

Beleidskader detailhandel Zwolle 2017

1. Inleiding
2. Relatie met begrotingsprogramma ondernemende en levendige stad
3. Belang van herijking
4. De hoofdwinkelstructuur van Zwolle
5. Beleidsuitgangspunten op hoofdlijnen
6. Beleidsuitgangspunten per winkelgebiedstype
 - 6.1 Centrumzone
 - 6.2 Perifere winkelgebieden
 - 6.3 Stadsdeel-, wijk- en buurtcentra
 - 6.4 Bezoekersknooppunt

1. Inleiding

In 2016 is de strategisch visie voor de binnenstad vastgesteld, begin 2017 de strategische agenda. Aangezien de winkels een belangrijke component van de binnenstad zijn was dit reden om te kijken of het vigerende beleidskader voor detailhandel nog voldoende houvast biedt om de uitdagingen en nieuwe ontwikkelingen op winkelgebied aan te gaan en te faciliteren. Want er komen immers steeds meer gevarieerde en nieuwe winkelconcepten, waaronder mixfuncties. Ook internationale ketens kijken steeds meer naar steden buiten de Randstad. En fysieke winkels integreren steeds meer hun offline verkoop (in de winkel) met de online verkoop (internet). Ook het omgekeerde vindt overigens plaats.

Positief voor Zwolle is in ieder geval dat het een economisch zeer sterke stad is, met een hoog voorzieningenniveau voor een wijde regio, goed bereikbaar vanuit de regio, met een historische binnenstad waar veel mensen op af komen.

En last but not least een stad die groeit wat betreft inwoneraantal. Dit is erg belangrijk aangezien er een directe relatie ligt tussen het aantal mensen wat ergens woont en het aantal winkels.

Het winkelen in de binnenstad kan echter niet geheel los gezien worden van het winkelen elders in Zwolle. Daarom zijn we, bekeken vanuit de binnenstad als top van de winkelpiramide, ook nagegaan of ons beleidskader voor de andere winkelgebieden in Zwolle nog toereikend is.

Uit de analyse wordt duidelijk dat het huidige beleidskader voor winkels op hoofdlijnen nog grotendeels voldoet. Wel zijn er, ook deels samenhangend met de uitvoering, vier hoofdkeuzes te onderscheiden te weten:

1. gebiedsgerichte aanpak
2. breed centrumgebied
3. segmentering in de stad
4. handhaven van de fijnmazige wijkwinkelstructuur.

Ad 1 gebiedsgerichte aanpak

Uit de weerbaarheidsanalyse wordt duidelijk dat er verschillen zijn tussen gebieden in de binnenstad wat betreft de uitgangspositie ten aanzien van het winkelen. In de uitwerking staan we dan ook een gebiedsgerichte benadering voor, zoals nu ook al bijvoorbeeld gebeurt in het Broerenkwartier.

Ad 2 breder centrumgebied

Het centrumgebied is breder dan alleen de binnenstad. De aanloopstraten/gebieden Dieze en Assendorperstraat hebben ook een belangrijke winkelfunctie voor Zwolle, die in samenhang met de binnenstad moeten worden bekeken. Voor beide gebieden zullen we ook, in overleg met de betrokkenen, uitvoeringsagenda's opstellen.

De relatie met het stationsgebied ligt met name in de aanlooproute die de bezoekers nemen als men via de trein (of bus) naar Zwolle komt. En niet direct als winkelgebied zelf, met uitzondering van de stationsgebonden winkels.

Ad 3 segmentering in de stad

Het beleidskader voor winkels op de zogenaamde perifere locaties en op de bezoekersknooppunten is opgesteld in relatie tot ontwikkelingen in de binnenstad.

Verrommeling in detailhandelsbestemmingen op bedrijventerreinen willen we onder andere hiermee voorkomen. Het gaat hierbij voornamelijk over de ondernemingen die naast internetverkoop tegelijkertijd fysiek de via de internet te bestellen goederen willen tonen, verkopen en mogelijkheden geven om te ruilen op één locatie. Bestaande winkellocaties zoals binnenstad, wijkwinkelcentra, aanloopstraten voor de binnenstad en in de toekomst mogelijk Voorsterpoort zien wij als locaties voor deze zogenaamde 'clicks en bricks' winkels

Ad 4 handhaven van de fijnmazige wijkwinkelstructuur.

Het beleidskader ondersteunt ons beleid om wijkwinkelcentra vitaal te houden. Het eind 2015 door de raad vastgestelde beleidskader is uitgangspunt. Wel staan we ook hier een gebiedsgerichte benadering voor. We gaan een plan van aanpak voor de wijkwinkelcentra opstellen.

In het vervolg van deze notitie wordt dieper op het beleidskader detailhandel (op hoofdlijnen) ingegaan. Dit document is dan, na vaststelling door de raad, een eerste input voor de ladder van duurzame verstedelijking in geval er nieuwe ontwikkelingen plaatsvinden. Bovendien vormt het de eerste input voor de omgevingsvisie.

2. Relatie met begrotingsprogramma ondernemende en levendige stad

In de nieuwe begrotingsindeling is er een programma ondernemende en levendige stad. Eén van de ambities in dit programma is dat Zwolle 'het koop- en recreatiecentrum van de regio blijft'.

Het winkelbeleid moet er toe bijdragen dat enerzijds de Zwollenaar blijft winkelen in Zwolle en anderzijds dat steeds meer mensen buiten Zwolle naar Zwolle toekomen om te winkelen. De consumenten (lees inwoners van Zwolle, regio en Nederland) moeten zo goed mogelijk bediend worden. Dit moet uiteindelijk leiden tot meer bestedingen bij de Zwolse winkels. En dit betekent uiteindelijk weer meer werkgelegenheid.

3. Belang van herijking

Sinds het opstellen van het gemeentelijk detailhandelsbeleid in 2012 speelt er het nodige in de detailhandel:

- * **De economie trekt langzaam** weer aan na jaren van crisis. Dit uit zich voorzichtig ook in het consumentenvertrouwen en de detailhandelsbestedingen.
- * **De opkomst van het internet** en de digitalisering van het winkelen hebben een structurele weerslag op het consumentengedrag en daarvan ondervindt de traditionele fysieke detailhandel veel hinder. Zo is de detailhandelsmarkt volledig transparant geworden. Anderzijds voegt het internet een nieuwe dimensie toe aan het (fysieke) winkelen. Steeds meer winkels zetten nieuwe technologieën in om het aankoopproces aantrekkelijker te maken.
- * **Winkelgebieden veranderen** in een versnelde ontwikkeling naar beleveniscentra. Schaalvergroting, nieuwe technologieën, functiemix zijn daarvan uitingen.
- * **De consument is in toenemende mate (boven)regionaal actief** en kiest steeds bewuster tussen winkelgebieden. Ondernemers kiezen hierdoor ook bewuster voor bepaalde vestigingslocaties. Als gevolg daarvan is er sprake van 'winnaars' en 'verliezers'.
- * Veel retailers staan onder druk wat **faillissementen** tot het gevolg heeft. Hierdoor loopt de leegstand in sommige winkelgebieden nog altijd op. Aan de andere kant treden diverse **nieuwe (internationale) formules toe tot de markt**.
- * Er ontstaan winkels en/of afgeleiden daarvan op **nieuwe plekken in de structuur**, op kruispunten van vervoer- en consumentenstromen (trafficlocaties). Dit kan soms op gespannen voet staan met de bestaande detailhandelsstructuur.

Om de grote dynamiek in de detailhandel te kunnen accommoderen en op een juiste manier te begeleiden, is actueel beleid gewenst. Ontwikkelingen in de detailhandel volgen elkaar in snel tempo op. Het is noodzakelijk het detailhandelsbeleid periodiek te evalueren en te beoordelen of het nog aansluit bij de praktijk. Het onderhavige document kan worden beschouwd als

ambitie en beleidsdocument en toetsingskader voor nieuwe initiatieven in het centrum van Zwolle, maar ook daarbuiten.

4. De hoofdwinkelstructuur van Zwolle

Er wordt onderscheid gemaakt naar 4 winkelgebiedstypen te weten de binnenstad, de buurt- en wijkcentra en de periferie. Als vierde categorie zijn nog de winkelvoorzieningen nabij bezoekersknooppunten onderscheiden.

Centrumzone

Centrum van Zwolle waar het recreatief winkelen c.q. funshoppen in combinatie met andere recreatieve activiteiten (cultuur, horeca, etc.) centraal staat.

- **Binnenstad**: de historische binnenstad binnen de singels:
 - ***Kernwinkelgebied***: Het gebied waar de winkeldichtheid het grootst is (Diezerstraat en een deel van de Melkmarkt)
 - ***Aanloopgebieden/dwaalmilieus***: De gebieden waar naast winkels ook diverse andere commerciële functies aanwezig zijn, zoals horeca, dienstverlening, cultuur, etc.). Voor beelden zijn de Luttekestraat, de Sassenstraat en de Oude Vismarkt.
- **Entreegebieden**: de entrees naar de binnenstad (Diezerpoort, Assendorperstraat, Katwolderplein en de Spoorzone). Het betreft gebieden met een sterke functiemix, meer doelgerichte aankopen en een geringere winkeldichtheid. Tevens zijn het belangrijke bronpunten voor de binnenstad.

Perifere winkelgebieden¹

Centra voor doelgerichte en laagfrequente aankopen, op perifere locaties waar perifere en grootschalige winkels kunnen worden gefaciliteerd.

Stadsdeel-, wijk- en buurtcentra

Centra voor primair de dagelijkse aankopen. Het dagelijkse aanbod (supermarkten en versspeciaalzaken) staat centraal.

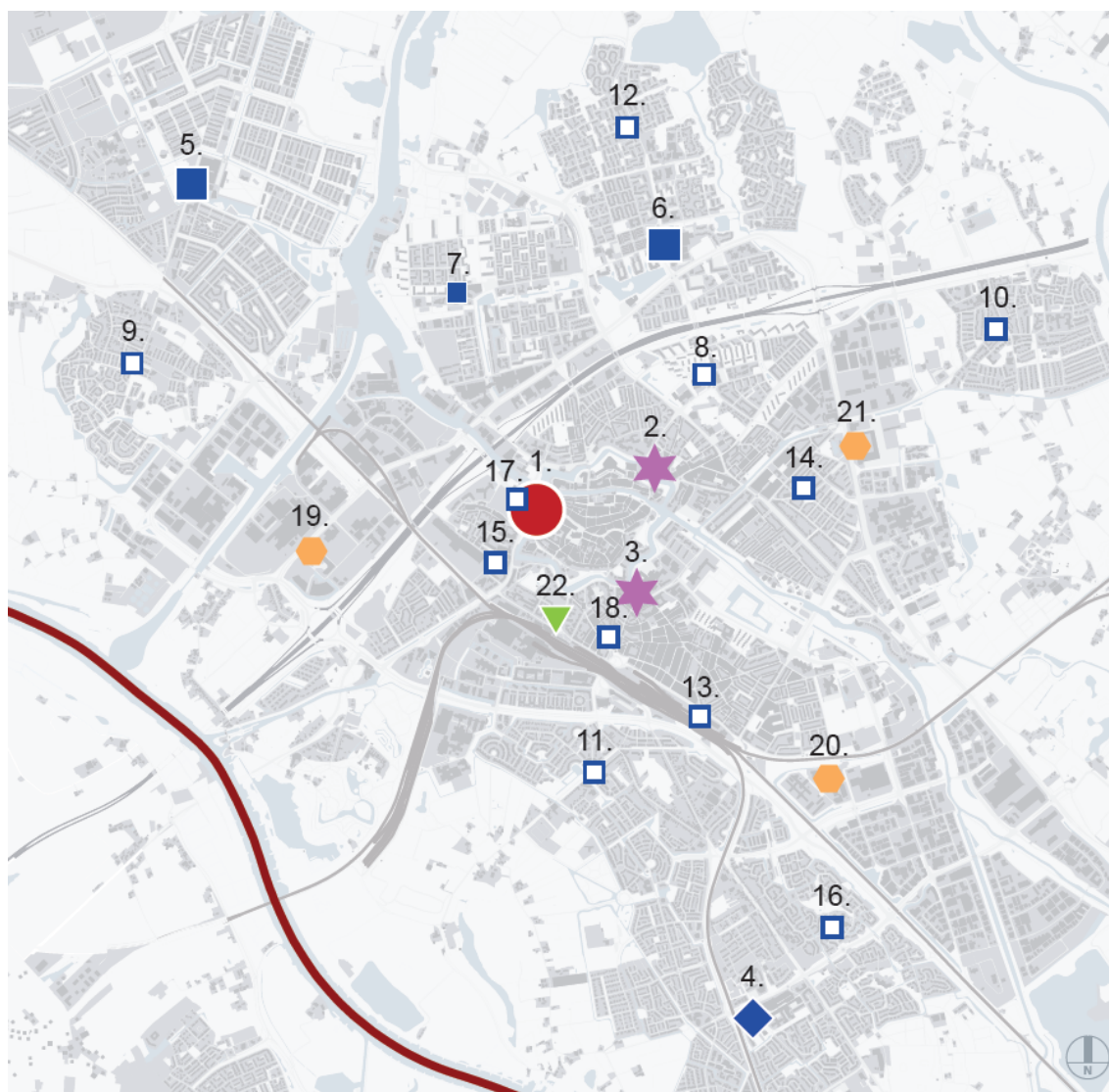
Bezoekersknooppunt

Kleinschalige winkelvoorzieningen op of rondom station, ziekenhuis, verzorgingstehuizen, gericht op de reiziger dan wel bezoeker.

In figuur 1 en tabel 1 zijn alle tot de hoofdstructuur behorende winkelgebieden in de gemeente Zwolle naar verzorgingsfunctie weergegeven.

¹ Perifeer is niet in of aansluitend aan een regulier winkelcentrum, zoals de binnenstad of stadsdeel-, wijk- of buurtcentrum.

Figuur 1 Hoofdstructuur gemeente Zwolle



Hoofdstructuur gemeente Zwolle

- | | |
|---|--|
| ● Hoofdwinkelgebied | Buurtsteunpunt |
| ◆ Stadsdeelcentrum | ★ Binnenstedelijke winkelstraat |
| ■ Wijkcentrum groot | ● Perifere concentratie |
| ■ Wijkcentrum klein | ▼ Overige concentratie |

Tabel 1 Hoofdstructuur gemeente Zwolle

Type	Winkelcentrum	
Hoofdwinkelgebied	1. Binnenstad	
Binnenstedelijke winkelstraat	2. Diezerpoort	3. Assendorperstraat
Stadsdeelcentrum	4. Zwolle-Zuid	
Wijkcentrum groot	5. Stadshagen	6. AA-landen
Wijkcentrum klein	7. Holtenbroek	
Buurtcentrum	8. Hogenkampsweg	10. Campherbeeklaan
	9. Petuniaplein	
Buurtsteunpunt	11. Forelkolk	15. Veemarkt
	12. Rijnlaan	16. Sellekamp
	13. Deventerstraatweg	17. Katwolderplein
	14. Roemer Visscherstraat	18. Van Karnebeekstraat
Perifere concentratie	19. Woonboulevard Zwolle	21. Stadionplein
	20. Marslanden B.	
Overige concentratie	22. Stationsplein	23. IKEA

5. Beleidsuitgangspunten op hoofdlijnen

Evenwichtige en heldere detailhandelsstructuur

De gemeente Zwolle streeft naar een heldere en evenwichtige detailhandelsstructuur, waarbij elk winkelgebied een eigen functie binnen de hoofdstructuur heeft om de complementariteit tussen de verschillende winkelgebieden te borgen. Het koopgedrag en het koopmoment zijn in grote mate bepalend voor het profiel van verschillende winkelgebieden (boodschappen, recreatief en doelgericht).

Het uitgangspunt is een heldere en evenwichtige detailhandelsstructuur, waarbij elk winkelgebied een eigen functie binnen de hoofdstructuur heeft om de complementariteit tussen de verschillende winkelgebieden te borgen.

Ruimte voor vernieuwing binnen bestaande detailhandelsstructuur

Het is belangrijk mee te bewegen met de eisen/wensen van de consumenten, ondernemers en andere marktpartijen, mits het belang van de algehele gemeentelijke detailhandelsstructuur en consumentenverzorging in acht wordt genomen. Indien niet op de juiste manier wordt ingespeeld op dynamische processen als schaalvergroting, internetverkoop en veranderend consumentengedrag, bestaat het risico dat consumentenbestedingen gaan verschuiven richting internet en/of omliggende plaatsen. Dat kan uiteindelijk resulteren in verschraling in plaats van verrijking. Specifiek voor supermarkten geldt dat deze essentieel zijn voor het functioneren van de buurt- en wijkcentra en daarom ook primair hier gefaciliteerd dienen te worden.

De ambitie is om de markt voldoende ruimte te bieden voor vernieuwing, mits dit past binnen de kaders van de hoofdstructuur. Specifiek voor nieuwe supermarktontwikkelingen geldt dat deze zoveel mogelijk plaats dienen te vinden binnen de bestaande winkelcentra. Ontwikkelingen daarbuiten worden in principe niet toegestaan, tenzij deze een aangetoonde meerwaarde leveren aan de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging.

Compacte winkelgebieden

Winkels dienen bij voorkeur te worden opgenomen in een bestaand winkelgebied c.q. ontmoetingsplek dat behoort tot de hoofdstructuur. De meerwaarde van concentratie van winkels is dat ondernemers kunnen profiteren van gemeenschappelijke faciliteiten en elkaars nabijheid en aantrekkingskracht. De consument heeft als voordelen gemak, overzichtelijkheid en ruimere keuzemogelijkheden. Clustering resulteert daardoor in meer bezoekers. Daarnaast draagt concentratie ook bij aan beperking van het aantal verkeersbewegingen. Het detailhandelsbeleid streeft daardoor ook naar het terugdringen van verspreid gelegen winkelmeters, ten gunste van ontwikkelingen in de tot de hoofdstructuur behorende winkelgebieden.

De ambitie is te komen tot compacte winkelgebieden. Dit betekent dat ontwikkelingen buiten de hoofdstructuur in principe niet zijn toegestaan, tenzij wordt aangetoond dat een dergelijk initiatief van meerwaarde is voor de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur (bijvoorbeeld doordat versnippering afneemt) en de leefbaarheid en dat er geen sprake is van onaanvaardbare effecten hierop (zoals leegstand).

Minder leegstand, op peil houden leefbaarheid

Algemene ontwikkelingen als de schaalvergroting, de toename van e-commerce en de (toenemende) gemiddelde leeftijd van ondernemers, hebben tot gevolg dat er de komende jaren in bepaalde winkelgebieden (meer) winkelaanbod zal verdwijnen, vooral in de niet-dagelijkse sector. Verwacht wordt dat met name op buurtniveau (winkelstrips), aan de randen van (niet-geplande) grotere winkelcentra en in de verspreide bewinkeling de winkelleegstand nog verder zal toenemen. Dat kan in sommige gevallen negatieve gevolgen hebben voor de leefbaarheid van woongebieden en de uitstraling van winkelgebieden.

De ambitie is dat de leegstand in perspectiefrijke winkelgebieden zo veel mogelijk beperkt blijft, en dat daar waar er sprake is van winkelgebieden zonder perspectief, de leegstand aangepakt wordt, bijvoorbeeld door transformatie.

Duurzaam ruimtegebruik

Bij stedelijke ontwikkelingen in het algemeen en detailhandel in het bijzonder wordt steeds meer waarde gehecht aan een duurzaam ruimtegebruik. Dat wil zeggen dat nieuwe ontwikkelingen bij voorkeur plaats dienen te vinden in of aansluitend op bestaande concentraties. Om dit te borgen is door de Rijksoverheid de Ladder voor Duurzame Verstedelijking geïntroduceerd. Achtergrond van de ladder is het zorgvuldig omgaan met de ruimte door het tegengaan van leegstand, een 'tweede leven' voor gebouwen, concentratie van voorzieningen, combineren van bezoekmotieven, et cetera.

De ambitie is nieuwe stedelijke ontwikkelingen op een duurzame wijze in te passen in de bestaande (fysieke) ruimte. De ladder voor duurzame verstedelijking is hiervoor het belangrijkste uitgangspunt.

6. Beleidsuitgangspunten per winkelgebiedstype

In deze paragraaf zijn per winkelgebiedstype de belangrijkste beleidsuitgangspunten benoemd. De beleidsuitgangspunten voor de centrumzone staan centraal. De beleidsuitgangspunten voor de andere winkelgebiedstypen zijn grotendeels gebaseerd op het vigerend beleid en waar noodzakelijk herijkt in relatie tot het centrum.

6.1 Centrumzone

De Zwolse binnenstad staat er relatief goed voor: de leegstand is relatief beperkt, het winkelaanbod is rijk en divers en er zijn vele gebieden die allemaal iets unieks te bieden hebben. Het recreatief winkelen c.q. funshoppen in combinatie met andere recreatieve activiteiten (cultuur, horeca, etc.) staat duidelijk centraal, maar de binnenstad biedt ook de mogelijkheid om te wonen en te werken. De binnenstad ligt centraal in de stad, maar ook in de regio. De regionale potentie van de binnenstad is daardoor groot.

De binnenstad wordt verder aangevuld met enkele entreegebieden. De Assendorperstraat en de Diezerpoort zijn duidelijke aanloopstraten met primair een winkelfunctie. Beide aanloopstraten kenmerken zich door veel uniek, zelfstandig en lokaal ondernemerschap. Er is ook sprake van een sterke functiemix. Het Katwolderplein is met een supermarkt en een bioscoop complementair aan de binnenstad. De parkeergarage zal functioneren als belangrijk bronpunt. Het station is eveneens een belangrijk bronpunt, maar de ruimtelijk-functionele verbinding met de binnenstad is niet optimaal. Het perspectief van de entreegebieden wisselt.

Hoewel het uitgangspunt voor de centrumzone in algemene zin goed is, zijn er nog diverse aandachtspunten en kansen. Uit de weerbaarheidsanalyse en de Binnenstadsvisie blijkt dat er nog diverse aspecten ten aanzien van het winkelaanbod verbeterd dan wel versterkt moeten worden, zoals de openingstijden, de omvang en kwaliteit van het aanbod, de bereikbaarheid, de routing, de promotie, etc. Daarnaast kan de relatie tussen de binnenstad en de entreegebieden beter. De entreegebieden profiteren momenteel niet optimaal van de (boven)regionale aantrekkingskracht van de binnenstad.

Om onze eerder geformuleerde doelstelling van 'het versterken de economische positie van Zwolle als koop- en recreatiecentrum te realiseren' zijn onderstaande uitgangspunten van belang.

- **Winkels primair in centrum:** om de winkelfunctie van het centrum te versterken, wordt uitbreiding van recreatief winkelaanbod binnen de gemeentelijke detailhandelsstructuur primair toegestaan in de binnenstad. In het kernwinkelgebied staan de grote nationale en internationale ketens centraal, terwijl de aanloopgebieden/dwaalmilieus ruimte kunnen bieden voor uniek en zelfstandig winkelaanbod.

- **Versterken relatie tussen binnenstad en entreegebieden:** de entreegebieden zijn nadrukkelijk onderdeel van het centrum. De verbinding tussen de entreegebieden en de binnenstad moet versterkt worden, zodat de gebieden meer van elkaar kunnen profiteren. Dit kan onder meer door de ruimtelijk-functionele relatie te versterken (overloop winkelfunctie), een verkeerskundige versterking (aanpassen wegenstructuur, bruggen, etc.) en/of een verbetering van de routing.
- **Compleet winkelaanbod:** de Zwolse binnenstad moet de huidige diversiteit van het winkelaanbod (grootschalig, kleinschalig, ketens, zelfstandigen, branchering, etc.) behouden. Met name in de dagelijkse sector kan versterking worden gezocht, door het toevoegen van versspeciaalzaken. Daarnaast dient er een voldoende kritisch niet-dagelijks aanbod aanwezig te zijn om te kijken en te vergelijken. Hierbij ligt de nadruk op landelijke formules voor de herkenbaarheid en de aantrekkingskracht, aangevuld met lokale winkeliers die de consument langer in het centrum vasthouden en het creëren van onderscheidend vermogen / een verrassingseffect.
- **Sterke functiemix:** de kracht van de Zwolse binnenstad vanuit de gemeentelijke en regionale detailhandelsstructuur bezien, ligt in de sterke mix tussen winkels, horeca, leisure, cultuur, dienstverlening, maatschappelijke- en zorgvoorzieningen en woningen. Voor de consument is winkelen namelijk steeds meer een 'beleving' en hierin spelen andersoortige functies (zoals horeca en leisure), maar ook o.a. evenementen en mengfuncties (waarin bijvoorbeeld horeca en detailhandel gecombineerd worden) een belangrijke rol. De diversiteit van functies en daarmee het versterken van de belevingswaarde voor de lokale en regionale bezoeker moet behouden blijven, dan wel versterkt worden.
- **Compact:** de winkel- en horecafunctie dienen voor een groot deel sterk geconcentreerd te zijn met zo min mogelijk onderbrekingen in het winkelfront, zodat er een aangenaam winkelklimaat ontstaat. De deelgebieden in de binnenstad hebben ieder een eigen gebied waar de winkel- en horecafuncties geconcentreerd moeten worden.
- **Goede bereikbaarheid:** goede en duidelijke parkeervoorzieningen zijn essentieel voor de bereikbaarheid van de binnenstad, zeker voor bezoekers uit de regio die nog relatief onbekend zijn met de stad. De routing moet worden versterkt, zodat de bezoeker weet waar de parkeermogelijkheden zijn. Daarnaast moet ook de routing van de bronpunten naar de binnenstad verbeterd worden om de doorbloeding naar de binnenstad te stimuleren.
- **Inrichting en uitstraling:** een aangename verblijfskwaliteit wat tot uiting komt in eenduidige en heldere verharding en inrichtingselementen, voldoende groen, goede verlichting, aantrekkelijke gevelkwaliteit, geordende reclame-uitingen, toegankelijk en herkenbare entrees. Daarnaast dient de schoonmaak, het onderhoud en de (sociale) veiligheid op orde te zijn (schoon, heel en veilig).
- **Openingstijden:** de openingstijden in de centrumzone wisselen sterk. Landelijke winkelketens hebben vaak behoefte aan langere openingstijden, terwijl dit voor zelfstandige ondernemers niet altijd wenselijk is. Voor de bezoeker van het centrum is het belangrijk te weten wanneer winkels open of gesloten zijn. Een duidelijke en eenduidige communicatie naar de bezoeker is essentieel, om teleurstelling te voorkomen. Waar mogelijk moeten de openingstijden van winkels zoveel mogelijk op elkaar worden afgestemd.

- **Zondagsopenstelling binnenstad:** voor 2017 is voorzien dat winkels op 15 zondagen open kunnen. Onderzoeken wijzen uit dat een groeiende groep consumenten in Nederland vaker op zondag willen winkelen. Veel grote steden in Nederland met een (boven)regionale aantrekkingskracht zijn op zondag open, om ook aan de behoefte van de regiobezoeker te kunnen voldoen.
- **Toename evenementen:** unieke evenementen van groot tot klein zijn belangrijke publiekstrekkers. Bovendien geeft het meer beleving aan het centrum. Er moet worden ingezet op meer grote thematische evenementen die bezoekers uit de regio aantrekken. Daarnaast moet ruimte worden gegeven aan ondernemers om lokale kleinschaligere evenementen te organiseren. Dit kan op deelgebieds- of straatniveau plaatsvinden. Evenementen vergroten per saldo de belevingswaarde in het centrum. In de Strategische Agenda wordt het uitbouwen van het evenementenprogramma (passend bij de Zwolse binnenstad) eveneens benoemd.
- **Historisch karakter versterken:** de historische setting van met name de binnenstad speelt een belangrijke rol in de sfeer en beleving van de bezoeker. De historische uitstraling moet behouden dan wel versterkt worden.
- **Versterken groen:** winkelen moet een beleving zijn. Een aantrekkelijke binnenstad met een goede uitstraling en ruimtelijke kwaliteit draagt bij aan de beleving. Groenelementen dragen hier aan bij. Ook draagt groen bij aan een aantrekkelijker verblijfsklimaat. Een goede combinatie van groen en water met stenen, zorgt ook voor een hogere waarde van het vastgoed.
- **Benutten water/grachten:** de stadsgrachten rondom de binnenstad zijn een nadrukkelijk beeldbepalend element en dragen bij aan de ruimtelijke kwaliteit. Ook wordt het benutten van de potentie van de stadsgrachten (het water) genoemd.
- **Intensiveren marketing en communicatie:** om het Zwolse centrum en de specifieke deelgebieden meer 'gezicht' te geven in de regio, is het belangrijk dat de marketing en communicatie geïntensiveerd wordt. Zwolle Marketing en het ZwolleFonds kunnen hier een belangrijke rol in spelen. Het blijven investeren in promotie is ook een uitgangspunt in de Strategische Agenda.
- **Optimaliseren publiek-private samenwerking:** en goede en duurzame samenwerking tussen de gemeente en marktpartijen, zoals ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners, is essentieel voor het goed functioneren van het centrum.

6.2 Perifere winkelgebieden

In de rapportage: *“Zwolle, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse revitalisering Woonboulevard Zwolle” (BRO, december 2015)*, is geconstateerd dat de positie van het perifere winkelaanbod in de gemeente Zwolle niet optimaal is. Marslanden B is geen samenhangend en compact winkelgebied met een duidelijk profiel. Het perifere en grootschalige aanbod is verspreid aanwezig op dit bedrijventerrein. De woonboulevard heeft een duidelijk profiel en is compact, maar naar de huidige maatstaven voor een moderne woonboulevard te beperkt van omvang en te eenzijdig qua aanbod. Op de stadionlocatie is ook nog enig grootschalig en perifeer winkelaanbod aanwezig. Ikea ligt solitair.

Om onze eerder geformuleerde doelstelling van 'het versterken de economische positie van Zwolle als koop- en recreatiecentrum te realiseren' is het wenselijk dat de huidige woonboulevard c.q. Voosterpoort als dé aankoopplaats voor doelgerichte en laagfrequente aankopen binnen het thema 'in en om het huis' in Zwolle en de regio wordt uitgebouwd, maar wel complementair aan het centrum van Zwolle.

Om dit te bereiken is het nodig dat:

- **Perifere detailhandel:** vanwege de aard van het assortiment, de omvang van de winkels en het bijbehorende bereikbaarheids- en bezoekprofiel, vestigen perifere detailhandelsvestigingen zich doorgaans buiten de reguliere winkelstructuur (centrum en buurt- en wijkcentra). Perifere detailhandel (doe-het-zelf, tuincentra, wonen, etc.) wordt primair gefaciliteerd op de woonboulevard c.q. Voorsterpoort. Dit betekent dat nieuwvestiging van perifere detailhandel buiten Voorsterpoort niet wordt toegestaan, tenzij kan worden aangetoond dat er geen mogelijkheden zijn op Voorsterpoort.
- **Grootschalige detailhandel:** grootschalige detailhandel vindt vanwege de omvang van de winkel vaak geen plek in de reguliere winkelstructuur. De binnenstad van Zwolle biedt wel enkele mogelijkheden voor grootschalige detailhandel, wat deels de compleetheid van het winkelaanbod in het centrum bepaalt. Het behoud hiervan staat voorop. Als er in de binnenstad geen realistische mogelijkheden zijn voor grootschalige detailhandel, mag het gefaciliteerd worden op Voorsterpoort, mits dit past binnen het thema 'in en om het huis'. Uiteraard mag de toevoeging van eventuele grootschalige detailhandel op Voorsterpoort aantoonbaar geen onaanvaardbare effecten hebben op het centrumaanbod.
- **Beperken verspreide bewinkeling:** verspreide perifere detailhandel moet worden teruggedrongen, omdat dit vanuit de structuur bezien onwenselijk is. In sommige gevallen kunnen echter uitzonderingen worden gemaakt, bijvoorbeeld als de detailhandel een nevenactiviteit is die in relatie staat met een de hoofdactiviteit (bijvoorbeeld groothandel, bedrijvigheid, etc.). Internet afhaalpunten worden idealiter gehuisvest in of aansluitend aan winkelgebieden, omdat dit kan leiden tot synergiewerking.
- **Geen reguliere detailhandel:** het boodschappenaanbod en het modische aanbod zijn de belangrijkste dragers voor de reguliere winkelgebieden, waaronder het centrum. In perifere winkelgebieden worden winkels in deze branches per definitie daardoor niet toegestaan, omdat dit kan leiden tot onaanvaardbare effecten op onder meer het centrum en de buurt- en wijkcentra.
- **Compleet aanbod:** de huidige woonboulevard heeft momenteel een eenzijdige branchering. Het aanbod is primair gericht op woonzaken. Verbreding moet gezocht worden enerzijds de woonbranche (toevoegen speciaalzaken) en anderzijds enkele andere branches die bijdragen aan het thema 'in en om het huis'. Verbreding binnen dit thema komt het toekomstperspectief van Voorsterpoort ten goede. Op de overige perifere winkelgebieden mag geen verdere verbreding plaatsvinden, buiten perifere detailhandel.

6.3 Stadsdeel-, wijk- en buurtcentra

Zwolle heeft een fijnmazige wijk- en buurtstructuur, waarbinnen het aanbod van dagelijkse artikelen en de boodschappenvoorziening centraal staat. De aanwezigheid van een modern en toekomstbestendig supermarktaanbod is voor het functioneren van de wijk- en buurtcentra essentieel. Binnen de hoofdstructuur heeft winkelcentrum Zwolle-Zuid een stadsdeelverzorgende functie. Het dagelijks aanbod in combinatie met recreatief winkelen vormt de belangrijkste basis. Stadshagen en AA-landen zijn grotere wijkcentra met een beperkte wijkoverstijgende verzorgingsfunctie. De winkelcentra functioneren als boodschappencentra, maar bieden ook de mogelijkheid om efficiënt recreatief te kunnen winkelen. De overige buurt- en wijkcentra en buurtsteunpunten zijn kleinschaliger van aard en hebben primair een boodschappenvoorziening voor de inwoners van de eigen buurt of wijk. De wijk- en buurtcentra vervullen een belangrijke rol voor de consumentenverzorging in de dagelijkse sector en zijn bovendien ontmoetingsplekken.

Het is wenselijk dat de bestaande fijnmazige detailhandelsstructuur in buurten en wijken wordt behouden. Het aanbod moet zijn afgestemd op de verzorgingsfunctie van het winkelgebied. Nieuwe supermarktontwikkelingen moeten zoveel mogelijk plaats vinden binnen de bestaande winkelcentra. Ontwikkelingen daarbuiten worden in principe niet toegestaan, tenzij deze een aantoonbare meerwaarde opleveren voor de consumentenverzorging en de effecten op de detailhandelsstructuur en de leegstand per saldo niet onaanvaardbaar zijn.

Om dit te bereiken:

- **Afwegingskader supermarktinitiatieven**

In 2015 is het volgende afwegingskader voor supermarktinitiatieven vastgesteld

- * Boodschappenvoorzieningen dienen in principe op korte afstand van de consumenten, zoveel mogelijk geclusterd in centraal in de verzorgingsgebieden gelegen perspectiefrijke winkelconcentraties gevestigd te worden.
- * Nieuwe winkelontwikkelingen op het gebied van dagelijkse artikelen dienen zoveel mogelijk in of aansluitend aan de aangegeven hoofdstructuur van boodschappencentra plaats te vinden.
- * Boodschappenvoorzieningen dienen qua omvang en locatie afgestemd te zijn op de omvang van het (beoogde) verzorgingsgebied (buurt-, wijk-, stadsdeel- of (boven) lokaalverzorgend).
- * Supermarktinitiatieven met een bovenlokaal verzorgingsbereik dienen regionaal afgestemd te worden.
- * De vestiging van nieuwe solitaire supermarkten wordt in principe uitgesloten, tenzij er bijzondere omstandigheden zijn die de vestiging rechtvaardigen en er geen negatieve effecten te verwachten zijn op de (beoogde) hoofdstructuur van boodschappencentra. Hier kan sprake van zijn als een marktgebied te klein is voor een eigen winkelcentrum, en te ver van alternatieve aankoopplaatsen gelegen is.

- * De vestiging van supermarkten op bedrijventerreinen buiten woongebieden, zoals op bedrijventerreinen, wordt niet toegestaan, tenzij er bijzondere omstandigheden zijn (zie vorige punt).
- * Eventuele uitbreidingen van bestaande supermarkten worden beoordeeld op hun effecten op en consumentenverzorging en de (beoogde) hoofdstructuur.
- * De vestiging van zeer grootschalige supermarkten (3.000 m² wvo of meer) wordt alleen toegestaan als er aantoonbaar sprake is van een toegevoegde waarde voor de consumentenverzorging in Zwolle, de (beoogde) detailhandelsstructuur van Zwolle, en de (boven)regionale verzorgingsfunctie van de stad.

- **Recreatief winkelaanbod:** Het centrum en specifiek de binnenstad is dé aankoopplaats waar recreatief winkelaanbod wordt gefaciliteerd. Stadsdeelcentrum Zwolle-Zuid en de grotere wijkcentra AA-landen en Stadshagen beschikken ook over recreatief winkelaanbod. De omvang van het recreatief winkelaanbod in de buurt- en wijkcentra moet aansluiten bij de verzorgingsfunctie van het betreffende winkelcentrum en moet in evenwicht zijn met het centrumaanbod.

- **Positie eigenaar wijkwinkelcentrum en overleg met winkeliers:** In veel gevallen is er bij een wijkwinkelcentrum sprake van één eigenaar. Er ligt dan ook een grote verantwoordelijkheid bij die eigenaar als het gaat om het aanpassen van de openbare ruimte in het winkelcentrum en de leegstandsproblematiek. Het is hierbij zaak dat we in gesprek gaan dan wel een vervolg geven aan de lopende gesprekken met de besturen van de winkeliersverenigingen en in sommige gevallen de eigenaar van het desbetreffende winkelcentrum. Dit om (verder) te inventariseren en te kijken wat er nodig is om de wijkwinkelcentra toekomstbestendig te houden.

6.4 Bezoekersknooppunt

Het beleid stimuleert gemakswinkels op bezoekersknooppunten, zoals het station, het ziekenhuis, een verzorgingshuis of andere plekken waar elke dag veel bezoekersstromen samenkomen. De consument gaat hier niet naar toe om doelgericht te winkelen. Het zijn winkels om tijdens het wachten snel iets te kunnen kopen. Daarnaast hebben deze winkels soms een sociale functie, zeker bij kleinschalige winkelvoorzieningen in verzorgingscentra of ziekenhuis.

Eventuele nieuwe initiatieven ten aanzien van detailhandel op bezoekersknooppunten dienen kleinschalig van aard zijn en geen onaanvaardbare concurrentie met het centrumaanbod en de wijkcentra te weeg brengen. Dit betekent dat moet worden aangetoond dat de detailhandel geen onaanvaardbare effecten heeft op de het centrum en wijkcentra. Reguliere detailhandel, zoals modisch, huishoudelijke artikelen zijn essentieel voor het functioneren van onder andere het centrum en worden per definitie uitgesloten op bezoekersknooppunten. Kleinschalige levensmiddelenzaken kunnen wel een bijdrage leveren aan de kwaliteit van bezoekersknooppunten, maar een toevoeging mag niet leiden tot onaanvaardbare effecten op het centrum en de wijkwinkelcentra.