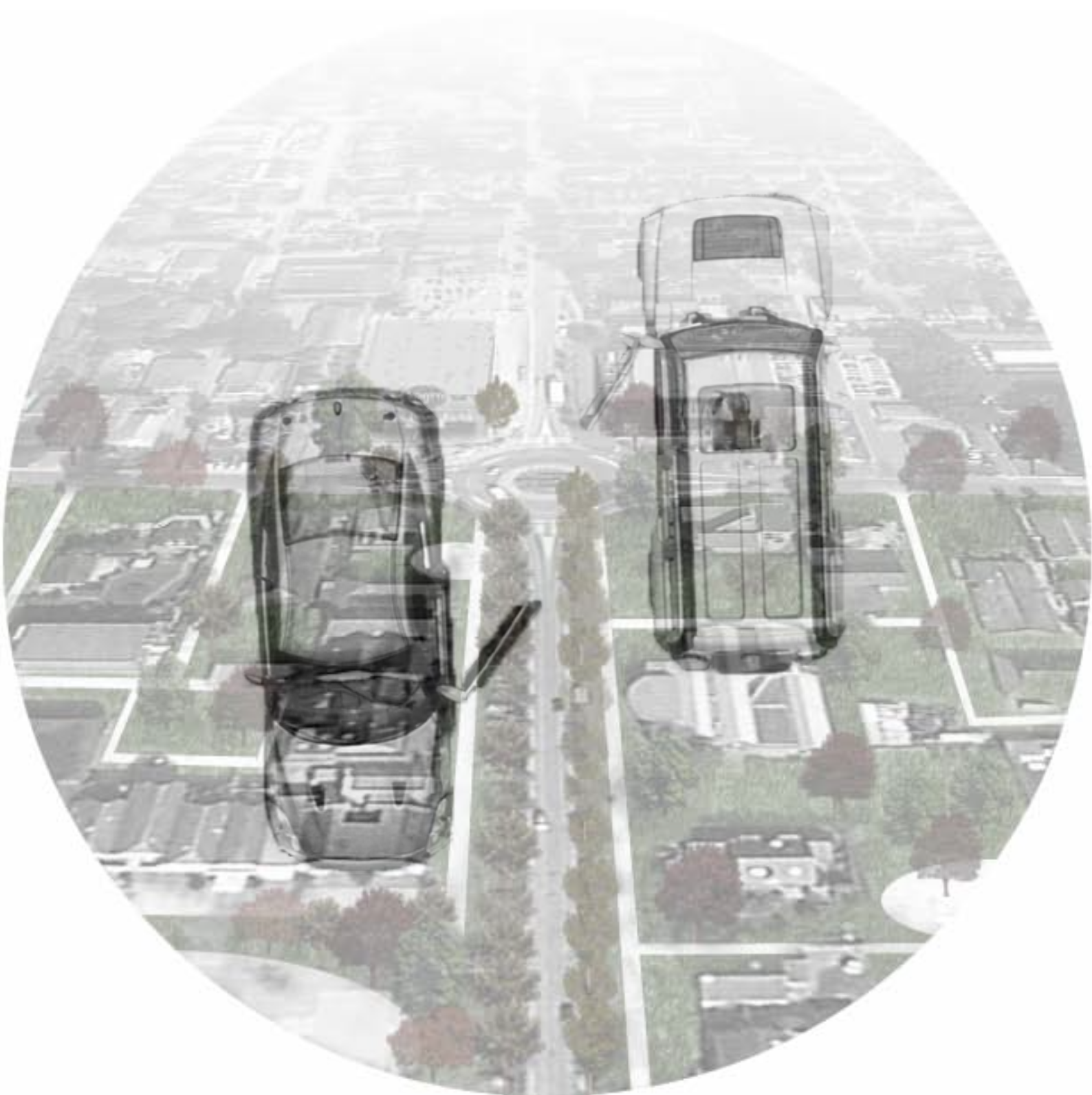


De Olifantenkooi in Staphorst

Een denkmodel voor het winkelcentrumgebied



Verslagenbundel van Team 1 en Team 2

Een samenwerkingsproject tussen het instituut en Architectuur Lokaal

juni-oktober 2013

VERSLAGENBUNDEL DE OLIFANTENKOOI IN STAPHORST

— PROJECTOMSCHRIJVING DE OLIFANTENKOOI IN STAPHORST

1. het instituut
2. De onderzoeks- en ontwerpvrage
3. Werkvorm
4. Dankwoord aan alle betrokkenen

— KICK-OFF VAN DE OLIFANTENKOOI IN STAPHORST

— **verslag** Team 1: WINKELLEN is een WERKWOORD

— OVERDRACHT VAN TEAM 1 NAAR TEAM 2

— **verslag** Team 2: De Olifantenkooi in Staphorst;
Een ontwerpstrategie voor het winkelgebied te Staphorst

— REFLECTIE OP DE PRESENTATIE VAN 25 SEPTEMBER 2013

PROJECTOMSCHRIJVING DE OLIFANTENKOOI IN STAPHORST

De bundel die voor u ligt is het verzamelde werk van de verslagen die zijn opgesteld door twee teams in het kader van De Olifantenkooi in Staphorst, in de periode juni-oktober 2013. Het onderzoek betreft het ontwikkelen van een denkraam voor het winkelcentrumgebied in Staphorst.

1. Het instituut

Via de zogenaamde Thema Ateliers doen wij op open wijze onderzoek naar ruimtelijke vraagstukken; hierbij staat de inzet van creativiteit centraal. Uitgangspunt van onze methode is het ongerept en fris aankijken tegen vraagstukken, het betreden van nieuwe nog onbekende paden, nieuwe inspiratie opdoen en het zoeken naar en uitproberen van een nieuwe benadering. In dit onderzoek werken wij samen met Architectuur Lokaal. Architectuur Lokaal is het landelijke kenniscentrum voor bouwcultuur en opdrachtgeverschap. Een van de initiatieven van Architectuur Lokaal, de Olifantenkooi is een ontmoetingsplek voor jonge professionals. Doel van dit initiatief is om jonge ontwerpers en jonge ontwikkelaars bij elkaar te brengen rond actuele problemen zoals bijv. krimp en zorg. De samenwerking met Architectuur Lokaal is bedoeld om het onderzoek te verrijken met ontwerp- stedenbouwkundige disciplines.

2. De onderzoek- en ontwerp vraag

Naar aanleiding van de ontwikkelde detailhandelsvisie een ruimtelijk en conceptueel denkraam ontwikkelen voor het winkelcentrumgebied in Staphorst. Naast een onderzoek naar mogelijke nieuwe gebruiksfuncties van dit winkelcentrum zal het onderzoek zich richten op ruimtelijke ontwerpen die het winkelcentrum een open verbinding geven met het aangrenzende marktplein.

3. Werkvorm

Het onderzoek zal in drie aansluitende delen worden uitgevoerd;

Het eerste deel zal door een team worden gedaan die zich richt op de formulering van het programma van eisen. Dit team bestaat uit kunstenaars en ontwerpers geselecteerd door het instituut. De vraag aan dit team zal zich richten op een onderzoek naar nieuwe mogelijkheden en gebruiksfuncties voor het winkelcentrum om vervolgens deze onder te brengen in een programma van eisen. Het formuleren van een programma van eisen door anderen dan de opdrachtgever zal het ontwerpkader van Team 2 voorzien van andere uitgangspunten die bijv. meer cultureel of maatschappelijk bepaald zijn. Dit programma van eisen wordt gepresenteerd aan Gemeente Staphorst en aan Team 2.

Het tweede deel is ontwerp- en vormgericht. Het programma van eisen van Team 1 is uitgangspunt om voorstellen te ontwikkelen die als denkraam kunnen dienen bij de ontwikkeling van het winkelcentrum. Omdat er in het programma van eisen meer perspectieven op de onderzoeksvraag opgenomen zijn, zal het denkraam die andere uitzichten op de ontwikkeling van het winkelcentrum aanbieden. Hier werken ontwerpers en ontwikkelaars gezamenlijk het door de kunstenaars geformuleerde programma van eisen uit tot een ontwerp dat zowel conceptueel als haalbaar is. Net als de kunstenaars, die worden begeleid door Masters, krijgen zij ondersteuning van een of 2 ervaren professionals.

Het derde deel is bedoeld als inventarisering en uitwerking op twee niveaus, als concreet en direct antwoord op de onderzoeksvraag zoals door de Gemeente Staphorst gesteld, en als denkraam voor vergelijkbare opdrachten in een andere situatie. Het resultaat is een conceptueel sterk en financieel haalbare visie op de verdere ontwikkeling van het winkelgebied in het centrum van Staphorst.



het instituut
Postbus 10578
1001 EN Amsterdam
info@hetinstituut.org
www.hetinstituut.org

KvK/Chamber of Commerce: 05086168
Bank: IBAN NL32 RABO 0120.5115.35
BTW/VAT number: NL 818309618 B01

4. Dankwoord aan alle betrokkenen

artistieke leiding:	Johan Wagenaar (directeur, het instituut)
projectleiding/organisatorisch:	Sarah van den Berg (het instituut)
olifantenkooicoördinator:	Indira van 't Klooster (Architectuur Lokaal)

Team 1

deelnemer/beeldend kunstenaar:	Jaap Groen
mentor/landschapsarchitect:	Bram Breedveld (LANDLAB)
mentor/beeldend kunstenaar:	Jeanne van Heeswijk
advies/projectontwikkelaar:	Ellies Koot (VolkerWessels)
kroniekschrijver:	Laura Mudde

Team 2

deelnemer/architect:	Bartjan van 't Slot
deelnemer/architect:	Maikel Jeffrey Supèr
deelnemer/ontwikkelaar:	Sander Breider
mentor/architect:	Kristian Koreman (ZUS)

Gemeente Staphorst

wethouder:	Jan Talen
economische ontwikkeling:	Arend Jan Schuurman
ruimtelijke ontwikkeling:	Edwin Saathof
groen beheer:	Bob Boer

Ondernemersvereniging Staphorst-Rouveen

Dank aan de provincie Overijssel voor het mede mogelijk maken van dit project.

Dank aan de gemeente Staphorst voor de opdracht, gastvrijheid, openheid en prettige samenwerking.



ARCHITECTUUR
LOKAAL



gemeente **Staphorst**

provincie  **Overijssel**

KICK-OFF VAN DE OLIFANTENKOOI IN STAPHORST

Op vrijdag 7 juni 2013 vond de kick-off plaats van de Olifantenkooi in Staphorst. Vanaf dit moment is Team 1 aan de gang gegaan om de onderzoeksvraag om te zetten in een opdrachtformulering, een programma van eisen, voor Team 2. De bijeenkomst vond plaats in de raadszaal van het gemeentehuis Staphorst.

Wat volgt is het verslag van Team 1; WINKELLEN is een WERKWOORD.



Estafette model



1. Estafette model

Twee teams, samengesteld uit verschillende disciplines, werken om en om aan een oplossing voor een bestaand probleem. Het ene team rondt een voorstel af dat het andere team moet openbreken en aanpassen. Resultaat is het zichtbaar maken van de verschillende gezichtspunten en de daaraan gekoppelde oplossingen. Kritisch doordenken is in dit model gewaarborgd.

WINKELN IS EEN WERKWOORD



THEORIE IS UITMUNTEND, MAAR
STAPHORST IS MEER GEBAAAT MET
DE PRAKTIJK



juni - juli 2013

Het instituut
Jaap Groen
o.b.v. Jeanne van Heeswijk en Bram Breedveld
Opdrachtgever gemeente Staphorst met
de inzet van cultuur en Ruimtevoucher
Juni-juli 2013

FUNCTIE IS HET KENMERK VAN HET WINKELEN

THEORIE IS UITMUNTEND MAAR STAPHORST IS MEER GEBAAAT BIJ DE PRAKTIJK

1 INLEIDING

- 1.1 Opgave
- 1.2 Opzet onderzoek
- 1.3 Toelichting onderzoeksmethode

2 ONDERZOEK

- 2.1 Historische, geografische en culturele grondslag
- 2.2 Gemeente en detailhandel visie
- 2.3 Publiek en Kerk
- 2.4 Handelingen

3 VISIE

4 UITVOERING / DENKRAAM

- 4.1 Randvoorwaarden
- 4.2 Aanbevelingen

5 BIJLAGEN

- Gebruikt bronmateriaal

INLEIDING

1.1 OPGAVE

De opdracht vanuit de gemeente Staphorst betreft het ontwikkelen van een ruimtelijk en conceptueel denkraam voor het winkelgebied in Staphorst. Het onderzoek richt zich op mogelijke nieuwe gebruiksfuncties van het gebied en op ruimtelijke ontwerpen die het winkelcentrum een open verbinding geven met het aangrenzende marktplaats.

Tijdens nadere kennismaking met de gemeente Staphorst werd duidelijk dat de opgave uit de volgende vragen bestaat:

1. Het marktplaats op de kaart zetten als het centrum van het dorp.
2. Het winkelgebied maximaal ontsluiten.
3. De Noord-Zuid verbinding in het centrum verbeteren.
4. Een open verbinding creëren tussen winkelcentrum, marktplaats en het gemeente huis.
5. Het winkelgebied maximaal klantvriendelijk maken (van boodschappen doen naar winkelen).
6. Het plein weer een relatie geven met de historische grondslag van Staphorst.

De restricties zijn dat de functie van het plein als marktplaats moet blijven (1 dag per week fungeert 2/3 van het plein als markt). De parkeerplaatsen moeten gehandhaafd blijven. Het plein moet zijn functionaliteit behouden. Bovendien betreft de opgave geen bouwimpuls.

1.2 OPZET ONDERZOEK

Het onderzoek wordt in twee stappen uitgevoerd. Het eerste team - kunstenaar Jaap Groen o.b.v. kunstenaar Jeanne van Heeswijk en landschapsarchitect Bram Breedveld - formuleert het programma van eisen. Team 2 - architecten en projectontwikkelaar - Sander Breider, Bartjan van 't Slot en Maikel Jeffrey Supèr o.b.v. Kristian Koreman - ontwikkelen vervolgens een ruimtelijk en financieel haalbaar scenario op basis van het programma van eisen dat door team 1 is geformuleerd.

Over de kunstenaarspraktijk van Jaap Groen:

Jaap Groen is zoals gezegd als kunstenaar verbonden aan dit project en hij geeft het volgende weer wat betreft zijn werk als beeldend kunstenaar: 'In mijn werk ben ik op zoek naar de essenties van ons bestaan, mijn bestaan. Waarom leef ik en wat doe ik hier? Heb ik bijzonder nut of ben ik eerder als een grassprietje in een weiland?

Als beeldenmaker communiceer ik met beeld. Dit kan puur beeld zijn maar ook een ruimtelijk beleving die je moet ervaren. Ik onderzoek de alledaagse handelingen en probeer ze in hun essentie te vangen. Het gaat dus niet om mooi plaatjes of verkoopbare werken maken. Het gaat er om de essentie van de handelingen te vangen. De beelden die dit opleveren zijn niet bedacht, maar ontstaan door de handeling. Ik krijg ze als het ware cadeau. Het zijn overblijfselen van wat is gedaan. Belangrijke overblijfselen omdat zij weer een werkwoord vertellen, de handeling weergeven.'

1.3 ONDERZOEKSMETHODE

Het onderzoek is uitgevoerd tussen 7 juni t/m 26 juni en bestaat uit twee delen: een verkenning van het vraagstuk met behulp van archiefmateriaal, interviews en observaties, gevolgd door een benadering vanuit mijn kunstenaarspraktijk.

In het eerste deel heb ik verschillende ‘onderzoeksporen’ gevolgd om informatie te verzamelen over Staphorst en de Staphorster. Ik heb archiefmateriaal en landschapskaarten onderzocht om meer te weten te komen over de historische, geografische en culturele grondslag van het dorp. Ik heb de detailhandelsvisie gelezen en met ambtenaren gesproken om een beter beeld te krijgen van de politieke en economische situatie van Staphorst. Daarnaast heb ik de dominee geïnterviewd om kennis te nemen van de rol van de kerk in Staphorst. Ten slotte heb ik mij tussen de mensen begeven om meer van de publieke opinie te weten.

Het bronmateriaal dat ik heb gebruikt is:

- Boeken over Staphorst (Bijlsma, F.T., Bibliografie van Staphorst, IJhorst en Rouveen (Kampen 1984) en Kok, D, Markant! : de eigenheid van Staphorst (Staphorst 2008)
- Landkaarten van het dorp en de omgeving
- Algemene informatie via de VVV, de museumboerderij en de website van de gemeente Staphorst.
- Het Belvedere rapport ‘Staphorst, een eigen wereld’ (2004)
- Het regionale weekblad “De Staphorster” (van nu tot december 2012)

Daarnaast heb ik het gebied geobserveerd en korte interviews met de bezoekers van het gebied afgenomen.

Als laatste heb ik langere gesprekken gevoerd met: dhr. Baalman een externe kenner van Staphorst en omgeving Ds. Reinders die de kerkelijke rol in Staphorst heeft vertegenwoordigd. En tot slot dhr. Schuurman die het perspectief van de gemeente representeert.

In het tweede deel heb ik het onderzoek benaderd vanuit mijn achtergrond als kunstenaar waarin ik alledaagse, persoonlijke handelingen onderzoek. Dit heb ik gedaan door handelingen die op het marktplein plaatshebben te observeren en deze te registreren op video en/of film.

Mijn bevindingen vindt u terug in de bijlage van dit verslag.

2 ONDERZOEK

2.1 HISTORISCHE, GEOGRAFISCHE EN CULTURELE GRONDSLAG



Staphorst het lintdorp

Staphorst is een typisch lintdorp. Het lint en de bijbehorende traditionele boerderijen zijn sinds 1993 een beschermd dorpsgezicht. Een belangrijk kenmerk van het lint van Staphorst is dat de boerderijen op smalle kavels zijn gebouwd. Hierdoor heeft de binnenzijde van het lint, door de snel opeenvolgende bebouwing, een verborgenheid dat in contrast staat met de achterkant van het lint waar je zicht hebt op een weids landschap. Verder heeft het lint er altijd al voor gezorgd dat iedereen relatief grote afstanden moet overbruggen. Daarbij komt dat van vroeger uit de winkels over het hele lint verspreid lagen. Als je ergens heen wilt kan je alleen over het lint, er zijn geen routes om een stukje af te snijden.



De stegen

Vanaf het lint lopen stegen welke een half privaat, half openbaar karakter hebben. De stegen zijn ontstaan doordat men achter de boerderij voor de nieuwe generatie weer een nieuwe boerderij bouwde en het erf doortrok. Zo ontstonden variabel lengtes aan stegen. Stegen geven de groei weer van een familie.



Het winkelcentrum

Het winkelcentrum is het hart van Staphorst. Of dit hart gelegen is bij het marktplein of de grote rotonde, is echter de vraag.

Winkelen als tijdverdrijf doet de Staphorster niet, men koopt doelgericht wat men nodig heeft. Vroeger kon men zich in bijna alles zelf voorzien. Voor de producten die men niet zelf kon maken, ging men naar de 'inboerderijen' die verspreid lagen over het lint. Staphorst kent van oorsprong dus geen winkelcentrum. Deze is later toegevoegd, zoals duidelijk is te zien in de bebouwing en de structuur van de wegen.

Opvallend is dat het kerkelijk hart direct naast het commerciële hart ligt.



Staphorsters steken graag de handen uit de mouwen

Bij het archiefonderzoek van “de Staphorster” kwam de Staphorster als doener naar voren. In Staphorst organiseert men veel actieve dingen, zoals de trekker trek, motoren races, klompenrace, kleding maken, fietsen en een paardenconcours.

Staphorsters doen ook veel voor goede doelen. Elke week is er een melding van een actie voor een goed doel. Vaak wordt er zelfs twee of drie keer per week een goeden doelenactie georganiseerd.

Er stonden ook veel artikelen in ‘de Staphorster’ over bepaalde wedstrijden die men had gewonnen of wanneer iemand ergens in uitblonk. Zoals de nagelstyliste die een wedstrijd heeft gewonnen, de banketbakker die 3e is geworden in een landelijke wedstrijd e.d. Hieruit concludeer ik dat men goed wil zijn in wat ze doen. Staphorsters willen de ambacht goed beheersen. Men pocht er niet mee maar is er zeker wel trots op. Dit is ook terug te zien op het gebied van het cultureel erfgoed. De klederdracht en het stipwerk worden in verschillende vormen op een nieuwe manier gebruikt.

2.2 GEMEENTELIJKE EN DETAILHANDELSVISIE



Een open en centraal marktplaats

In het gesprek met dhr. Schuurman en tijdens de eerste kennismaking in de raadszaal met de heren Schuurman, Talen, Saathof en Boer kwamen de volgende wensen en typering van het winkelcentrum en de Staphorster naar voren:

Het winkelcentrum wordt door de Staphorster gebruikt om boodschappen te doen. Winkelen en flaneren zit niet in de volksaard. De bevolking hecht veel waarde aan functionaliteit. De winkels moeten met de auto goed te bereiken zijn. Op zaterdag is er een parkeerprobleem bij de Boni en Aldi, terwijl er op het marktplaats dan nog wel voldoende plek is. De doorstroming met auto's kan beter, soms lijkt het net een mierenhoop van auto's.

De Staphorster is trots om uit Staphorst te komen, maar deze trots zit van binnen. Mensen zijn er trots op wat ze hebben en dat ze dit op eigen kracht hebben gedaan, bijvoorbeeld in hun bezit van een auto. Op eigen kracht dingen bewerkstelligen is heel belangrijk voor de Staphorster. Gemeenschapszin voelt men vooral in: Staphorst tegen de rest van de wereld. Mensen helpen elkaar veel. De behoefte om te helpen komt vaak voort uit een gevoel van zelfredzaamheid. Bijvoorbeeld dat de familie met elkaar het geld voor een woning neerlegt, zodat er geen hypotheek afgesloten hoeft te worden.

De gemeente wil het marktpllein voor de mensen die er boodschappen doen maximaal ontsluiten en maximaal klantvriendelijk maken. Met klantvriendelijkheid wordt bedoeld het boodschappen doen een klein beetje op te schuiven naar winkelen. Het doel is dat de beleving van de openbare ruimte beter tot zijn recht komt. Er dient een open verbinding te ontstaan tussen het winkelcentrum, plein en gemeentehuis. Met het creëren van een open winkelcentrum zouden ze wensen dat de mensen er wat langer verblijven.

Nieuwe gebruiksfuncties voor het marktpllein en winkelgebied is kleinschalige horeca. Dit is met name interessant voor dagjesmensen die hier met de fiets komen.

2.3 KERK EN PUBLIEK



Traditie gebonden in de kerkgang

Uit het gesprek met dominee Reinders kwamen de volgende punten naar voren:

Een Staphorster geeft niet snel geld uit, Ze zijn zuinig en leven niet voor de luxe. Als ze geld uitgeven doen ze dit bewust. Veel dingen worden binnen de familie opgelost, bijvoorbeeld dat een net getrouwd stel ergens kan wonen.

De Staphorster is erg traditiegetrouw en gehecht aan wat ze van oudsher mee hebben gekregen. 'De meeste jonge stellen die ik trouw blijven in Staphorst wonen': zo geeft dominee Reinders aan.

Men helpt elkaar, er is een sterke sociale band en controle. Staphorsters letten op elkaar en het is belangrijk om niet te veel op te vallen binnen de groep. Sociaal zijn ze erg sterk, als er bijvoorbeeld iets gebeurt binnen een familie maken ze roosters zodat iemand continu bij diegene is.

Over het algemeen doet de vrouw de boodschappen. Vaak zie je ook dat men voor elkaar boodschappen doet, als iemand het niet meer kan. Dit gebeurt dan vooral familiair, niet tussen burens. Tijd voor een praatje nemen de mensen wel. Nieuwtjes worden besproken tijdens het boodschappen doen.

De kerk is diep geworteld in de samenleving. Er zijn veel kerkgangers, de kerk wordt zelfs te klein. Een tweede kerk wil de Staphorster niet, ze kiezen voor een grotere kerk met één dominee. Ze zijn bang dat er anders misschien een wig in het dorp ontstaat.



Gemeenschapszin in Staphorst

Observaties en korte interviews onder bezoekers van het winkelgebied lieten de volgende zaken zien:

De bezoeker van het winkelgebied en plein komt gericht zijn handeling uitvoeren of product kopen. Men stopt met de auto voor de winkel waar hij/zij moet zijn, rijdt het hele plein over voor de glashak, en doet met de motor nog draaiende brieven op de bus.

Men vindt het plein saai maar erg praktisch en dat wordt gewaardeerd. Men ervaart het plein niet als onderdeel van het winkelcentrum, het wordt de 'achterkant' van het winkelcentrum genoemd. Het uiterlijk van het winkelcentrum vindt de Staphorster niet belangrijk. Ze geven niet zo veel om schoonheid, als het maar functioneel en praktisch is.

2.3 HANDELINGEN

Als kunstenaar heb ik het vraagstuk benaderd door mijn aandacht te richten op de alledaagse handelingen die zich afspelen op het marktplein. Deze handelingen probeer ik naar hun essentie terug te brengen in het volgende beeld- en tekstverhaal.

Parkeren



De auto is het belangrijkste vervoersmiddel naar het winkelgebied

Parkeren is het laten stilstaan van een voertuig, niet zijnde een (brom)fiets, langer dan nodig is voor het (onmiddellijk) laten in- en uitstappen van passagiers of voor het laden en lossen van goederen. Parkeren is normaliter het sluitstuk van een rit. Het reguleren van het parkeren is onderdeel van het beleid van de lokale overheid. In veel gevallen worden door deze overheden parkeernormen vastgesteld, waarin wordt beschreven hoeveel parkeerplaatsen er per woonhuis of per vierkante meter bedrijfsruimte aangelegd mogen worden. Men probeert hiermee het autobezit en -gebruik enigszins te reguleren. De normen worden daarom meestal lager gesteld dan de werkelijke behoefte, wat wel eens tot ergernis en parkeerchaos kan leiden. De overheid kan een parkeerzone instellen, waardoor het verboden wordt om buiten de aangewezen parkeerplaatsen te parkeren. Er zijn soms speciale parkeerplaatsen voor mensen met een handicap. Dit staat aangegeven met een bord. In Duitsland bestaan speciale parkeerplaatsen voor vrouwen.

Laden



Doelgericht boodschappen doen

Laden in de context van het goederenvervoer is het proces van vullen van een vervoerseenheid of vervoermiddel met goederen of producten. Bij het laden van goederen in een auto wordt vaak gebruik gemaakt van de kofferbak. De kofferbak is bij een auto van het type sedan de bagageruimte. Deze ruimte bevindt zich doorgaans achterin de auto. Bij auto's met de motor achterin, bevindt de kofferruimte zich echter in de neus van de auto; zoals bijvoorbeeld de Volkswagen Kever. De kofferbak was oorspronkelijk bedoeld als bergruimte voor koffers, vandaar de naam. De ruimte is van buitenaf te bereiken middels een kofferbakdeksel. Aanvankelijk was hij niet bereikbaar vanuit de auto zelf, maar bij moderne auto's is hij ook toegankelijk via een wegneembare hoedenplank. Het kofferbakdeksel is veelal geëvolueerd tot derde of vijfde deur van de auto. Vaak kan dan de achterbank geheel of gedeeltelijk worden neergeklapt zodat grotere objecten kunnen worden vervoerd.

Werpen / gooien



Men rijdt het hele plein over om zo efficiënt mogelijk te handelen

Met een zwaai iets uit je hand loslaten zodat het ergens anders terechtkomt. Bijvoorbeeld: hij gooide het glas in de glasbak. Afval of vuilnis is het begrip voor stoffen, materialen en/of producten waarvan de eigenaar van plan is zich ervan te ontdoen. Andere benamingen zijn afvalmateriaal, afvalproduct en afvalstof. De eigenaar van afval kan zich ontdoen van de afvalstof door deze weg te gooien. Letterlijk weggooien is doorgaans wettelijk niet toegestaan, tenzij dit gebeurt in een afvalbak. Het afval dient door een erkende afvalinzamelaar te worden opgehaald. Deze afvalinzamelaar zal afhankelijk van de eigenschappen en herkomst van het afval een verwerkingsmethode kiezen. In Nederland wordt momenteel ruim 80% van het afval hergebruikt. In tegenstelling tot vroeger wordt nog maar een klein deel gestort op een stortplaats.

Oversteken



Fietsers steken het plein schuin over

Een olifantenpad of olifantenpaadje (Frans: chemin de l'âne, Engels: Desire Line of Desire Path) soms ook afstekertje genoemd is een onofficieel fiets- of wandelpad dat door gebruikers van de reguliere fiets- en wandelpaden in de loop van de tijd wordt gecreëerd. Meestal ontstaat een dergelijk pad in een stuk groen, om zo een klein stuk van de officiële route af te kunnen snijden. Olifantenpaadjes zijn vernoemd naar de kenmerkende eigenschap van olifanten om altijd de kortste weg te kiezen en zich niet in het minst druk te maken over het afwijken van een geplaveid pad. Olifanten hebben dan ook de neiging altijd hetzelfde pad te volgen, hierdoor slijt zich een zichtbaar pad uit in de begroeiing. Daar mensen identiek gedrag vertonen en graag van de geplaveide paden afwijken, ontstaan overal waar mensen zich begeven dergelijke 'olifantenpaadjes'.

Posten



Het posten van een brief gaat ook met de auto

PostNL heeft ongeveer 20.000 brievenbussen in Nederland. Ze zijn rood en oranje van kleur en hebben één of twee inwerpleuven. De brievenbussen worden minimaal eenmaal per dag (behalve op zaterdag) geleegd. Na het lichten van de post wordt de lichtingsindicator aangepast. Het officiële tijdstip van de lichting is na 17.00 of 18.00 uur, bij sommige brievenbussen na 19.00 uur. In de praktijk worden veel brievenbussen vaker gelicht (omdat ze anders te vol zouden worden), maar de poststukken die dan worden opgehaald, worden niet eerder verwerkt. Op de Waddeneilanden is het tijdstip van de lichting afhankelijk van de vertrektijd van de boot.

Snacken



Wild parkeren gebeurt vaak in Staphorst

Parkeren op een plaats waar dit niet geoorloofd is; parkeren op een niet-officiële parkeerplaats, meestal voor korte duur. In dit geval om een bezoek te brengen aan Hillies snack-bar. Een snack of tussendoortje is een kleine maaltijd die meestal buiten de normale maaltijden genuttigd wordt. Doordat het als aanvulling op de normale voeding wordt gegeten, en op wisselende tijdstippen, zijn snacks een belangrijke oorzaak van overgewicht.

Verzamelen



Een viskraam midden op he plein en er ontstaat een zwerm aan auto's er omheen

Een groep is een verzameling van twee of meer personen die met elkaar omgaan. Dit kan zijn omdat zij zich met elkaar identificeren of omdat zij een gezamenlijk doel hebben. Vaak zal er sprake zijn van een sociale identiteit, het bewustzijn van een persoon tot een bepaalde groep te behoren en door anderen als zodanig behandeld te worden. Die groep heeft een (gewenst) zelfbeeld en wordt door anderen als uniek onderscheiden. Het zelfbeeld hoeft niet overeen te komen met het beeld dat buitenstaanders van een groep hebben, dat vaak gekenmerkt wordt door stereotypes. Iedere groep heeft een sociale structuur waarin iedereen een sociale positie en de rol heeft. Bij elke rol wordt een bepaald gedrag verwacht volgens bepaalde sociale conventies. Het naleven hiervan wordt versterkt door sociale controle en internalisering, het proces waarbij mensen zich bepaalde sociale regels eigen maken, zodat deze regels na verloop van tijd niet langer worden beschouwd als van buitenaf opgelegde voorschriften maar als richtlijnen die men zelf heeft gekozen.

3 VISIE

De wens van de gemeente Staphorst is om de beleving van de openbare ruimte te verbeteren door het marktplaats bij het winkelcentrum te betrekken en het als centrum van Staphorst op de kaart te zetten. Het gebied moet klantvriendelijker worden zodat mensen er wat langer zullen verblijven. Kleinschalige horeca zou een toevoeging kunnen zijn. Het kader van de opgave betreft een ruimtelijke herstructurering van het marktplaats en in verlengde daarvan het winkelgebied in zijn geheel.



Het marktplaats

De belangrijkste conclusie van het onderzoek is dat het functionele karakter van het marktplaats versterkt moet worden. Staphorsters hebben geen behoefte om te flaneren en zien winkelen niet als tijdverdrijf. Ze bezoeken het marktplaats op een efficiënte, functionele en doelgerichte manier. Winkelen is een werkwoord.

Om het marktplaats aantrekkelijker te maken en zodoende de centrumfunctie te benadrukken, moet het plein maximaal worden ingericht op de handelingen van de Staphorster die ze doen met hun auto. Het marktplaats als een knooppunt van handelingen, als functioneel centrum.

Om ervoor te zorgen dat mensen langer verblijven op het marktplaats, moeten bestaande handelingen anders worden gepositioneerd zodat ontmoetingen worden gestimuleerd. Net zoals mensen bij het boodschappen doen een praatje maken, moeten de ontmoetingen op het marktplaats ontstaan tijdens het uitvoeren van handelingen. Zo creëer je een gezelligheid die vanuit de mensen zelf komt en niet wordt opgelegd.

FUNCTIONALITEIT

OBSERVATIE GEBRUIK VERVOERSMIDDEL WINKELCENTRUM STAPHORST



Staphorsters zijn doeners. De meeste mensen werken in de maakindustrie en van oudsher richt men zijn leven in om zoveel mogelijk zelfvoorzienend te zijn. De beste manier om het marktplaats als centrum kenbaar te maken is het plein op de kaart te zetten als knooppunt van handelingen.

- **Prestatie-eis:**

Geef de functies van het plein een centrale plek in het ontwerpplan.

ONTMOETINGEN



Voorbeeldschets van hoe het parkeergebied rondom een glasbak kan worden ingericht om ontmoetingen te stimuleren

De Staphorsters vinden elkaar in het doen: bij het kiezen van het broodbeleg of de keuze voor een kledingstuk. Ontmoetingen ontstaan bij het uitvoeren van een handeling. De supermarkt is zo ingericht dat je bij het boodschappen doen elkaar automatisch ontmoet. Dit in tegenstelling tot de handelingen buiten de winkel, op en rond het plein. Deze handelingen zijn ook individueel van aard, maar zijn niet zo ingericht dat je elkaar haast letterlijk tegen het lijf loopt. Daarom is de kern van deze visie om de handelingen die in het winkelcentrum gebied en plein plaatsvinden zo te veranderen dat zij meer tot contacten onderling leiden. Er verandert niks aan de functie van de handelingen. Ze moeten wel anders worden ingericht, anders worden gepositioneerd, waardoor er meer gemeenschappelijkheid ontstaat. Dit moet niet ten koste gaan van de functionaliteit.

- **Prestatie-eis:**

Richt de ruimte en de logistiek dusdanig in dat Staphorsters elkaar ontmoeten bij bestaande en eventuele nieuwe handelingen die plaatsvinden op het plein.

DE AUTO

OBSERVATIE KLEUR AUTO'S IN STAPHORST

Staphorst gemiddelde



Landelijk gemiddelde



In Staphorst is er sprake van een hoog autogebruik. Er wordt met name met de auto inkopen gedaan. De Staphorster is nuchter van aard, maar ook trots op wat hij zelf heeft bereikt. Een uiting hiervan is het bezitten van een mooie auto. Doordat de Staphorster zijn geld heel bewust uitgeeft en vooral nuttig besteedt, is de auto een mooi product om aan te schaffen. Door sociale controle onderling is het echter vaak wel een uitvoering in een neutrale kleur (zwart, wit of grijs). Omdat het gebruik van de auto zo hoog is en de auto zodoende de voetganger vervangt, wordt de auto heel centraal gesteld binnen dit plan van eisen. Men gaat niet snel voor de gezelligheid wandelen in het winkelcentrum. Met de auto wordt echter wel geflaneerd langs de winkels. Dit flaneren met de auto moet daarom geaccentueerd worden binnen het plan.

- **Prestatie-eis:**

Zorg ervoor dat flaneren met de auto mogelijk wordt en dat de doorstroom van auto's wordt geoptimaliseerd. Maak van autorijden en parkeren een feestje.



Flaneren met de auto

PARKEREN



Een belangrijke functie van het marktpluin is het parkeren. Deze functie moet gehandhaafd worden, maar kan op een andere manier worden ingericht. 'Wildparkeren' is een terugkerend fenomeen op het marktpluin. Op sommige momenten gebeurt dit omdat men snel wat gaat halen bij de snackbar. Op andere momenten (tijdens de markt) biedt het plein onvoldoende parkeerruimte waardoor mensen de nog onbestemde plekken als parkeerplaats gebruiken. Het marktpluin is erbij gebaat als het parkeren meer wordt ingekaderd. Dit plan stelt voor om parkeren te gebruiken om ontmoetingen te stimuleren. Hiervoor zijn twee 'parkeer-choreografieën' bedacht: kofferbak-parkeren en portier-parkeren.

- **Prestatie-eis:**

Koppel elke handeling op het plein aan een passende parkeer-choreografie om ontmoetingen tussen de gebruikers van het plein te stimuleren.



KOFFERBAK-PARKEREN: de auto's worden met de kofferbakken naar elkaar toe neergezet, zodat er contact kan ontstaan tijdens het in en uit laden.



PORTIER-PARKEREN: de auto's worden met de neuzen in tegengestelde richting geplaatst. Hierbij heeft men bij het in en uitstappen automatisch sneller contact.

PUBLIEK/PRIVAAT



Verborgenheid versus weidsheid, kerk versus commercie, privaat versus openbaar. Deze tegenstellingen ziet men letterlijk terug in het lint met aan de binnenzijde de dicht naast elkaar staande boerderijen en aan de achterkant een vrij en open landschap. Of de stegen die een half privaat, half openbaar karakter hebben. Het gebied van de kerk grenst aan die van de commercie. En de auto is een privéplek waarmee je door een openbare ruimte rijdt. Deze tegenstellingen verdienen in het ontwerp aandacht.

- **Prestatie-eis:**

Geef de handeling een verborgenheid ten opzichte van de grote vlakte waarin deze staat.

BEHULPZAAMHEID



Zelfredzaamheid en elkaar helpen. Dit lijken in eerste instantie twee verschillende dingen, maar in Staphorst hebben ze juist alles met elkaar te maken. Je moet het zelf doen in de wereld. Die mooie auto heb ik aan mezelf te danken. Ook als gemeenschap redt Staphorst zichzelf, het liefst met zo min mogelijk (overheids)bemoeienis. Staphorsters helpen elkaar in plaats van dat ze hulp van buitenaf inroepen. Deze behulpzaamheid in de gemeenschap zou in het uitvoeren van de handeling of bij het flaneren met de auto benadrukt mogen worden, bijvoorbeeld door autogebruikers te laten ritsen.

- **Prestatie-eis:**

Bevorder, of geef ruimte aan het behulpzame karakter van de Staphorster bij de handelingen die plaatsvinden op het plein.

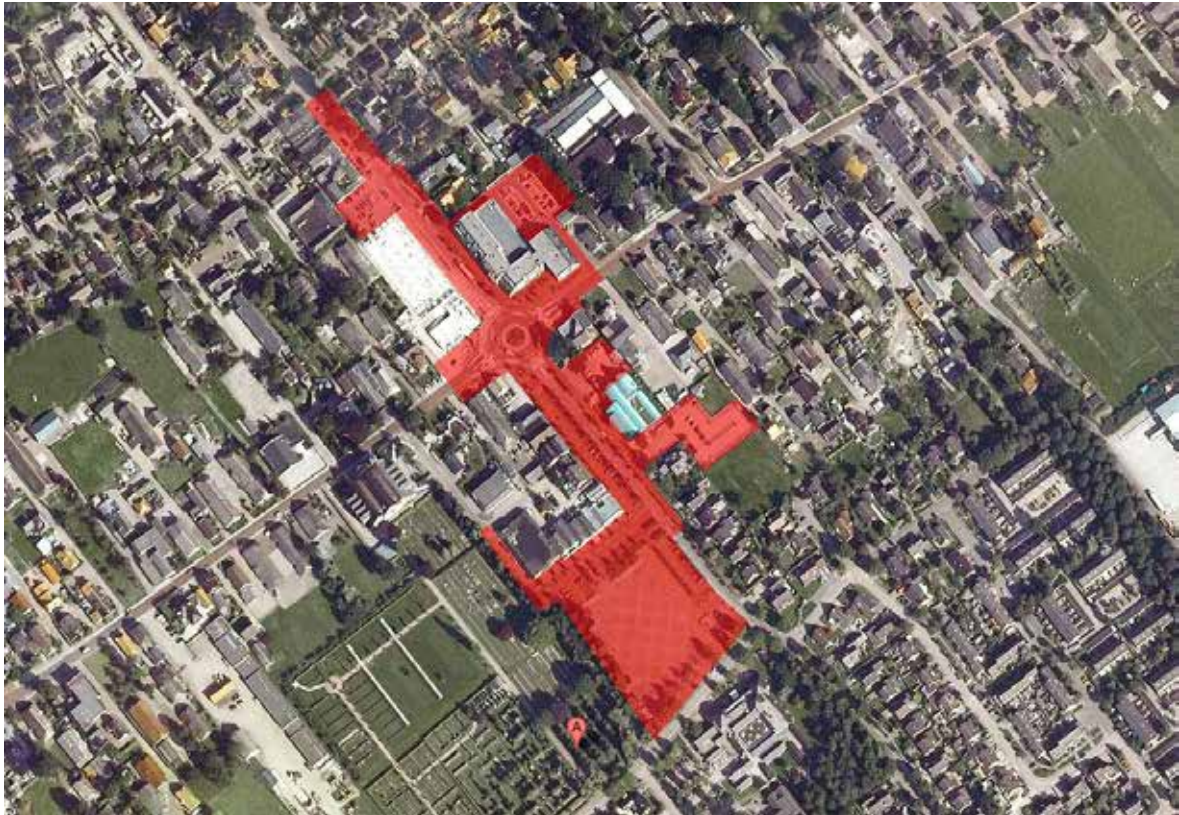
4 UITVOERING / DENKRAAM

Naast de prestatie-eisen zijn de volgende randvoorwaarden en aanbevelingen geformuleerd.

4.1 RANDVOORWAARDEN

- Vanaf de gevels van de winkel moet het perceel min of meer gelijkvloers worden. De tussenberm moet eruit en de berm moet weg zodat er geen fysieke barrière meer is tussen het plein en de winkels. Dit creëert meer eenheid waardoor het plein beter bij de rest van het winkelgebied wordt betrokken.
- De vorm en de inrichting van het plein moet ten dienste staan van de handelingen die plaatsvinden op het plein.
- Het verkeer in het gebied dient éénrichtingsverkeer te worden waarbij de verschillende handelingen in de routing worden opgenomen. Op deze manier kan het flaneren met de auto worden geaccentueerd.
- Het laten opvallen van de neutrale kleur van de auto.
- De twee parkeer-choreografieën moeten op een logische manier aan de handelingen verbonden worden. Bij de glasbak kan bijvoorbeeld het kofferbak-parkeren worden ingezet, omdat het bij deze handeling met name gaat om het uitladen van spullen. Bij een bezoek aan de snackbar is het portier-parkeren passender omdat men de kofferbak niet gebruikt en het bezoek tijdelijk van aard is.

4.2 AANBEVELINGEN



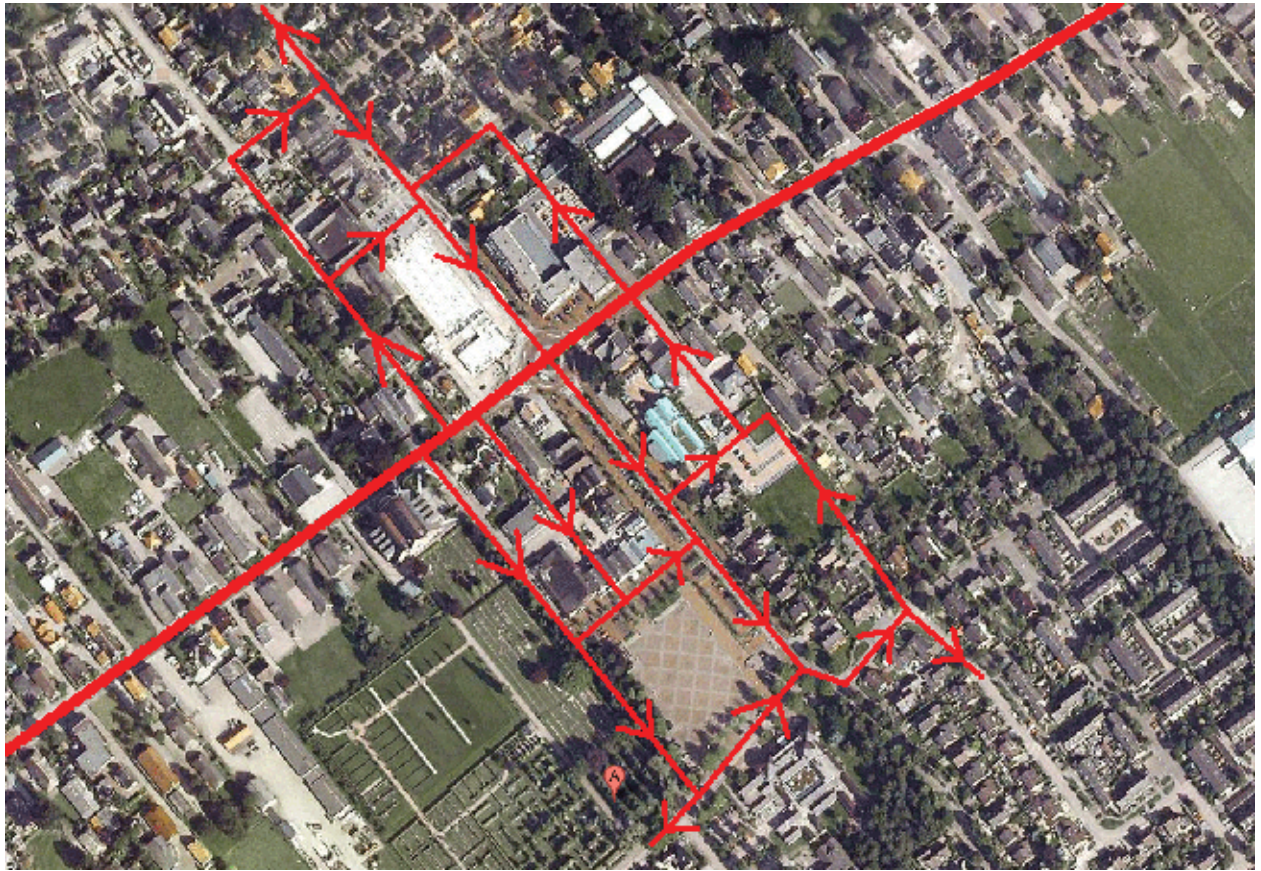
Het winkelgebied

- **Visie doorvoeren in het hele winkelgebied**

Dit programma van eisen is toepasbaar op het hele winkelgebied. Het verdient de aanbeveling om de visie in het hele gebied te realiseren, omdat er dan een eenheid ontstaat in het winkelcentrum en het eigen karakter van Staphorst de nadruk krijgt.

- **Toekomstige uitbreiding van het centrum**

Staphorst is een groeigemeente. De prognose is dat het inwonersaantal van Staphorst tussen 2006 en 2025 met meer dan 20% zal toenemen. Dit is opvallend, gezien het gemiddelde in Nederland een groei van ongeveer 3% is (onderzoek door CBS uit 2006). Het centrum zal hoogst waarschijnlijk dus nog verder worden uitgebreid. Hiervoor is het wenselijk om in de ontwerpplannen die nu worden gecreëerd een structuur te hanteren die groei in het gebied mogelijk maakt. De geadviseerde structuur is een groeimodel gebaseerd op de stegentypologie die kenmerkend is voor Staphorst. De stegentypologie kan gebruikt worden om nieuwe handelingen een plek te geven. Zo worden hedendaagse handelingen gekoppeld aan de historisch/geografische structuur van het dorp.



Mogelijke winkelstegen; snacksteeg, wassteeg, laadsteeg, marktsteeg. De pijltjes wijzen op de verkeersrichting.

5 BIJLAGEN

BRONNEN

- Bijlsma, F.T., Bibliografie van Staphorst, IJhorst en Rouveen (Kampen 1984) en Kok, D, Markant! : de eigenheid van Staphorst (Staphorst 2008)
- Het Belvedere rapport 'Staphorst, een eigen wereld' (2004)
- Het regionale weekblad "De Staphorster" (van nu tot december 2012)
- Interview met dhr. Baalman, drs. Reinders, dhr. Schuurman
- Interviews met voorbijgangers

OBSERVATIES

Gebruik van vervoersmiddel

Totaal	61	100%
Auto:	39	64%
Fiets:	20	32%
Lopen:	1	4%

De 242 auto's die in het winkelgebied zijn geteld zijn onder te verdelen in de volgende drie groepen:

- A Neutraal	180	74%	witte, grijze of zwarte
- B gematigd opvallend	37	16%	onopvallende kleur
- B opvallend	25	10%	opvallende kleur

Het landelijk gemiddelde percentage auto's dat een neutrale kleur heeft is 48% (CBS). De Staphorster heeft dus een mooie auto maar dan wel in een neutrale kleur.

De volgende handelingen vinden plaats op het plein:

- 1 Er staat een glasbak in de hoek op het plein. De meeste mensen die hier glas of oude kleren komen brengen rijden met de auto het hele plein over naar de glasbakken en verzamel containers. Kofferbak open en glas weg. Na de handeling rijdt men weer weg.
- 2 Een vrachtwagen rijdt het plein op tot aan de groenstrook die winkel en plein scheid. Stapt uit en gaat bij Hillies Snackbar even wat eten. Komt weer terug, stapt zijn vrachtwagen in en rijdt verder weer het plein af.
- 3 Jongeren maar ook anderen gebruiken het plein om meestal diagonaal het plein over te steken met de fiets.
- 4 Net om de hoek van de rij met winkels zitten brievenbussen. Men komt met de auto en stop ernaast om de brieven te posten en rijdt weer verder.
- 5 Opvallend is het groot aantal supermarkten relatief dicht bij elkaar (Boni, Aldi en Poiesz).
- 6 Een viskraam staat op het plein en de mensen komen er een visje halen met name met de auto. Ze krioelen er als het ware omheen.
- 7 Tijdens de markt is 2/3 van het plein gevuld met marktkramen. Men bezoekt deze markt ook weer met name met de auto. Bij top drukte worden de auto's op alle mogelijk plekken geparkeerd.
- 8 Op zondag worden er wel auto's op het plein geparkeerd maar dit is verwaarloosbaar wat betreft aantal.

INTERVIEWS

Van de bevroagde mensen (ruim 32) gaf iets meer dan helft korte antwoorden, ook als ik probeerde door te vragen. Verder is het moeilijk mensen wat te vragen omdat ze heel snel van hun auto de winkel in gaan en weer terug. Ongeveer de helft wilde liever niet bevroagd worden. De volgende dingen vielen mij op:

Het plein

38 % vind het plein saai en kaal, er wordt gezegd dat het niet bij het winkelcentrum hoort (ligt helemaal aan de rand i.p.v. het midden van het winkelcentrum).

Verder komt vaker terug dat men vindt dat het plein te weinig wordt gebruikt en er geen sfeer in zit.

Een aantal mensen geeft aan het plein niet mooi te vinden maar wel functioneel en praktisch

35 % vindt het plein mooi. Met als voornaamste argumenten: lekker praktisch, netjes en lekker ruim.

Bij de vraag of het plein wel bij het winkelcentrum hoort krijg ik voornamelijk te horen dat het los ligt van het winkelgedeelte, teveel aan de rand. Wordt gebruikt voor markt en evenementen maar het is geen plein waar het winkelende publiek zich verder op begeeft.

Winkelcentrum

Bij de vraag wat men van het winkelcentrum vindt hoor ik vaak de opmerkingen: rustig, overzichtelijk maar ook "Is altijd een beetje dood" als opmerking.

De bezoeker mist verder niet iets wat typisch is voor Staphorst in het winkelcentrum: "dat is meer voor toeristen, niet voor ons".

Over de begraafplaats naast het plein en winkelgedeelte is bijna iedereen tevreden hoe het nu is.

De winkeliers zien graag dat het plein gelijkvloers komt met de bestrating voor hun winkels met een auto ingang tot het plein zodat potentiële klanten ook aan de winkellkant het plein op kunnen en parkeren. Meer parkeerplekken voor de winkel dus.

De mensen die met de fiets het gebied bezoeken geven allemaal aan dit te doen omdat ze dichtbij wonen is en voor de kleine boodschap. Het grootste deel dat met de auto komt doet dit omdat het vrij parkeren is en voor de grote boodschappen.

De Staphorster is van vroeger uit iemand die hard werkt. Daarvoor moet alles functioneel zijn. Dit ademt nu ook in het gebruik van het winkelcentrum. Verder zijn het mensen die creëren, ambachtelijk zijn. Ze willen hierin ook dan echt goed zijn. Het valt op dat alles er heel netjes uit ziet. Tijdens het vragen stellen kwam dit ook een paar keer terug.

OVERDRACHT VAN TEAM 1 NAAR TEAM 2

Op woensdag 3 juli 2013 vond de overdracht van de opgave plaats naar Team 2, dat bestond uit twee architecten en een ontwikkelaar. Kunstenaar Jaap Groen hield een presentatie over de resultaten van zijn onderzoek en overhandigde het rapport met de uitgangspunten. Vanaf dit moment is Team 2 aan de gang gegaan met de uitwerking en vormgeving van een ontwerpvisie voor het winkelgebied van Staphorst.

Wat volgt is het verslag van Team 2: De Olifantenkooi in Staphorst; Een ontwerpstrategie voor het winkelgebied te Staphorst.



Estafette model

Interdisciplinair team 1

onderzoeksvraag omzetten
in opdrachtformulering



overdracht

interdisciplinair team 2

uitwerking/vormgeving
ontwerp



presentatie
proces en resultaat
aan opdrachtgever

1. Estafette model

Twee teams, samengesteld uit verschillende disciplines, werken om en om aan een oplossing voor een bestaand probleem. Het ene team rondt een voorstel af dat het andere team moet openbreken en aanpassen. Resultaat is het zichtbaar maken van de verschillende gezichtspunten en de daaraan gekoppelde oplossingen. Kritisch doordenken is in dit model gewaarborgd.

De Olifantenkooi in Staphorst

Een ontwerpstrategie voor het winkelgebied te Staphorst



De Olifantenkooi

Architect: Bartjan van 't Slot
Architect: Maikel Jeffrey Supèr
Ontwikkelaar: Sander Breider

juli-oktober 2013

*"Beauty is the summation of the parts working together
in such a way that nothing needed to be added,
taken away or altered"* (Carlotti, Italiaanse schilder)

De Olifantenkooi in Staphorst

Een ontwerpstrategie voor het winkelgebied te Staphorst

Provincie Overijssel
Adres: Luttenbergstraat 2
8012 EE, Zwolle
Telefoon: 038-499 88 99
Email: postbus@overijssel.nl



Gemeente Staphorst
Adres: Binnenweg 26
7950 AA, Staphorst
Telefoon: 0522-467 400
Email: gemeente@staphorst.nl



het instituut
Adres: Postbus 10578,
1001 EN, Amsterdam
Email: info@hetinstituut.org



Architectuur Lokaal
Adres: Tussen de Bogen 18
1013 JB, Amsterdam
Telefoon: 020-530 40 00
Email: info@arch-lokaal.nl



ZUS Architecten
Mentor: Kristian Koreman
Adres: Schiekade 189, unit 303
3013 BR, Rotterdam
Telefoon: 010-233 9409
Email: info@zus.cc



De Olifantenkooi
Architect: Bartjan van 't Slot
Architect: Maikel Jeffrey Supèr
Ontwikkelaar: Sander Breider

– VOORWOORD

De reden voor onderhavig onderzoek komt voort uit het verlangen van de gemeente Staphorst om zijn winkelareaal grondig te herzien en eventueel uit te breiden. Hierbij is het van belang het winkelaanbod te koppelen aan het centrale (markt)plein. De doelstelling van dit onderzoek is een ruimtelijk en conceptueel denkraam te ontwikkelen voor de gemeente Staphorst m.b.t. zijn winkelgebied. Naast mogelijk nieuwe gebruiksfuncties voor het winkelgebied, richt het onderzoek zich op het ruimtelijk vormgeven van de openbare ruimte om de verbinding met het (markt)plein te versterken.

De provincie Overijssel en de gemeente Staphorst willen deze opgave niet meteen ‘in de markt zetten’, maar zich eerst oriënteren op de mogelijkheden binnen de huidige context en ontwikkelingen om tot nieuwe concepten te komen. Daartoe heeft de gemeente zich gewend tot het instituut¹. Het instituut heeft vervolgens Architectuur Lokaal² gevraagd om bij te dragen aan de ruimtelijke conceptontwikkeling via De Olifantenkooi³. De feitelijke vraag die op tafel ligt, is: wat zou de ruimtelijke vraag van de gemeente Staphorst kunnen zijn?

Voor de aanpak van dit project zijn verscheidene bronnen gebruikt. Het onderzoek is begonnen met een observatiestudie van kunstenaar Jaap Groen, welke het gedrag van de Staphorstenaren heeft bestudeerd. Hier zijn enkele randvoorwaarden en uitgangspunten uit naar voren gekomen welke ten grondslag hebben gelegen voor het vervolgonderzoek. Vervolgens zijn er gesprekken gevoerd met de gemeente Staphorst en de Ondernemersvereniging Staphorst-Rouveen, is er documentatie bestudeerd (o.a. het Belvédère rapport en de detailhandelsvisie) en zijn er analyses gemaakt van het huidige winkelgebied.

Het rapport is opgebouwd uit de volgende onderdelen:

1. ‘Winkelen is een werkwoord’; hierin worden de belangrijkste bevindingen van dhr. Jaap Groen opgesomd.
2. Context; het in beeld brengen van de problematiek en kansen van het winkelgebied in Staphorst. Afsluitend worden leidende ambities voor het winkelgebied in Staphorst nader toegelicht.
3. Ontwerp; in woord beschrijven en in beeld visualiseren van het ruimtelijke en functionele streefbeeld.
4. Ontwikkelstrategie: een strategie opstellen hoe en langs welke weg het ontwerp gerealiseerd kan worden, welke instrumenten hiervoor bruikbaar zijn en een lijst van maatregelen die op korte of langere termijn mogelijk zijn.

Het rapport zoals het hier voor u ligt, is mede te danken aan onze mentor Kristian Koreman (ZUS Architecten). Tijdens het proces heeft hij ons feedback gegeven op de gemaakte vorderingen en daagde hij ons uit onze creativiteit te gebruiken bij het ruimtelijk ontwerp voor het winkelgebied van Staphorst. Hiervoor dank!

¹ Een organisatie welke in een innovatieve studievorm mensen met verschillende visies en achtergronden bij elkaar brengt. Samen gaan zij op zoek naar concrete, praktische en integrale oplossingen voor een herkenbaar probleem.

² Een onafhankelijke stichting welke bijdraagt aan een betekenisvolle bouwcultuur in Nederland door het verbeteren van het opdrachtgeverschap.

³ Een netwerk van jonge ontwikkelaars en ontwerpers die discussiëren over nieuwe manieren van samenwerking in de aanpak van actuele opgaven en processen.

INHOUDOPGAVE

	Pagina
Voorwoord.....	3
Inhoudsopgave.....	5
Samenvatting.....	7
_01. 'Winkelen is een werkwoord'	9
Prestatie-eisen van Jaap Groen	
Randvoorwaarden van Jaap Groen	
Observaties van Jaap Groen	
_02. Context.....	13
Ontstaansgeschiedenis van Staphorst	
Het plangebied	
Uitgangspunten	
_03. Brancheringsconcept.....	23
_04. Ruimtelijk concept.....	25
_05. Visualisaties.....	31
_06. Ontwikkelingsstrategie.....	35
Brancherings- en Beheerplan	
Ontwikkelingsstrategie	
Ontwikkelinstrumenten	
Rolbeschrijving van betrokken partijen	
Literatuur.....	39
Bijlage.....	41
Morfologische Analyses	
Stakeholdersanalyse	
Aanzetten van groen rondom de rotonde	

SAMENVATTING

Staphorst is een authentiek Lintdorp met een ontstaansgeschiedenis vanuit het veenontginningslandschap. Het Lint dat door het dorp loopt is de sterkste structuur aanwezig en heeft tijden lang de ruimtelijke opbouw van Staphorst gedirigeerd. Vanaf de jaren '60 zijn bedrijventerreinen en uitbreidingswijken ontstaan in de luwte tussen het spoor en de snelweg, ten noorden en zuiden van het Lint. Waar de bebouwing en structuur rondom het Lint een sterke historische binding hebben, ontbreekt dit bij de uitbreidingswijken. De uitbreidingswijken zijn steeds meer naar het Lint gegroeid en zijn op de plek van de huidige rotonde over het Lint heen met elkaar verbonden.

De huidige situatie kenmerkt zich echter door onduidelijkheid. Het centrum zou zich rondom de rotonde centreren maar de activiteiten vinden vooral plaats ten noorden en zuiden daarvan. Hier bevinden zich de winkels, supermarkten, het plein en het gemeentehuis. De rotonde ligt als een vacuüm tussen de gebieden in en vormt voor het oost-west lopende Lint een onderbreking in de beleving.

Kijkend naar de gebieden die de rotonde flankeren draait het gebied ten noorden vooral op de goedkopere supermarkten die regionale klandizie trekken. Het gebied ten zuiden van de rotonde is kleinschaliger, alhoewel de ruimtes daar niet op aansluiten, en oogt als een winkelzone die beter aansluit op de schaal van de omliggende woonwijken. Deze ruimte ondervindt grote hinder van het ongestructureerde en overal aanwezige parkeren. De dominante rol van de auto bepaald in dit gebied alle openbare ruimte waardoor spontane initiatieven en ontmoetingen ontmoedigd worden. De schaal van het parkeren past niet bij de schaal van het gebruik en de context.

Onze visie is gericht op het scheiden van de identiteiten en het loslaten van de rotonde als kernpunt van het centrum. Dit willen we doen door de differentiëren, structureren en definiëren.

Het noordelijke gebied draait goed als Stop&Go winkelgebied voor de regio en dit zal nog versterkt worden met de toekomstige plannen voor de voormalige Meubelfabriek Talen, waar meer winkelruimte en parkeerplaatsen worden gerealiseerd. Het gebied zuidelijk van de rotonde zou een schaal moeten krijgen die past bij de woonwijken waar het de entree van vormt. Het parkeren is hier minder noodzakelijk functioneel gericht dan in het gebied ten noorden van de rotonde. Mensen zouden verleid moeten worden om langer te blijven en om meerdere winkels te bezoeken. De openbare ruimtes zullen in dienst moeten staan van de voetganger en het belang van de auto is daaraan ondergeschikt. Op deze manier kan een recreatieve winkelzone worden gecreëerd die niet is gericht op het zo efficiënt mogelijke gebruik van de auto, maar van de ruimte.

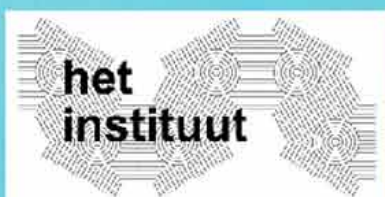
De ruimte rondom de rotonde zou weer in dienst moeten worden gesteld van de (moderne) beleving van het Lint. Dit is uiteindelijk de sterkste historische structuur van Staphorst en elke grote onderbreking hiervan is een aantasting van de identiteit van Staphorst.

Met onze visie van het benoemen en onderscheiden van de ruimtes in het centrum van Staphorst, zijn wij overtuigd dat dit bij zal dragen aan een sterke identiteit voor het dorp Staphorst.

WINKELN IS EEN WERKWOORD



THEORIE IS UITMUNTEND, MAAR
STAPHORST IS MEER GEBAAAT MET
DE PRAKTIJK



juni - juli 2013

_01 'Winkelen is een werkwoord'

Zoals eerder vermeld ligt het observatieonderzoek van Jaap Groen ten grondslag aan onderhavig onderzoek. Jaap Groen, beeldend kunstenaar, heeft via een bottom-up methode handelingen op / en gebruik van het winkelgebied geanalyseerd. Naar aanleiding van dit onderzoek heeft hij enkele prestatie-eisen en randvoorwaarden geformuleerd welke in het ruimtelijk en conceptueel denkraam verwezenlijkt dienen te worden. Daarnaast heeft hij de handelingen welke momenteel op het huidige marktplaatsvinden benoemd.

1.1 Prestatie-eisen van Jaap Groen

- Geef de functies van het plein een centrale plek in het ontwerpplan.
- Richt de ruimte en de logistiek dusdanig in dat Staphorstenaren elkaar ontmoeten bij bestaande en eventuele nieuwe handelingen die plaatsvinden op het plein.
- Zorg ervoor dat flaneren met de auto mogelijk wordt en dat de doorstroom van auto's wordt geoptimaliseerd. Maak van autorijden en parkeren een feestje.
- Koppel elke handeling op het plein aan een passende parkeer-choreografie om ontmoetingen tussen de gebruikers van het plein te stimuleren.
- Geef de handeling een verborgenheid ten opzichte van de grote vlakte waarin deze staat.
- Bevorder; of geef ruimte aan het behulpzame karakter van de Staphorstenaren bij de handelingen die plaatsvinden op het plein.

1.2 Randvoorwaarden van Jaap Groen

- Vanaf de gevels van de winkel moet het perceel min of meer gelijkvloers worden. De tussenberm moet eruit en de berm moet weg zodat er geen fysieke barrière meer is tussen het plein en de winkels. Dit creëert meer eenheid waardoor het plein beter bij de rest van het winkelgebied wordt betrokken.
- De vorm en inrichting van het plein moet in dienst staan van de handelingen die plaatsvinden op het plein.
- Het verkeer in het gebied dient eenrichtingsverkeer te worden waarbij de verschillende handelingen in de routing worden opgenomen. Op deze manier kan het flaneren met de auto worden geaccentueerd.
- Het laten opvallen van de neutrale kleur van de auto.
- De twee parkeer-choreografieën moeten op een logische manier aan de handelingen verbonden worden. Bij de glasbak kan bijvoorbeeld het kofferbak-parkeren worden ingezet, omdat het bij deze handeling met name gaat om het uitladen van spullen. Bij een bezoek aan de snackbar is het portier-parkeren passender omdat men de kofferbak niet gebruikt en het bezoek tijdelijk van aard is.



afbeelding 2: Markt



afbeelding 3: Parkeren

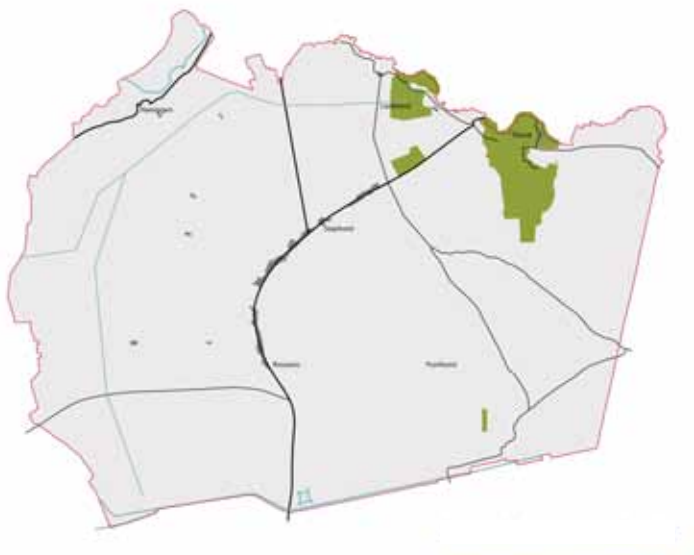


afbeelding 4: Oversteken

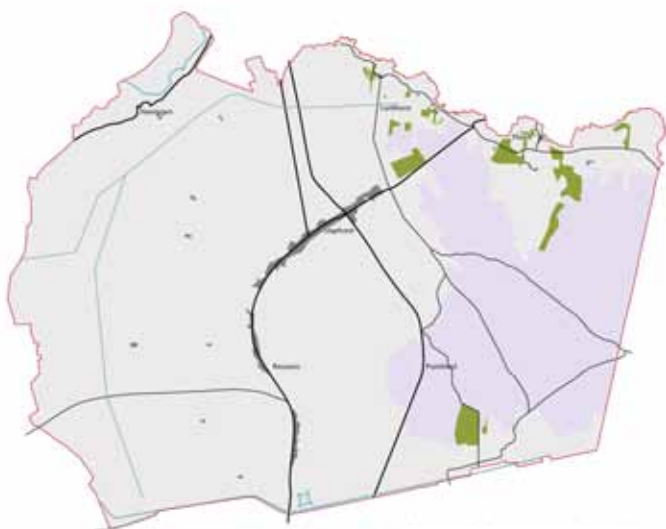
1.3 Observaties van Jaap Groen

Volgens het observatieonderzoek van Jaap Groen vinden de volgende handelingen plaats op het marktpluin:

1. Er staat een glasbak in de hoek op het plein. De meeste mensen die hier glas of oude kleren komen brengen rijden met de auto het hele plein over naar de glasbakken en verzamel containers. Kofferbak open en glas weg. Na de handeling rijdt men weer weg.
2. Een vrachtwagen rijdt het plein op tot aan de groenstrook die winkel en plein scheid. Stapt uit en gaat bij Hillies Snackbar even wat eten. Komt weer terug, stapt zijn vrachtwagen in en rijdt verder weer het plein af.
3. Jongeren, maar ook anderen, gebruiken het plein om meestal diagonaal het plein over te steken met de fiets.
4. Net om de hoek van de rij met winkels zitten brievenbussen. Men komt met de auto en stop ernaast om de brieven te posten en rijdt weer verder.
5. Opvallend is het groot aantal supermarkten relatief dicht bij elkaar (Boni, Aldi en Poiesz).
6. Een viskraam staat op het plein en de mensen komen er een visje halen met namen met de auto. Ze krioelen er als het ware omheen.
7. Tijdens de markt is 2/3 van het plein gevuld met marktkramen. Men bezoekt deze markt ook weer met name met de auto. Bij top drukte worden de auto's op alle mogelijke plekken geparkeerd. Op zondag worden er wel auto's op het plein geparkeerd maar dit is verwaarloosbaar wat betreft aantal.



afbeelding 5: Historische kaart omstreeks 1850



afbeelding 6: Historische kaart omstreeks 1900



afbeelding 7: Historische kaart omstreeks 2000

_02 Context

2.1 Ontstaansgeschiedenis van Staphorst

2.1.1 Lintdorp

De gemeente Staphorst bestaat uit ongeveer 16.000 inwoners, waarvan er zo'n 9.000 in het dorp Staphorst wonen. Samen met Rouveen vormt het een typisch voorbeeld van lintbebouwing, waarbij de belangrijkste ruimtelijke structuur het 'lint' is welke is ontstaan van een geschiedenis als veen-ontginningsgebied.

Het ontginnen van veen gebeurde vanaf een 'Lint' of 'Dijk', waar vandaan slagen veen uit het landschap werden ontgonnen. Wanneer de afstand vanaf het Lint of Dijk tot het te ontginnen gebied te groot werd, verplaatsten bewoners zich zuidwaarts waar ze een nieuwe nederzetting vestigden. Voor Staphorst heeft zo'n verhuizing drie keer plaatsgevonden, tot ze 'stil' is komen te liggen op de huidige plek aan de 'Nieuwe Dijk'.

De ontstaansgeschiedenis en ruimtelijke opbouw van Staphorst maken het voor Nederland een uniek dorp. Het heeft dan ook niet voor niets een beschermd dorpsgezicht met zo'n 200 monumenten, een eigen kleurenpalet en authentieke klederdracht.

Doordat Staphorst zich niet meer heeft verplaatst als gevolg van het ontginnen van veen, heeft er een verdichting plaatsgevonden langs het Lint. Kavels werden smaller en op plaatsen waar niet naast elkaar gebouwd kon worden, werden nieuwe boerderijen achter elkaar gebouwd. De verdichting van bebouwing langs het Lint in Staphorst is enerzijds het gevolg van landschappelijke beperkingen. Anderzijds heeft de sterke sociale band tussen de inwoners van Staphorst bijgedragen aan 'honkvast' gedrag.

De invloed van de kerk op de bebouwde omgeving is vrij minimaal. Omdat kerken vaak één van de weinige stenen bouwwerken waren, bleven ze tijdens dorpsverhuizingen vaak nog lang op de oude plek staan, mede ook vanwege de aanwezigheid van een kerkhof. In de loop der tijd werden nieuwe kerken gebouwd langs het lint. De Hersteld Hervormde Kerk in het huidige centrum van Staphorst kenmerkt zich dan ook door de ligging direct langs het Lint, waardoor een kerkplein of openbare ruimte van passende schaal ontbreekt.

2.1.2 Ontwikkelingen

Met de komst van de spoorlijn in het oosten en later de snelweg A28, die dwars over het Lint steekt, zijn de eerste ontwikkelingen voor een verstedelijking in gang gezet. Er ontstonden bedrijventerreinen langs het spoor waarna rond de jaren '60 uitbreidingswijken volgden in de ruimte tussen het spoor en de snelweg. Deze uitbreidingswijken zijn in de loop van tijd richting het lint gegroeid, waarbij ze ter plaatse van de rotonde met elkaar zijn verbonden. Dit resulteert in een tegenstrijdig karakter: de boerderijen en bebouwing langs het Lint zijn stevig verbonden met het natuurlandschap, terwijl de uitbreidingswijken autonoom van structuur zijn en geen relatie hebben met historische context. De ontmoeting van deze twee structuren vormt het winkelgebied van Staphorst, welke in onderhavig onderzoek nader bestudeerd is en waarvoor een ruimtelijk en conceptueel denkraam is ontwikkeld.



afbeelding 8: Plangebied winkelcentrum Staphorst

2.2 Het Plangebied

2.2.1 Behoud vs. Ontwikkeling

Ter plaatse van de rotonde wordt het monumentale Lint onderbroken door de verbinding tussen beide uitbreidingswijken. Opmerkelijk is het feit dat de beleidstukken en landschappelijke inrichtingsplannen zich vooral richten op het behoud van het historische Lint, terwijl vanuit het perspectief van het gebruik de noord-zuid verbinding nadrukkelijk van belang is. Daar waar deze structuren elkaar ontmoeten is in de huidige situatie een ongedefinieerde plek ontstaan, met weinig ruimtelijke- en gebruikskwaliteit. Daarbij heeft het aangrenzende marktplaats weinig tot geen betekenis voor de Staphorstenaren, omdat deze met uitzondering van de wekelijkse markt, enkel dienst doet als parkeerplein. Het ontbreken van onderlinge relaties, complementariteit en versterking van de voorgenoemde structuren is van wezenlijk belang voor de opgave zoals Staphorst deze aan het instituut heeft voorgelegd.

Kijkend naar de huidige situatie van het winkelgebied kan geconcludeerd worden dat er een eenzijdig winkelaanbod is, welke is versnipperd over en rondom het winkelhart. Regionale en lokale trekkers liggen dusdanig door elkaar heen waardoor er een mengelmoeis van identiteiten is ontstaan. Bij de invulling van de openbare ruimte is gekozen om de auto een dominante rol te geven. Vrijwel alle openbare ruimtes doen dienst als parkeerplaats, als route naar een parkeerplaats toe of zijn op een weinig sprekende manier verhard voor fietsers en voetgangers. Het marktplaats is hier een goed voorbeeld van. Het gevolg is echter dat elk ander gebruik van de openbare ruimte in de weg wordt gestaan. Spontane ontmoetingen en activiteiten worden ontmoedigd door het constant aanwezige belang van de ruimte voor de auto.



afbeelding 9: Schematische weergave van het plangebied

2.2.2 Het historische lint

Het Lint is de sterkste ruimtelijke structuur die vanuit de historische context in Staphorst aanwezig is. Het heeft een karakteristieke uitstraling welke is gevormd door de slagen van het landschap, de typerende boerderijen en het groene karakter. Veel boerderijen hebben een voortuin aan het Lint met een hek of heg er omheen. Omdat veel boerderijen in de loop van tijd achter elkaar zijn gebouwd, is de voortuin van de eerste boerderij het visitekaartje geworden van alle panden die op de desbetreffende kavel aanwezig zijn.

Het Lint wordt in Staphorst op drie punten onderbroken; ter plaatse van de snelweg A28, ter plaatse van het spoor en bij de rotonde waar de uitbreidingswijken met elkaar verbonden worden en het winkelhart ligt. Aangezien het Lint onderdeel uitmaakt van het winkelgebied, zal hier ter plaats van de rotonde nader op in moeten worden gegaan. Momenteel wordt de beleving van het 'groene' lint onderbroken. Echter wordt het door de terugliggende rooilijnen, wisselende oriëntatie en vele verharde ruimtes, niet duidelijk dat het om een belangrijke verbinding gaat die hier het Lint kruist. De onbestemde ruimte die hier is ontstaan draagt niet bij aan de structuren van het winkelgebied of het Lint.

2.2.3 Het winkelgebied

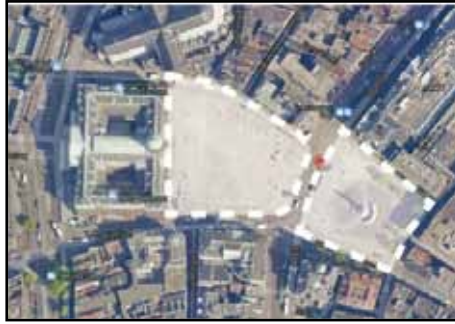
Het winkelcentrum van Staphorst wordt, ruimtelijk gezien, opgesplitst in twee delen; een noordelijk gebied welke wordt gevormd door o.a. de Boni, Aldi, DA, Hema, het verscentrum en enkele kledingzaken, en een zuidelijk gebied welke wordt gevormd door o.a. de Poesz, Hillies snackbar, slagerij, enkele kledingzaken en overige commerciële diensten.

Het winkelaanbod is sterk versnipperd. Ten noorden van het Lint domineren de aanwezige supermarkten, maar zijn ook enkele kleinschalige winkels aanwezig. De supermarkten aan weerszijde van de Ebbingse Wubbelaan, zijn autonoom gericht op hun parkeervoorzieningen, waardoor een blinde gevel is ontstaan langs de weg. Door het gratis parkeren en de goede bereikbaarheid zijn deze supermarkten erg waardevol voor Staphorst. Mensen komen vanuit de regio gericht hierheen voor de dagelijkse boodschappen, laden deze weer in en verlaten het gebied. De uitstraling is verstedelijkt, waardoor de belevingswaarde en kwaliteit van het gebied zelf ondergeschikt zijn geraakt. Het functioneert meer als een autonome 'meubelboulevard' met supermarkten binnen het goedkopere segment, dan als een complementair winkelcentrum voor een authentiek historisch lintdorp. De aanpak van voormalig Meubelfabriek Talen in het gebied zorgt ervoor dat er nog een aanzienlijk aantal vierkante meters winkelruimte en parkeerplaatsen wordt toegevoegd. Dit benadrukt dat het hier vooral gaat om kwantiteit en niet de kwaliteit van ruimtes.

Ten zuiden van het Lint sluit het centrum beter aan op de schaal van het dorp. De meerderheid van de winkels zijn lokaal gericht en de bebouwing is kleinschaliger. De ontsluitingsweg de Bergerslag vormt de belangrijkste verbinding naar het Lint. Ten behoeve van de doorstroming is gekozen om een ventweg voor de winkels te laten lopen, welke toegang biedt tot parkeerplaatsen. Het gevolg hiervan is dat de ruimte voor de winkels smal en onveilig is geworden en het specifieke gebruik van de ruimte onduidelijk is. De rol van de auto is de openbare ruimte gaan domineren, zodat de enige te benoemen kwaliteit 'parkeren voor de deur' is geworden. Uit het gesprek met ondernemers blijkt echter dat winkeliers graag zouden willen zien dat de bezoekers van dit gebied verleid worden om wat langer te blijven en zo meer winkels gaan bezoeken.



Staphorst, Marktplaan
16.000 inwoners



Amsterdam, de Dam
800.000 inwoners



Zwolle, de Grote Markt
122.500 inwoners

afbeelding 10: verhoudingen van pleinen

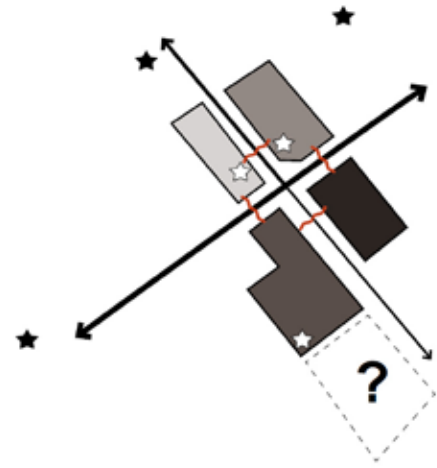


afbeelding 11: Het marktplaan te Staphorst

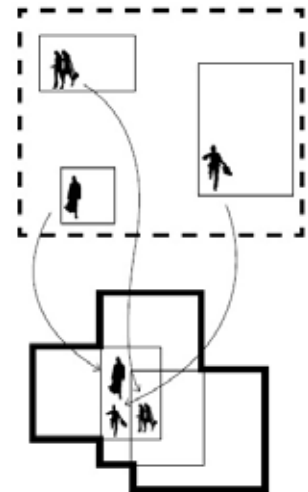
2.2.4 Het marktpllein

Het marktpllein van Staphorst wordt als openbare ruimte omringd door winkels, vrijstaande woningen, het gemeentehuis en het kerkhof van de Hersteld Hervormde Kerk. Het plein zelf wordt voornamelijk gebruikt als gratis parkeerruimte. Eens per week vindt hier de markt plaats en sporadisch doet het plein dienst voor evenementen. De schaal van het plein is enorm groot vergeleken met de bebouwing van Staphorst, alsook wanneer het wordt gezet naast bijvoorbeeld De Dam in Amsterdam of de Grote Markt van Zwolle. Verder ontbreekt het plein aan heldere randen en zorgt het gebruik als parkeervoorziening ervoor dat elke vorm van (spontaan) gebruik wordt ontmoedigd. De gemeente Staphorst ziet graag een betere koppeling van het winkelaanbod met het decentrale marktpllein. Zoals eerder vermeld richt onderhavig onderzoek zich, naast mogelijke nieuwe gebruiksfuncties voor het winkelgebied, op het ruimtelijk vormgeven van de openbare ruimte om de (ver)binding met het marktpllein te versterken. Daarom is de volgende vraagstelling geformuleerd:

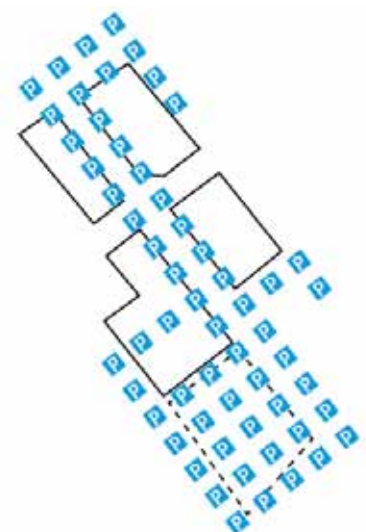
Hoe kan het dorpsplein worden ingericht zodat deze een zo groot mogelijke diversiteit en flexibiliteit aan activiteiten accommodeert en tegelijkertijd een sterke eenheid uitstraalt en daarmee de collectieve identiteit van Staphorst en haar bewoners versterkt?



afbeelding 12: Een aantrekkelijk winkelgebied bestaat uit gedifferentieerd winkelaanbod dat aansluit op het karakter van de plek.



afbeelding 13: Goede openbare ruimte is waar alle verkeer welkom is, maar de voetganger koning is.



afbeelding 14: Ruimtelijke kwaliteit is een voorwaarde voor sociale interactie en ontmoeting.

2.3 Uitgangspunten

Uit voorgaande analyses zijn onderstaande uitgangspunten gedestilleerd, welke de basis vormen voor het ontwerpen, brancheren en vormgeven van de openbare ruimte van het winkelgebied.

1. Een aantrekkelijk winkelgebied bestaat uit gedifferentieerd winkelaanbod dat aansluit op het karakter van de plek.

Het huidige winkelgebied bestaat uit vier kwadranten die voornamelijk voorzien in het dagelijkse aanbod in het lagere segment met een matige onderlinge relatie. Het winkelgebied is versnipperd en eenzijdig en de vier winkelclusters beginnen steeds meer op elkaar te lijken. Er is daarnaast een gering aanbod in dag-horeca, weinig recreatief winkelaanbod en de solitaire trekkers liggen in het buitengebied waardoor bezoekers minder geneigd zijn een winkelrondje te lopen waarbij heel het centrum, en dus ook het dorpsplein, wordt aangedaan.

Aanpakken van een versnipperd en eenzijdig winkelgebied.

2. Goede openbare ruimte is waar alle verkeer welkom is, maar de voetganger koning is.

De verschillende openbare ruimte in Staphorst is sterk gefragmenteerd en heeft geen eigen identiteit door de dominante rol van de auto en de parkeerplaatsen. Er is een gebrek aan herkenbaarheid en samenhang in de openbare ruimte. Er dient een goed netwerk van openbare ruimtes gemaakt te worden met verschillende identiteiten en meer ruimte voor de fietsers en voetgangers.

Levendigheid creëren ter plaatse van het marktplein.

3. Ruimtelijke kwaliteit is een voorwaarde voor sociale interactie en ontmoeting.

Er is niet zozeer een tekort aan ruimte, maar wel aan verblijfskwaliteit en menselijke maat. Het ontbreekt aan duidelijke begrenzingen van het plein waardoor er geen verschillende gradaties van individualiteit en collectiviteit, van afzondering en intimiteit enerzijds en van verbinding en openheid anderzijds bestaan. In het huidige dorpsplein is tevens gebrek aan overlapping van functies, waardoor deze onvoldoende als levendige ontmoetingsplek functioneert.

Voeg kwaliteit toe aan de openbare ruimte.

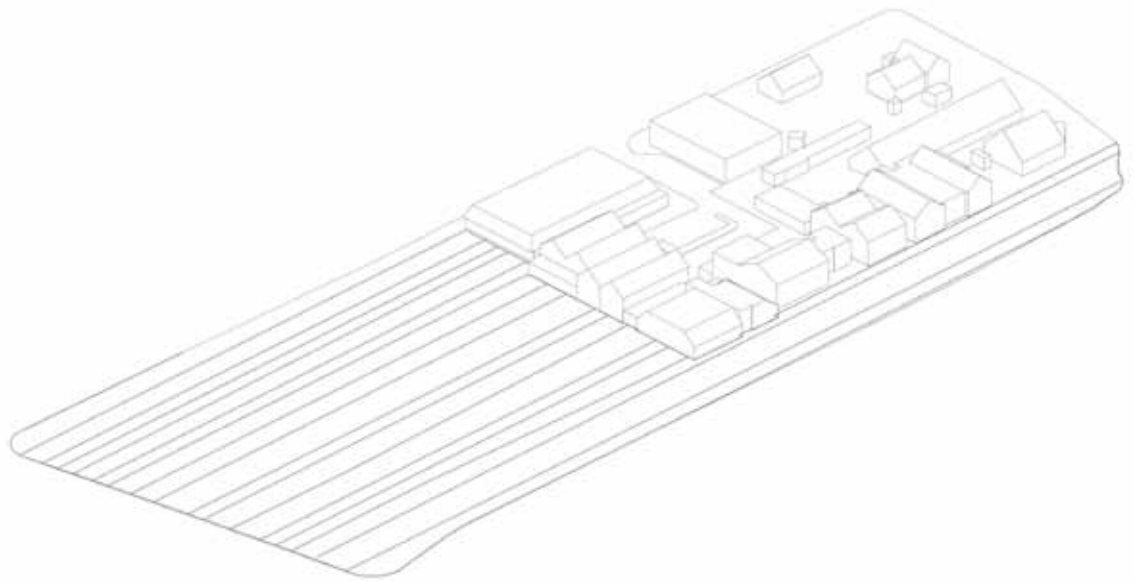


afbeelding 15: Vogelvlucht

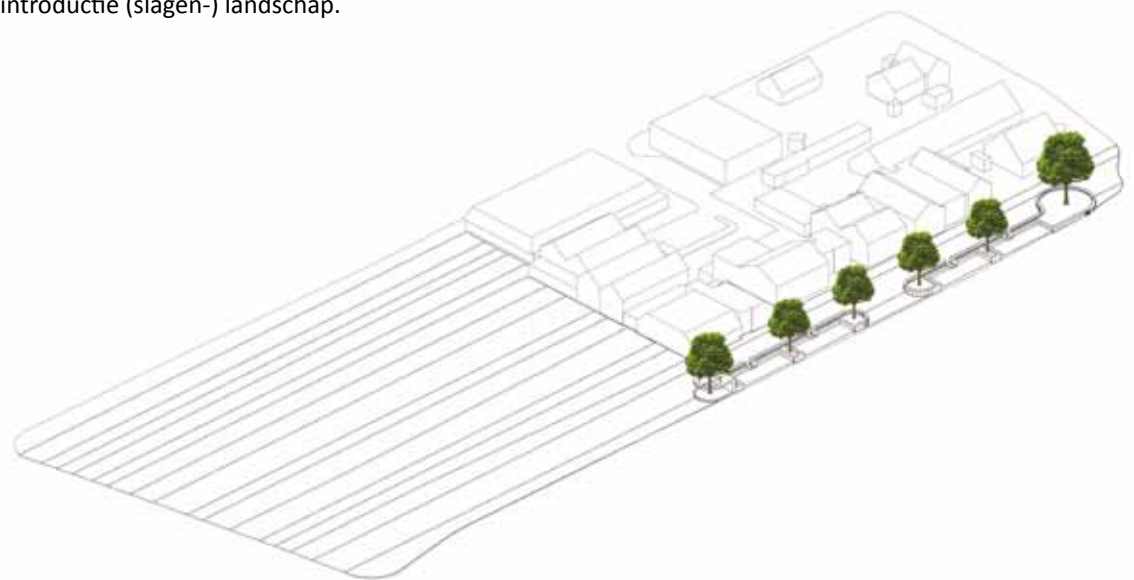
_03 Brancheringsconcept

Het dorpsplein vraagt om een nieuwe inrichting waarbij de uitstraling en verblijfskwaliteit van de openbare ruimte en het winkelgebied worden verbeterd. Maar wat is grosso modo de mix die een winkelgebied aantrekkelijk maakt? Hét recept bestaat niet. Het is te simpel om te denken dat er een formule is die je op ieder winkelgebied kunt loslaten. Maar eten moeten we allemaal, iedere dag, dus: levensmiddelen. Een supermarkt, een groenteboer, een slager, een bakker. Liefst in alle prijsklassen. Daarnaast: horeca. Die maken de openbare ruimte levendig. Daarnaast de 'praktische' winkels, met cadeauartikelen, huis-tuin-en-keukenspullen en kantoorartikelen. Ook handig een kapper, een schoen-maker, een beautysalon. En altijd een paar gekke zaakjes. Een winkeltje met tweedehandspullen of kleding, bijzondere gezelschapspellen of speciale thee of taartjes. Zaken die zo bijzonder zijn dat ze mensen van buiten trekken. Maar hoe krijg je de ideale mix? Hoe voorkom je dat het een allegaartje wordt? Dit kan worden voorkomen door te sturen op het brancheringconcept dat uitgaat van de DNA van de plek.

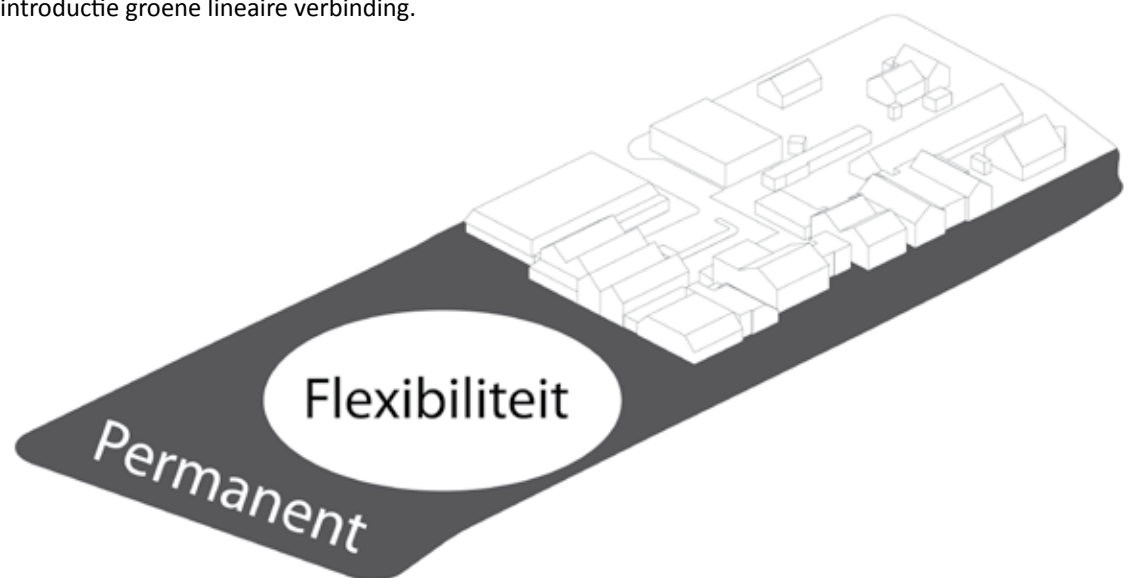
Door middel van een clustering van dagelijks winkelaanbod in het lagere segment en toevoeging van parkeervoorzieningen aan de noordzijde ontstaat een efficiënt winkelgebied voor de dagelijkse boodschappen gericht op de regio: de zogenaamde 'stop-and-go'-boodschappen. Aan de zuidzijde ontstaat daardoor de kans om ruimte te scheppen voor kleinschalig en gedifferentieerd winkelaanbod, de fietser en de voetganger.



afbeelding 16: introductie (slagen-) landschap.



afbeelding 17: introductie groene lineaire verbinding.



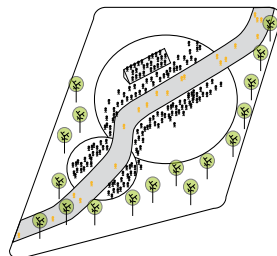
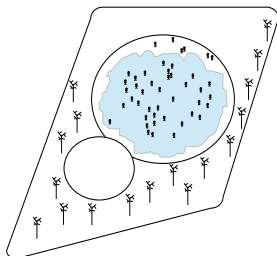
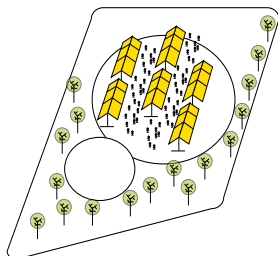
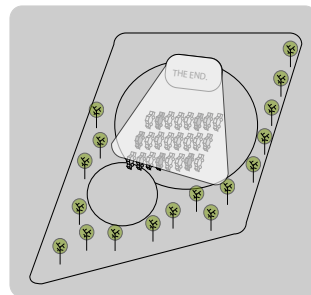
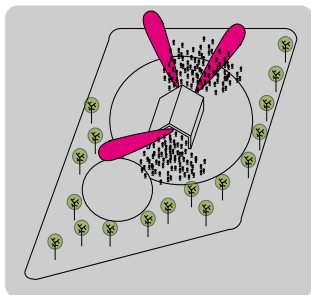
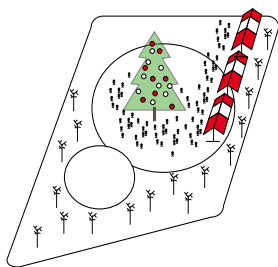
afbeelding 18: introductie cirkelvormige leegte.

_04 Ruimtelijk concept

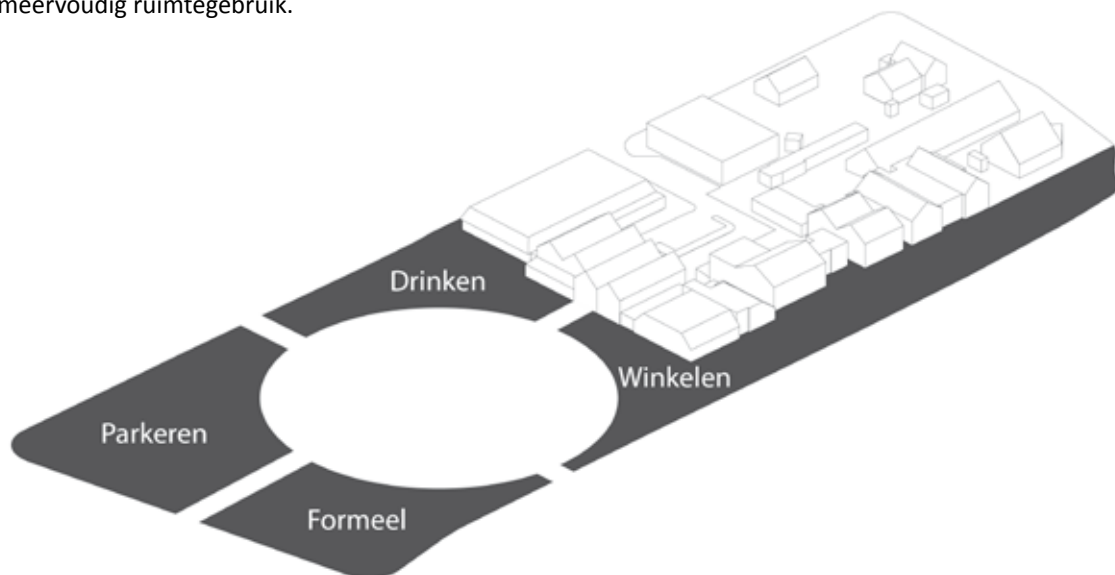
- A.** Het zuidelijk deel is dusdanig versnipperd dat er eerst een nieuw landschap moet worden geïntroduceerd om er vervolgens plekken van afzondering in te kunnen creëren. Door een eenduidige bestrating toe te passen - interpretatie van het slagenlandschap - ontstaat een aaneengesloten veld, waardoor het winkelblok weer als afzonderlijk element in de ruimte komt te staan.

- B.** De verschillende openbare ruimten worden door middel van een groen lineair zit- en parkeer-element met elkaar verbonden. De ventweg verdwijnt en men parkeert vanaf de Bergerslag tussen het groen, waardoor er ruimte ontstaat voor de voetgangers en fietsers. Tevens kan er, als visitekaartje voor de activiteiten op het marktplaatsje, een marktstraat georganiseerd worden. De Bergerslag vormt daarmee een nieuwe bindende ruimte die de omliggende zones nieuwe potentie geeft.

- C.** In het ontstane landschap is vervolgens een cirkelvormige leegte geïntroduceerd waardoor er maat en schaal worden aangebracht en er een natuurlijk middelpunt ontstaat met een eigen identiteit. De trap op het zuiden nodigt uit om op te gaan zitten met mooi weer.



afbeelding 19: meervoudig ruimtegebruik.

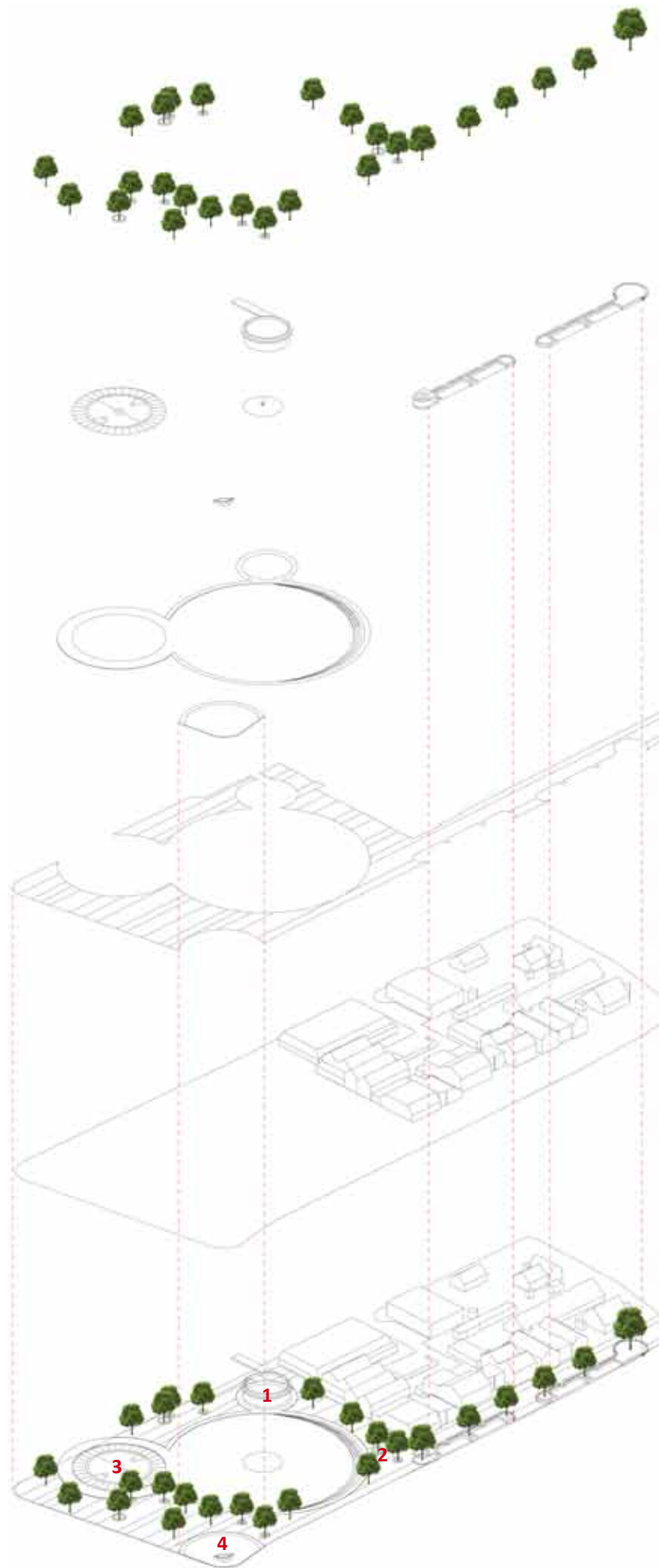


afbeelding 20: zones van gebruik marktplaats.



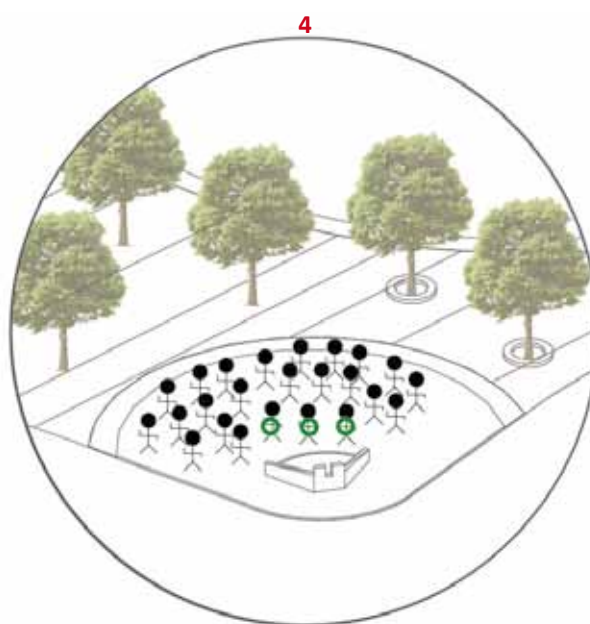
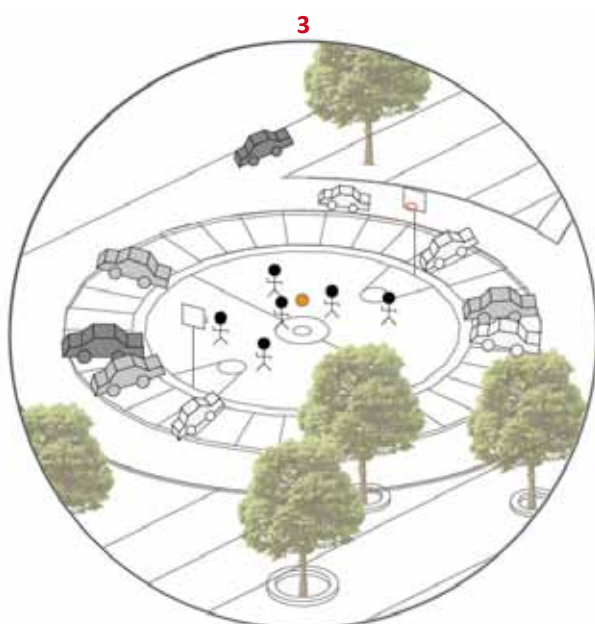
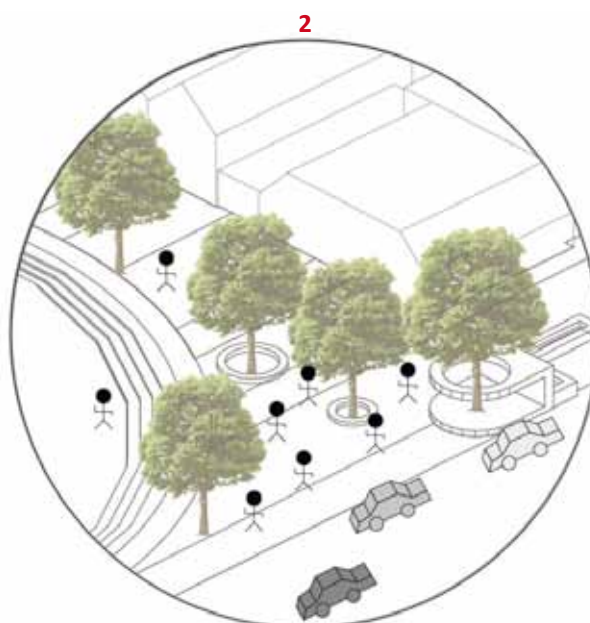
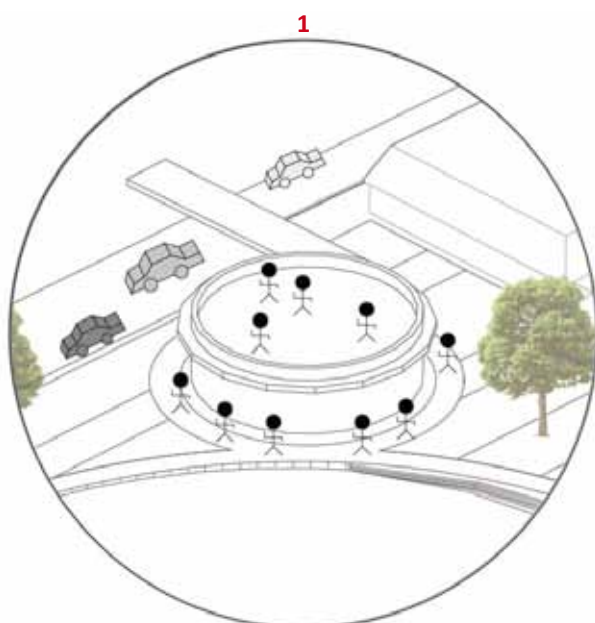
afbeelding 21: nieuwe indeling marktplaats en Bergerslag.

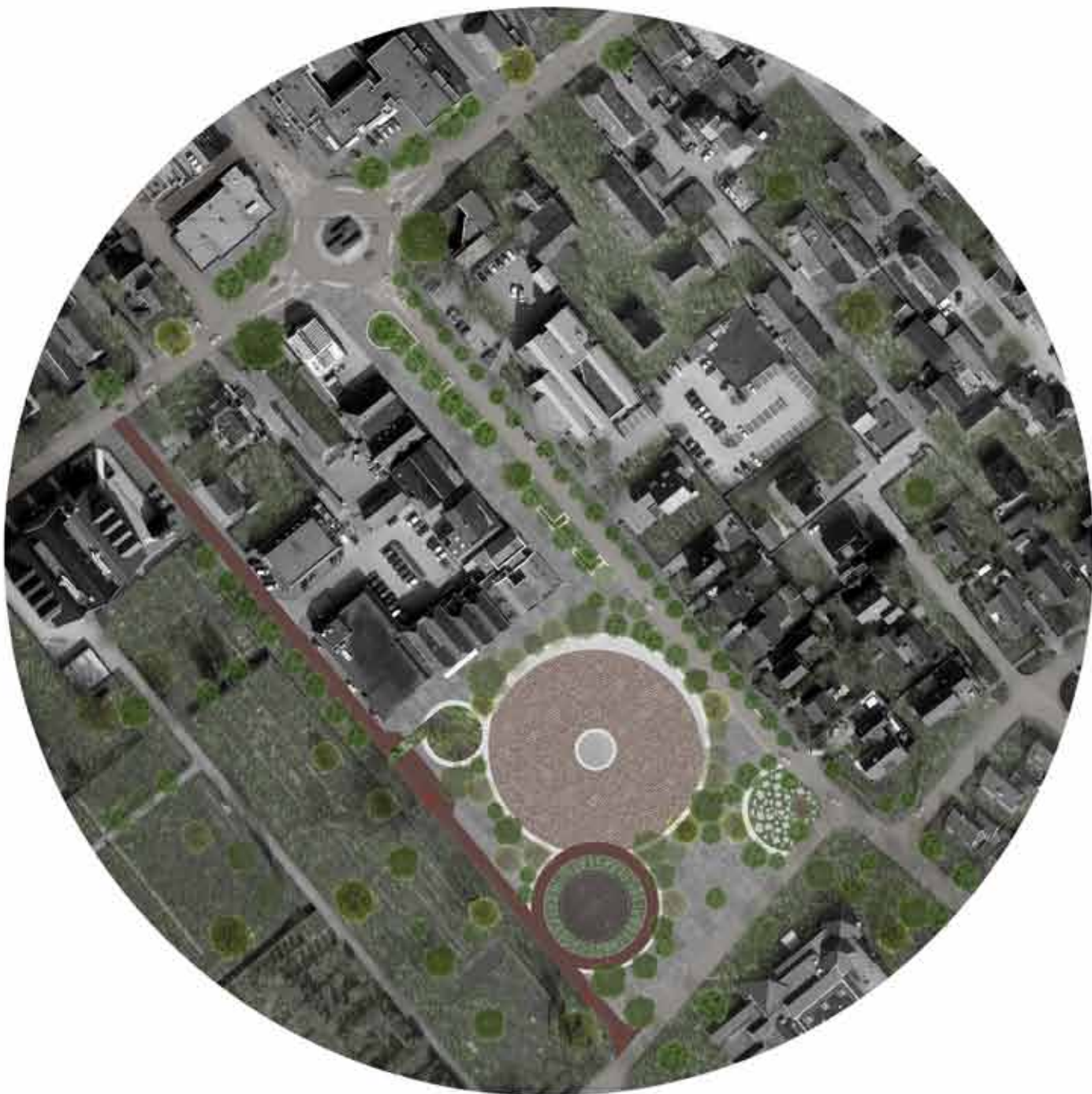
- D.** Deze grote cirkel biedt ruimte aan grootschalige tijdelijke evenementen zoals de markt, een theater, drive-in bioscoop, een schaatsbaan of sportevenementen.
- E.** Door een juiste positionering wordt de openbare ruimte verder verdeeld in vier delen met verschillend gebruik. Afhankelijk van de aangrenzende context en programma's is dit het horeca plein, het parkeerplein, het formele plein en het winkelplein. Het busstation wordt verplaatst naar het winkelgebied waardoor de kans op ontmoeting wordt vergroot. Tevens ontstaat hierdoor de mogelijkheid om een formeel plein te creëren en krijgt het gemeentehuis weer een adres aan het plein.



afbeelding 22: exploded view.

- F. Het parkeer- en basketbalveld is een van de meest markante plekken op het dorpsplein. Dit bestaat uit een cirkelvormige parkeerplaats waarbinnen zich een speelveld bevindt. Dit basketbalveld kan s'avonds verlicht worden door de verlichting van geparkeerde auto's. Tijdens het zoeken naar een parkeerplaats komt een moment dat de automobilist over het plein rijdt en het flaneren met de auto geaccentueerd wordt in de openbare ruimte.

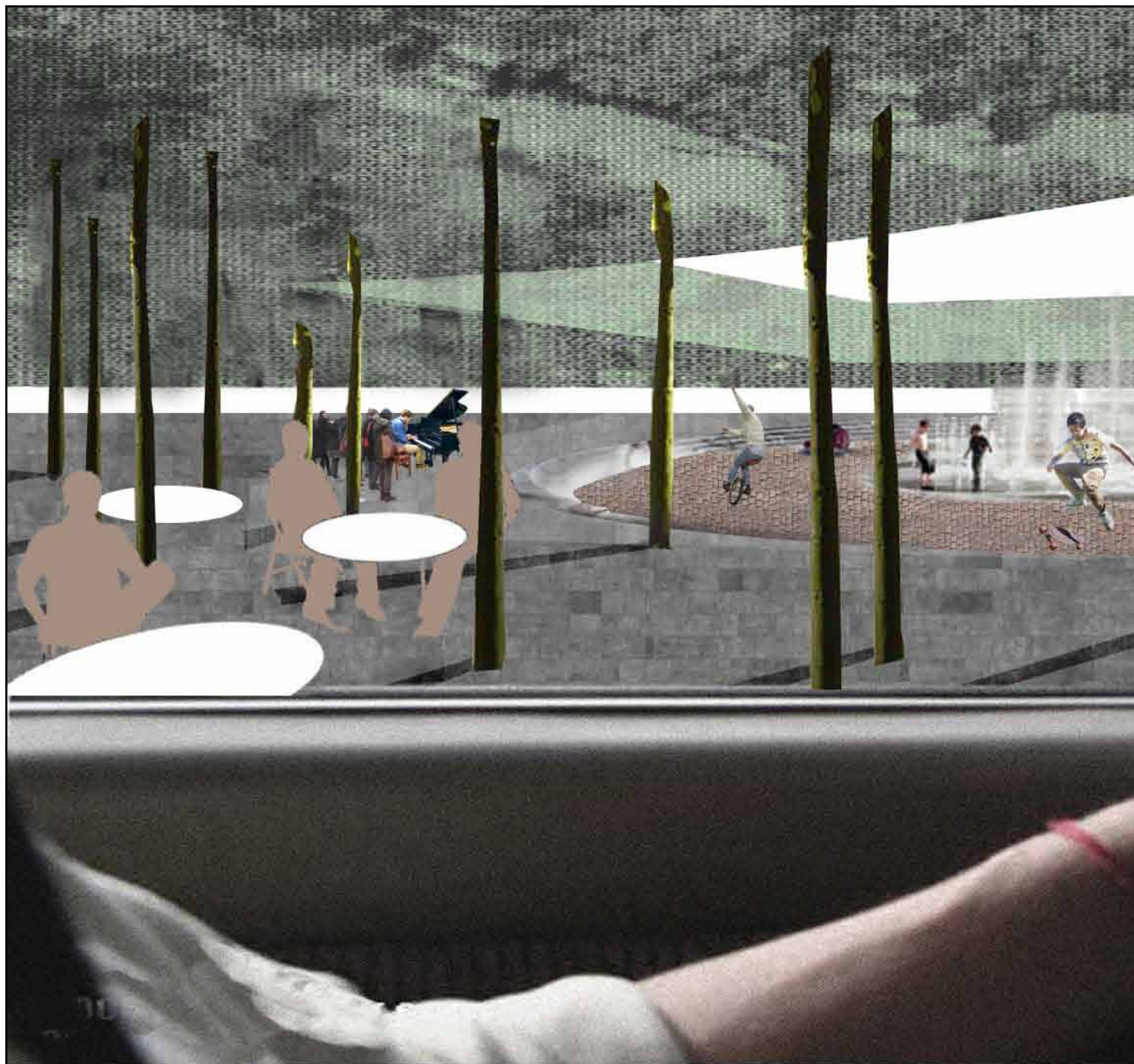




_05 Visualisaties

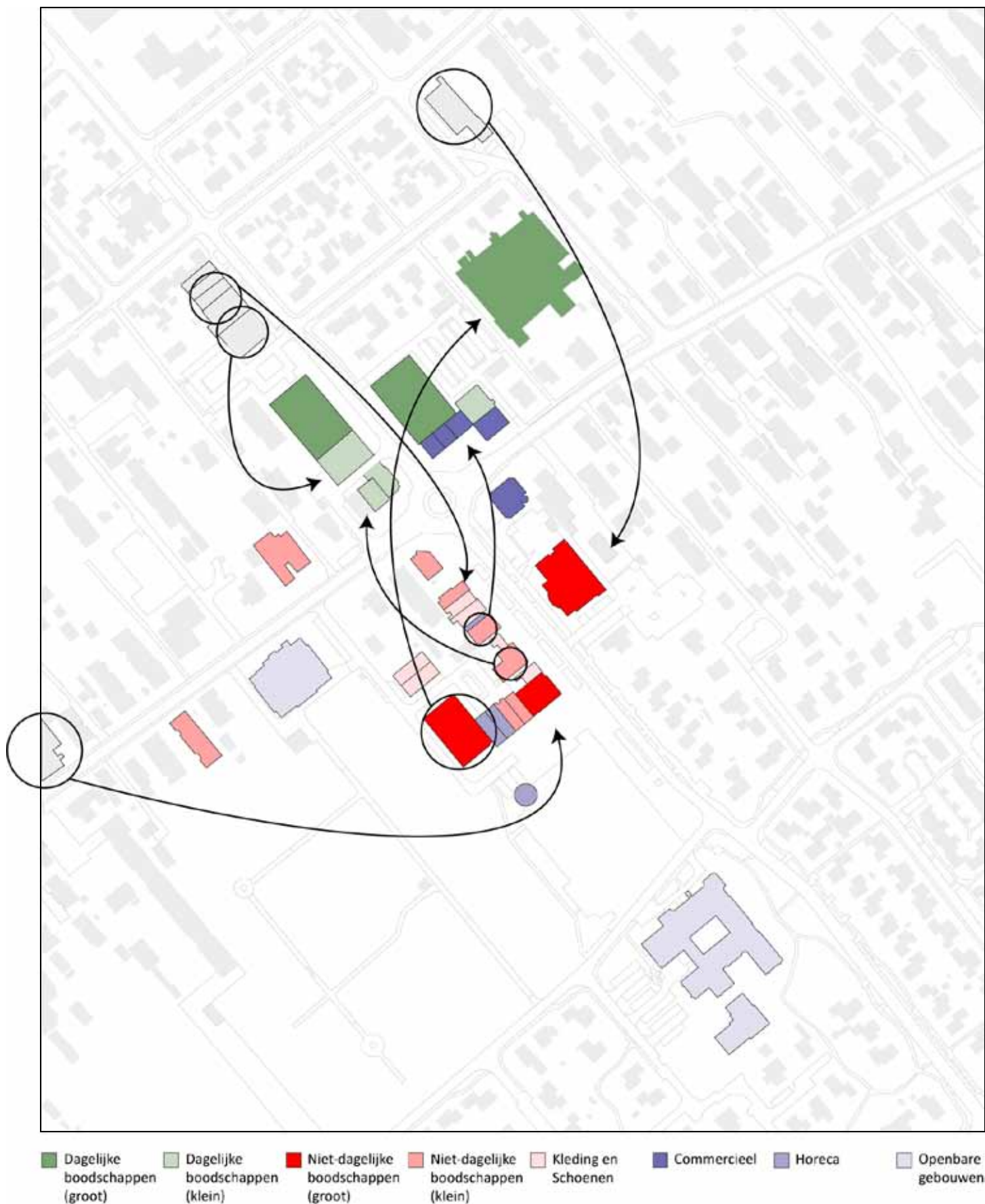


afbeelding 25: transformatie Bergerslag.



afbeelding 26: visualisatie zicht over het marktplein.





afbeelding 27: brancherings- en beheerplan.

_06 Ontwikkelingsstrategie

Nu de visie voor het winkelgebied van Staphorst is omschreven en toegelicht, is het mogelijk om een beschrijving te geven van de wenselijke toekomstige invulling van het winkelgebied: het brancherings- en beheerplan. Daarbij is het van belang om de gemeente Staphorst een mogelijke ontwikkelstrategie te bieden om deze uit te voeren. Afsluitend zullen enkele instrumenten worden benoemd, welke bruikbaar zijn tijdens de uitvoering van de ontwikkelingsstrategie én zal de rolverdeling van de verschillende partijen worden toegelicht ter ondersteuning van de realisatie van de visie.

6.1 Brancherings- en beheerplan

Het brancherings- en beheerplan moet worden gezien als een streefbeeld; een situatie waarin de gemeente Staphorst in samenwerking met de pandeigenaren en ondernemers gezamenlijk naar toe wil gaan. Bovenstaand brancherings- en beheerplan (afbeelding 26) is opgesteld op basis van onze visie. De gewenste winkel- en horecaformules en potentiële vestigingsplaatsen zullen nader in overeenstemming tussen gemeente en ondernemers vastgesteld moeten worden. Het hoge ambitieniveau voor het noordelijk gebied, de rotonde, de Bergerslag en het marktplein moet op termijn resulteren in een aantrekkelijker winkelgebied.

6.1.1 Boodschappen doen in het Noorden

De openbare ruimte en winkelformules zullen in het noordelijk winkelgebied van Staphorst benadrukt worden door doelgericht 'boodschappen doen'. Het streefbeeld hierbij is om een clustering te bereiken van dagelijkse boodschappenformules, waarbij de inrichting van de openbare ruimte wordt gekenmerkt door kwantiteit, verharding en snelheid/efficiëntie. Dit sluit goed aan bij de provinciale detailhandelsvisie waarin de kern van Staphorst is aangewezen als lokaal verzorgend centrum. Voor dit type winkelgebied geldt als wensbeeld dat gestreefd dient te worden naar een volwaardig en compleet verzorgingsniveau op wijkniveau en voor zover haalbaar op buurt- en dorpsniveau, waarbij de nadruk ligt op de verzorgingsfunctie voor de dagelijkse, wekelijkse boodschappen.

Momenteel zijn er in het noordelijk winkelgebied twee grote supermarkketens aanwezig: de Boni en de Aldi. Dit zijn belangrijk winkelformules, tevens publiekstrekken, voor Staphorst en omgeving. Daarnaast zijn er nog twee supermarkten in de buurt: de Poiesz in het zuidelijk deel van het winkelgebied van Staphorst én de Lidl aan de rand van Staphorst. Om een optimaal functionerend winkelgebied te creëren waarbij de nadruk ligt op de dagelijks boodschappen is het van belang om in het noordelijk winkelgebied één van deze supermarkten te huisvesten. De meest geschikte locatie hiervoor is het "terrein van de voormalige Meubelfabriek Talen". Door leegstand én de bouwkundige en technische staat van het pand is sloop genoodzaakt. Herontwikkeling van dit terrein biedt kansen om het streefbeeld van een verzorgingsgebied voor de dagelijkse, wekelijkse boodschappen te realiseren.

6.1.2 Winkelen in het Zuiden

De openbare ruimte en winkelformules zullen in het zuidelijke winkelgebied van Staphorst benadrukt worden door recreatief en gezellig 'winkelen'. Het streefbeeld hierbij is om een aantrekkelijk winkelgebied te creëren met een gevarieerd winkelaanbod. Hierbij zal de inrichting van de openbare ruimte wordt gekenmerkt door kwaliteit, groen en rust.

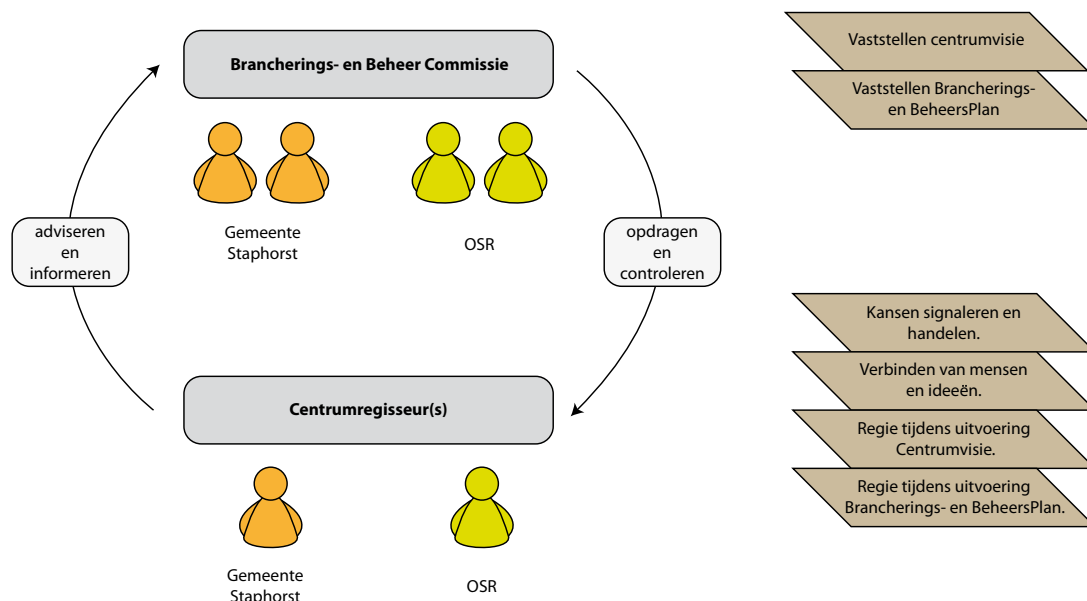
Momenteel is het niet-dagelijks winkelaanbod versnipperd over het gehele winkelgebied, waarbij de situering van winkels ten opzichte van elkaar niet optimaal is; een verzekeringsmaatschappij tussen een slagerij en een kledingswinkel. Daarnaast zijn er een aantal solitaire trekkers, bijvoorbeeld de Action, Blokker en de Hema. Deze ontwikkelingen hebben tot gevolg dat men doelgericht gebruik maakt van het winkelcentrum, waarbij bezoekers zijn gewend om met de auto de winkels te bezoeken, zonder 'echt te winkelen'.

Er zijn mogelijkheden om in het zuidelijk winkelgebied het streefbeeld 'winkelen' te realiseren. Zo kunnen er onderlinge verhuisbewegingen tussen ondernemers op gang worden gebracht om het winkelaanbod meer op elkaar af te stemmen. Denk hierbij aan een clustering van kledingzaken, etc. Daarnaast kunnen er toekomstige ontwikkelingen zich voordoen, welke kansen bieden tot het verbeteren van het winkelgebied en branchering van het winkelaanbod mogelijk maken. Een mogelijkheid is verhuizing van de Poiesz naar het noordelijk winkelgebied, waardoor er winkelruimte vrijkomt. Daarnaast staat de Rabobank de komende jaren voor grote nationale veranderingen en bezuinigingen: ontslaan van 8.000 werknemers én het afstoten van 300 kantoorpanden (NRC, 2014). Ook deze mogelijk, toekomstige ontwikkeling biedt kansen om winkel- en bedrijfsruimte te creëren. Door de solitaire trekkers binnen het zuidelijk winkelgebied te huisvesten ontstaat er een levendig en gezellig winkelgebied waarin het winkelaanbod elkaar versterkt. Om de sfeer en de verblijfskwaliteit van het gebied te versterken is horeca een pré. Dit zou gerealiseerd moeten worden in de buurt van het marktplein om zo de aansluiting met het winkelgebied te versterken.

Een algemene opmerking bij het brancherings- en beheerplan is dat naast bovenstaande verhuisstrategieën het van essentieel belang is dat er een herprofilering van de openbare ruimte plaatsvindt met hoogwaardige materialen, er renovatiewerkzaamheden aan woningen en winkels worden verricht én het gevelbeeld van de winkels wordt verbeterd.

6.2 Ontwikkelingsstrategie

Nu het brancherings- en beheerplan voor het winkelgebied van Staphorst is omschreven en toegelicht, is het van belang de gemeente Staphorst een mogelijke ontwikkelingsstrategie te bieden om dit uit te voeren. Naast deze strategie worden enkele instrumenten benoemd, welke bruikbaar zijn tijdens de uitvoering van de strategie. Afsluitend worden de rollen van de verschillende partijen toegelicht ter realisatie van deze visie.



afbeelding 28: ontwikkelingsstrategie.

6.2.1 Branchering- en Beheer Commissie

De Branchering- en Beheer Commissie is van belang voor het vaststellen van het Branchering – Beheersplan. In deze commissie zitten twee afgevaardigden van de Ondernemersvereniging Staphorst-Rouveen en twee afgevaardigden van de gemeente Staphorst. Hierdoor zijn beide partijen, welke het grootste belang én de meeste macht hebben binnen het winkelgebied, vertegenwoordigd. De commissie komt eens in de paar maanden bij elkaar om zaken betreffende branchering en algemene zaken betreffende het winkelgebied te bespreken. Indien tussentijds een dringende kwestie ter sprake dient te komen, is het raadzaam om een spoedoverleg in te plannen. Het is van belang dat aan startende ondernemers de eis wordt gesteld een goed bedrijfsplan te overleggen aan de commissie om zo de kwaliteit van het winkelaanbod te waarborgen / verbeteren.

6.2.2 Centrum regisseur(s)

Zoals blijkt uit de stakeholdersanalyse zijn er bij het winkelgebied van Staphorst een groot aantal partijen betrokken. Dit maakt regie noodzakelijk. Deze regie kan worden uitgevoerd door één of meerdere centrum regisseur(s). Zij zullen de ideeën, personen, kansen binnen én buiten het winkelgebied in kaart brengen en verbinden om de visie op het winkelgebied te realiseren. Hierbij is het van belang dat deze regisseur(s) enkele belangrijke eigenschappen bezitten: overzicht behouden, kansen zien én kansen grijpen, energiek, overtuigingskracht en doorzettingsvermogen. De belangrijkste taak van de centrumregisseur(s) is het uitvoeren van de visie voor het winkelgebied. In het geval van Staphorst adviseren wij zowel een afgevaardigde van de gemeente alsook een afgevaardigde van de Ondernemersvereniging Staphorst-Rouveen aan te stellen tot centrumregisseurs. Dit zal het onderling vertrouwen ten goede komen. De centrumregisseur(s) moeten worden aangestuurd. Dit aansturen kan plaatsvinden door de Branchering- en Beheer Commissie, welke de branchering én algemene zaken betreffende het winkelgebied Staphorst vaststellen.

6.3 Ontwikkelinstrumenten

6.3.1 Bestemmingsplan

Het bestemmingsplan is een bijzonder plan, omdat het bindende randvoorwaarden geeft voor zowel de overheid alsook de burger. De gemeenteraad stelt het bestemmingsplan vast, waarin zij een bestemming (ofwel een functie) toewijzen aan een bepaald grondoppervlak. Daarnaast worden er ook regels opgesteld over het gebruik van de grond en hetgeen daarop gebouwd is. Voor alle omgevingsvergunningen in Nederland geldt dat deze worden getoetst aan het bestemmingsplan. Hierdoor kan er worden gesteld dat het bestemmingsplan mede bepaald of er ergens gebouwd mag worden én wat er gebouwd mag worden. Om de branchering van het winkelgebied te bevorderen, kan de gemeente Staphorst het bestemmingsplan gebruiken om te sturen op gewenste winkel- en horecaformules en potentiële vestigingsplaatsen. Bij het opstellen van een nieuw bestemmingsplan kan er rekening gehouden worden met de visie voor het winkelgebied.

6.3.2 Dorpsontwikkelingsmaatschappij

Een belangrijk uitgangspunt bij de Dorpsontwikkelingsmaatschappij is een intensieve samenwerking tussen bewoners, ondernemers en de gemeente die bereid zijn om zich in te zetten voor de verbetering van de leefbaarheid en levendigheid van het winkelgebied Staphorst. De Dorpsontwikkelingsmaatschappij is een wijze om risico's te spreiden en opbrengsten te delen. Doordat partijen (particulier, ondernemer, gemeente, bank) geld investeren in de organisatie kunnen zij, al naar gelang het aandeel van hun investering, profiteren van het rendement. Met het beschikbare geld kan de Dorpsontwikkelingsmaatschappij bijvoorbeeld een pand aankopen, verhuren of doorverkopen aan één of enkele ondernemers. Hiermee kan de Dorpsontwikkelingsmaatschappij sturen op de plek en het type ondernemers. Het is de bedoeling dat de Dorpsontwikkelingsmaatschappij concrete initiatieven ter verbetering van de winkel- en leefomgeving in het winkelhart van Staphorst gaat stimuleren en faciliteren. Hierbij zal zij zich primair richten op het stimuleren van branchering. Daarnaast kan de organisatie ook aandacht geven aan het stimuleren van andere initiatieven, bijvoorbeeld: aanpak van overige gebouwen in het winkelgebied, het verbeteren van de openbare ruimte én sociale en economische projecten.

6.3.3 Coöperatie

Een coöperatie is een organisatievorm waarbij een individuen zich verenigen om gezamenlijk doelen te bereiken die voor elke individu onbereikbaar zouden zijn geweest. Deze organisatie komt meestal voor op het gebied van investeringen. Ook bij de herstructurering van het winkelgebied te Staphorst is deze organisatievorm mogelijk. Inwoners, ondernemers en personen met een aantoonbare band met het dorp kunnen lid worden van de coöperatie en hebben daarmee stemrecht. De leden van de coöperatie kunnen aandelen/certificaten kopen, waardoor een investeringsbudget bij de coöperatie ontstaat. Met dit geld kan dan bijvoorbeeld een pand worden gekocht dat wordt ingezet voor het doel van de coöperatie. Op basis van het bedrag van de aandelen/certificaten ontvangen de leden een jaarlijkse rentevergoeding.

6.3.4 Strategisch aankopen van panden

Het is mogelijk om enkele panden aan te kopen welke van groot belang zijn om ontwikkelingen op de juiste plek te realiseren. Dit wordt 'strategisch aankopen van panden' genoemd. Dit kan gebeuren door de gemeente, maar ook door de dorpsontwikkelingsmaatschappij of door een bewoners- of ondernemers-collectief.

6.2 Rolbeschrijving van betrokken partijen

6.4.1 Branchering- en Beheer Commissie

Er mag, van de Branchering- en Beheer Commissie, verwacht worden dat zij:

- de centrumvisie en het brancherings- en beheerplan zal vaststellen,
- regie voert op de uitvoering van de centrumvisie,
- de werkzaamheden van de centrumregisseur(s) zal aansturen en controleren.

6.4.2 Centrumregisseur(s)

Er mag, van de centrumregisseur(s), verwacht worden dat zij:

- op de hoogte zijn van de laatste ontwikkelingen en stand van zaken binnen Staphorst m.b.t. het winkelgebied,
- sturing zullen geven aan het proces om te komen tot een Brancherings- en Beheerplan,
- het contact onderhouden met alle betrokkenen welke van invloed zijn op de uitvoering van de winkelvisie,
- ontwikkelingen van het brancherings- en beheerplan tijdig terugkoppelen naar de inwoners en ondernemers van Staphorst,
- de Brancherings- en Beheer Commissie informeren en adviseren.

6.4.3 Gemeente Staphorst

Er mag, van de gemeente Staphorst, verwacht worden dat zij:

- bij het opstellen van toekomstige plannen (structuurvisie, bestemmingsplan, beeldkwaliteitsplan) rekening houdt met de realisatie van de centrumvisie en waar nodig stimuleert,
- haar investeringen binnen het winkelgebied van Staphorst probeert in te zetten ten behoeve van de winkelvisie,
- initiatieven vanuit de ondernemers serieus zal overwegen en met de centrumregisseur(s) zal bespreken.

6.4.4 Ondernemers én Ondernemersvereniging Staphorst-Rouveen

Er mag, van de ondernemers en Ondernemersvereniging Staphorst-Rouveen, verwacht worden dat zij:

- actief hun rol binnen het winkelgebied zullen uitvoeren en initiatief nemen waar dit mogelijk is,
- middels hun aanbod en activiteiten van toegevoegde waarde zullen zijn voor de leefbaarheid en levendigheid van het winkelgebied.

Literatuur

Bosch Slabbers (2004). *Staphorst, een eigen wereld*. Arnhem, Den Haag.

Gardner, J.R., Rachlin, R., Sweeny, H.W.A. (1986). *Handbook of strategic planning*. John Wiley & Sons Inc., Hoboken, NJ.

Meurs, M., Esselink, R. (2011). *Ruimte voor traditie & ambitie: Detailhandelsvisie gemeente Staphorst*. I&O Research.

NRC. (2012). *Door bezuinigingen verdwijnen duizenden banen bij Rabobank*, 14 mei 2012

Scherrenburg, M., Hengstmengel, T., Jansen, G. en Siemens, R. (2011). *Landschapsplan Staphorst*. Wageningen: Nieuwland Advies

Scherrenburg, M. en T. Hengstmengel (2012). *Beeldenboek Landschappen en Erven Staphorst*. Wageningen: Nieuwland Advies

Veenstra, A. (2011) *Inrichtingsplan De Diek*. Huissen.

– Bijlagen

- 1. Morfologische analyse: Bebouwing**
- 2. Morfologische analyse: Groen- en Waterstructuur**
- 3. Morfologische analyse: Infrastructuur**
- 4. Morfologische analyse: Parkeren**
- 5. Morfologische analyse: Voorzieningen**
- 6. Stakeholdersanalyse**
- 7. Aanzetten van groen rondom de rotonde**

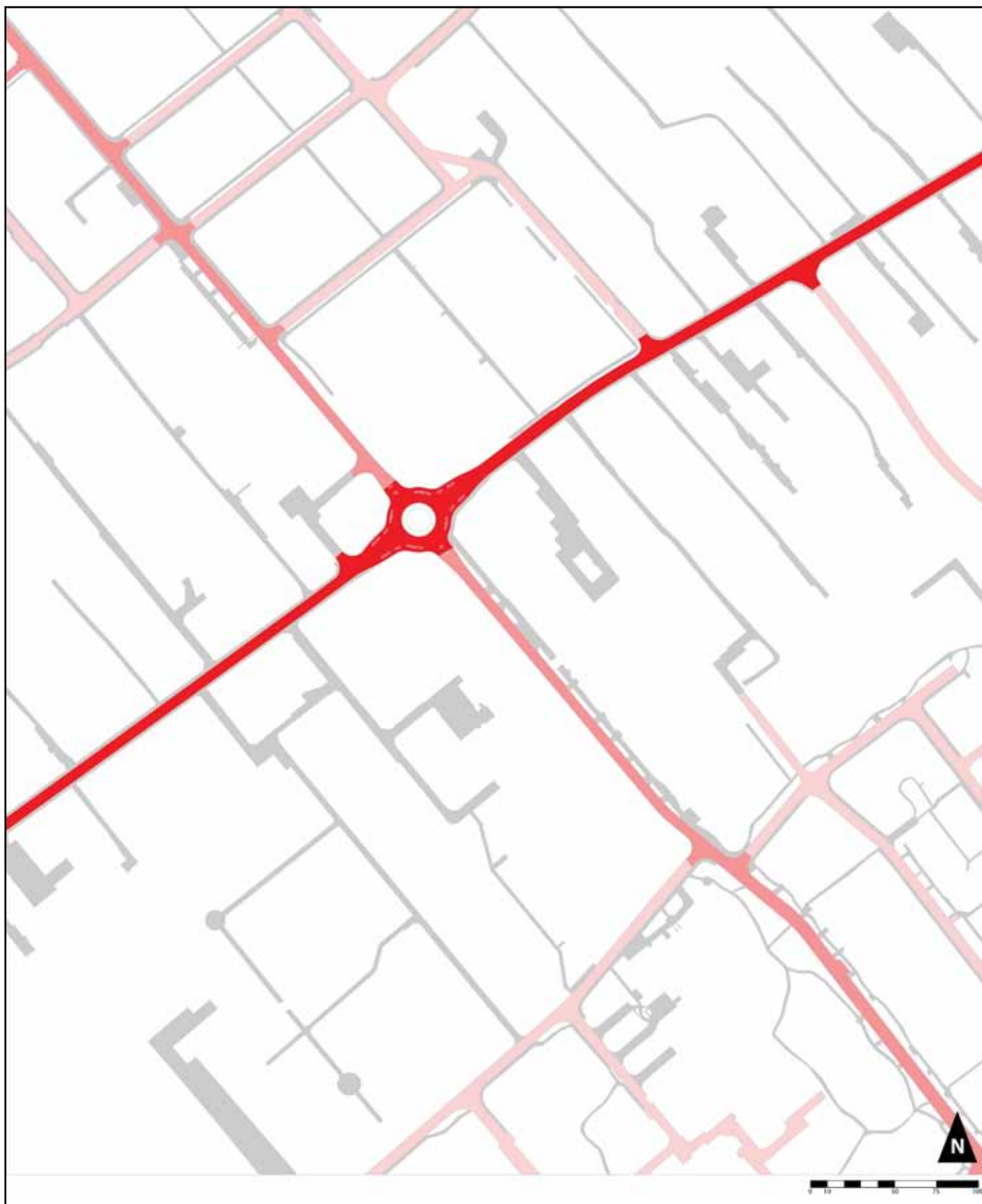
1. Morfologische analyse: Bebouwing



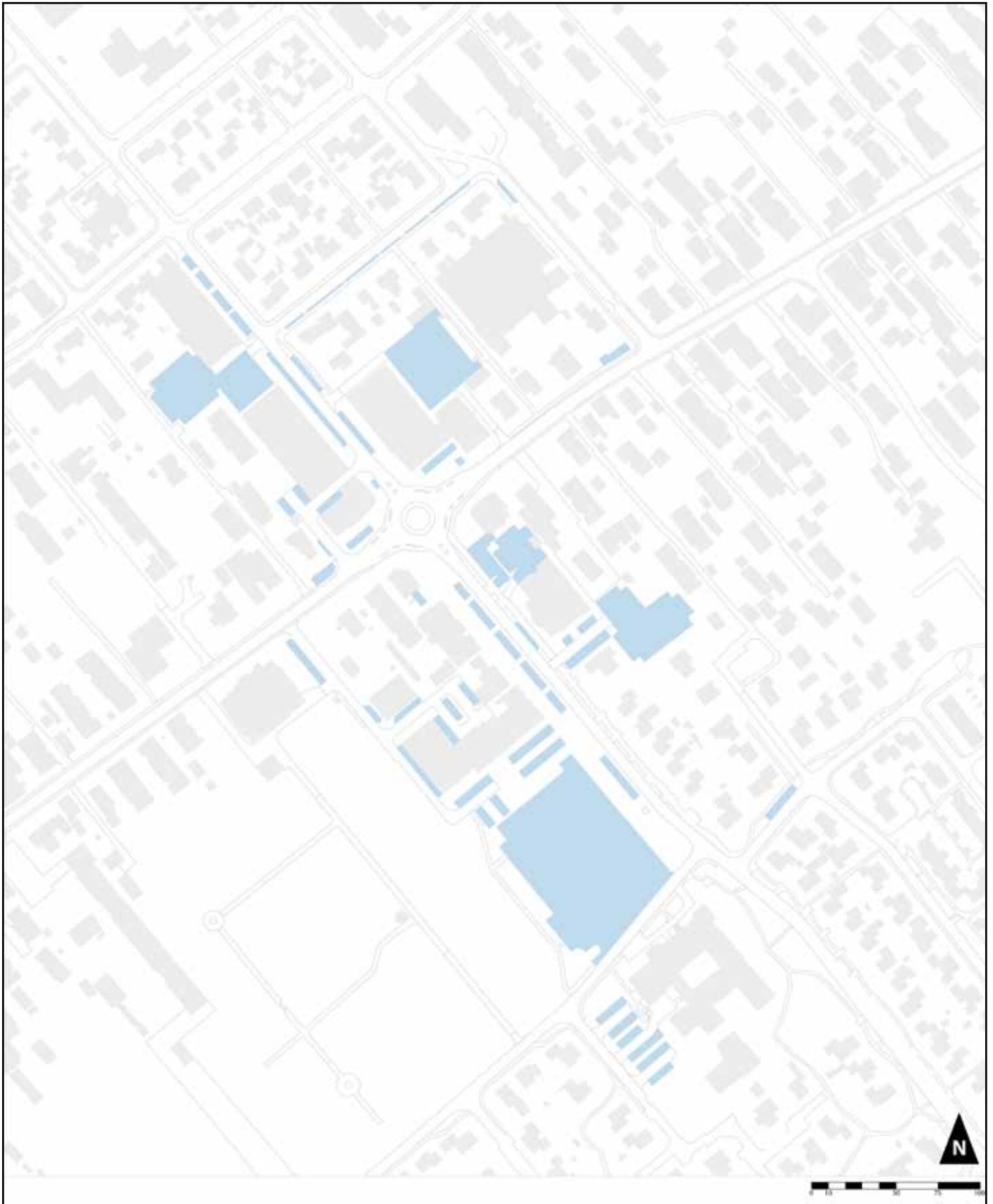
2. Morfologische analyse: Groen- en Waterstructuur



3. Morfologische analyse: Infrastructuur



4. Morfologische analyse: Parkeren



5. Morfologische analyse: Voorzieningen



6. Stakeholdersanalyse

6.1 Het belang van de stakeholdersanalyse.

Een stakeholdersanalyse is één van de belangrijke instrumenten aan het begin van een project. Een stakeholder / actor (ook wel belanghebbende genoemd) is iedere persoon, partij of organisatie die invloed ondervindt of zelf invloed kan uitoefenen op het specifieke project. De stakeholdersanalyse toont de actoren die van belang zijn voor het project, in welke mate dan ook. Het geeft inzicht in hun houding t.o.v. het project: zijn het voor- of tegenstander, wat is hun machtspositie, welke middelen hebben zij tot hun beschikking én in welke mate kunnen zij invloed uitoefenen binnen het project. Met deze informatie kan strategisch worden bekeken hoe er met de actoren omgegaan dient te worden: welke actoren kunnen meer betrokken worden bij het project? Hoe kun je voorstanders voor het project winnen? Op welke wijze dient er met tegenstanders omgegaan te worden? Er moet echter worden opgemerkt dat een stakeholdersanalyse geen statisch gegeven is; in de loop der tijd kunnen er nieuwe stakeholders bijkomen of afvallen en machtsposities kunnen veranderen.

Om het onderzoek binnen de gestelde periode te kunnen voltooien bevat deze stakeholdersanalyse in hoofdlijnen de meest belangrijke actoren voor het winkelgebied van Staphorst. Het voeren van intensieve gesprekken met alle actoren is, bij onderhavig onderzoek, niet van toepassing geweest. Invloed, houding en machtsposities zijn op basis van documentatie en enkele gevoerde gesprekken met verschillende partijen bepaald.

6.2 Betrokken actoren bij het winkelgebied van Staphorst.

De eerste stap in de stakeholdersanalyse voor het winkelgebied van Staphorst is een lijst met alle mogelijk betrokken actoren. Hierbij kan o.a. worden gedacht aan de Provincie Overijssel, de Gemeente Staphorst en alle inwoners van Staphorst en omstreken. Daarnaast zijn hierbij voornamelijk de winkeliers en het winkelend publiek van belang. In deze eerste stap van de stakeholdersanalyse worden de belangen van de actoren en de gewenste situatie door de ogen van de actoren uitgelicht. Een mening over een bepaald project is meestal meer uitgesproken dan het belang van de actor in een bepaald project. Een mogelijke verklaring hiervoor is het strategisch opstellen van de actoren in een netwerk. In tabel 1 zijn de belangrijkste actoren beschreven.

	Belang	Gewenste situatie
Provincie Overijssel	De kern Staphorst als lokaal verzorgend centrum.	- Een volwaardig en compleet verzorgingsniveau op wijkniveau, - Voor zover haalbaar ook op buurt- en dorpsniveau, - Nadruk op de verzorgingsfunctie voor de dagelijkse, wekelijkse boodschappen.
Gemeente Staphorst	Het benutten van kansen ter versterking van de lokale en bovenlokale verzorgingspositie van Staphorst, met ruimte en aandacht voor vernieuwing en versterking van de winkel-functie.	- Concentratie en goede afstemming van het winkel-aanbod. - Versterken complementariteit detailhandel, waren-markt en overige publieksfuncties. - Voldoende, gratis parkeervoorzieningen. - Betere circuitvorming en minder eilandstructuur. - Realiseren hoogwaardige kwaliteit en uitstraling winkelgebied.
Winkeliers / Ondernemers / OSR (Ondernemersvereniging Staphorst Rouveen)	- Afzet vergroten - Complementariteit tussen winkelhart en de warenmarkt.	- Realiseren hoogwaardige kwaliteit en uitstraling winkelgebied. - Profiteren van de nabijheid van het winkelhart. - Marktplaats onderdeel uitmaken van het winkelhart.

Bewoners Staphorst	- Kwalitatief hoogwaardige huisvesting binnen een veilige en prettige leefomgeving. - Beschikken over een functioneel en praktisch ingericht winkelcentrum.	- Overlast van winkelgebied minimaliseren. - Voldoende, gratis parkeervoorzieningen vóór de winkels en overige functies (glasbak, postbus, etc.). - goede afstemming van het winkelaanbod.
Winkelend publiek	- Snel en efficiënt boodschappen doen. - Goede afstemming van het winkelaanbod op de vraag.	- Goede afstemming van het winkelaanbod. - Compact karakter van het centrum van Staphorst. - Voldoende én gratis parkeergelegenheid nabij de winkels. - Sfeervol, gezellig winkelgebied. - Behoud winkelaanbod in het goedkopere segment.
Marktlieden	Complementariteit tussen winkelhart en de warenmarkt.	- Profiteren van de nabijheid van het winkelhart. - Marktplaats onderdeel uitmaken van het winkelhart.
Markt publiek	Snel en efficiënt boodschappen doen.	Voldoende én gratis parkeergelegenheid nabij de markt.
Eigenaren winkelpanden	Winst behalen d.m.v. verkoop / verhuur van vastgoed.	Realiseren hoogwaardige kwaliteit en uitstraling winkelgebied.
Projectontwikkelaars	Waarde creëren in vastgoed	Optimaal afstemmen van vastgoed op de betekenis van een gebied én zijn gebruikers.

Tabel 1: inventarisatie van betrokken actoren bij het winkelgebied van Staphorst

Samenvattend – Wanneer bovenstaande belangen met elkaar vergeleken worden, kan er geconcludeerd worden dat deze min of meer met elkaar overeenkomen, namelijk: ‘het creëren van een kwalitatief winkelgebied, waarbij kansen voor efficiëntie en functionaliteit optimaal worden benut’. Om hier dieper op in te gaan worden de belangrijkste stakeholders nader toegelicht:

De gemeente Staphorst – Voor de gemeente Staphorst is het van belang om de kansen ter versterking van de lokale en bovenlokale verzorgingspositie van Staphorst te benutten, waarbij ruimte wordt geboden én aandacht gegeven voor vernieuwing en versterking van de winkelfunctie. Dit komt overeen met de visie van de provincie Overijssel om Staphorst als lokaal verzorgend centrum in de regio te plaatsen.

De winkeliers / ondernemers / OSR – In een winkelgebied zijn de winkeliers / ondernemers van cruciaal belang, omdat zij voorzien in de vraag vanuit de omgeving met betrekking tot goederen en diensten. Het aanbod en verschillende winkelveorzieningen worden door deze stakeholder verzorgd. Een hoogwaardig kwalitatief winkelgebied, waarbij de warenmarkt complementair is met het winkelhart kan een grotere afzet voor de winkeliers betekenen.

Winkelend publiek – Naast het aanbod vanuit de winkeliers, is de vraag van het winkelend publiek van belang. Zij zijn namelijk degene die gebruikmaken van deze winkelveorzieningen om in hun dagelijkse en primaire behoeften te voorzien. Het overgrote deel van het winkelend publiek zijn de bewoners van de gemeente Staphorst zelf. Zij hebben belang bij een winkelgebied welke functioneel en praktisch is ingericht en waarbij het gebruik van de auto en benodigde parkeervoorzieningen centraal staan.

6.3 Problematiek m.b.t. het huidige winkelgebied van Staphorst

Na het identificeren van de betrokken actoren bij het winkelgebied van Staphorst, wordt er in deze paragraaf een overzicht gegeven van de percepties met betrekking tot de problematiek van het huidige winkelgebied per gebruiker. Deze problematiek wordt gedefinieerd door het verschil tussen de gewenste situatie in de (nabije) toekomst en de huidige situatie.

	Problematiek	Oorzaak
Provincie Overijssel	• Ontbreken van een ruimtelijke visie bij de Gemeente Staphorst.	• Ontstaansgeschiedenis van Staphorst. Voornamelijk de uitbereidingswijken en het winkelgebied.
Gemeente Staphorst	• Matige relatie / verwevenheid tussen kwadranten. • Wisselend kwaliteitsbeeld winkels. • Verkeersveiligheid.	• Het winkelcentrum concentreert zich rondom / nabij de kruising tussen de Gemeenteweg en de Ebbinge Wubbenlaan-Bergerslag. • Sommige panden hebben een lagere beeldkwaliteit door verouderde uitstraling. • Aanwezigheid van blinde winketalages. • Het winkelcentrum concentreert zich rondom / nabij de kruising tussen de Gemeenteweg en de Ebbinge Wubbenlaan-Bergerslag.
Winkeliers / Ondernemers / OSR (Ondernemersvereniging Staphorst Rouveen)	• Sterke winkels buiten het centrum. • Ontbreken van recreatief, 'gezellig' winkel karakter. • Veiligheid.	• Uitwaartse ligging van een aantal subtrekkers als de Blokker en Action. • Buiten de kern Staphorst zijn enkele grootschalige aanbieders in de woninginrichting, doe-het-zelf en bloemen en planten. • Gering aanbod daghoreca, m.u.v. een snackbar. • Onvoldoende stallingsmogelijkheden van fietsen. • Onvoldoende inrichting van het straatmeubilair. • Inrichten van parkeerplaatsen. • Verkeersveiligheid nabij de rotonde. • Verkeersdruk van de Gemeenteweg.
Bewoners Staphorst	• Men vindt het winkelgebied rustig en overzichtelijk, wellicht 'te' rustig.	• Gewenning: een 'ongewone' prikkel wordt steeds meer als normaal ervaren.
Winkelend publiek	• Parkeerbalans nog niet optimaal. • Ontbreken van recreatief winkel karakter.	• Parkeerplaatsen op het marktplein zijn visueel niet direct aangesloten op de, in de strip gevestigde, winkels. • Hogere parkeerdruk in het weekend dan doorde-weeks. • Voornamelijk bij de dagelijkse voorzieningen. • Ontbreken van parkeerbeleid bij Gemeente Staphorst. • Weinig recreatief winkelaanbod (o.a. kleding). • Versnippering van winkelaanbod. • Weinig gevarieerd winkelaanbod.

	• Verkeersveiligheid	• Doorstroming in het centrum. • Veiligheid van de rotonde m.b.t. oversteekplaatsen voor voetgangers.
Marktlieden	• Suboptimale verwevenheid tussen winkels en de markt.	• Ontbreken van een sterke verbinding tussen marktplein en winkelhart.
Markt publiek	• Het marktplein wordt gezien als 'saai', 'kaal' en er ontbreekt een relatie tot het winkelhart, toch praktisch en functioneel.	• Voornamelijk verhard plein (ca. 4.250 m²) • Scheiding tussen marktplein en winkelhart door hoogteverschil en beschoeiing. • Fungeert voornamelijk als parkeervoorziening.
Eigenaren winkelpanden	• Wisselend kwaliteitsbeeld winkelpanden.	• Sommige panden hebben een lagere beeldkwaliteit door verouderde uitstraling. • Aanwezigheid van blinde winketalages.
Projectontwikkelaars	• Zeer beperkte gelegenheid tot projectontwikkeling.	• In de loop der jaren is het winkelgebied verdicht, waardoor er weinig tot geen ruimte overblijft om te ontwikkelen.

Tabel 2: Problematiek rondom het winkelgebied Staphorst.

Samenvattend – De ontstaansgeschiedenis van Staphorst kent een aantal specifieke momenten. Het dorp vindt zijn oorsprong in de lintbebouwing, welke in de loop der tijd meerdere malen is opgeschoven. Uiteindelijk heeft zich industrie gevormd ten zuiden van het lint. Om de arbeiders te voorzien van huisvesting zijn er twee uitbereidingswoonwijken gebouwd: één ten noorden van het lint en één ten zuiden van het lint aangrenzend aan het industrieterrein. Op de kruising van de ontsluitingswegen van de woonwijken en het lint, is uiteindelijk het voorzieningencentrum / winkelgebied ontstaan. Deze ontwikkelingen hebben geresulteerd in een functioneel-ruimtelijke structuur waarbij echter wel enkele knelpunten zijn aan te wijzen. Ten eerste is de datering af te lezen van enkele winkelpanden, welke een lagere beeldkwaliteit en verouderde uitstraling hebben. Ten tweede is het winkelhart in de loop der tijd volgebouwd. Hierdoor hebben een aantal subtrekkers als de Blokker en de Action een uitwaartse ligging ten opzicht van het winkelhart. Ten derde vormen de wegen op de kruising letterlijk en figuurlijk corridors, waardoor looproutes meer verdeeld zijn en er als het ware winkeleilanden zijn ontstaan die op zichzelf functioneren. Een bijkomend gevolg hiervan zijn onveilige verkeerssituaties ter plaatse van dit verkeerspunt.

Daarnaast is het autogebruik, zoals deze is ontstaan in Staphorst en door alle partijen als essentieel aspect wordt ervaren, een belemmering voor een hoogwaardig kwalitatief en optimaal functionerend winkelgebied. Het 'direct voor de deur parkeren' heeft geleid tot een beleving van de openbare ruimte welke wordt gedomineerd door parkeervoorzieningen. De parkeervoorzieningen liggen door het gehele winkelhart versnipperd en bieden weinig mogelijkheden voor een kwalitatieve invulling van de openbare ruimte. Er kan bij sommige verkeerssituaties kan zelfs gesteld worden dat de auto boven de fietsers en voetgangers is komen te staan. Daarnaast wordt door partijen opgemerkt dat de parkeerbalans niet optimaal is: de overvloed aan parkeerplaatsen op het marktplein wordt zelden benut én er is een hogere parkeerdruk in het weekend dan doordeweeks bij de dagelijkse voorzieningen.

6.4 Voorstanders / tegenstanders en hun machtspositie

Een belangrijk onderdeel van de stakeholdersanalyse is het toeschrijven van actoren aan de categorie 'voorstander' of 'tegenstander' van het desbetreffende project. Hierbij bestaat ook de categorie 'bankzitters' waarvan het nog onduidelijk is tot welke groep zij behoren. Bij de houding van de actoren is voornamelijk de machtspositie een belangrijk aspect. In dit onderzoek wordt het onderscheid gemaakt tussen 'productiemacht', 'hindermacht' en een diffuse machtspositie.

Actoren met 'productiemacht' kunnen positief bijdragen binnen het proces en zijn van waarde voor het eindresultaat van het project. Zij zijn belangrijk voor het realiseren van bepaalde doelstellingen, bijvoorbeeld een actor met veel financiële middelen kan ten gunste van de begroting worden ingezet tijdens het proces, om een hogere kwaliteit te behalen bij het eindresultaat.

Actoren met 'hindermacht' kunnen geen positieve bijdragen leveren binnen het proces. Dit maakt samenwerken met deze partijen, in eerste instantie, niet noodzakelijk. Echter, de steun van deze actoren is minstens zo belangrijk, omdat hun macht het proces ernstig kan vertragen al dan niet stilleggen.

Binnen het proces kunnen ook actoren aanwezig zijn waarbij de machtspositie diffuus is. Het gaat hier om actoren met een onduidelijk machtspositie. Daarnaast blijft het de vraag of deze macht ook daadwerkelijk gebruikt zal worden én of deze machtspositie naar verloop van tijd zal veranderen.

	Actoren met 'productiemacht'	Actoren met 'hindermacht'	Actoren met een diffuse machtspositie
Voorstanders	- Gemeente Staphorst - Winkeliers / ondernemers / OSR.	Eigenaren winkelpanden	- Marktlieden - Winkelend publiek
Tegenstanders			
'Bankzitters'	- Provincie Overijssel - Projectontwikkelaars		- Bewoners Staphorst - Markt publiek

Tabel 3: Houding van stakeholders met hun machtspositie.

De gemeente Staphorst – De gemeente Staphorst is een belangrijke stakeholder binnen het proces om tot een verbetering van het winkelgebied te komen. Naast de liquide middelen die zij beschikbaar heeft om de openbare ruimte in te richten en te onderhouden, is zij ook van wezenlijk belang als partij welke regulerend kan optreden en voorwaardenscheppend beleid kan voeren.

De winkeliers / ondernemers / OSR - De eigendomsstructuur in Staphorst is van wezenlijk belang voor de machtspositie van de ondernemers. Zij beheren namelijk de grond inclusief opstal van het winkelgebied. Hierdoor zijn zij tegelijkertijd de eigenaren van de winkelpanden. Dit betekent dat, met uitzondering van een groot deel van de openbare ruimte en de infrastructuur, deze aspecten in privé bezit zijn. Dit geeft de ondernemers een zekere hindermacht, omdat zij zich kunnen afzetten tegen ontwikkelingen indien deze tegen de belangen van de ondernemers ingaan. Daarnaast kunnen de ondernemers een positieve bijdrage leveren aan de inrichting van de openbare ruimte, door bijvoorbeeld enig onderhoud van de openbare ruimte voor eigen rekening te nemen, of meefinancieren aan toekomstige plannen voor de openbare ruimte.

De Crowd – Naast voornoemde machtsposities van de gemeente Staphorst en de ondernemers is het belangrijk om de bijzondere machtspositie van ‘De crowd’ te erkennen. Gevolgen zijn te overzien, wanneer een kleine groep bewoners of winkelend publiek tegen de ontwikkeling is. Echter, wanneer deze groep een zekere omvang bereikt, kunnen zij een belangrijke voorstander of tegenstander worden binnen het proces. Onder het motto ‘samen staan zij sterk’ is het belangrijk om de crowd als voorstander bij het project te betrekken.

6.5 Power - Interest matrix

Afsluitend kan er een matrix worden opgesteld waarin de machtspositie van de stakeholders is gecombineerd met de mate waarin de ontwikkelingen rondom het winkelgebied van Staphorst van belang zijn voor deze stakeholders. Op basis van deze matrix kan er vervolgens strategisch worden bepaald hoe er met de actoren omgegaan dient te worden. Gardner et al. (1986) maken hierbij het onderscheid tussen: key players, keep informed, keep satisfied en minimal efforts. Stakeholders met een hoge machtspositie en welke veel belang hechten aan de uitkomst van het project worden ‘key players’ genoemd. Het is verstandig met deze actoren nauw samen te werken om een bevredigend eindresultaat te behalen. Aan de andere kant dient er, tijdens het proces, een minimale aandacht uit te gaan naar de actoren met een lage machtspositie en weinig belanghebbenden voor uitkomsten van het project.

	Veel macht	Weinig macht
Veel belang	- Gemeente Staphorst - Winkeliers, Ondernemers, OSR - Eigenaren winkelpanden “Key players”	- Bewoners Staphorst - Winkelend publiek “Keep informed”
Weinig belang	- Provincie Overijssel - Projectontwikkelaar “Keep satisfied”	- Marktlieden - Marktpubliek “minimal efforts”

Tabel 4: power-interest matrix.

6.6 Concluderend

Zowel de winkeliers/ondernemers alsook de gemeente Staphorst erkennen dat er kansen liggen om het winkelgebied kwalitatief te verbeteren, waarbij efficiënt en functioneel gebruik van de ruimte optimaal kan worden benut. De belangrijkste conclusie die getrokken kan worden, op basis van deze stakeholders-analyse, is het belang van zowel de gemeente Staphorst alsook de individuele ondernemers om tot een verbetering van ruimtelijke kwaliteit te komen voor het winkelgebied. Beide partijen hechten veel waarde aan een helder ingericht, kwalitatief hoogwaardig en functionele indeling van het winkelgebied en alle bijkomende zaken, als: parkeergelegenheid, openbare ruimte, infrastructuur, inrichting, etc. De gemeente Staphorst kan hierbij de voornaamste bijdrage leveren door middel van haar liquide middelen en voorwaardenscheppend beleid. De ondernemers hebben, door middel van de eigendomsstructuur, een bijzondere positie binnen het winkelgebied gekregen. Doordat zij de grond en opstal in eigen beheer hebben, kunnen zij zich tegen de plannen van de gemeente afzetten, indien zij zich hier niet in kunnen vinden. Een goede, nauwe samenwerking tussen de gemeente Staphorst en de ondernemers is daarom een belangrijke voorwaarde voor het inzetten op een verbetering van het centrum van Staphorst!

7. Aanzetten van groen rondom de rotonde.



afbeelding 29: huidige situatie.



afbeelding 30: toevoegen van groenstructuur.



afbeelding 31: visualisatie eindresultaat



afbeelding 32: huidige situatie.



afbeelding 33: toevoegen van groenstructuur.



afbeelding 34: visualisatie eindresultaat

REFLECTIE OP DE PRESENTATIE VAN 25-09-2013

Door Team 2 is op woensdag 25 september 2013 in de oude Meubelfabriek Talen in Staphorst het plan gepresenteerd voor een publiek dat bestond uit inwoners, ondernemers, ambtenaren en overige betrokkenen bij Staphorst. De setting was zo ingericht dat de koplampen van geparkeerde auto's de presentatie belichten. Dit was een referentie naar één van de elementen in het ontwerp.

Na de presentatie werd tijdens de vragenronde duidelijk dat het plan op verschillende manieren werd ontvangen. Het aanpakken van de auto in Staphorst is niet iets waar de Staphorstenaar makkelijk over denkt. Het parkeren voor de deur is een zo groot gemeengoed geworden, dat ondernemers en inwoners voorbijgaan aan de gevolgen die dit heeft voor de openbare ruimte. Reacties op de presentatie waren dan ook vooral gericht op de gevolgen van het verplaatsen en verwijderen van parkeerplaatsen, waardoor enigszins voorbij werd gegaan aan de kenmerken van het ontwerpvoorstel voor het marktplein.

Wanneer niet wordt gekeken naar het aantal parkeerplaatsen dat verdwijnt, is een krachtig ontwerp te zien dat met subtiële ingrepen de openbare ruimte van het plein teruggeeft aan de gebruiker. Er ontstaan plekken die kansen bieden aan verschillende vormen van gebruik, die tegelijk de vrijheid van het gebruik van de open ruimte niet in de weg staan.

Het doel van het project was om een denkraam te openen waarbinnen de gemeente Staphorst vooruit kan denken over de toekomst. Of deze toekomst het scenario zal worden zoals hiervoor is geschetst blijft uiteraard een vraag. Waar wij op hopen is dat Staphorst gaat nadenken over de vanzelfsprekendheid van de auto in het centrum, welke gevolgen dit met zich meebrengt en er een weloverwogen standpunt over zal innemen.

Wij danken iedereen die betrokken is geweest bij dit project.

De Olifantenkooi in Staphorst, 2013.

