



Beslisnota voor het college

Datum 16 juni 2021

Openbaar

Openbaar

Onderwerp Strategische positionering - citymarketing - Het Zwolse Kompas
Versienummer 1

Portefeuillehouder R.E. de Heer
Informant Marjan Willems
Afdeling Ruimte en Economie
Telefoon (038) 498 2969
Email M.Willems@zwolle.nl

Financiële gevolgen

Betreft doel 5.2.1 We versterken de economische positie van Zwolle als koop- en recreatiecentrum van de regio
Begroting wijzigen Nee
Dekking ten laste van

Parafering datumparaaf
Afdelingshoofd
G. Wijffels
Portefeuillehouder

Raad
☐ Informatienota voor de raad
☐ Opinienota voor de raad
☐ Beslisnota voor de raad
☐ n.v.t.

Bijlagen

1. Het Zwolse Kompas
2. Two pager Zwols kompas

Ontwerp besluit

Het college besluit:

- 1 Akkoord te gaan met het vaststellen van 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 uitgangspunt:
 - 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 te vergroten voor de stad en de regio.
- 2 Akkoord te gaan met het versturen van bijgevoegde informatienota naar de Raad.

Collegebesluit d.d.:

- ☐ Conform
☐ Gewijzigd
☐ Aangehouden

Datum 16 juni 2021

☐ Teruggenomen

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). De ambitie is om in 2030 de vierde economische topregio van Nederland te worden. De stad Zwolle draagt bij aan het behalen van die ambitie van de regio 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). 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.

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.

Beoogd effect

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

Argumenten

1.1 De aanpak sluit uit op bestaande bewegingen en ontwikkelingen in de stad

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.

1.2 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: *1. 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. 2. De stadskrans en stadsruit zijn vanwege de hoge*

Datum 16 juni 2021

dynamiek en functiemix bij uitstek gebieden die geschikt zijn voor ontwikkelen van aanbod voor het aantrekken talent en kenniswerkers. Dit helpt Zwolle om straks klaar te zijn voor de economie van de toekomst.

1.3 De aanpak sluit aan bij andere acties op het gebied van positionering en communicatie

De positionering “Zwolle, stad van waarde” en “Jij laat het ontstaan” is hierbij overkoepelend over het kompas, public affairs en beleidscommunicatie. Vanuit de strategische positionering – citymarketing en het kompas is input gegeven voor “Jouw stukje Zwolle”, waardoor de creatieve uitstraling op elkaar aansluit en dit naar de toekomst toe kansen biedt om nog meer te integreren.

1.4 De aanpak is al door vertaald in andere beleidstukken

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.

1.5 De aanpak kan rekenen op draagvlak in de stad

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.

1.6 Er is al veel input voor de uitvoeringsagenda

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). Gericht 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.

1.7 Draagt bij aan de positionering van de stad

Met de Regio Deal en de status van NOVI-gebied zijn we in toenemende mate in het vizier gekomen van het Rijk. Het met elkaar werken aan concrete projecten maakt ook naar externe partners zoals het Rijk en de provincie, duidelijk waar we voor staan. Door te werken aan de projecten met het kompas als richting kunnen we de status van proeftuin en demodelta waar maken. We laten zien dat het ook vorm krijgt.

Risico's

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.

Datum 16 juni 2021

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

Het aanjaagteam waarmee dit kompas is gemaakt bestaat uit Ralph Keuning (cultuur), Laurens de Lange (VNO-NCW), Jacco Vonhof (MKB), Evert Leideman (wonen), Coby Zandbergen (creatieve industrie en Academiehuis), Rob Zuidema (cultuur), Chris Lindeboom (VTE en marketing), Andries van Daalen (Zwolle Fonds), Emmely Lefevre (jongeren en creatieve sector), Monique Schuttenbeld en Rene de Heer (opdrachtgever), Maarten Veeger (directeur strategie), Marga Wobma (strateeg cultuur), Annelies Boot (strateeg economie), Geanne Koelewijn, Irene From (beleid wonen), Cathelijne Koppert of Twan Timmermans (strategie communicatie), Wendy Weijdemans (strateeg en tijdelijke vervanger voor Claudi Groot Koerkamp vanuit MarketingOost) en Marjan Willems (Ruimte & Economie).

Verder is dit kompas breder in de stad en de gemeentelijke organisatie afgestemd.

Vervolg

Zwolle Marketing staat voor de opgave deze positionering breed in de stad uit te dragen en hier partijen op aan te haken. Binnen de gemeente zal de organisatie (binnen alle lagen) rond de positionering vorm gaan krijgen, zodat dit gecoördineerd binnen de gemeente en in de stad vorm gaat krijgen. Daarbij zal er aandacht zijn voor het bundelen van “boards of inspirations” en “anjaagteams” om richting de stad een eenduidig beeld uit te stralen en partners niet voor teveel losse initiatieven te benaderen.

Openbaarheid

Openbaar