

Terrassenplan

Deventer



Inhoud

Inleiding

<i>Aanleiding</i>	5
<i>Ambitie</i>	5
<i>Analyse</i>	5
<i>Aanpak</i>	9

Beeldkwaliteit

<i>Ambitie</i>	11
<i>Analyse</i>	11
<i>Aanpak</i>	13

Inrichting

<i>Ambitie</i>	15
<i>Analyse</i>	15
<i>Aanpak</i>	17
<i>Beeldbepalende elementen</i>	19
<i>Afbakening</i>	25
<i>Afspraken vastleggen in convenant</i>	29



Inleiding

Aanleiding

Na het opstellen van een nieuw horecabeleid voor de Gemeente Deventer is het opnieuw definiëren van het inrichtingsplan voor de terrassen een logische vervolgstap. Ook de actualiteit speelt hierbij een grote rol: de veranderde regelgeving rondom roken in de horeca versterkt het economisch belang van het terras voor de individuele horecaondernemer. De gemeentelijke wens om verder te dereguleren vertaalt zich bij het opstellen van dit nieuwe terrassenplan in heldere kaders en minder voorschriften. Dit beeldkwaliteitplan omvat de stappen ambitie, analyse en aanpak. Daarop volgt de uitwerking naar oplossingsrichtingen.

Ambitie

Vanuit een breder economisch- en toeristisch-economisch perspectief is het de ambitie om een sterkere, concurrerende binnenstad te verwezenlijken. Met het nieuwe terrassenplan kan kwaliteit en samenhang in de binnenstedelijke hoofdruimten worden versterkt. De beeldkwaliteit is daarbij leidend. Binnen dit kader is het vervolgens wenselijk om ruimte te scheppen voor een sterk ondernemersklimaat.



Analyse

Bij het herinrichten van de Brink als verblijfsplein in 1992 werd nieuw terrassenbeleid voor de terrassen vastgesteld. Daarbij was een van de belangrijkste richtlijnen de keuze voor uniforme materialisatie van tafels en stoelen om hiermee een samenhangend beeld te creëren. Het was op dat moment nog niet voor te stellen dat de terrassencultuur zo'n omvang zou nemen en de invloed van de terrassen op het ruimtelijk beeld zo sterk bepalend zou worden.





In de jaren '90 had ook de klimaatverandering ingezet. Mede door de zachtere winters gingen ondernemers jaarrond terrassen exploiteren. Oorspronkelijk waren er geen echte winterterrassen. De winteropstelling was slechts de aanduiding van een horeca-etablisement; daar, waar een rij stoelen tegen de gevel aan stond, kon men een café verwachten. Met de opkomst van het jaarrondterras is de uitstraling van de terrassen continu bepalend voor het beeld van de binnenstedelijke ruimte.

Door de introductie van nieuwe trends zoals loungen, ontstond een grote verscheidenheid aan meubilair, zoals ligstoelen. Mode in meubilair bleef uiteraard ook belangrijk. Zo beïnvloedde de trend van steigerhouten meubilair het terrasbeeld in de afgelopen jaren sterk. Ook het kleurengamma blijft mee verschuiven met de heersende mode.

Horecaondernemers hebben behoefte aan individualiteit en hebben de neiging hun concept naar buiten te vertalen: de buitenruimte wordt zo een verlengstuk van de binnenruimte. Dit staat op gespannen voet met het streven naar een *chique en ingetogen* beeld van de buitenruimte als beschreven in het beeldkwaliteitplan voor de binnenstad.

De toegenomen omvang van de terrassen zorgt ook voor een nieuwe problematiek: de wens om meubilair onzichtbaar op te slaan wordt vrijwel



onhaalbaar door de grote hoeveelheid meubilair. De nu schijnbaar onvermijdelijke opslag van stapels meubilair in de openbare ruimte doet grote afbreuk aan de beeldkwaliteit van de representatieve hoofdruimtes van de stad. Het nieuwe horecabeleid verruimt de sluitingstijden van de horeca. De terrassen dienen echter om 01:00 uur gesloten te worden. Het naar binnen verplaatsen van het meubilair wordt hiermee feitelijk onmogelijk, waardoor de druk op de openbare ruimte toeneemt. In de praktijk was binnenopslag van meubilair al problematisch vanwege ruimtegebrek.





Aanpak

Met bovenstaande ontwikkelingen ontstond dringende behoefte aan een nieuw terrassenplan. Sinds het uitkomen van de vorige terrassenrichtlijn is de organisatiegraad bij de ondernemers sterk toegenomen, waardoor het mogelijk wordt de ondernemers zelf een grotere rol te laten spelen in het formuleren van het terrassenplan en het organiseren en uitvoeren van de praktische aspecten hiervan. Het terrassenplan wordt samen gemaakt en uitgevoerd.

Een nieuw terrassenplan biedt ruimte voor individualiteit van horecaondernemingen, maar wel binnen helder gedefinieerde kaders zodat de kwaliteit en de samenhang van de openbare ruimte worden gewaarborgd. Het economisch-toeristische belang van de stad wordt hiermee gediend.





Beeldkwaliteit

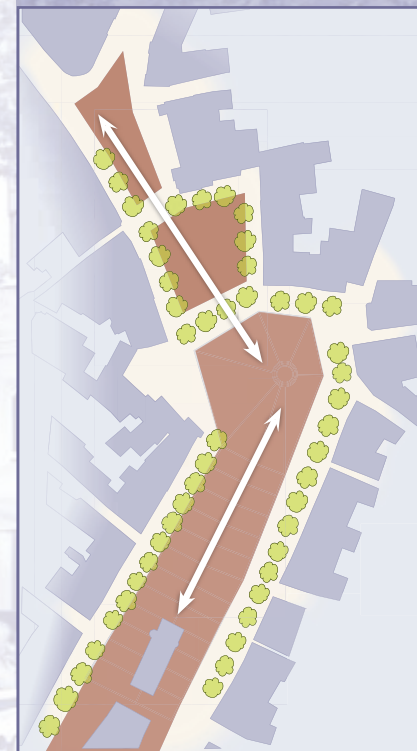
Ambitie

In de visie voor de binnenstad Ruggengraat voor de Stad en in de pleinennota wordt de visie *chique en ingetogen* voor de binnenstad van Deventer neergezet. De opstelling die uit deze beleidsstukken spreekt zou de basis moeten zijn voor het te formuleren terrassenplan.

Analyse

De terrassen op de pleinen bestaan niet als losse eenheden. Ze maken onderdeel uit van de beleving van de binnenstad van Deventer als geheel. Het beeldkwaliteitplan gaat over het decor van de binnenstad: pleinen, de gebouwen, de gevels en het stedelijke tapijt. Een goed decor is noodzakelijk om de opvoering tot een succes te maken.

De toerist komt niet naar de Deventer binnenstad voor het individuele terras, maar voor de beleving en de sfeer van de totale stedelijke ruimte. Het is een wisselwerking tussen de economische bedrijvigheid en het stedelijk decor, waarbij beide ingrediënten noodzakelijk zijn voor succes.



Open zichruimte



Het stedelijke decor moet naast horeca bovendien ook ander gebruik accommoderen; kermissen, markten en grootschalige evenementen zoals Deventer op Stelten en het Dickensfestijn. In de verdere uitwerking van de opstelling van de terrassen wordt het van elementair belang dat opnieuw gekeken wordt naar de relatie tussen de terrassen en het gebruik van de open pleinruimte. Zo is het nodig dat de opstelling van de markt opnieuw geëvalueerd wordt, waarbij de relatie tussen kraam en terras scherp onder de loep wordt genomen. Nu staan de achterkanten van de kramen naar de terrassen toe. De markt heeft een gesloten, naar binnen gerichte vorm waardoor geen ruimtelijke relatie ontstaat met de terrassen. De buitenste ring van de marktkramen zou naar buiten gericht moeten worden. Zo ontstaat een kijkrelatie tussen terras en marktpassanten, en wordt de markt visueel interessanter vanaf de terrassen.

Aanpak

De huidige beleidskaders zoals het bestemmingsplan voor het beschermd stadsgezicht, het beeldkwaliteitplan Kwaliteit voor ogen en de welstandsnota zijn helder gedefinieerd. Er hoeft daarom over een groot aantal inrichtingsdetails geen uitspraak te worden gedaan. Belangrijk veld om de aanpak op te



concentreren is het stellen van heldere, eenduidige kaders op het gebied van ruimtebeslag, afbakening, en beeldverstorende elementen.



Inrichting

Ambitie

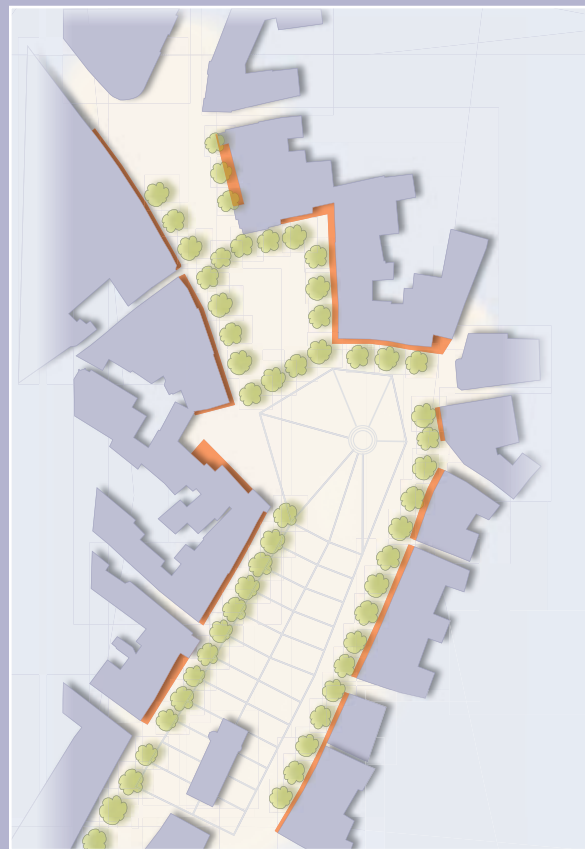
De inrichtingsambitie moet zijn om de visie *chique en ingetogen* in de praktische inrichting toe te passen. Verder speelt de eenduidigheid van inrichtingskeuze hierin een grote rol. Dit vertaalt zich in heldere kaderstelling.

Analyse

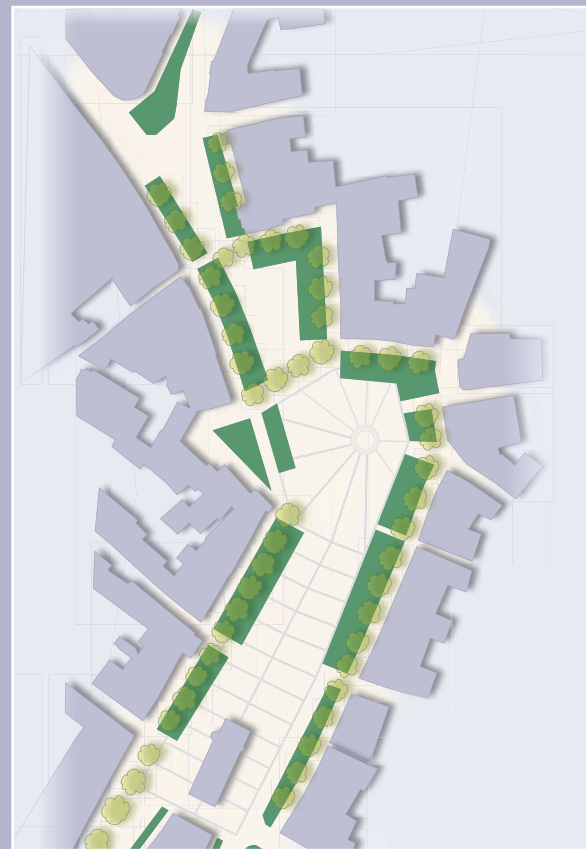
Het huidige terrassenbeleid schrijft strenge eenvormigheid van meubilair voor. Meubilair is echter sterk aan mode onderhevig. Zo is het voorschrift om rieten of rotan stoelen te gebruiken daarmee al achterhaald.

De keuze voor eenduidig materiaal was bedoeld om de plaatsing te voorkomen van plastic Hartman stoelen en aluminium meubilair, dat ten tijde van de vorige terrassenrichtlijn in de mode was. Men wilde op deze manier een rustig, uniform beeld genereren. Oplossingen voor terrasmeubilair werden gevonden in de aanschaf van riet en rotan meubilair. Dit is intussen door ondernemer creatief vertaald naar rotanlook in plastic en aluminium en recenter naar loungemeubilair met "weerbestendig vlechtwerk".





Gevelterras



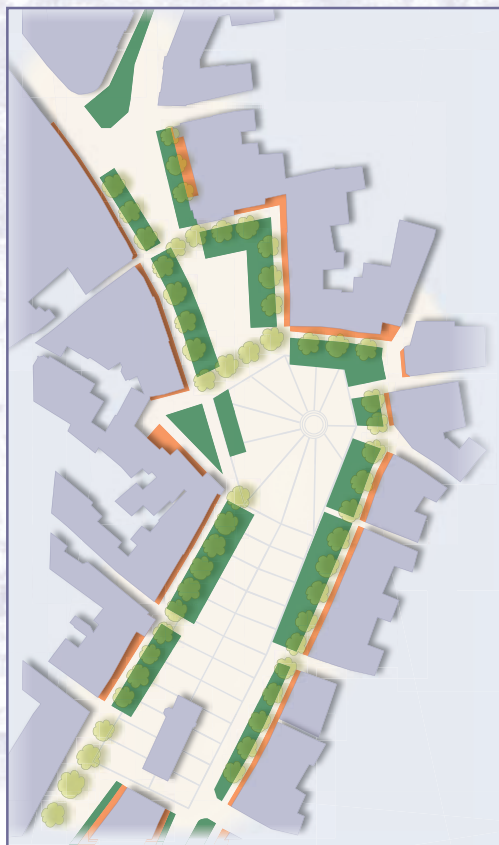
Pleinzoom

Aanpak

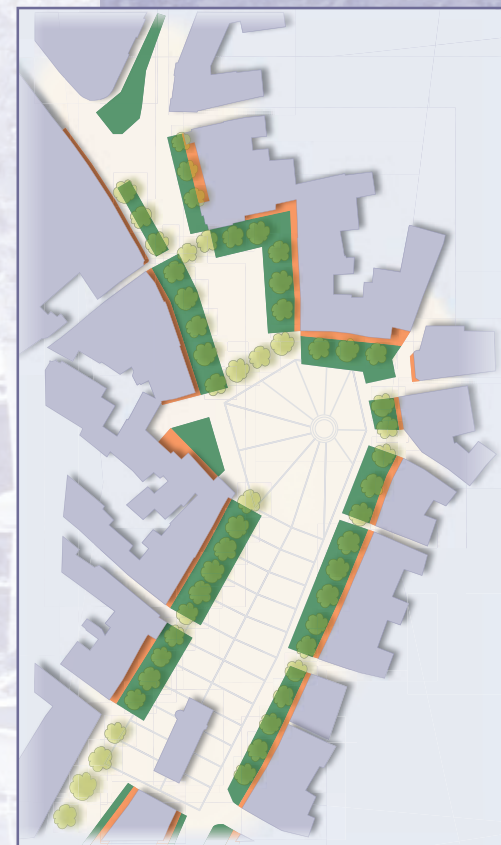
Uit de bovenstaande analyse blijkt dat het kiezen voor een specifiek materiaal blijkbaar het risico in zich draagt dat deze keuze wordt ingehaald door de mode en vervolgens ontrokken omdat het een goede en moderne bedrijfsvoering in de weg zou kunnen staan. Het kiezen voor een nieuwe materiaalrichtlijn zou daarom net zo kwetsbaar kunnen zijn.

Beter is het om in het geheel geen richtlijnen op meubilair aan te geven, maar op de grote beeldbepalende elementen en op de afbakening en omvang van de terrassen te sturen. In het grotere geheel vallen details als type stoel of kleur van een kussentje immers weg, terwijl de reclameparasol of schotten met opdringerige leuzen al van een grote afstand opvallen als blijvende verstoring van het stedelijk decor.

Kortom, in deze visie sturen we op de visuele hoofdlijnen. Om dit te bereiken zal er kader worden neergezet wat betreft ruimtebeslag, afbakening, parasols, beeldverstorende elementen en overige elementen.



Totaalbeeld terrasopbouw (schematische weergave)



Terrasopbouw op marktdagen (schematische weergave)

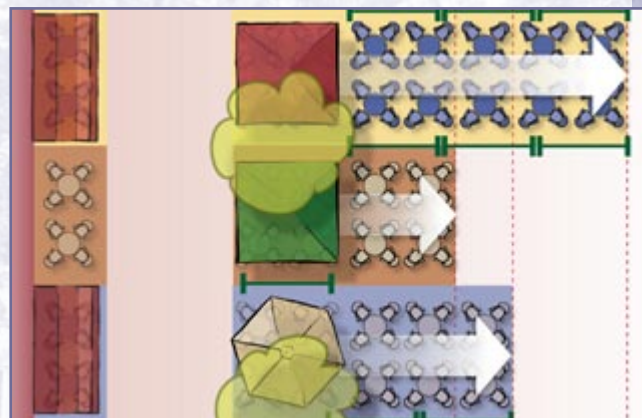


Beeldbepalende elementen

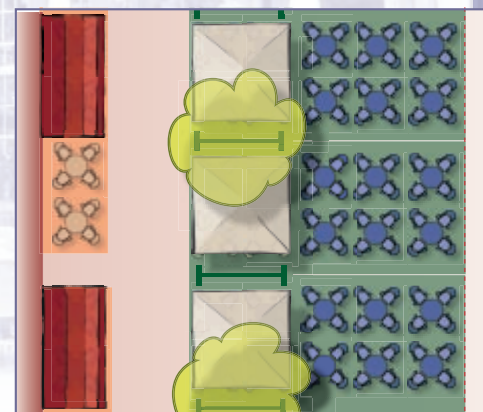
Ruimtebeslag

Op dit moment bepaalt de individuele ondernemer in overleg met de gemeente het ruimtebeslag op de pleinruimte. Als ordenend principe werkt dit systeem uitstekend op een kleinere schaal, zoals in een straat. Maar op een plein is dit principe, gezien de diepte van de terrassen, in de praktijk niet werkbaar. De relatie tussen pand en terras is door de grote afstand onleesbaar geworden. De terrassen lijken met elkaar te concurreren in vormgeving en diepte, en dit heeft een sterke visuele verrommeling tot gevolg.

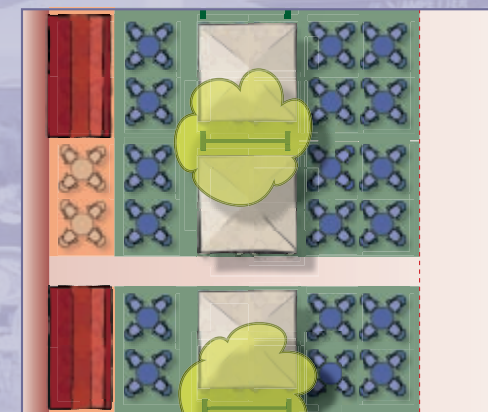
Er is dus behoefte aan een nieuw ordenend principe voor de pleinen. De ligging en diepte zullen worden voorgeschreven door middel van eenduidige zonering. Bij zonering gaat de beleving van de totale ruimte boven het belang van de individuele ondernemer en de maximalisatie van het individuele terras. Verschil in diepte per terras is niet wenselijk. De aanwezige begrensd zones in de verharding zoals rabatstroken, stoepen en tegelvlakken bepalen de diepte van het terras. De breedte van het terras wordt bepaald door de breedte van de gevel van het horecabedrijf. Voor de heldere ordening en zonering zal de gemeente de benodigde grondpotten in de verharding aanbrengen.



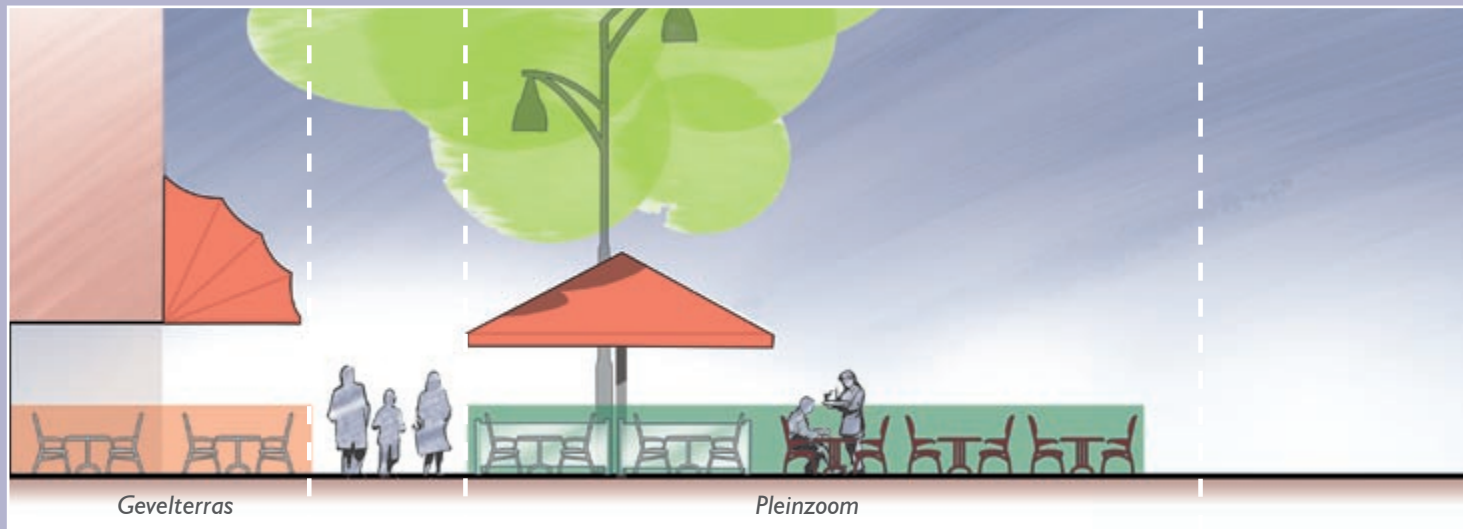
Huidige ordening



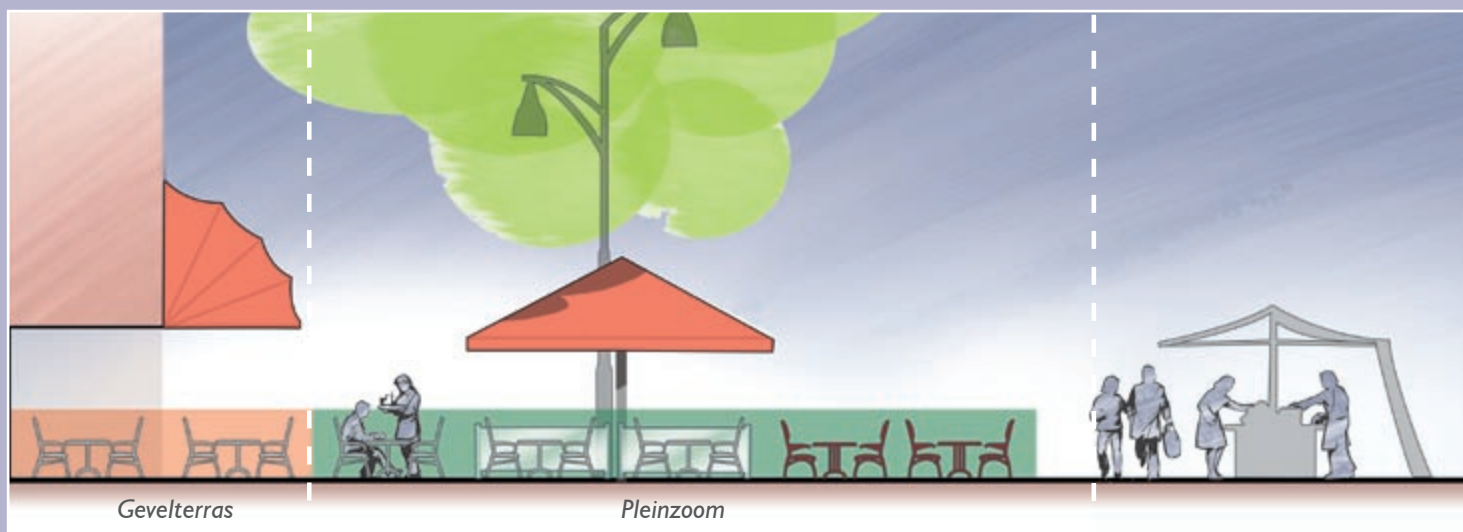
Nieuwe ordening zonder markt



Situatie met markt



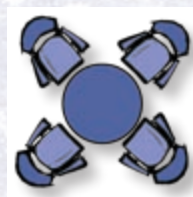
Situatie zonder markt



Situatie met markt

Gevelterras:

Het gevelterras is de direct aan de gevel grenzende uitstallingruimte. De eisen van het bestaande beeldkwaliteitplan, welstandsnota en bestemmingsplan voor het beschermd stadsgezicht zijn daarom van toepassing. De invulling van het gevelterras wordt bepaald door de ondernemer binnen deze kaders.



Tafel en stoelen



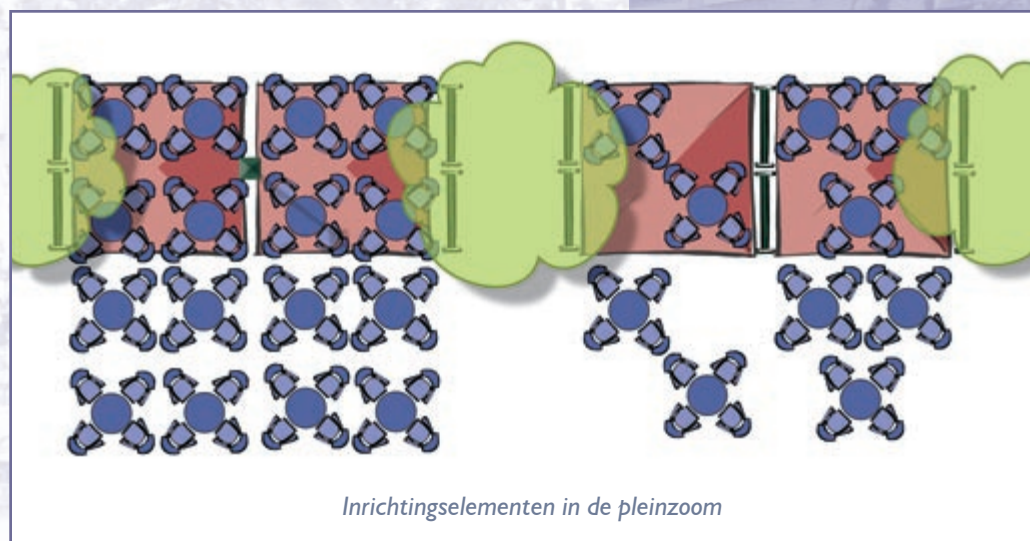
Schermen



Parasol

Pleinzoom:

De pleinzoom is de terrasruimte die door een looppad wordt gescheiden van het gevelterras en niet verder reikt dan de pleinrand. De pleinrand wordt aangegeven door een hardstenen band of molgoot. De pleinzoom is bepalend voor de beleving van de totale ruimte omdat deze de open ruimte afzoomt. In deze zone staan alle inrichtingselementen van de openbare ruimte zoals lantarenpalen, bomen en banken in een strak gelid. Terrassen in deze zone zouden op de zelfde manier moeten fungeren. Parasols, schermen en meubilair zullen in de nieuwe aanpak onderdeel worden van deze ordening. De positie van de vaste terraselementen voor de pleinzoom zoals parasols en windschermen wordt door de gemeente nauwkeurig vastgelegd. De vormgeving van deze elementen wordt gemeenschappelijk bepaald. Zo ontstaat een vanzelfsprekende samenhang en een kader voor het individueel aan te schaffen terrasmeubilair.



Inrichtingselementen in de pleinzoom



Open pleinruimte:

De pleinen zijn de belangrijkste gemeenschappelijke binnenstedelijke ruimten. Het is onwenselijk om deze publieke ruimte visueel in pseudo-private ruimten op te knippen. De pleinruimte moet zich als ruimtelijke eenheid laten lezen. Op de pleinruimten zelf is er in principe geen mogelijkheid voor terras. Voor de Brink wordt op deze regel een uitzondering gemaakt op de niet-marktdagen. Op de marktdagen loopt het pleinzoomterras tot maximaal de pleinrand. Op die marktdagen is er daardoor geen ruimte van een looppad tussen het gevelterras en pleinzoomterras.

De mogelijkheid van handhaving van het looppad langs het gevelterras wordt wel wenselijk geacht op de niet-marktdagen. Op niet-marktdagen is er ook ruimte om daar waar nodig voor het looppad het pleinzoomterras met de breedte van het looppad over de pleinrand op het plein te plaatsen. Voor de pleinruimte en pleinzoomterras en de overgang daartussen wordt het van het grootste belang om de begrenzing en het ruimtebeslag aan heldere kaders onderhevig te maken. In deze ruimte is de stedelijke beleving voor alles bepalend. Daarbij moet worden gedacht aan zichtlijnen, heldere routing, en zal het credo *chique en ingetogen* leidend zijn.





Afbakening

Windschermen:

De huidige windschermen worden geleverd door brouwerijen, en zijn meestal reclamedragend. Omdat horecaondernemingen door verschillende brouwerijen worden bediend, ontstaat een opstapeling van verschillende reclamedragers, ontworpen om vanaf grote afstand herkenbaar te zijn. Dit is vanuit het aspect beeldkwaliteit onrustig en onwenselijk.

Doordat schotten en plantenbakken om het terras heen worden gezet ontstaan op dit moment een soort eilandjes op straat, die het terras lijken te onttrekken aan de openbare ruimte. De samenhang van ruimte op een hoger schaalniveau maakt het juist wenselijk dat de terrassen echt op de pleinen staan. Daarom zullen scheidingsschermen alleen nog maar haaks op en niet evenwijdig aan de gevel worden geplaatst. Plantenbakken en andere als afscheiding gebruikte elementen zijn beeldverstorend en daarom niet toegestaan.

De voorgestelde oplossingsrichting is om transparante, niet reclamevoerende en uniform doorgevoerde schermen voor te schrijven om zo een eenvoudig en niet opdringerig beeld te genereren.



Zo wordt de samenhang tussen gevel en openbare terrasruimte weer hersteld. Tussen twee aangrenzende horecaondernemingen wordt maar één terrasafschieding geplaatst.



Parasols

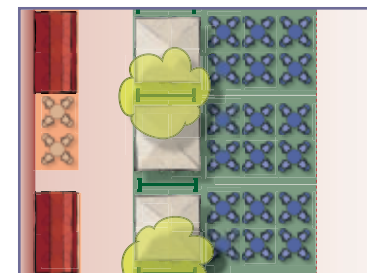
De bestaande terrasparasols worden net als de windschermen geleverd door brouwerijen en zijn eveneens vaak reclaimedragend. De parasols zijn echter nog veel groter en dominanter in het beeld dan windschermen. Dit levert een visuele kakafonie op van kleuren, formaten, materialen en bedrukkingen.

De visuele verstoring die hierdoor ontstaat, doet grote afbreuk aan de kwaliteit van de stad. De voorgestelde oplossingsrichting is om per stedenbouwkundige ruimtelijke eenheid een eenduidige keuze te formuleren, in overleg met de gezamenlijke horecaondernemers. Uitgangspunt is te komen tot eenvormige parasols van gelijke kleur. Daarbij zal als richtlijn gelden dat de reclamevoering op de parasol alleen betrekking heeft op de naam van het horecabedrijf en dat de parasol niet uitsteekt buiten de terrasafbakening. De gemeente zal het plaatsen van de grondpotten naar zich toetrekken. Op deze manier kunnen de parasols in een vast stramien worden geplaatst zodat een samenhangend plaatsingsbeeld ontstaat.

Organisatie

De ondernemer kan in de gevelzone en pleinzoom zijn meubilair laten staan, mits dit 's nachts na terrasluitingstijd wordt vastgezet. Omdat hiermee de ruimte voor de individuele opslag van meubilair tegen de gevel komt te

vervallen moet in het geval van een eventueel gewenste opslag van terras(delen) tijdens bijvoorbeeld de wintermaanden naar een alternatieve, gemeenschappelijke manier van opslag worden gezocht. De Stichting Deventer Binnenstadsmanagement zal hiervoor in aanmerking komende locaties samen met de daar gevestigde ondernemers een plan opstellen. Het binnenstadsmanagement is verder verantwoordelijk voor de toepassing van de intentie van het beeldkwaliteitplan. Het verlenen van de vergunning, de handhaving en toetsing blijven een gemeentelijke verantwoordelijkheid. Hierdoor ontstaat vanzelf een eenheid in vorm en daarmee de beoogde *chique en ingetogen* rust in het pleinbeeld.



Afspraken vastleggen in convenant

De gemeente Deventer, Koninklijk Horeca Nederland, afdeling Deventer en de Stichting Deventer Binnenstad gaan een convenant aan waarin zij een goede regeling en realisatie van het hierboven voorgestelde terrassenplan vastleggen door middel van een aantal heldere afspraken. Zo ondersteunt het nieuwe terrassenplan de totstandkoming van kwaliteit en samenhang in de binnenstedelijke hoofdruimten. De inrichtingsambitie chique en ingetogen wordt in dit convenant vertaald in door gemeente, horeca en binnenstadsmanagement gewenste praktisch uitvoerbare en eenduidige en heldere kaders en maatregelen voor terrassen. Resultaat daarvan is het realiseren van een fraai en gastvrij stadsbeeld.