

Ruimte. Mensen. Toekomst.

Zwolle, Bestedings- en verplaatsingsonderzoek binnenstad

Gemeente Zwolle

BRO | a movares company

movares smart urban engineering

colofon

projectnaam
Zwolle, Bestedings- en verplaatsingsonderzoek binnenstad

datum
16 april 2025

projectnummer
P07784

opdrachtgever
Gemeente Zwolle

BRO
projectleider
RvL

projectteam
RKo & MDu (Movares)

bron kaft
BRO

review
RvL

Willemsplein 2
5211 AK ’s-Hertogenbosch
+31 (0)73 208 91 55
info@bro.nl
www.bro.nl

BRO | a movares company

movares smart urban engineering



Inhoudsopgave

1 Inleiding 4
- 1.1 Aanleiding 4
- 1.2 Doel 4
- 1.3 Ruimtelijke scope van het onderzoek 4
- 1.4 Context onderzoek 4
- 1.5 Onderzoeksverantwoording 4

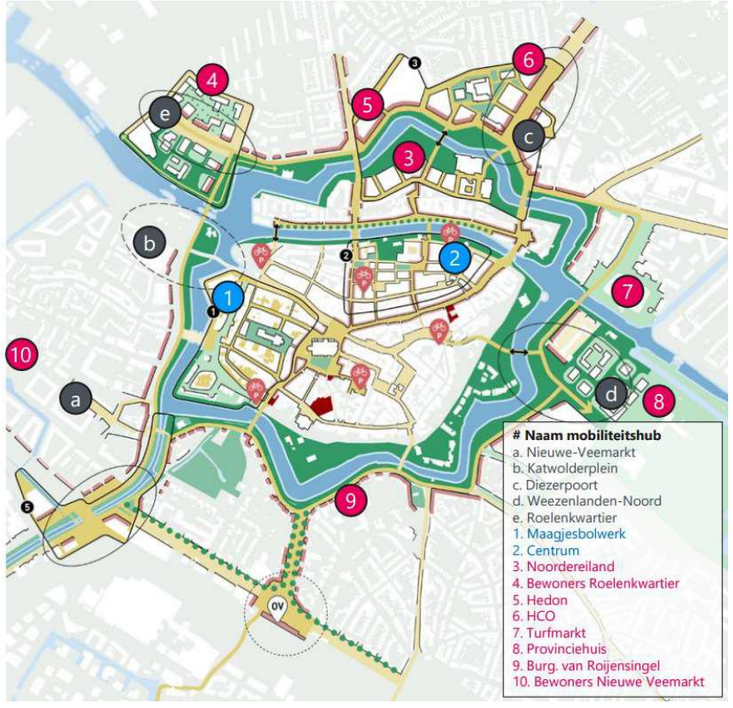
2 Belangrijkste bevindingen 6
- 2.1 Strijd om de ruimte 6
- 2.2 Algemene tendensen en kenmerken Zwolle 8
  - 2.2.1 Bezoekersaantallen gaan toenemen 8
  - 2.2.2 Meer bezoekers betekent vooral meer auto's 8
  - 2.2.3 Bewoners gaan al relatief veel te fiets / te voet 8
  - 2.2.4 Binnenstad economisch sterk afhankelijk van de autobezoeker 8
  - 2.2.5 Conclusie: faciliteren van de auto is van essentieel belang 8
- 2.3 Eindoordeel mobiliteitsbeleid gemeente Zwolle en aanbevelingen 9
  - 2.3.1 Straat parkeren binnen de Singel opheffen is verstandig 9
  - 2.3.2 Inzet op centrumhubs in principe positief, maar wel met enkele aanbevelingen 10

3 Analyse Koopstromenonderzoek 14
- 3.1 Auto meest gebruikte vervoersmiddel voor bezoekers van verder weg 14
- 3.2 Analyse reistijd 15
  - 3.2.1 Werkelijke vervoersmiddelkeuze binnen de cirkels 17
- 3.3 Overig onderzoek: NBTC toerisme onderzoek 19
- 3.4 Aantal bezoekers en herkomst 20
- 3.5 Besteding per vervoersmiddel 22
- 3.6 Bezoekfrequentie 22
- 3.7 Reden voor een bezoek aan Zwolle 22
- 3.8 De waarde van een unieke bezoeker en aandeel binnen de omzet 23

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Er wordt op dit moment gewerkt aan de visie voor de Singel van Zwolle. Dit onderzoek is een bouwsteen voor deze visie. In het Ontwikkelprogramma Stadshart staan de ontwikkelprincipes en ambities benoemd met betrekking tot mobiliteit. Uitgangspunt is een gastvrije, leefbare en bereikbare binnenstad. Om hierin te voorzien zal het ruimtegebruik van de auto worden ingeperkt en anders worden ingericht. Denk aan het ontmoedigen van doorgaand verkeer en parkeren concentreren in centrumhubs net buiten de Singel én eventueel aan de rand van de stad (stadsrandhubs). Deze wijziging van de bereikbaarheid en parkeersituatie leidt tot veel vragen en zorgen bij ondernemers en vastgoedeigenaren ten aanzien van het economische functioneren van het aanbod in de binnenstad.



1.2 Doel

Het doel van ons onderzoek is inzicht krijgen in de bestedingen van bezoekers in relatie tot vervoerswijzekeuze en hieruit volgend de economische effecten van (toekomstige) mobiliteitskeuzes. Wat betekent de wijziging van de bereikbaarheid en verschuiving van parkeercapaciteit voor het economisch functioneren van de voorzieningen in de binnenstad? Gaat het ondernemers en eigenaren omzet kosten of juist opleveren? Wat is het effect op de looproutes in het centrum? Wat is het afbreukrisico voor bezoekers uit de regio? Wat zijn de kansen van nieuwe bewoners? En wat is het effect op de voorzieningenstructuur in meer kwalitatieve zin? En welke aanbevelingen geven wij de gemeente mee als het gaat om ‘slimme’ oplossingen in het mobiliteitssysteem in relatie tot een vitale economisch goed functionerende binnenstad?

1.3 Ruimtelijke scope van het onderzoek

De scope van het onderzoeksgebied is de binnenstad van Zwolle zie onderstaande (gekleurde delen van de) kaart. Dat wil zeggen dat het onderzoek zich vooral dient te richten op het gebied van de singel en binnen de singel, plus de aanlooproutes daar naartoe.

1.4 Context onderzoek

We (BRO en Movares) hebben inmiddels veel ervaring met onderzoek en advisering op het snijvlak van economie en mobiliteit. De zorgen die in Zwolle leven, zien we ook terug in veel andere grote binnensteden in Nederland waar vergelijkbare ambities en plannen zijn. We adviseerden eerder in vergelijkbare vraagstukken in, onder andere Deventer, Utrecht, Tilburg en Breda. Daarnaast doen we in samenwerking met Movares jaarlijks het ‘bestedings- en verplaatsingsonderzoek’ onder de vlag van het Platform Binnenstadsmanagement. Inmiddels hebben hier bijna 40 centrumgebieden in Nederland en Vlaanderen aan meegedaan. De basis van dit onderzoek is bezoekersonderzoek (via straatenquêtes en aanvullende meetmethoden) dat data en feiten verzamelt over bezoekers, met een specifieke focus op herkomst, bestedingen, bezoekfrequentie, vervoersmiddelkeuze en motieven. Daarnaast is BRO betrokken bij alle koopstromenonderzoeken van Nederland samen met Ipsos I&O. Hierin zijn ook data en feiten voor binnensteden opgenomen die een relatie hebben met het thema economie en mobiliteit.

1.5 Onderzoeksverantwoording

Afbakening onderzoek

De focus van dit onderzoek ligt op de effecten van de beoogde mobiliteitsmaatregelen op het economisch klimaat van de binnenstad van Zwolle. Aangezien we primair gebruik maken van data uit het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2023, zijn veel van de inzichten gericht op recreatief winkelen. Aanvullend gaan we meer beknopt in op overige winkels, horeca en andere commerciële publieksfuncties.

Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2023

In het najaar van 2023 is in Oost-Nederland het periodieke Koopstromenonderzoek uitgevoerd. Dit onderzoek brengt het consumentengedrag voor detailhandel horeca in beeld op basis van enquêtes. Het onderzoeksgebied betreft alle aankooplocaties in de provincies Drenthe, Overijssel, (deel) Gelderland en (deel) Flevoland. Voor meer informatie over dit onderzoek: https://koopstromen.nl/oost/resultaten/

Voor de binnenstad van Zwolle zijn ca. 1.600 enquêtes opgehaald die specifiek inzicht geven in het bezoekgedrag van bezoekers die voor mode naar het centrum van Zwolle komen. Vanwege het grote onderzoeksgebied van het KSO is sprake van een representatieve verdeling van de bezoekerspopulatie. Er zijn zowel enquêtes opgehaald onder bewoners van de gemeente Zwolle als bezoekers uit de regio. Daarin zijn ook toeristen opgenomen.

Waarom wordt gekeken naar de data op basis van recreatieve aankopen?
Andere gegevens van andere sectoren of branches zijn niet of zeer beperkt beschikbaar. Recreatieve aankopen vervullen een belangrijk aandeel in het totaal van de omzet voor het centrum van Zwolle (KSO, 2023). Recreatief aanbod vervult het grootste deel van het aanbod in het centrum van Zwolle en dus ook in de omzet. Boodschappen worden vooral dicht bij huis gedaan en het aanbod van (grote) supermarkten binnen de singels van Zwolle is beperkt. Boodschappen doen is nog geen 5% van de totale omzet binnen de Singel op basis van het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2023. Horeca wordt vaak bezocht in combinatie met een recreatief bezoek. Op basis van de functiemix en de bestedingen op gemeenteniveau schatten wij in dat ruim één derde van de totale omzet in de binnenstad terecht komt in de horeca. De verzorgingsfunctie zal vergelijkbaar zijn met het recreatief aanbod. Horeca en modische winkels worden ook vaak gecombineerd. Diensten zijn vooral voor inwoners van Zwolle zelf, ook hier speelt nabijheid een rol. De bestedingen zijn hiervoor niet bekend, maar naar verwachting is dit een beperkt aandeel in de totale omzet van de binnenstad.

Mobiliteitsmaatregelen en interventies
Movares en BRO hebben een uitgebreide database met autoluwe maatregelen (waarbij we o.a. gebruik maken van het overzicht van autoluwe maatregelen zoals geïnventariseerd door het KiM) en andere maatregelen die meer gericht zijn op het stimuleren/bevorderen van de modaliteiten fietsen en lopen. Ook de inrichting van het openbaar vervoer, veelal een ‘bovengemeentelijk’ vraagstuk omdat de concessiehouder veelal een provincie (provincie Overijssel) is of in het geval van de trein door de landelijke NS wordt gefaciliteerd), is uiteraard van belang voor de bereikbaarheid van een binnenstad. Mobiliteitsmaatregelen worden ‘traditioneel gezien’ altijd getoetst op het effect op bereikbaarheid en veiligheid en ook steeds frequenter op leefomgeving en gezondheid. Wij zien (helaas) nog steeds dat het domein ‘economische vitaliteit’ geen expliciet onderdeel uitmaakt van effectbepaling; terwijl dit uiteraard voor een binnenstad/centrumgebied wel van groot belang is.

Wij hebben voor (mobiliteits)maatregelen inzichtelijk wat het (waarschijnlijke) effect is op de economische vitaliteit, gebaseerd op literatuur en expert opinion. Opgemerkt wordt dat de kwantitatieve onderbouwing hiervan veelal nog in de kinderschoenen staat. Nader onderzoek is gewenst om het effect nader te kunnen duiden. Desondanks weten we wel de ‘richting’ (is het effect positief of negatief?) waar het heen gaat. De basis hiervoor is het effect op de bereikbaarheid bij alle modaliteiten (veelal zijn autoluwe maatregelen positief voor de fiets en de andere modaliteiten), waarbij we ook aandacht hebben voor het reisgemak/comfort. Vervolgens hebben we dit ‘vertaald’ naar een economische impact (waar we uiteraard de verschillende modaliteiten beschouwen alsmede de reisafstand/herkomstlocatie van de bezoekers). Tot slot, we zien dat veel gemeenten hun binnenstad aan het vergroenen zijn, of op andere manieren de binnenstad meer veraangenamen zodat de binnenstad zich ontwikkelt tot een place to be. Dit heeft eveneens impact op de verblijfsduur en bestedingsgedrag van bezoekers. Dit aspect is uiteraard ook onderdeel van onze analyse.

Toeristen onderzoek
De gegevens van het NBTC toerisme onderzoek zijn gebruikt ter verificatie van de data uit het Koopstromenonderzoek. Aan het onderzoek van NBTC hebben ca. 4.000 toeristische bezoekers meegedaan. Bewoners zijn hierin niet meegenomen.

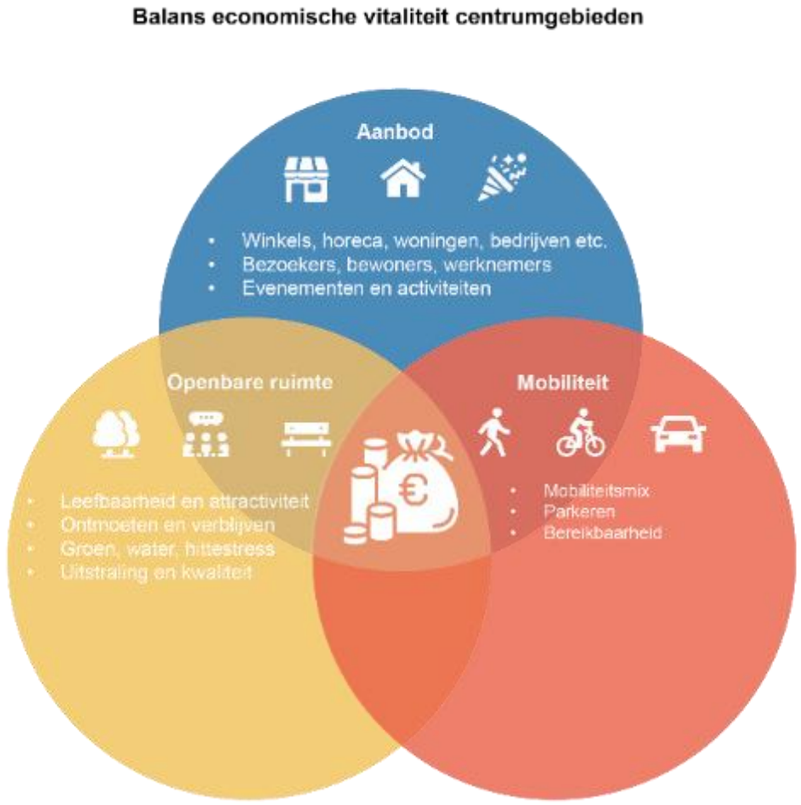
Middels Resono data inzicht in totale omvang van bezoekers
Mobiele telefoons zijn de sensoren van de samenleving geworden. Voor de locatiegegevens maken wij gebruik van anonieme en geaggregeerde locatiedata (o.b.v. gps) van Resono. De gegevens zijn afkomstig van het Resono mobile panel wat bestaat uit meer dan anderhalf miljoen gebruikers van meerdere apps die toestemming hebben gegeven om hun locatiegegevens te delen. Via een vernuftige hyperfence technologie en een gevalideerde ophoging van de locatiedata, worden nauwkeurige schattingen van bezoekersaantallen en passanten verkregen. Via een ‘opt-in’ hebben gebruikers van apps toestemming verleend voor het gebruik van hun locatiegegevens. Er worden alleen geaggregeerde gegevens gedeeld die nooit en te nimmer herleidbaar zijn tot individuele appgebruikers (statistische anonimiteit). De privacyregels zijn geborgd in de processen zodat voldaan wordt aan de Wet Bescherming Persoonsgegevens en de AVG.

2 Belangrijkste bevindingen

2.1 Strijd om de ruimte

De druk op de fysieke ruimte in en rondom de binnenstad neemt toe. De ruimte is schaars, maar moet efficiënter benut worden om alle ruimteclaims te kunnen opvangen. Doel zou moeten zijn een goed evenwicht tussen verschillende belangen die ruimte vragen. Immers, als je te veel doorschiet naar één belang, kan dat ten koste gaan van een ander belang. De economische vitaliteit is een belangrijk uitgangspunt.

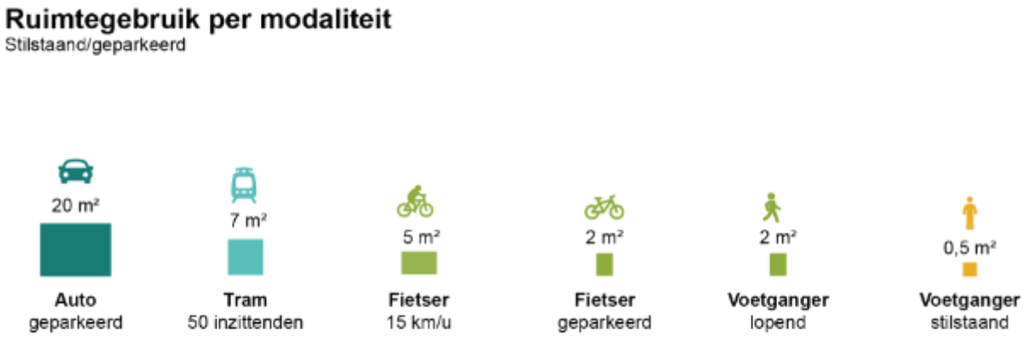
- **Aanbod.** Gebouwen in het centrum faciliteren functies, zoals commerciële en maatschappelijke voorzieningen, bedrijven en woningen. Het aanbod neemt toe en de functiemix verbreedt. Er komen gebouwen en functies bij: er is een verdichtingsopgave om binnenstedelijk meer woningen te realiseren. Dat leidt tot meer bewoners, bezoekers en bestedingen. Ook evenementen dragen hieraan bij.
- **Openbare ruimte.** Centrumgebieden worden meer en meer verblijfs- en ontmoetingsplekken. Het moeten aantrekkelijke gebieden zijn waar mensen graag naartoe komen. Leefbare centra voor bezoekers én bewoners. We hebben ruimte nodig om elkaar te ontmoeten, voor terrassen, zitgelegenheid, warenmarkten, groen, klimaatopgaven, etc. Een goede leefbaarheid leidt tot een aantrekkelijker centrumgebied en daarmee tot meer bestedingen. Hiernaast wordt de openbare ruimte ook geclaimd door nieuwe opgaven, zoals klimaatadaptatie (water en hitte mitigatie) en de energietransitie. Dit vraagt ook ruimtereserveringen.
- **Mobiliteit.** Bereikbaarheid van de binnenstad is essentieel om de economische en maatschappelijke functie te vervullen. Mobiliteit betekent bereikbaarheid voor alle doelgroepen, snelheid en gemak in verplaatsing en duurzame oplossingen. Een prettige reiservaring voor alle (type) gebruikers/doelgroepen vergt keuzemogelijkheid en dus een goede mobiliteitsmix. Dit maakt een gebied comfortabel bereikbaar en betekent eveneens meer besteding.



Er is dus ruimte nodig voor parkeren, openbaar vervoer, fiets- en autowegen, voetgangersgebieden etc. Mobiliteit is echter geen pullfactor. Het voegt geen unieke waarde toe. Het is wel een pushfactor. Als de reiservaring niet optimaal, gemakkelijk en efficiënt is, kiest men snel voor betere alternatieven zoals een ander centrumgebied of het internet.

Spanningsveld: meer ruimte voor aanbod en openbare ruimte, maar ook optimale bereikbaarheid (mobiliteit)

Het aanbod en de openbare ruimte vergen steeds meer ruimte in de binnenstad. Dat heeft automatisch invloed op de ruimteclaim van mobiliteit. Daarbij veranderen deze drie ruimtevragers en de binnenstad continu door trends en ontwikkelingen. Vanuit leefbaarheid neemt bijvoorbeeld het belang van klimaatopgaven toe (zoals tegengaan hittestress en wateroverlast). Het aanbod verandert ook. Het winkelaanbod krimpt door ander koopgedrag, maar er komen wel andere functies bij. Denk aan horeca, diensten, maar ook woningen. Meer programma zorgt ook voor meer verplaatsingen en een grotere mobiliteitsopgave. In de steeds schaarsere ruimte moet zorgvuldig met mobiliteit en vervoersmiddelen worden omgegaan. Objectief is de grootste ruimte te winnen bij het anders inrichten van de automobiliteit, wat de grootste ruimtegebruiker is (zie de figuur hieronder). Dit mag echter niet ten koste gaan van de bereikbaarheid/mobiliteit en daarmee de economische vitaliteit van de binnenstad. De verschillende doelgroepen (zoals bezoekers, bewoners, werknemers) moeten nu en in de toekomst via verschillende vervoersmiddelen kunnen blijven komen, zodat bedrijven rendabel kunnen functioneren en de vastgoedwaarde op peil blijft of toeneemt. Dit betekent wel dat de mobiliteitsopgave efficiënter moet worden ingericht (zie ook verderop).



Bron: CROW

2.2 Algemene tendensen en kenmerken Zwolle

2.2.1 Bezoekersaantallen gaan toenemen

Op dit moment heeft de binnenstad van Zwolle een grote regiofunctie. Circa 28% van de bezoekers komt uit de eigen gemeente. 72% van de bezoekers komt van buiten de gemeente (regio en toerisme). Wij verwachten dat het aantal bezoekers (en bezoeken) alleen maar zal toenemen in de binnenstad vanwege de volgende ontwikkelingen.

- Het aantal inwoners in de gemeente Zwolle zal fors stijgen. De komende tien jaar komen er circa 10.000 woningen bij in Zwolle, waarvan 3.000 in en rond de binnenstad[1]. Circa 20.000 nieuwe inwoners[2] in deze woningen zullen met name voor recreatief winkelen en horeca sterk op de binnenstad van Zwolle georiënteerd zijn.
- In de regio is in veel plaatsen sprake van stabilisatie of lichte stijging van het inwoneraantal. Per saldo neemt het aantal inwoners in de regio toe. Ten opzichte van 2024 stijgt het aantal inwoners in 2035 in de regio met ca. 4%. In 2050 is het aantal inwoners in de regio met ca. 9% gestegen. Dit zal zorgen voor meer bezoekers.
- Daar komt bij dat bezoekers uit de regio steeds meer op Zwolle zijn georiënteerd voor recreatieve aankopen en het ‘dagje uit’.
  - Dit komt enerzijds door het feit dat het aanbod en aantrekkelijkheid van de binnenstad van Zwolle groter wordt.
  - Anderzijds krimpt het (winkel)aanbod in de middelgrote en kleine centra in de regio. Deze centra worden steeds meer lokale boodschappencentra voor frequente aankopen. Het aanbod en de kwaliteit verschaalt. Kortom, de binding op de eigen kern daalt, wat gunstig is voor extra toevloeiing naar de binnenstad van Zwolle.
- De binnenstad van Zwolle heeft ook een uitgebreid cultuuraanbod wat in combinatie met de historische binnenstad, evenementen en overig aanbod ook veel incidentele toeristen aantrekt. Met alle ambities en plannen neemt het aantal incidentele toeristen eerder toe dan af.

2.2.2 Meer bezoekers betekent vooral meer auto’s

Meer bezoekers uit de regio en meer toeristen betekent automatisch meer bezoekers met de auto. Uit dit onderzoek blijkt dat deze bezoekers grotendeels met de auto komen. De afstand/reistijd is immers relatief groot en er zijn meestal geen betere alternatieven. Het openbaar vervoer is voor veel kleinere kernen in het verzorgingsgebied van Zwolle geen beter alternatief. Bovendien neemt ook de beschikbaarheid en kwaliteit van het openbaar vervoer in de kleinere kernen af, waardoor mensen nóg meer van de auto afhankelijk zullen zijn. Verder neemt het autobezit in Nederland al jaren structureel toe[3]. Hoewel deelmobiliteit wel in opkomst is, is dit nu en in de toekomst slechts een beperkt aandeel van het totaal.

2.2.3 Bewoners gaan al relatief veel te fiets / te voet

Dit onderzoek toont aan dat bezoekers die woonachtig zijn in de gemeente Zwolle al in hoge mate te fiets en te voet komen. Zwolle is een echte fiesstad. De verwachting is dan ook niet dat met extra stimulerende maatregelen voor fiets en voet de modal-split aanzienlijk zal wijzigen. De mensen die nu met de auto komen doen dit om specifieke redenen, zoals het kunnen meenemen van veel spullen het feit dat ze met het gezin gaan of simpelweg omdat een alternatief vanuit de regio ontbreekt. Deze mensen kan je niet makkelijk verleiden om een ander vervoersmiddel te pakken. Daarnaast wonen de regiobezoekers en toeristen te ver weg om te voet of te fiets te pakken. Kortom, er is niet veel meer ‘winnen’ in de verschuiving van de modal-split. Uiteraard zal door de groei van de gemeente Zwolle het aantal fietsers en voetgangers in absolute zin wél toenemen. Het blijft daardoor belangrijk goede fietsvoorzieningen te realiseren in en rond de binnenstad.

2.2.4 Binnenstad economisch sterk afhankelijk van de autobezoeker

Een bezoeker die van verder weg met de auto komt geeft het meeste uit per bezoek. Dit ligt in Zwolle op gemiddeld € 147,- per bezoek (voor mode aankopen). Iemand die dichtbij woont en met de fiets komt geeft gemiddeld € 99,- uit per bezoek (voor mode aankopen). Als we de huidige modal-split afzetten tegen de bezoekersaantallen en de gemiddelde bestedingen, kunnen we aangeven welk aandeel elk vervoersmiddel vertegenwoordigd in de totale omzet. Daaruit volgt dat 66% van de bezoeken gedaan worden met de auto en dat deze goed zijn voor 71% in de totale omzet. Kortom, 71% van de totale omzet in de binnenstad (voor mode) komt voort uit bezoeken die met de auto worden gedaan (en vaak uit de regio komen). De overige 29% van de omzet komt vooral door bewoners die met de (elektrische) fiets komen (19%). Als alle commerciële voorzieningen zouden worden bezoek zal het aandeel van de auto iets afzwakken, maar nog steeds hoog liggen (>60%). Specifieke bestedingen zijn niet beschikbaar, waardoor dit ook niet berekend kan worden. Met name voorzieningen die vooral door inwoners worden gebruikt, zoals boodschappen aanbod en diensten, trekken veel voetgangers en fietsers. Nogmaals, dit aanbod is in de totale functiemix beperkt.

2.2.5 Conclusie: faciliteren van de auto is van essentieel belang

Op basis van de voorgaande feiten en tendensen is het goed faciliteren van de autobezoeker of het bieden van een zeer aantrekkelijk alternatief van groot belang voor het economisch functioneren van de binnenstad. Het economisch functioneren van de binnenstad is sterk afhankelijk van de autobezoeker, en die neemt alleen maar toe. In de volgende

[1] Mobiliteitsonderzoek singel van Zwolle.
[2] Uitgaande van een gemiddelde huishoudensgrootte van 2.0 personen.
[3] https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/verkeer-en-vervoer/vervoermiddelen-en-infrastructuur/personenautos

paragraaf doen we aanbevelingen over hoe dit, ook in de context van meerdere ruimteclaims (aanbod en openbare ruimte), gedaan kan worden.

2.3 Eindoordeel mobiliteitsbeleid gemeente Zwolle en aanbevelingen

In de mobiliteitsplannen wordt ingezet op enerzijds het zo veel mogelijk terugdringen van (straat)parkeren binnen de Singel en anderzijds het versterken van centrumhubs nét buiten de buiten de Singel. Denk aan Weezenlanden-noord, Diezerpoort, Nieuwe Veemarkt, Katwolderplein en Roelenkwartier. Tussen deze centrumhubs en de binnenstad moet een aantrekkelijke looproute zijn.

2.3.1 Straat parkeren binnen de Singel opheffen is verstandig

Wij zijn per saldo positief over het opheffen van straat parkeren binnen de Singel. Het primaire winkel- en horecagebied van de binnenstad is al autoluw. Bezoekers van verder weg zullen vooral de auto parkeren in goed bereikbare centrumhubs. Straat parkeren wordt momenteel vooral gebruikt door bewoners, werkenden en/of bezoekers die specifiek komen voor een doelgerichte aankoop of dienst. Door het parkeren op straat op te heffen, zullen verkeersbewegingen binnen de Singel afnemen, wat bijdraagt aan het verblijfsklimaat en de veiligheid voor bezoekers. Bovendien kan ruimte kan worden vrijgemaakt die kan worden ingezet om de leefbaarheid te verbeteren via bijvoorbeeld vergroening, bredere voetganger- en fietsverbindingen, speelplekken, openbare zitgelegenheden en terrasruimte. Wel dient benadrukt te worden dat voorzieningen die momenteel bij een parkeerplaats liggen afhankelijk kunnen zijn in hun functioneren van deze parkeerplaats. Voor individuele ondernemers en vastgoedeigenaren kan er dus weldegelijk een negatief economisch effect ontstaan. Voor de binnenstad als geheel is het echter positief, en naar ons oordeel dient het collectief belang altijd voorop te staan boven het individueel belang. Ervaringen in andere steden én in Zwolle tonen ook aan dat de situatie er per saldo op vooruit zal gaan.

Nieuwe Markt – Binnenstad Zwolle 2009





Nieuwe Markt – Binnenstad Zwolle 2024





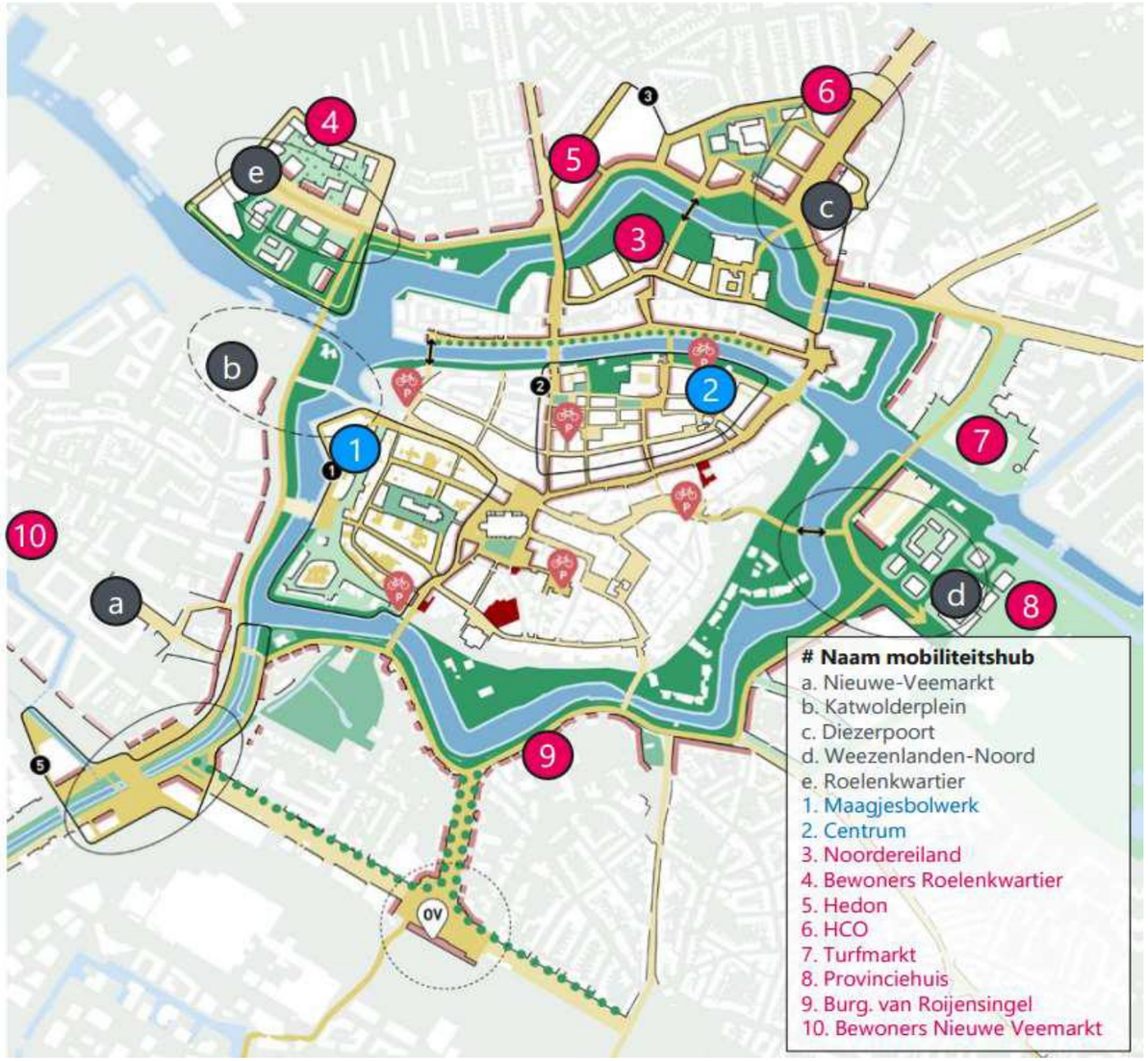
Het voorbeeld Nieuwe Markt toont aan dat een gebied veel meer kan gaan leven na herinrichting van de openbare ruimte. Van parkeerplaats naar verblijfsgebied (zie voor en na foto's). Zoals de transformatie van de Nieuwe Markt laat zien, zijn bepaalde ondernemers verdwenen (winkels), maar zijn daarvoor in de plaats nieuwe ondernemers gekomen (horeca) die júist economisch floreren op een aantrekkelijke openbare ruimte (zonder auto).

2.3.2 Inzet op centrumhubs in principe positief, maar wel met enkele aanbevelingen

Het gros van de bezoekers aan de binnenstad (vanuit de regio) zal de auto parkeren in centrumhubs. Het maaiveld parkeren is voor deze bezoekers niet noodzakelijk. Een goede bereikbaarheid en spreiding van centrumhubs is essentieel om bezoekers vanuit alle windstreken te kunnen bedienen. Dit is conform het ingezette mobiliteitsbeleid. Alle centrumhubs liggen binnen circa 800 meter en 10 minuten loopafstand tot de binnenstad. Dit is op basis van onderzoek een gemiddelde c.q. 'aanvaardbare' loopafstand. Zolang de regiobezoeker, en dus de bezoeker met de auto, goed gefaciliteerd kan worden in de schil rondom de binnenstad is dat positief voor de bestedingen en daarmee het economisch functioneren. Op basis van de kennis van nu en de ingezette beleidskeuzes, hebben wij wel enkele aanbevelingen.

1. Aandacht voor parkeercapaciteit centrumhubs op orde brengen

Het is van belang om voldoende parkeercapaciteit te realiseren in de centrumhubs. Hierbij is het van belang om rekening te houden met trends en ontwikkelingen zoals de autonome groei van parkeerbehoefte (0,5% tot 1%) en de mobiliteitstransitie (0,5% tot 1,5%). Idealiter vang je alle capaciteit/vraag op in de mobiliteitshubs net buiten de Singel. Een stadsrandhub is alleen als het écht noodzakelijk is om piekmomenten te kunnen opvangen. Het is suboptimaal voor het economisch functioneren. Bovendien werkt een stadsrandhub alleen voor specifieke doelgroepen zoals toeristen die zich goed voorbereiden het bezoek, een goede



Figuur 1: Centrumhubs Zwolle o.b.v. mobiliteitsbeleid gemeente Zwolle.

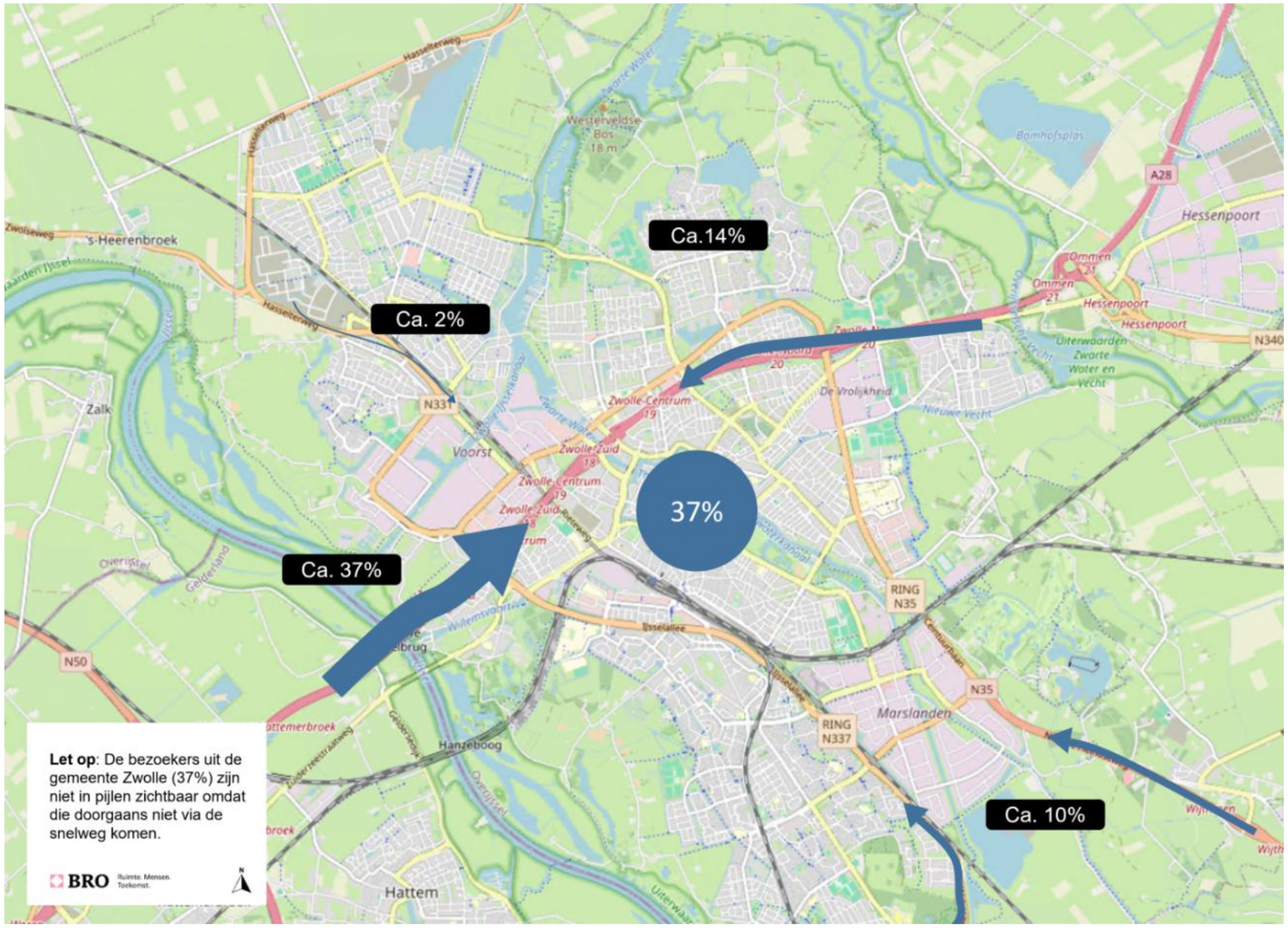
(goedkope) OV verbinding naar centrum en bijvoorbeeld met arrangementen/kortingen in horeca/winkels/cultuur. Meer over parkeren voor meerdere type bezoekers is beschreven bij punt 6.

***Aanbeveling**: actualiseer de parkeerbalans met in acht name van eerdergenoemde tendensen. Aandachtspunt is ook de communicatie. Het is complexe materie, maar om ondernemers en vastgoedeigenaren mee te nemen in het verhaal moet meer duidelijkheid ontstaan. Een helder beeld van de (toekomstige) parkeercapaciteit versus de (toekomstige) parkeervraag kan hieraan bijdragen. Op 1 A4'tje zou het model achter de parkeerbalans toegelicht moeten kunnen worden.*

2. Aandacht voor de juiste spreiding van parkeerbehoefte

Nog los van de vraag of er per saldo voldoende parkeercapaciteit kan worden gerealiseerd in de centrumhubs, blijft ook een goede spreiding die aansluit op de vraag een uitdaging. Uit de bezoekersherkomst van Resono blijkt dat het grootste deel van de bezoekers (50%) via de A28 naar Zwolle komt (ca. 14% vanuit het noorden en 37% vanuit het zuiden). Deze aandelen liggen waarschijnlijk nog iets hoger, omdat ook bezoekers uit de gemeente Zwolle (37%) deels via de snelwegen komen. De (toekomstige) centrumhubs aan de noordwestzijde van de binnenstad (Roelenkwartier, Katwolderplein en Nieuwe Veemarkt) en de parkeergarage Maagjesbolwerk vervullen daarin een belangrijke opvanglocatie. Wij betwijfelen of deze centrumhubs de parkeervraag in de toekomst aan kunnen, aangezien de druk op parkeren hier alleen maar gaat toenemen én ook verwacht wordt dat bewoners hier steeds meer moeten parkeren. Het idee van spreiding rond de Singel is wenselijk, maar de ervaring leert dat bezoekgedrag weerbarstig is en mensen toch vaak willen parkeren bij de meest logische en dichtstbijzijnde plek.

***Aanbeveling**: monitoring van de verhouding parkeercapaciteit versus -vraag (op piekmomenten). Daarnaast een back-up plan voor bezoekers die niet conform de wens handelen. Dus bezoekers die toch naar één van deze hubs rijden en er dan achter komen dat het vol zit. Wat dan?*



Figuur 2: Percentage unieke bezoekers per richting op basis van de maand oktober.

De centrumhubs Diezerpoort en Weezenlanden Noord zijn belangrijke bronpunten voor de oostzijde, maar zijn niet direct logisch bereikbaar voor bezoekers die uit noordwest komen (via de snelweg). Goede routing kan bijdragen aan betere spreiding. Het goed functioneren van een analoog en digitaal parkeerverwijssysteem is daarbij randvoorwaardelijk. Als één van de centrumhubs vol is, moeten bezoekers daar op tijd worden geïnformeerd en/of logisch worden doorgeleid naar de andere centrumhubs. Aandachtspunt is dat circa 37% (niet in de pijlen) van de bezoekers uit Zwolle zelf komt. Deze bezoekers zullen kiezen voor centrumhubs (en andere parkeerlocaties) die voor hen dichtbij zijn. Bereikbaarheid vanaf de Ring is dus niet voor alle bezoekers van belang. Dit onderstreept ook het belang van centrumhubs elders rond de Singel, conform het ingezette mobiliteitsbeleid. Dat geldt voor zowel de eindsituatie, maar ook zeker tijdens uitvoering.

***Aanbeveling**: blijven inzetten op centrumhubs evenwichtig rond de Singel. Waar mogelijk kijken naar uitbreiding van de parkeercapaciteit, idealiter in het noordwestelijke deel (aangezien hier de meeste bezoekers met de auto binnenkomen).*

3. Aandacht voor routing

Voor bezoekers (uit de regio) moet een logische routing worden aangegeven. Dit begint bij de communicatie online (voor de bezoekers die zich voorafgaand oriënteren), maar gaat ook over goede bewegwijzering op de snelweg (welke afrit moet ik pakken) en de P-route. Dit laatste is belangrijk, omdat bezoekers makkelijk van de ene naar de andere centrumhub moeten kunnen rijden (als er eentje vol is). Idealiter wordt de bezoeker al geïnformeerd bij het rijden richting de P-route dat er nog (voldoende) parkeergelegenheid is. Als de bereikbaarheid en parkeerervaring van de bezoeker niet soepel is, loopt Zwolle het risico dat mensen niet meer terugkomen en kiezen voor een gemakkelijker alternatief (dichter bij huis). Gemak en efficiëntie is steeds belangrijker in koopgedrag.

***Aanbeveling**: investeer nadrukkelijk in goede communicatie naar bezoekers, zowel met fysieke maatregelen (analoog parkeerverwijssysteem, bebording, logische looproutes en bijpassende openbare ruimte) als digitale maatregelen (communicatie online, digitaal parkeerverwijssysteem, apps, etc.). Ook het ZwolleFonds kan hieraan bijdragen.*

4. Aandacht volgordelijkheid: eerst zoet, dan zuur

Bezoekgedrag is niet makkelijk te veranderen. Mensen ervaren snel ‘gedoe’ als het betere alternatief nog niet op orde is. Zeker met het gebrek aan parkeercapaciteit en goede spreiding/routing, is het sluiten van bestaande parkeergarages risicovol voor het economisch functioneren. De bezoeker uit de regio hoeft maar één keer een negatieve bezoekervaring te hebben met Zwolle en hij/zij komt niet meer. Dit doet afbreuk aan de regiofunctie en daarmee het economisch functioneren.

***Aanbeveling**: De aanbeveling is om in de uitvoering eerst het ‘zoet’ op orde te hebben, alvorens het ‘zuur’ in werking treedt. Kortom, eerst zorgen dat de parkeercapaciteit in de centrumhubs voldoende is, dat de routing en spreiding op orde is en dat de looproutes aantrekkelijk zijn. Daarna kunnen parkeermogelijkheden binnen de Singel stapsgewijs worden afgebouwd. Uiteraard is de praktijk en uitvoering hiervan complex. Tijdelijke verkeerscapaciteit is ook een optie om het ‘zoet’ op orde te houden, terwijl al gewerkt wordt aan het ‘zuur’ (terugdringen bepaalde parkeerlocaties).*

5. Aantrekkelijke looproute centrumhub naar binnenstad

Goede looproutes vanaf de centrumhubs naar de binnenstad maken het wandelen aantrekkelijk(er). De centrumhub ís de entree van de binnenstad. Dit moet ook zo ervaren worden. Een aantrekkelijke looproute wordt bereikt door: hoogwaardige openbare ruimte, veel groen (en water), straatverlichting (duidelijkheid en veiligheid), inhoud (een looproute kan worden benut om het historische verhaal van Zwolle te vertellen), drempelloos (als een rode loper naar de binnenstad). De acceptabele loopafstand hangt zoals eerder gezegd af van de totale reistijd en het bezoekmotief. Voor bezoekers zal gemiddeld maximaal 800 meter lopen aanvaardbaar zijn, mits de looproute aantrekkelijk is.

***Aanbeveling**: Investeer in aantrekkelijke looproutes tussen de centrumhubs en de binnenstad, zowel fysiek (openbare ruimte, borden, etc.) als online (brochure, plattegronden, etc.)*

6. Hiërarchie parkeren voor meerdere type bezoekers

De reistijd die een bezoeker bereid is af te leggen tussen een centrumhub en de binnenstad hangt samen met de herkomst en het bezoekmotief. Een bezoeker uit Zwolle of directe omgeving die vaker komt, zal de auto het liefst zo dicht mogelijk bij het centrum parkeren. Zeker als het meer doelgericht bezoek betreft voor bijvoorbeeld de kapper, een specifieke zaak, de bioscoop of het theater. Een regiobezoeker die meer incidenteel komt zal met een aantrekkelijke en korte loopverbinding prima kunnen en willen parkeren in een centrumhub. Ons advies is om in de parkeercapaciteit onderscheid te maken in drie typen:

- **Kort parkeren**: hiervoor centrumhubs moeten worden aangewezen aan de west en oostzijde van de binnenstad. Deze centrumhubs zouden idealiter moeten worden ingezet voor bezoekers uit de stad én nabije regio voor frequente en doelgerichte aankopen. Het Maagjesbolwerk is hier een goed voorbeeld van. Deze ligt het dichtst bij de binnenstad.
- **Gemiddeld parkeren – regio:** de centrumhubs zijn prima geschikt voor de regiobezoekers die een dagje uit gaan in Zwolle, komen winkelen en/of op het terras verblijven.
- **Lang parkeren – toeristen:** P+R-constructies zullen nodig zijn om de capaciteit op orde te brengen. De incidentele toeristen zijn bereid iets meer moeite te doen, mits de mobiliteitservaring gemakkelijk en goedkoop is. De parkeermogelijkheid bij het Provinciehuis kan dienen als opvanglocatie voor piekmomenten voor deze toeristen. Slimme arrangementen kunnen bijdragen om toeristen te verleiden hier te parkeren, in plaats van nabijere opties. Dit alles ten gunste

van meer spreiding. Denk bijvoorbeeld aan het kopje koffie gratis als je verder weg parkeert.

7. Stimuleren te fiets en te voet is goed, maar blijf realistisch

De gemeente Zwolle moet blijven investeren in betere fiets- en voetgangersverbindingen. In het bijzonder goede fietsparkeervoorzieningen die inspelen op een steeds breder pallet aan typen fietsen (fatbike, e-bike, speed pedelec, bakfiets, etc.). Tegelijkertijd geven wij hier een 'winst' waarschuwing. De analyse toont aan dat al veel bezoekers binnen de aanvaardbare fiets- en loopafstand te fiets of lopend komen. Zwolle is al een sterke fietsstad. Er valt daarom beperkte 'winst' te behalen bij de bewoners uit de gemeente Zwolle, maar alle beetjes helpen. Kan niet toch een (klein) deel van de (nieuwe) bewoners worden verleid iets vaker de auto te laten staan en vaker de fiets of het OV te pakken? Comfortabele fietsvoorzieningen (overdekte – inpandige - fietsstallingen met service) voor lang en kort fietsparkeren. Dit levert ook een aantrekkelijk straatbeeld op. Dit is feitelijk bijna een no-brainer: Zwolle is al een aantrekkelijke fietsstad en heeft ook reeds enkele mooie fietsparkeerfaciliteiten in de binnenstad. Er is echter nog steeds behoefte aan meer stallingen met service, bijvoorbeeld voor de inmiddels grote aantallen e-fietsen. Nogmaals, blijf realistisch en ga niet alleen maar uit van wensdenken.

***Aanbeveling**: Investeer in meer en kwalitatief goede fietsparkeermogelijkheden voor bezoekers, met een goede spreiding door de binnenstad.*

8. Inzet op monitoring en samenwerking

Monitoring is cruciaal om de effecten van bepaalde maatregelen te evalueren. We adviseren om, samen met het ZwolleFonds, na te denken over een monitoringsplan waarbij periodieke metingen worden gedaan. Bezoekersonderzoeken, maar ook het monitoren van passantenaantallen en de bezetting van de parkeerfaciliteiten zijn hiervoor enkele bronnen. Bij periodieke herhaling op basis van een vast format geeft het een goed instrument voor monitoring van eventuele maatregelen. Van belang is dat dit onderzoek ook ingaat op de bezoeker en de vervoermiddelkeuze over een langere periode en de bezoekfrequentie. Dit onderzoek moet ook ingaan op de reden waarom mensen een bepaald vervoersmiddel kiezen zodat hier gericht beleid op kan worden gevoerd.

***Aanbeveling**: Plan een vast periodiek overleg tussen de gemeente en het ZwolleFonds, waar samen de resultaten van monitoring besproken worden. Tijdens dit overleg kan ook de voortgang van het beleid besproken worden. Het ZwolleFonds heeft de taak om dit terug te koppelen met de achterban.*

9. Aandacht voor uitvoering

Het herzien van de mobiliteit in en rond de binnenstad is een proces van meerdere jaren. De reeds ingezette weg moet gecontinueerd worden, met als doel een vitale en leefbare binnenstad. Binnen de gemeente is structurele financiële borging van maatregelen essentieel. Voorkomen moet worden dat nieuwe gemeentebesturen andere keuzes maken, zodat reeds ingezette maatregelen teniet gedaan worden of zelfs een averechts effect creëren. Ook het reserveren van voldoende ambtelijke capaciteit is essentieel om de mobiliteitstransitie in goede banen te kunnen leiden.

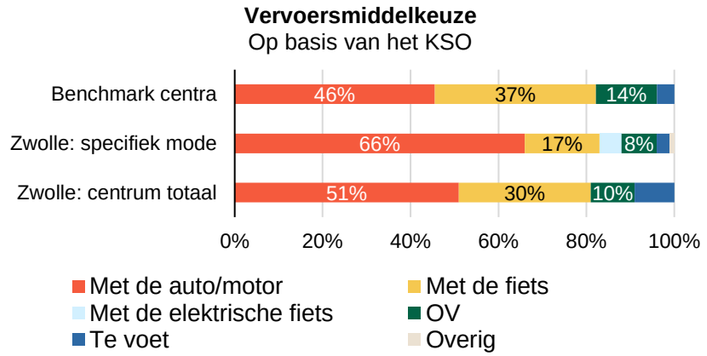
***Aanbeveling**: Zet financiële middelen en ambtelijke capaciteit voor de mobiliteitstransitie langjarig vast om te voorkomen dat de transitie niet in volledige vorm tot uitvoering kan komen of spaak loopt (onvoldoende 'zoet', te veel 'zuur').*

3 Analyse Koopstromenonderzoek

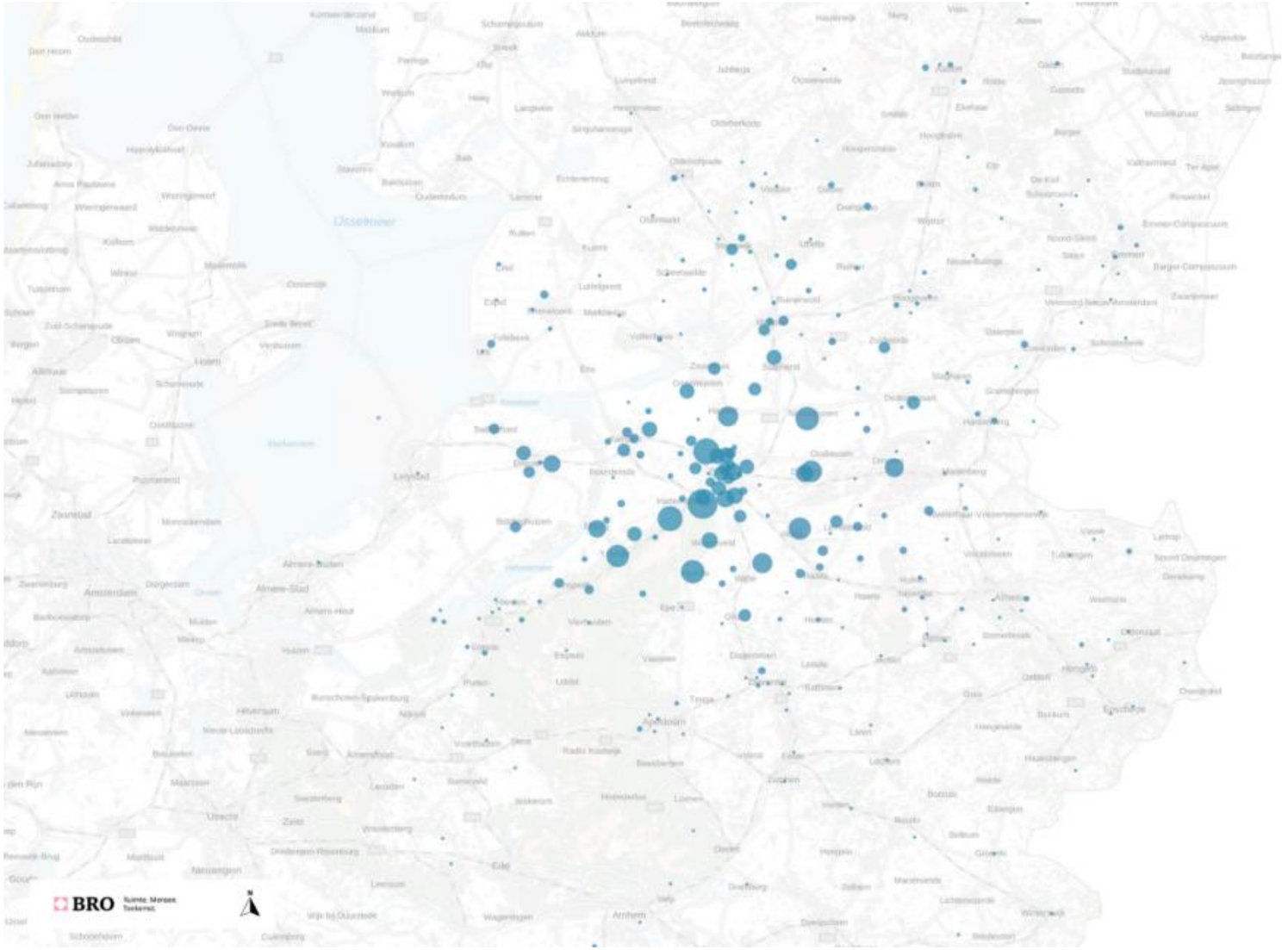
3.1 Auto meest gebruikte vervoersmiddel voor bezoekers van verder weg

Op basis van de resultaten van het Koopstromenonderzoek 2023 is gekeken naar de herkomst en het gebruikte vervoersmiddel, zie **figuur 3**.

Figuur 4 geeft de verdeling van het gebruikte vervoersmiddel van bezoekers aan de binnenstad van Zwolle weer. Er is een uitsplitsing gemaakt tussen alle bezoekers en bezoekers die specifiek mode kopen. Ook is een KSO-benchmark weergegeven, bestaande uit andere centra in Oost Nederland[4]. Vergeleken met de centra in de benchmark ligt het aandeel auto bezoekers in Zwolle een stuk hoger. Dit komt door het relatieve grote verzorgingsgebied. De gemiddelde reistijd die bezoekers afleggen, is voor de binnenstad van Zwolle relatief hoog. De binnenstad van Zwolle heeft in de regio én vergelijken met de benchmark relatief veel aanbod en massa, is onderscheidend en een duidelijke trekker.

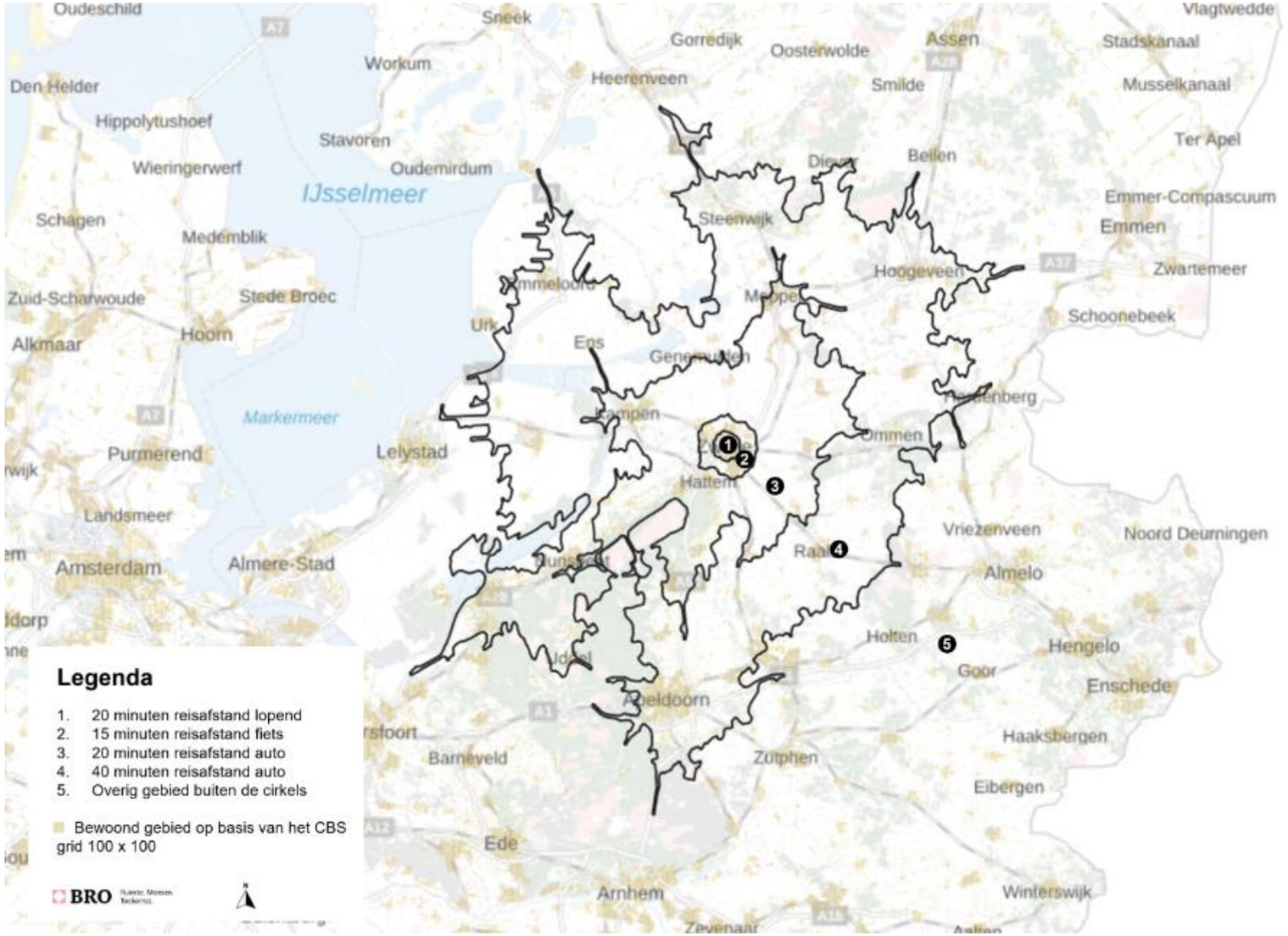


Figuur 3: Vervoersmiddelkeuze op basis van het KSO.

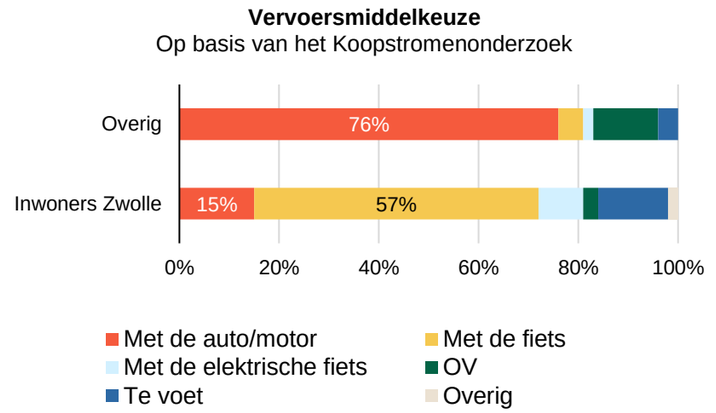


Figuur 4: Inzicht in de herkomst op basis van de resultaten van het Koopstromenonderzoek 2021.

[4] De benchmark bestaat uit de volgende centra: Hengelo, Deventer, Ede, Doetinchem, Hoogeveen en Emmen.



Figuur 5: Inzicht in de verschillende schillen.

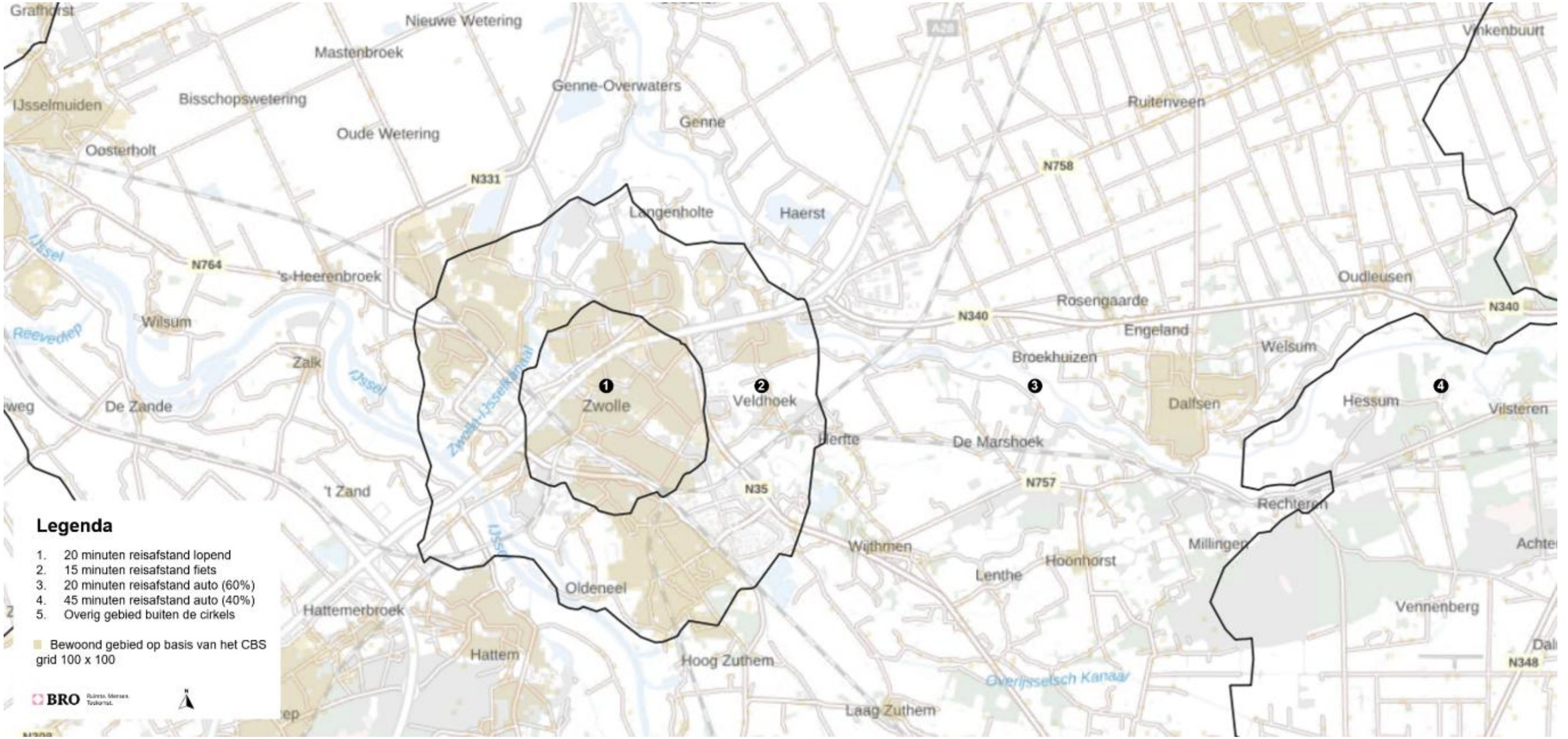


Figuur 6: Vervoersmiddelkeuze Zwolle centrum verdeeld naar herkomst.

In de figuur hierboven is de vervoersmiddelkeuze uitgesplitst naar herkomst. Hierin valt op dat de eigen inwoners beduidend vaker met de fiets naar het centrum van Zwolle komen. Voor bezoekers van buiten de eigen gemeente is het aandeel auto gebruikers juist veel hoger.

3.2 Analyse reistijd

Doordat van iedere respondent de postcode bekend is, kan per type vervoersmiddel de afstand tot het centrum berekend worden. De afstand tot het centrum van Zwolle is bepaald aan de hand van de Movares Verbindingswijzer. Op basis van de herkomst analyse zijn verschillende polygonen (hier noemen we dit gemakshalve vanaf nu cirkels) gemaakt. De cirkels geven inzicht in de afstand die bezoekers met verschillende vervoersmiddelen bereid zijn af te leggen. Vervolgens is binnen die cirkels gekeken naar de werkelijke verdeling van het vervoersmiddel. In de reistijdanalyse is uitsluitend gefocust op bezoekers die mode aankopen hebben gedaan in de binnenstad van Zwolle. Deze respondenten zijn representatief voor de ‘gemiddelde’ bezoeker en toerist aan de binnenstad van Zwolle, omdat het bezoekmotief primair recreatief winkelen is.



Figuur 7: Ingezoomd beeld van de verschillende cirkels.

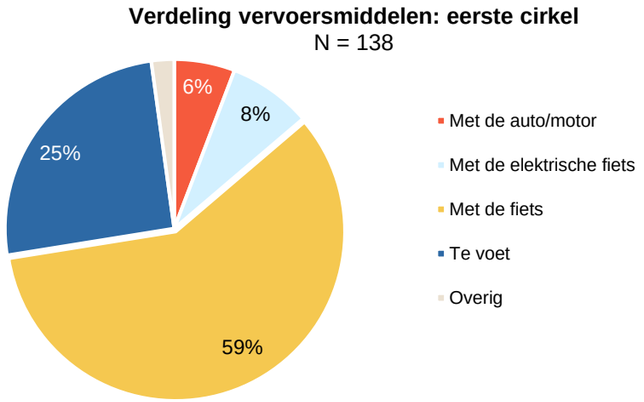
3.2.1 Werkelijke vervoersmiddelkeuze binnen de cirkels

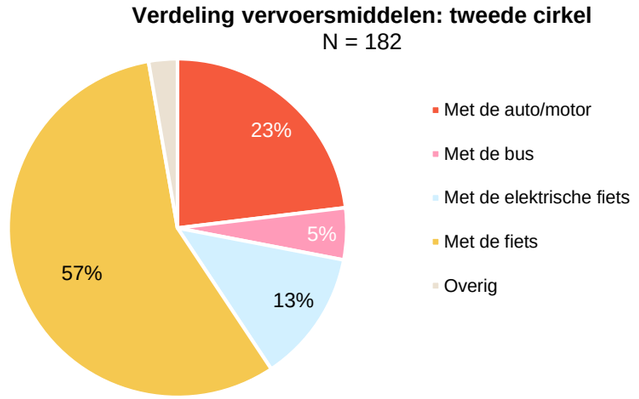
In de figuren hiernaast is per ring de werkelijke verdeling van de vervoersmiddelkeuze op basis van het Koopstromenonderzoek weergegeven. Een aantal zaken valt op:

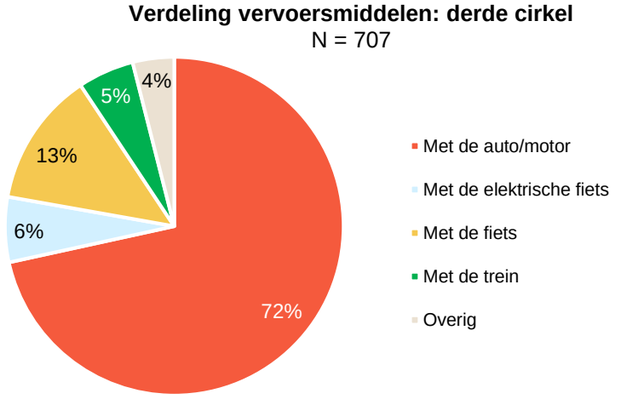
- In **Ring 1** ligt het aandeel fietsers het hoogst (59%), gevolgd door de mensen die te voet de binnenstad van Zwolle bezoeken (25%). Deze bezoekers wonen relatief dichtbij. Gezien de korte reistijd hadden we iets meer aandeel voetgangers verwacht[5] maar blijkbaar wordt er in Zwolle ook op korte afstand redelijk veel gefietst naar de binnenstad. Mogelijke verklaring is de goede fietsbereikbaarheid van de binnenstad; Zwolle is immers een echte fietsstad de bereikbaarheid per fiets scoort in het KSO immers een 8,3. De stallingsmogelijkheden scoren een 7,7.
- In **Ring 2** is zichtbaar dat veel bezoekers met de fiets (57%) naar het centrum van Zwolle komen. In deze ring komt bijna niemand meer te voet, wat logisch is gezien de reisafstand. Het aandeel auto bezoekers bedraagt in deze cirkel 23%. De ervaring leert dat ook al wonen deze inwoners binnen de aanvaardbare fietsreistijd, er zijn altijd mensen die de auto pakken. Denk bijvoorbeeld aan gezinnen met kinderen of vanuit gemak en efficiëntie als veel spullen moeten worden meegenomen.

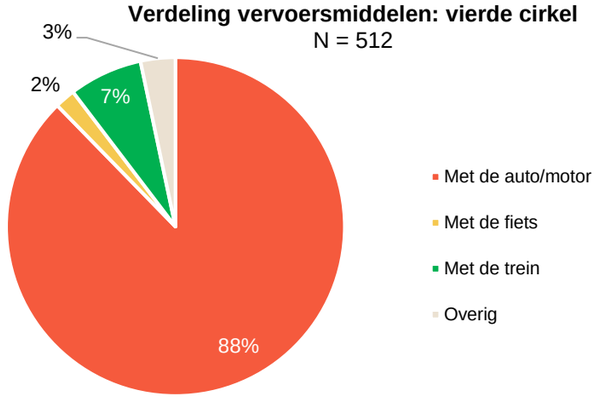
Tussenconclusie

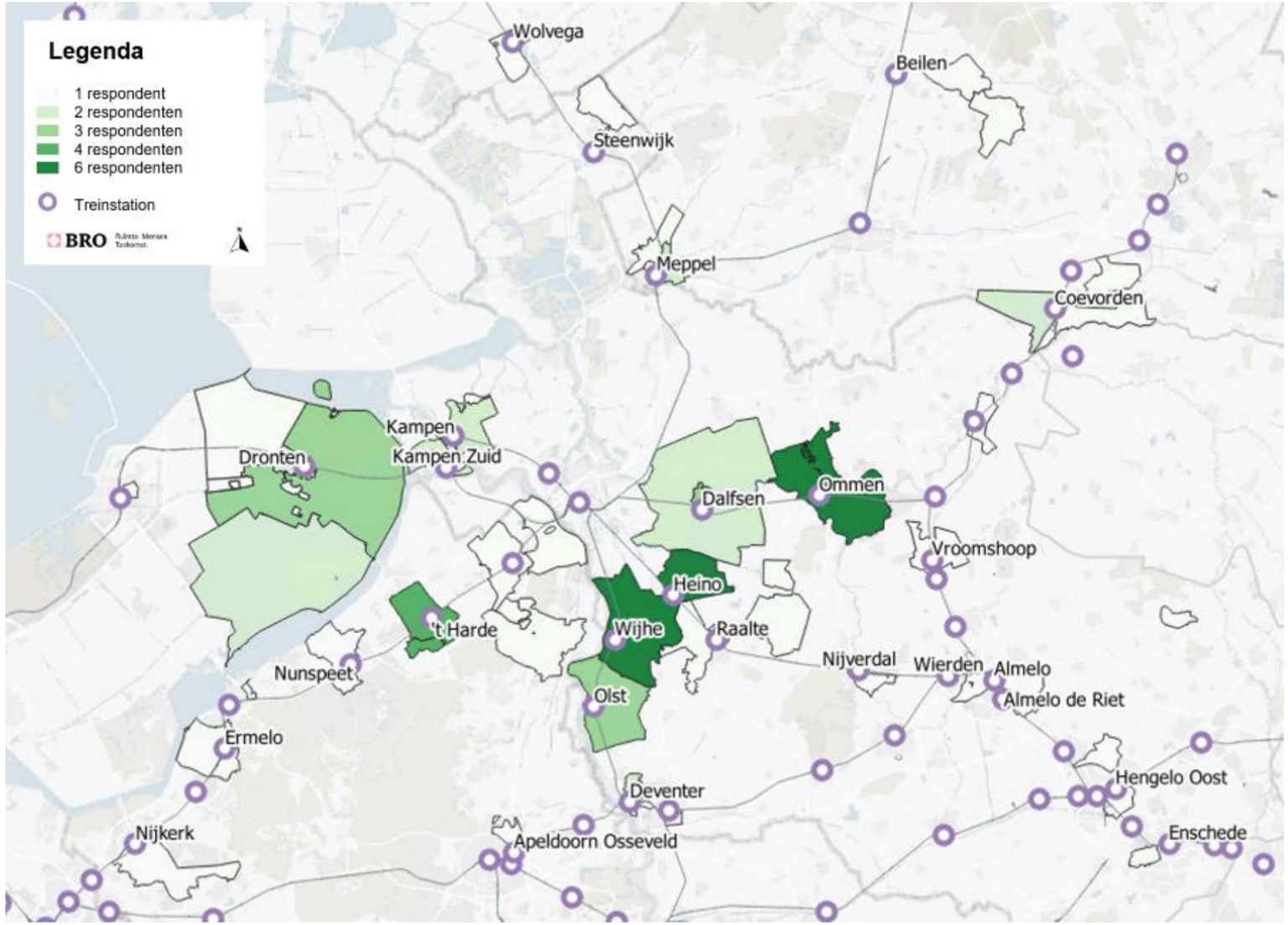
Ring 1 en 2 zijn vooral bezoekers die woonachtig zijn in de gemeente Zwolle (bewoners). Het aandeel fiets is onder deze bezoekers bovengemiddeld groot en het aandeel auto opvallend laag. Zo ligt het aandeel auto in Ring 2 voor de binnenstad van Zwolle op 23%, terwijl dit in vergelijkbare binnensteden al snel op circa 40% ligt. Mogelijke verklaring is de stedelijke structuur van de stad. Zwolle is redelijk compact, waarbij de wijken allen op korte afstand tot de binnenstad liggen.



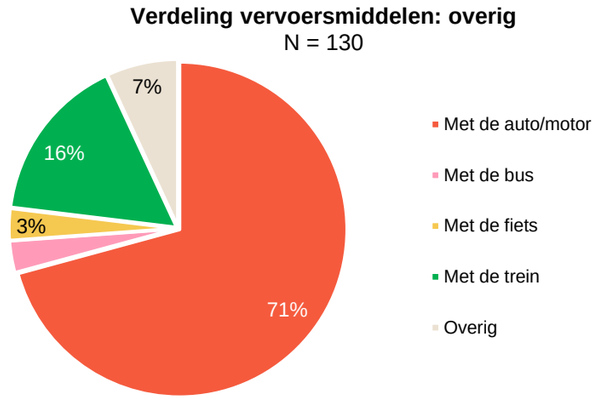








Figuur 8: Overzichtskaart respondenten per trein en ligging stations



Tabel 1: De afstand per vervoersmiddel tot de rand van de betreffende cirkel.

	Lopen	Fiets	Auto/motor
Eerste cirkel	20 minuten	5 minuten*	3 minuten*
Tweede cirkel	45 minuten*	15 minuten	8 minuten*
Derde cirkel	-	50 minuten*	20 minuten
Vierde cirkel	-	-	40 minuten

- In **Ring 3** is het aandeel autobezoekers met 73% veruit het grootst, gevolgd door fietsers met 13%. Bezoekers uit de regio zijn vaak genoodzaakt de auto te pakken, omdat er geen logische alternatieven zijn. De bezoekers die te fiets of met de bromfiets komen, wonen vaak net aan de rand tussen Ring 2 en 3, omdat hier de reistijd nog (net) aanvaardbaar is.
- Logischerwijs is in **Ring 4** het aandeel autobezoekers met 87% nóg groter. Actieve mobiliteit (lopen en fietsen) is op deze afstand niet voor de hand liggend. Wel neemt op de grotere afstanden het belang van de trein toe, (met een aandeel van 8%). Uiteraard zijn dit alleen bezoekers die ook daadwerkelijk wonen in een plaats waar een treinstation in de nabijheid is (zie **figuur 8**). Bezoekers die met de trein Zwolle bezoeken komen voornamelijk uit de omliggende plaatsen zoals Wijhe, Heino, Ommen, Dronten en 't Harde.

Tussenconclusie

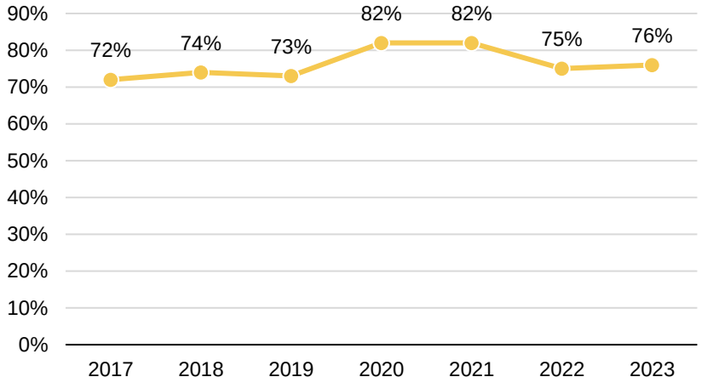
Ring 3, 4 en overig (5) zijn vooral bezoekers van buiten de gemeente uit de regio (dagjesmensen). Logischerwijs is het aandeel auto hier relatief hoog. Dit aandeel ligt ook hoger dan gemiddeld, omdat de binnenstad van Zwolle een groot achterland heeft als verzorgingsgebied. Bovendien kenmerkt dit achterland zich door vele kleine kernen/dorpen, waar goed openbaar vervoer (naar de binnenstad van Zwolle) onder druk staat en andere mobiliteitsalternatieven dan de auto niet mogelijk zijn. De trein is vooral een aantrekkelijk alternatief voor mensen uit de regio in middelgrote kernen met een treinstation. De bus wordt zowel door bewoners als bezoekers relatief beperkt gebruikt om naar de binnenstad te gaan.

3.3 Overig onderzoek: NBTC toerisme onderzoek

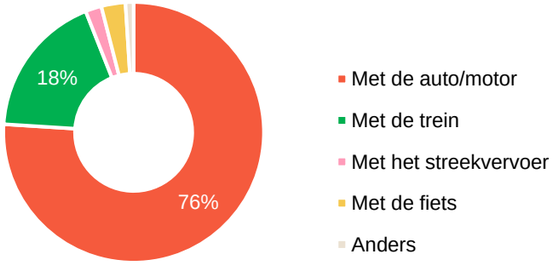
In het NBTC-onderzoek ligt het aandeel bezoekers die met de auto komen zelfs nog iets hoger. Een belangrijk verschil tussen het KSO en het NBTC-onderzoek, is dat het NBTC-onderzoek zich uitsluitend richt op de toeristische bezoeker: bewoners van de gemeente Zwolle zijn niet meegenomen. Dit verklaart dan ook het hogere aandeel autobezoekers. Als we Ring 3, 4 en 5 op basis van het KSO vergelijken met het NBTC-onderzoek komen we wel tot dezelfde conclusie, namelijk dat circa driekwart van de bezoekers, niet woonachtig in de gemeente Zwolle, met de auto komt.

Verder is zichtbaar dat het aandeel autobezoekers al enkele jaren toeneemt. Gedurende de begin jaren van corona (2020/2021) was het aandeel auto bezoekers het hoogst (82%). Na corona daalde het aandeel autobezoekers weer iets, in 2023 kwam 76% van de (toeristische) bezoekers met de auto voor een bezoek aan Zwolle. Verklaring hiervoor zit wederom in de verzorgingsfunctie van de binnenstad. In veel kleine en middelgrote centra in de regio Zwolle verschraalt het aanbod. De binnenstad van Zwolle weet haar massa in aanbod te behouden. Daarnaast wordt al jaren fors geïnvesteerd om de binnenstad blijvend aantrekkelijk te houden. Dit samen maakt dat de binnenstad langzaam steeds meer bezoekers uit de regio weet aan te trekken (die grotendeel met de auto komen).

Ontwikkeling aandeel auto bezoekers
Op basis van het toerismeonderzoek van NBTC



Vervoersmiddelkeuze toeristische bezoekers centrum Zwolle
Op basis van NBTC toerisme onderzoek



3.4 Aantal bezoekers en herkomst

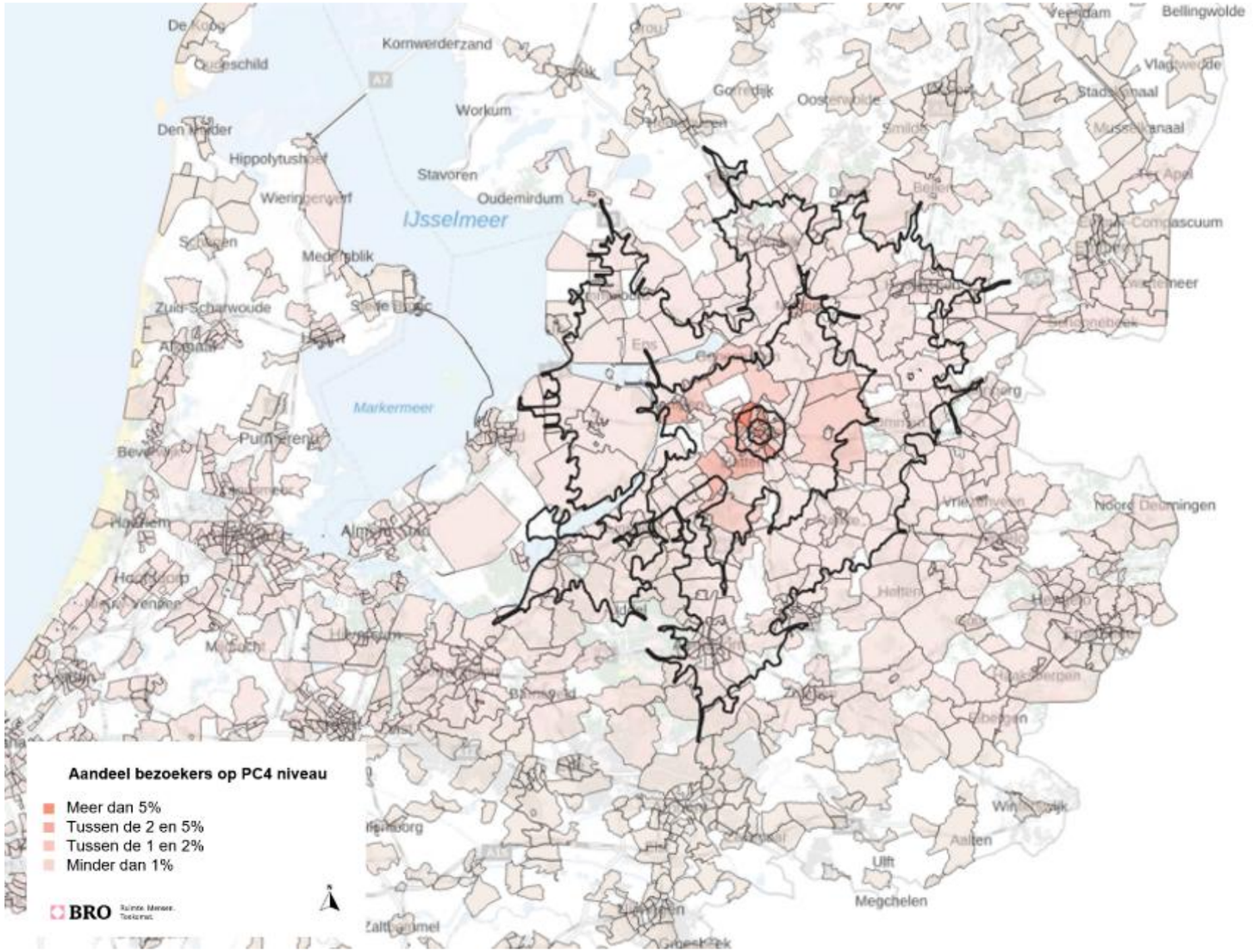
De bezoekersdata is op basis van Resono. Dit zijn bezoekersdata op basis van GPS-signalen van mobiele telefoons die zijn gesignaliseerd in de binnenstad van Zwolle. De data heeft betrekking op 2023.

Bezoekers en bezoeken

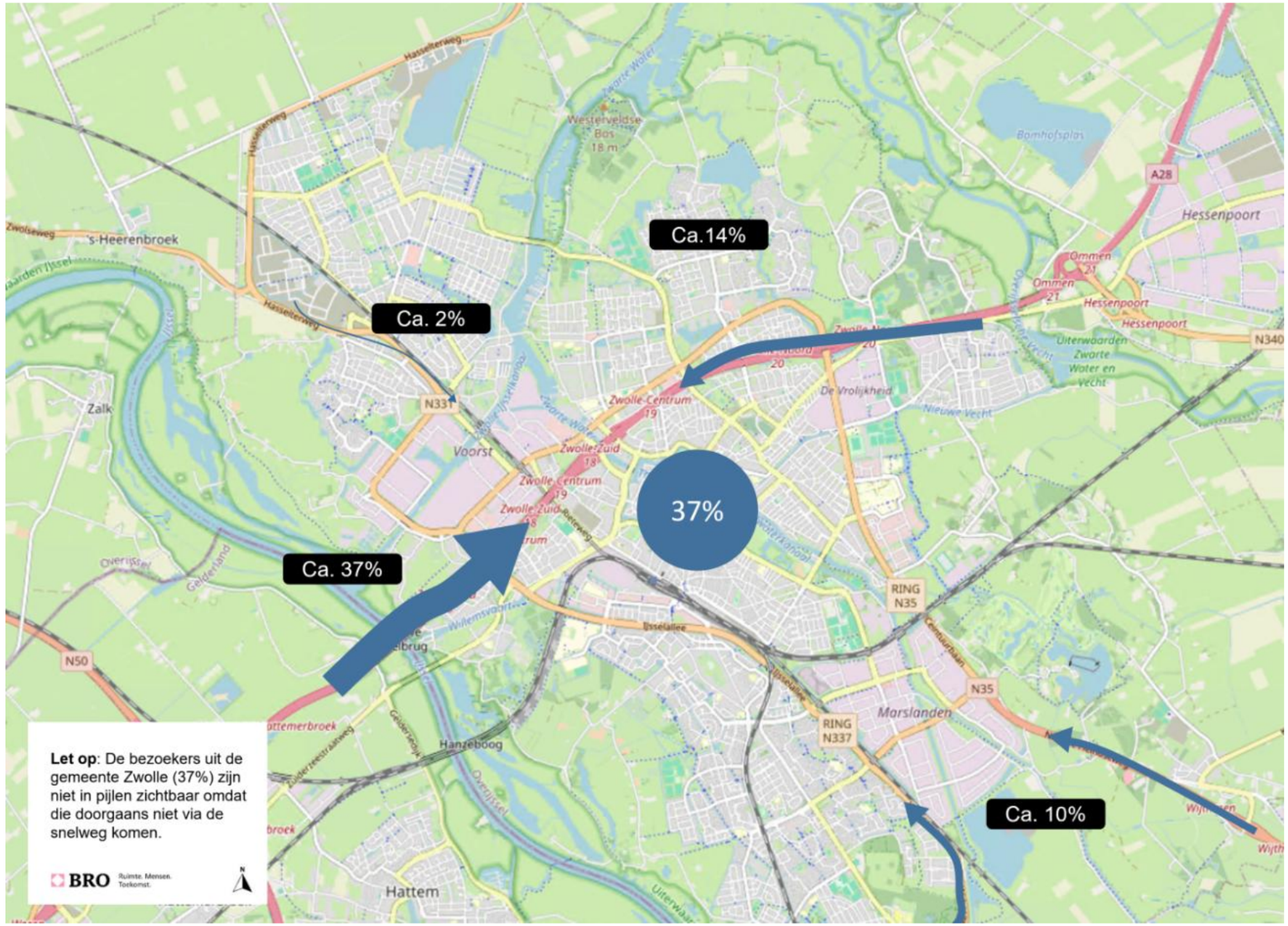
In tabel 2 zijn de unieke bezoekers per maand en het aantal unieke bezoeken per maand weergegeven, zie inleiding voor toelichting op de definitie. In de meer toeristische maanden, zoals augustus, ligt het aandeel unieke bezoekers het hoogst met 51%. Als het aandeel 51%, zijn er dus in verhouding met de andere maanden relatief meer ‘unieke’ bezoekers, die waarschijnlijk ook van verder weg komen uit de regio (toeristen).

Tabel 2: Aandeel unieke bezoekers per maand.

Maand	Unieke bezoekers per maand	Unieke bezoeken per maand	Aandeel unieke bezoekers
Januari	273.800	669.410	41%
Februari	264.600	643.030	41%
Maart	275.270	639.690	43%
April	301.530	682.100	44%
Mei	301.560	694.520	43%
Juni	298.550	699.090	43%
Juli	333.760	719.350	46%
Augustus	319.670	621.080	51%
September	268.050	588.850	46%
Oktober	297.604	669.900	44%
November	275.370	595.560	46%
December	297.670	660.640	45%



Figuur 9: Inzicht in de herkomst van bezoekers aan het centrum van Zwolle (oktober 2023) op postcode 4 niveau.



Figuur 10: Percentage unieke bezoekers per richting op basis van de maand oktober.

Tabel 3: Aandeel unieke bezoekers en bezoeken per maand.

Herkomst	Unieke bezoekers per maand	Unieke bezoeken per maand	Verhouding
Ring 1	13%	24%	1,8
Ring 2	15%	15%	1,0
Ring 3	17%	16%	0,9
Ring 4	16%	12%	0,75
Overig (5)	39%	33%	0,85
Totaal	**100%**	**100%**	

Herkomst unieke bezoekers

In **figuur 9 op de vorige pagina** is de herkomst van de bezoekers aan de binnenstad van Zwolle weergegeven. In het kaartbeeld is gekeken naar de herkomst in de maand oktober. Qua bezoekersaantallen is dit een ‘gemiddelde’ maand waardoor dit een goede uitgangspostie geeft.

In onderstaande tabel is gekeken naar het aandeel unieke bezoekers en unieke bezoeken per maand. Hieruit is op te maken dat de eerste ring weliswaar veel unieke bezoeken per maand telt, maar dit neer komt op 13% unieke bezoekers. Deze groep komt een stuk frequenter naar de binnenstad van Zwolle. Naarmate de afstand groter wordt neemt de frequentie af.

Herkomst bezoekers per windrichting

In **figuur 10** is gekeken naar het aandeel bezoekers en bezoeken per windrichting. Bezoekers aan de binnenstad van Zwolle kunnen op verschillende manieren de stad binnenkomen. In tabel ? is een overzicht gegeven van het aandeel bezoekers en bezoeken per richting. De zuidkant (3) is qua aandeel bezoekers en bezoeken de belangrijkste richting waarop bezoekers de binnenstad van Zwolle bereiken. De bezoekers uit de gemeente Zwolle zijn hierin niet meegenomen, omdat deze doorgaans niet via de snelweg komen.

Tabel 4: Op basis van de maand oktober.

Richting	Unieke bezoekers per maand	Unieke bezoeken per maand
1 Noord (o.a. A28)	14,4%	11,8%
2 Oost (o.a. N337 en N35)	10,2%	8,4%
3 Zuid (o.a. A28)	36,6%	33,1%
4 West (o.a. N331 en Middelweg)	2%	2,8%
Bezoekers uit gemeente Zwolle	37%	44%
Totaal	**100%**	**100%**

3.5 Besteding per vervoersmiddel

In het Koopstromenonderzoek is gevraagd aan bezoekers hoeveel ze de laatste keer aan mode hebben besteed in de binnenstad van Zwolle.

- Gemiddeld besteedt een bezoeker die met de auto komt het meest (€ 147,- per bezoek). Een bezoeker die met de fiets de binnenstad van Zwolle bezoekt besteedt € 99,- per bezoek. Hoewel dit verschil ogenschijnlijk groot is, zien we in veel andere grote binnensteden een nóg groter verschil. Voetgangers besteden gemiddeld € 122,- per bezoek.
- Als gekeken wordt naar de besteding per ring (tabel 2) is zichtbaar dat naarmate de afstand toeneemt de gemiddelde besteding stijgt.

3.6 Bezoekfrequentie

- Een bezoeker die het centrum van Zwolle bezoekt met de elektrische fiets heeft gemiddeld de hoogste bezoekfrequentie per maand (0,7 keer), gevolgd door de voetgangers (0,6 keer) en de bezoekers die met de bus komen (0,6 keer). De gemiddelde bezoekfrequentie per maand ligt dicht bij elkaar. Dit hangt samen met aard van mode aankopen. Of je nu te voet, te fiets of met de auto mode aankopen doet, dit maakt niet veel uit voor de bezoekfrequentie. Het is meestal circa één keer per twee maanden dat mensen komen.

Tabel 5: gemiddelde uitgave voor mode en bezoekfrequentie uitgesplitst naar de verschillende ringen.

	Eerste cirkel	Tweede cirkel	Derde cirkel	Vierde cirkel	Overig
Gemiddeld uitgave mode	€ 114	€ 113	€ 131	€ 151	€ 163
Gemiddelde bezoekfrequentie	0,7	0,5	0,5	0,4	0,3

Tabel 6: Reden voor een bezoek aan Zwolle uitgesplitst naar de verschillende ringen.

	Eerste cirkel	Tweede cirkel	Derde cirkel	Vierde cirkel	Overig	Totaal
Dicht bij huis	61%	26%	14%	5%	3%	15%
Omvang winkelaanbod	52%	55%	66%	70%	51%	63%
Kwaliteit winkelaanbod	37%	30%	33%	42%	39%	36%
Bepaalde winkels	57%	53%	49%	51%	42%	50%
Sfeer en uitstraling	13%	13%	17%	29%	36%	21%
Bereikbaarheid per auto	3%	4%	14%	16%	16%	13%
Bereikbaarheid per fiets	38%	30%	8%	0%	2%	10%
Parkeermogelijkheden	2%	1%	6%	7%	9%	6%

- De gemiddelde bezoekfrequentie per maand neemt af naarmate de afstand groter wordt (zie tabel 2).

3.7 Reden voor een bezoek aan Zwolle

Om een beter beeld te krijgen van de verschillende bezoekers is per ring gekeken naar de reden voor een bezoek aan Zwolle voor bezoekers die Zwolle bezoeken om te winkelen.

- Sfeer en uitstraling zijn met name voor de bezoekers van verder weg belangrijker bij de keuze voor een bezoek aan de binnenstad van Zwolle.
- Afstand (dicht bij huis) is voor met name de eerste cirkel een belangrijke reden voor een bezoek aan Zwolle. De bezoekers die dichtbij wonen zijn dan ook vaker makkelijker te binden dan de bezoekers die van verder weg komen. Deze groep heeft meer keus uit centra om te bezoeken en is over het algemeen al bereid om verder te reizen. Ook de omvang van het winkelaanbod wordt vaker onder de groep bezoekers die van verder weg komen genoemd als reden voor een bezoek aan de binnenstad van Zwolle. De bereikbaarheid per auto en fiets verschilt duidelijk per cirkel. Voor bezoekers uit de eerste en tweede cirkel is de bereikbaarheid per fiets een stuk belangrijker dan de bereikbaarheid per auto. Dit is ook logisch te verklaren doordat deze groep ook vaker met de fiets komt. Andersom is de bereikbaarheid per auto belangrijker voor de bezoeker van verder weg.

Opgemerkt moet worden dat als we zouden inzoomen op alle bestedingen in de binnenstad, dus naast mode ook overig winkels, horeca, cultuur, diensten, etc. een ander beeld ontstaat. Voor de binnenstad van Zwolle is dat niet goed in beeld, omdat het Koopstromenonderzoek daar geen goed antwoord op biedt. Het Platformonderzoek geeft dat inzicht wel. Hieruit blijkt dat in de grotere binnensteden vaak het meeste geld wordt uitgegeven aan mode. De bezoekfrequentie wordt wel wezenlijk anders en de verschillen tussen de vervoersmiddelen wordt ook groter. Dit komt door het feit dat frequent benodigde artikelen en frequente activiteiten, zoals bijvoorbeeld boodschappen doen of op het terrasje zitten een hogere bezoekfrequentie betekenen. Voetgangers en fietsers komen in algemene zin (veel) vaker dan bezoekers met de auto of trein. Dit hangt samen met de reistijd.

3.8 De waarde van een unieke bezoeker en aandeel binnen de omzet

In **figuur 11** zijn de belangrijkste conclusies gebundeld tot één figuur. De figuur heeft betrekking op alle bezoekers aan het centrum van Zwolle die mode aankopen hebben gedaan. Op basis van de gemiddelde besteding per bezoek, de gemiddelde bezoekfrequentie én de bezoekersaantallen kunnen we de omzet in de binnenstad van Zwolle ramen voor mode.

- In de eerste kolom is de modal split weergegeven van alle bezoekers.
- In de tweede kolom is de gemiddelde besteding per bezoek per maand weergegeven.
- In de derde kolom is de gemiddelde gewogen bezoekfrequentie weergegeven.

		Verdeling van het vervoersmiddel over het totaal aantal beezoekers mode	Gemiddelde besteding per bezoek per maand	Gemiddelde bezoekfrequentie per maand [1]	Waarde unieke bezoeker per maand [2]	Aandeel binnen de omzet
Langzaam verkeer	Voetgangers	3%	€ 122,-	0,6	€ 67,-	3%
	Fietsers	17%	€ 99,-	0,5	€ 48,-	13%
	Elektrische fiets	5%	€ 107,-	0,7	€ 74,-	6%
	Brommer/scooter	0%	*	*		-
	Auto	66%	€ 147,-	0,5	€ 69,-	71%
OV	Bus	2%	€ 113,-	0,6	€ 63,-	2%
	Trein	6%	€ 122,-	0,4	€ 52,-	5%
	Combinatie auto/OV	0%	*	*	-	

[1] De gemiddelde bezoekfrequentie is gewogen en gebaseerd op het aantal keer dat men mode koopt.
[2] De gemiddelde besteding maal de gemiddelde bezoekfrequentie.
*Onvoldoende waarnemingen

Figuur 11: Overzicht belangrijkste conclusies alle respondenten

- In de laatste kolom is gekeken naar de waarde van één unieke bezoeker uitgesplitst naar het vervoersmiddel. Hiervoor is de gemiddelde besteding per bezoek per maand vermenigvuldigd met de gemiddelde bezoekfrequentie. De bezoeker die met de elektrische fiets het centrum van Zwolle bezoekt vertegenwoordigd de meeste waarde (€ 74) gevolgd door de auto bezoeker (€ 69) en de bezoeker te voet (€ 67).
- In de volgende stap is gekeken naar de waarde van de verschillende vervoersmiddelen binnen de totale omzet. Om dit te doen is inzicht nodig in het aantal unieke bezoekers. Op basis van opgevraagde Resono data is bekend dat in oktober gemiddeld 297.600 unieke bezoekers de binnenstad van Zwolle bezocht hebben. Van deze bezoekers is de modal split bekend, de gemiddelde uitgave en de bezoekfrequentie. Deze inzichten samen leiden tot een aandeel binnen de omzet. De auto heeft verreweg het hoogste aandeel in de omzet. 77% van de omzet komt van bezoekers die het centrum van Zwolle bezoeken met de auto. De bezoekers die met de fiets komen zijn goed voor 13% van de totale omzet, bezoekers die met de trein komen bedragen 5% en de voetgangers 3%.

In de ramingen is gekeken naar de bezoekers die voor mode het centrum van Zwolle bezoeken. Specifiekere cijfers voor horeca en cultuur zijn niet beschikbaar.

- Op basis van het Koopstromenonderzoek 2023 blijkt dat recreatief winkelen het primaire bezoekmotief is (2023). Een bezoek aan de horeca hangt vaak samen met een recreatief bezoek. Ook vertegenwoordigd de detailhandel verreweg de meeste omzet gevolgd door doelgericht aanbod.
- De omzet afkomstig van boodschappen doen is zeer beperkt en bedraagt ca. 5%. Boodschappen worden doorgaans dicht bij huis gedaan en men is minder geneigd hier grotere afstanden voor af te

leggen. Het boodschappen aanbod in Zwolle is goed vertegenwoordigd in de wijken en buurten. Binnen de singels is het boodschappen aanbod beperkt. In de data van het Koopstromenonderzoek zitten ook te weinig respondenten die boodschappen doen in de binnenstad om verder te analyseren.

Waarde unieke bezoeker binnen de eigen gemeente en buiten de eigen gemeente

Voor een verdere verdieping is een uitsplitsing gemaakt naar de bezoekers uit de eigen gemeente (ring 1 en 2) en de bezoekers uit de overige ringen. Ook voor de bezoekers uit de eigen gemeente en de bezoekers van buiten de eigen is gekeken naar de gemiddelde bezoekfrequentie per maand, de gemiddelde besteding en het aandeel binnen de omzet.

- De bezoekers afkomstig uit de gemeente Zwolle die met de fiets het centrum bezoeken hebben een aandeel van 47% in de omzet, de auto 23% en de voetgangers 17%. Deze totale groep is goed voor ca. 28% van de bezoekers.
- De bezoekers die niet afkomstig zijn uit de gemeente Zwolle en met de auto het centrum bezoeken zijn goed voor ca. 74% van de omzet. De bezoekers die op de fiets het centrum van Zwolle bezoeken zijn goed oor 7% van de totale omzet en de bezoekers die met de elektrische fiets komen voor 5%. Deze totale groep is goed voor ca. 72% van de bezoekers.

Tussen conclusie

- De waarde van een autobezoeker uit de eigen gemeente ligt hoger omdat de bezoekfrequentie van deze bezoekers net iets hoger ligt.
- Nu de verschillende vervoersmiddelen inzichtelijk zijn gemaakt, zowel voor bezoekers uit de eigen gemeente als van buiten de eigen gemeente, kan ook iets gezegd worden over de verhouding tussen deze vervoersmiddelen. Oftewel hoeveel extra bezoekers zijn er nodig om een verlies te compenseren. We benadrukken dat de inzet niet moet zijn om verliezen te compenseren, maar te streven naar een verbetering van de huidige situatie.

Ring 1 + 2: ca. 28% van de bezoekers		Verdeling van het vervoersmiddel over het totaal aantal beezoekers mode	Gemiddelde besteding per bezoek per maand	Gemiddelde bezoekfrequentie per maand [1]	Waarde unieke bezoeker per maand [2]	Aandeel binnen de omzet
Langzaam verkeer	Voetgangers	14%	€ 128,-	0,6	€ 77,-	17%
	Fietsers	57%	€ 99,-	0,5	€ 52,-	47%
	Elektrische fiets	9%	€ 91,-	0,7	€ 67,-	10%
	Brommer/scooter	1%	*	*		-
OV	Auto	15%	€ 146,-	0,67	€ 98,-	23%
	Bus	3%	*	*	€ 63,-	3%
	Trein	0%	*	*		-
	Combinatie auto/OV	0%	*	*		-

[1] De gemiddelde bezoekfrequentie is gewogen en gebaseerd op het aantal keer dat men mode koopt.
[2] De gemiddelde besteding maal de gemiddelde bezoekfrequentie.
*Onvoldoende waarnemeningen.

Figuur 12: Overzicht belangrijkste conclusies ring 1 + 2

Ring 3 + 4 + overig: ca. 72% van de bezoekers		Verdeling van het vervoersmiddel over het totaal aantal beezoekers mode	Gemiddelde besteding per bezoek per maand	Gemiddelde bezoekfrequentie per maand [1]	Waarde unieke bezoeker per maand [2]	Aandeel binnen de omzet
Langzaam verkeer	Voetgangers	3%	*	*	€ 67,-	2%
	Fietsers	15%	€ 102,-	0,41	€ 42,-	7%
	Elektrische fiets	5%	€ 122,-	0,66	€ 80,-	5%
	Brommer/scooter	0%	*	*		-
OV	Auto	69%	€ 150,-	0,45	€ 68,-	74%
	Bus	2%	*	*	€ 63,-	1%
	Trein	6%	€ 123,-	0,43	€ 53,-	4%
	Combinatie auto/OV	0%	*	*		-

[1] De gemiddelde bezoekfrequentie is gewogen en gebaseerd op het aantal keer dat men mode koopt.
[2] De gemiddelde besteding maal de gemiddelde bezoekfrequentie.
*Onvoldoende waarnemeningen.

Figuur 13: Overzicht belangrijkste conclusies ring 3 + 4 + overig

- Om een daling van 1.000 autobezoekers uit de regio te compenseren zijn ca. 880 bewoners nodig die te voet het centrum van Zwolle bezoeken.
- Om een daling van 1.000 bezoekers uit de eigen gemeente die met de fiets het centrum bezoeken zijn 765 bezoekers van buiten de gemeente nodig die met de auto komen.

Ruimte. Mensen. Toekomst.

Amsterdam
Nachtwachtlaan 20
1058 EA Amsterdam
+31 (0)20 506 19 99

‘s-Hertogenbosch
Willemsplein 2
5211 AK ’s-Hertogenbosch
+31 (0)73 208 91 55

Venlo
Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
+31 (0)77 373 06 01

info@bro.nl
www.bro.nl

BRO | a movares company

movares smart urban engineering