

De binnenstad van Zwolle anno 2030

Contouren van de historie vormen
de fundatie voor een gelukkige
toekomst

AlphaRainbow

MARKETING STRATEGY & EXECUTION
COACHING - CONSULTING - TRAINING - FULL SERVICE

Ir. Michiel van Beek
Januari 2016



Enjoy more marketing success!

A person in a dark jacket is shown from the side, reaching out with their right hand towards a bright, bokeh-lit background. The background consists of many out-of-focus light spots, creating a dreamy, ethereal atmosphere. The person's hand is positioned in the lower right quadrant of the frame, with fingers slightly spread. The overall color palette is dominated by dark blues and purples, with the bright bokeh lights providing a strong contrast.

Zwolle heeft het
wel maar laat het
vaak niet zien



Enjoy more marketing success!

Inhoud

- I. Aanleiding
- II. Doelstelling
- III. Plan van aanpak
- IV. Resultaten
- V. Visie 2030
- VI. Concreet



I. Aanleiding

Het maatschappelijke veld, de tijdgeest en daarmee de rol van de overheid is ten opzichte van drie jaar geleden veranderd.....



II. Doelstelling

Het formuleren van een inspirerende, uitdagende en concrete visie voor 2030 die energie, inspiratie en richting geeft aan projecten om de visie te verwezenlijken in 2030



III. Plan van aanpak

De visie is het product van
samen werken

2911
burgers

86
experts

117
ondernemers

35
studenten

XL uren
desk research



Enjoy more marketing success!

III. Plan van aanpak

De visie is het product van
samen werken

2911

burgers

86

experts

117

ondernemers

35

studenten

XL hrs

desk research



Enjoy more marketing success!

IV. Resultaten

Waar staan we?
Wat verandert?
Visie 2030



Enjoy more marketing success!



Vernieuwing, handelszin en talentontwikkeling vormen het DNA van Zwolle



Thomas
A Kempis



Johannes
Cele



Geert
Grote



Hanzestad
Zwolle

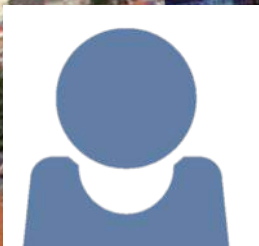
Bron: Geschiedenis van Zwolle



Enjoy more marketing success!



De intensiteit in de binnenstad is de afgelopen 12-15 jaar toegenomen



+600
aantal
inwoners



+400
aantal
HH



+125
bedrijven



+20
horeca



+1300
aantal
werkers

Bron: Gemeente statistieken





De leefbaarheidsscore
in de binnenstad is
stabiel en erg hoog

9

2002

8

2008

9

2012

9

2014

Bron: Leefbaarometer, Ministerie van binnenlandse zaken



Enjoy more marketing success!



De veerkrachtige binnenstad

Beleidsstudie



Zwolle is
bruisend in een
sterke regio en
heeft met 9
andere steden
de hoogste
A-classificatie

Bron: PBL 2015 De veerkrachtige binnenstad



Enjoy more marketing success!



Qua overall toeristisch imago scoort Zwolle net een voldoende: 6,5

56% (63%)
is (zeer) positief
in 2014 (2010)

18% (13%)
vindt stad niet
aantrekkelijk
voor bezoek in
2014 (2010)

11
positie van Zwolle
in de 12
onderzochte
steden

Bron: Toeristisch imago onderzoek 2014 | NBTC-NIPO-LAGROUP





Panel raadt binnenstad
meer aan om te bezoeken
dan om te werken/wonen



Bezoeken
8,1



Wonen
7,0



Werken
7,0

Bron: Online burgerpanel enquête





Aspecten die goed beoordeeld worden zijn



Bron: Online burgerpanel enquête



Enjoy more marketing success!



Omlijnde cirkels hebben feitelijk impact op aanbevelen met zekerheid > 90%



Aspecten die voldoende beoordeeld worden zijn



Bron: Online burgerpanel enquête



Enjoy more marketing success!



Omljnde cirkels hebben feitelijk impact
op aanbevelen met zekerheid > 90%



matig tot onvoldoende beoordeelde aspecten

6,4

GROEN &
NATUUR

6,4

WINKELS

6,3

VAN DEZE
TIJD

6,0

BRUISEND

5,7

PARKEREN

5,7

WONEN

Bron: Online burgerpanel enquête



Enjoy more marketing success!



Omljnde cirkels hebben feitelijk impact
op aanbevelen met zekerheid > 90%



Verbeteren van 7 aspecten beïnvloedt het aanbevelen



Bron: Online burgerpanel enquête / bewerking insinto



Enjoy more marketing success!



Omljnde cirkels hebben feitelijk impact op aanbevelen met zekerheid > 90%

58% van de respondenten heeft één van de onderstaande 8 tips gegeven

Burgerpanel



1648 Tips van burger panel

390 keer benoemd



SPECIALE WINKELS

108 keer benoemd



HISTORISCH KARAKTER

96 keer benoemd



LEEGSTAND AANPAKKEN

86 keer benoemd



MEER GROEN

78 keer benoemd



MEER HORECA

73 keer benoemd



BUS IN BINNENSTAD

59 keer benoemd



OPENINGS-TIJDEN VRIJ

52 keer benoemd



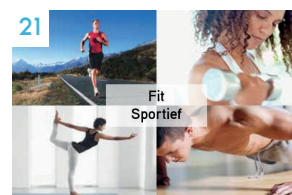
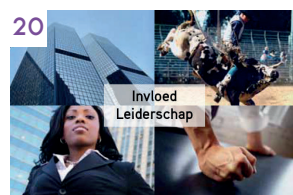
BIBLIOTHEEK IN CENTRUM

Bron: Online burgerpanel enquête



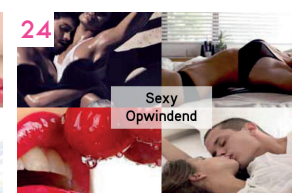
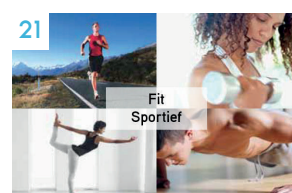
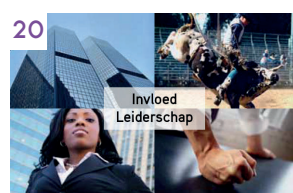
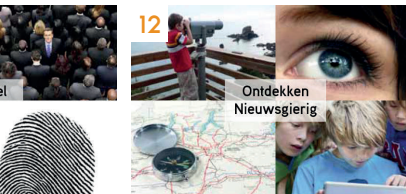
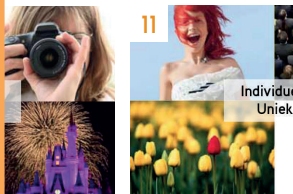
Enjoy more marketing success!

24 drijfveren die belangrijk zijn



Enjoy more marketing success!

Sommige SOMS belangrijker



dan andere...



Idealisme
Beter wereld



Ontspannen
Zorgeloos



Vaardig
Talent



Bezit
Verzamelen



Warm
Zorgzaam



Prestatie
Vooruitgang



Uitdaging
Winnen



Trots
Zelfverzekerd



Gezondheid
Voeding



Orde
Structuur



Individueel
Uniek



Waardering
Erkenning



Mooi
Schoonheid



Veilig
Beschermd



Ontdecken
Nieuwsgierig



Aanzen
Prestige



Sexy
Opwindend



Enjoy more marketing success!



Prominente drijfveren in 2015: Schoonheid, verbinding, veiligheid, nieuwsgierigheid, structuur, trots.



Bron: Online burgerpanel enquête





Gewenste drijfveren voor 2030 Veiligheid, verbinding, fantasie, schoonheid, ontdekken, plezier.



Bron: Online burgerpanel enquête

Bron: Online burgerpanel enquête





Gewenste verbeteringen



81 %

HISTORISCH
KARAKTER



63 %

WINKEL
AANBOD



58 %

SCHOON
VERZORGD



57 %

PROMOTIE



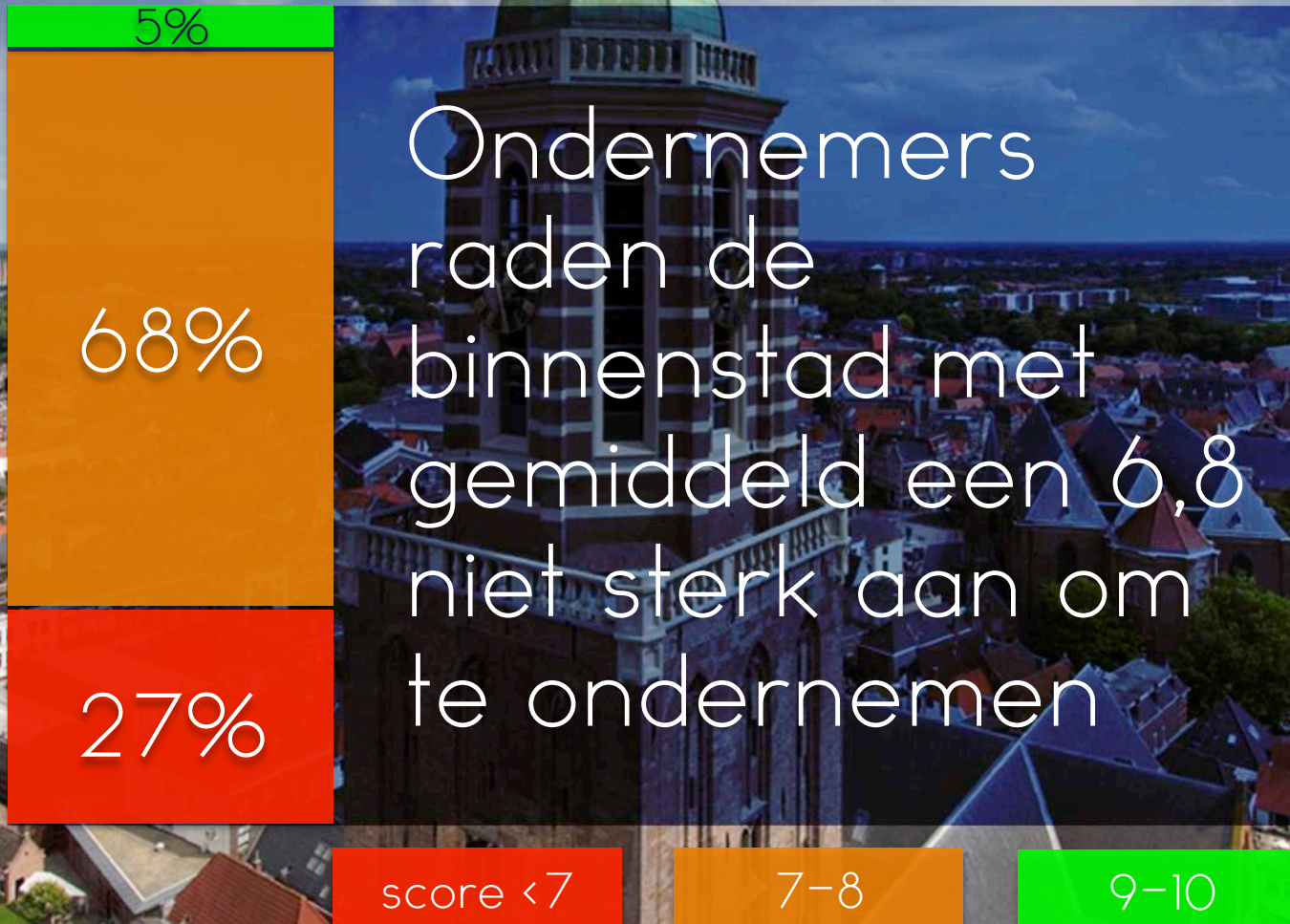
56 %

VERBINDING
MENSEN

Bron: Online burgerpanel enquête

Top box: (helemaal) mee eens





Bron: Ondernemers enquête





Aspecten die goed beoordeeld worden zijn

7,9

HISTORISCH
KARAKTER

7,6

UIT ETEN

7,6

CULTUUR

7,5

SFEER

Bron: Ondernemers enquête





Aspecten die voldoende beoordeeld worden zijn

7,3

BEZIENS
WAARDIG

7,2

TERRASSEN

7,2

UITSTRALING

7,1

ACTIVITEITEN

7,0

VEILIG

6,9

SCHOON

Bron: Ondernemers enquête





Onvoldoende beoordeelde aspecten

6,1

(OPENING)
WINKELS

5,9

NETWERK &
FIETSBELEID

5,8

BEREIKBAAR

5,4

WEG
WIJZERS

5,3

BINNENSTAD
PROMOTIE

5,3

SAMENWERK
GEMEENTE

5,0

REGEL
GEVING

4,5

PARKEREN

Bron: Ondernemers enquête



117 ondernemers hebben het volgende het meest genoemd

Ondernemers



Tips van ondernemers

50 keer benoemd



SAMEN-
WERKEN

48 keer benoemd



PARKEREN

23 keer benoemd



OPENINGS-
TIJDEN

22 keer benoemd



UITSTRALING

16 keer benoemd



LEEGSTAND

15 keer benoemd



BEWEG-
WIJZERING

14 keer benoemd



WINKEL-
AANBOD

12 keer benoemd



ACTIVITEIT

Bron: Ondernemersklimaat enquête



Enjoy more marketing success!



Volgens de experts staat de binnenstad voor



Verbonden
Samen



Mooi
Schoonheid



Veilig
Beschermd

Samen is een kernbegrip van Zwolle

Grachtengordel en de historische binnenstad

Altijd veilig over straat

Zwolle

3
EXPERT
QUOTES



"Samen is een van de kernbegrippen van Zwolle."

"Iconen zijn de grachtengordel en de historische binnenstad."



"Een dorpse stad, er wordt naar veel mensen omgekeken."



Enjoy more marketing success!

Experts



Volgens de experts moet de binnenstad meer met het talent doen dat er is. Talent benutten en dit laten terug komen in het stadsbeeld.



Enjoy more marketing success!

Wat verandert er?

Experts



Showroom
Specialist
Online



Woonfunctie
neemt toe



Toerisme
neemt
toe



Technologische
logistiek



Horeca neemt
toe



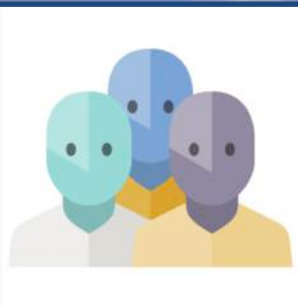
Enjoy more marketing success!

DESTEP

Experts



DEMOGRAFIE



Vergrijzing en
vergroening
Multicultureel

ECONOMIE



Toerisme
Horeca
Retail

SOCIAAL - CULTUREEL



Meer samen
Deeleconomie
Jong en oud

TECHNOLOGIE



Logistiek
Duurzaam
Shoppen

ECOLOGIE



Meer groen
Minder/geen
auto's

POLITIEK



Burgers
betrokken
Maatwerk



Enjoy more marketing success!



Deze drijfveren moeten volgens de experts prominent aanwezig zijn in 2030



Zwolle

3
EXPERT
QUOTES



"Onze eigenzinnige koers moet voortkomen uit idealisme voor Zwolle."

"Zwolle moet blijven vernieuwen, maar de historie behouden."



"Gezondheid en schoonheid maakt ons zelfverzekerd."



Enjoy more marketing success!



VISIE 2030



Enjoy more marketing success!

VISIE 2030

De taken die voor ons liggen

Talent ontwikkelen, blijven vernieuwen en promoten van wat Zwolle speciaal maakt

Borgen van verbinding, veiligheid, en de unieke historische waarden



Enjoy more marketing success!

VISIE 2030

HET VERHAAL

Voor bewoners, bezoekers en ondernemers is de binnenstad een gezellige, gezonde, groene plek waar iedereen welkom is en aan zijn trekken komt, plezier heeft, smult, winkelt, cultuur beleeft, zijn brood verdient en steeds nieuwe dingen ontdekt. Dit komt door de unieke combinatie van de verbinding tussen mensen onderling en met de stad, de veilige omgeving waarin je durft uitgedaagd te worden en die stimuleert om je creativiteit en talenten te gebruiken en te ontwikkelen. Dit wordt verder gevoed door de wil om samen innovatie te omarmen om beter te presteren naar de toekomst. Dit vindt plaats in een uniek cultuurhistorisch decor. Het ultieme doel dat we nastreven is allemaal geluk te beleven in de breedste zin van het woord.



VISIE 2030



Enjoy more marketing success!

2030



A status is
verstevigd door
significante
indicatoren*
uitstekend te
managen

* Monument dichtheid

* Klanten potentieel

* Banengroei

* Leegstand

* Winkel-diversiteit

* Enzovoorts

Bron: PBL 2015 De veerkrachtige binnenstad



Enjoy more marketing success!

2030



2015

8,2

2030

8,4

Het historisch karakter
en de schoonheid van
de binnenstad zijn
prominent uitgelicht
en zijn nationaal
bekend

Cijfers voor 2030 zijn indicatief en richtinggevend

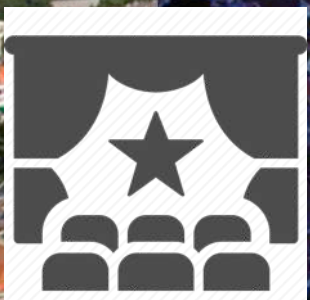


Enjoy more marketing success!

2030



8,2
(8,2)



8,0
(7,8)

De binnenstad heeft
zijn culinaire aanbod
gehandhaafd en is
qua culturele aanbod
licht verbeterd.

Cijfers voor 2030 zijn indicatief en richtinggevend



Enjoy more marketing success!

2030



6,0
(5,3)

Samenwerking met de gemeente en regelgeving voor burgers en ondernemers is voldoende doordat zij faciliteert en creatief kijkt hoe het wel kan!



6,0
(5,0)

Cijfers voor 2030 zijn indicatief en richtinggevend



Enjoy more marketing success!

2030



Zwollenaren voelen zich zeer verbonden met elkaar en met de binnenstad en ontmoeten elkaar daar graag voor vertier, werk, inspiratie,

2015
TOP 3

2030
TOP 3

Cijfers voor 2030 zijn indicatief en richtinggevend



Enjoy more marketing success!

2030

Creativiteit, plezier en het ontdekken van nieuwe dingen hebben uiting gekregen in diverse projecten die bijdragen aan het bruisen van de stad



Enjoy more marketing success!

2030



2015
100

2030
20

De logistieke functies
zijn bijna volledig uit
de binnenstad
verdwenen

Cijfers voor 2030 zijn indicatief en richtinggevend



Enjoy more marketing success!

2030



7,0
(5,4)

De infrastructuur is sterk verbeterd en alle stadgebieden zijn logisch verbonden en complementair, de bewegwijzering is ruim voldoende

Cijfers voor 2030 zijn indicatief en richtinggevend



Enjoy more marketing success!

2030



2015

6,6

2030

7,0

De binnenstad is bereikbaarder dan in 2015 en er is een verbod op gemotoriseerd vervoer, parkeren is geen issue meer

Cijfers voor 2030 zijn indicatief en richtinggevend



Enjoy more marketing success!

2030



2015

7,1

2030

7,5

Zwollenaren voelen zich nog veiliger dan in 2015.

Hufterigheid wordt niet getolereerd.

Cijfers voor 2030 zijn indicatief en richtinggevend



Enjoy more marketing success!

2030

70%

(zeer)
positief

< 10%

vindt stad niet
aantrekkelijk
voor
bezoek

8

positie Zwolle
12 onderzochte
steden in
2030

Het toeristisch imago
en bezoek is sterk
verbeterd door
gerichte promotie op
cultuur, historie,
winkelen, eten,
uitgaan en veiligheid

Cijfers voor 2030 zijn indicatief en richtinggevend



Enjoy more marketing success!

2030



2015

6,4

2030

7,4

Het aanbod van winkels is op relevante aspecten sterk verbeterd, aantrekkelijker en eigentijds

Cijfers voor 2030 zijn indicatief en richtinggevend



Enjoy more marketing success!

2030



De binnenstad is nog
bruisender met 800
extra bewoners die
geprofiteerd hebben
van herbestemming
van leegstaande
panden

2000

2200

2015

2800

2030

3600

Cijfers voor 2030 zijn indicatief en richtinggevend



Enjoy more marketing success!