

Informatienota voor de raad

Datum 16 juni 2021

Onderwerp	Strategische positionering - Citymarketing - Het Zwolse Kompas
Versienummer	V1.0

Portefeuillehouder R.E. de Heer

Informant MA Willems
Afdeling Ruimte en Economie
Telefoon 038 498 2969
Email M.Willems@zwolle.nl
Bijlagen 1. Het Zwolse kompas
2. Two pager Zwols kompas

Wij stellen u voor kennis te nemen van:

1. Bijgevoegd kompas als inspiratie en richting bij het ontwikkelen van plannen in de stad en beleid van de gemeente binnen de domeinen Wonen, Werken en Vrije Tijd met als lijn
 - de experimentele, creatieve en ondernemende hanzestad (het Zwolse ECO-systeem)
 - om zo bij te dragen aan de ambitie van de regio als vierde economische topregio
 - met als doel brede welvaart en kwaliteit van leven voor de stad en de regio.

Datum 16 juni 2021

[Toelichting op het voorstel](#)

Inleiding

In november 2019 stelde het college van Zwolle, in het verlengde van de ambitie van Regio Zwolle, de aangescherpte lijn vast voor de positionering van Zwolle richting 2030 (ambitiedocument citymarketing; Zwolle experimentele hanzestad). Dit is ter informatie naar de Raad gestuurd.

Sinds de vaststelling van het ambitiedocument is veel energie gezet op het uitdragen bij en enthousiasmeren van partners in de stad en binnen de gemeente om bij te dragen aan deze ambitie. De eerste resultaten van deze verdere uitrol zijn zichtbaar door de keuzes die nu worden gemaakt in de verschillende visies die voor liggen, zoals het economisch perspectief, het toeristisch perspectief en het cultureel perspectief. Ook concrete projecten zoals de muurschilderingen, de schommels en picknicktafel, (deze laatste 2 gemaakt door Zwolse ontwerpers) zijn verbonden aan deze positionering.

Bij het agenderen van dit thema is aangekondigd dat als hulpmiddel bij het uitvoeren van deze profilering een kompas ontwikkeld zou worden. Dit ligt nu voor. Het kompas moet inspiratie en richting geven aan partijen in de stad (investeerders, ondernemers én inwoners) en binnen de gemeente bij het vormgeven van plannen, beleid en projecten. Het is een call to action: Hoe kun jij bijdragen? Het hele verhaal neemt ons mee in het waarom, wat en hoe. De two-pager ligt op bureaus en is hulpmiddel bij gesprekken over beleid en plannen binnen de domeinen Wonen, Werken en Vrije Tijd. Het geeft beeld bij hoe we de aantrekkelijkheid van de stad willen vergroten.

Kernboodschap

De ambitie van de regio is om in 2030 de vierde economische topregio van Nederland te worden. De stad Zwolle draagt bij aan het behalen van de ambitie van de regio (vierde economische topregio) door zich te ontwikkelen als experimentele, creatieve en ondernemende Hanzestad (het Zwolse ECO-systeem). Om daar te komen moet Zwolle als magneet gaan functioneren om een gerichte doelgroep te trekken (kenniswerkers, pioniers, young professionals en studenten). Door aantrekkelijk aanbod te realiseren, met name op de domeinen wonen, werken en vrije tijd wordt een nieuw hoofdstuk aan de stad toegevoegd. Hiermee vergroten we niet alleen de aantrekkelijkheid van de stad voor de huidige inwoners, maar vergroten we ook onze aantrekkingskracht op nieuwe ondernemers, nieuwe inwoners en bezoekers.

Zwolle is een kwalitatief hoogwaardige woon- en werkstad met veel water, groen en een historische binnenstad. Met die kwaliteiten hoog in het vaandel, is het beoogde effect om met deze keuzes in de positionering van de stad een nieuw hoofdstuk aan de stad toe te voegen met hip, jong en creatief aanbod dat aantrekkelijk is voor wenselijke nieuwe doelgroepen kenniswerkers, pioniers en young potentials en trots oplevert bij bestaande inwoners.

De profilering sluit aan bij het DNA van de stad en de beweging die al was ingezet. Zo is de ontwikkeling van de Spoorzone de gebiedsontwikkeling waarin de experimentele, creatieve en ondernemende stad vorm krijgt. En de aanpak sluit aan bij de omgevingsvisie. De omgevingsvisie is de basis cq. kapstok voor het werken met het kompas. In de omgevingsvisie is opgenomen: *Het belang om jong, breed opgeleid talent en kenniswerkers in Zwolle te houden en naar Zwolle te trekken is groot. Om interessant te zijn voor deze groep werkt Zwolle aan creatief en vernieuwend aanbod op wonen werken en vrijetijd.*

Datum 16 juni 2021

Recent zijn andere beleidstukken in College en Raad behandeld, waar deze positionering leidraad is geweest. In die betreffende beleidsstukken is dus te zien hoe deze positionering in dat beleidsveld wordt doorvertaald. Denk hierbij aan het economisch-, cultureel- en toeristisch perspectief.

Consequenties

Deze aanpak zal alleen effect hebben wanneer langdurig op deze lijn wordt ingezet. Het risico is aanwezig dat door dynamiek wordt afgezien van centrale sturing op positionering en in plaats daarvan primair op individuele projecten en gebieden wordt gestuurd. Het is nodig het rendement voor de stad op de lange termijn goed voor ogen te houden, waarbij een aantal steden in Nederland als goed voorbeeld dienen wat “vasthouden aan keuzes” oplevert. Wie kiest wordt gekozen. Dat vraagt om een centrale aansturing vanuit één overkoepelend verhaal.

Met alle partijen zijn bestaande en nieuwe projecten “opgehaald” die (potentieel) bijdragen aan de positionering. Dat zijn er veel. Dat betekent dat er veel kansen zijn en dat de intentie ook is om bij te dragen aan de positionering. Echter; het is niet de meest gemakkelijke weg. Om kansen te verzilveren is actief sturing en enthousiasme nodig binnen alle lagen van de organisaties (gemeente en stad). Gerichte inzet op een aantal geselecteerde projecten met een innovatieve aanpak, creatieve uitstraling en met een verrassende waarde kan veel trots opleveren bij alle betrokken partijen en inwoners.

Financiën

Er zijn nu nog geen financiële consequenties verbonden aan deze inzet. Op dit moment is er geen directe financiële vraag aan gekoppeld.

Wel zal vanuit een aantal beleidsvelden (o.a. economie, cultuur en toerisme) met de begroting een aanvraag worden ingediend, waarmee wordt bijgedragen aan deze positionering. Daarnaast zal bij de verdere uitwerking van de organisatie worden verkend of aanvullend middelen nodig zijn om deze positionering goed aan te jagen en te coördineren.

Communicatie

Belangrijke partners in de stad op het gebied van economie, cultuur, recreatie en wonen, hebben zich verbonden aan deze positionering. Als aanjaagteam hebben zij inhoudelijk feedback gegeven en aangescherpt. Daarnaast is er aan vele tafels in de stad en binnen de gemeente inhoudelijk gepraat en geschaafd aan de richting, de verwoording en verbeelding van de positionering. Partijen vragen nu om actie, om breed in de stad partijen hieraan verbinden en blijvend gecoördineerd sturen op deze lijn.

Vervolg

Binnen de ambtelijke organisatie zal de organisatie (binnen alle lagen) rond de positionering vormgegeven worden, zodat dit gecoördineerd binnen de gemeente en in de stad vorm gaat krijgen. ZwolleMarketing gaat aan de slag met de opgave om deze positionering in de stad verder en breed uit te dragen.

Openbaarheid

Openbaar



Datum 16 juni 2021

Burgemeester en Wethouders van Zwolle,

voorzitter, Peter Snijders

interim-secretaris, Liesbeth Borsboom