



**Zwolle Bruist -
De Strategische agenda Binnenstad
2017-2022**

Zwolle

Zwolle bruist
Strategische Agenda
Binnenstad Zwolle 2017-2022

OPGESTELD OP VERZOEK VAN:

Gemeente Zwolle

DATUM

28 februari 2017

OPGESTELD DOOR:

Drs. H.M. (Herbert) ter Beek MPM | Bureau voor Economische Argumentatie

Inhoud

Voorwoord	1
Inleiding	2
1 Met ambitie naar een nieuwe ontwikkelingsfase	4
1.1 Agenda bouwt voort op visie 2030 en vorige ontwikkelingsprogramma's	4
1.2 Kracht en kansen, zwaktes en bedreigingen van de Zwolse binnenstad.....	5
1.3 Definitief aansluiting bij 'kopgroep' sterke en groeiende (binnen-) steden.....	7
2 Nieuwe impulsen voor aantrekkelijk programma en beleving	10
2.1 Culturele en culinaire toppers benutten en creëren nieuwe trekpleisters	11
2.2 Stimuleren van een culturele rafelrand	12
2.3 Gerichtte uitbreiding van horeca, focus op innovatie en ruimtelijke verbinding	13
2.4 Uitbreiding of optimalisatie openingstijden winkels	14
3 Investeren in een uitstekend verblijfsklimaat	16
3.1 Benutten van recreatieve potentie van de stadsgrachten	17
3.2 Upgrade van aanwezig stedelijk groen en toevoeging groen waar mogelijk	18
3.3 Binnenstad verbinden met groene landschap	19
3.4 Blijvende aandacht voor de ruimtelijke kwaliteit	20
3.5 Energiezuinige, toekomstbestendige nieuwbouw en herstructurering.....	21
3.6 Historie koesteren, zichtbaar maken en uitdragen.....	21
4 Ruimtelijk faciliteren van de ontwikkeling van de binnenstad	22
4.1 Verstedelijken van de singels en verbinden met historische binnenstad	22
4.2 Verbeteren van de entrees naar de binnenstad	24
4.3 Centrumgebied: verbinden binnenstad met spoorzone en Hanzeland	25
4.4 Investeren in bereikbaar en toegankelijk houden van de binnenstad	25
5 Versterken van de woonfunctie	28
5.1 Inzetten op uitbreiden van de woningvoorraad.....	29
5.2 Investeren in woonmilieus voor jongeren, gezinnen, senioren en kleine huishoudens.....	31
6 Meer jongeren verleiden in Zwolle te studeren en te wonen	33
6.1 Stimuleren van wonen in en om binnenstad door studenten	33
6.2 Binden van studenten, afgestudeerden en young professionals.....	34
7 Meer bezoekers, die langer blijven en meer besteden	36
7.1 Aantrekkelijkere binnenstad door combinatie van 'sferen'	37
7.2 Herontwikkeling van Broerenkwartier met mix van functies.....	39

7.3	Blijven investeren in promotie en verder ontwikkelen van Zwolle Marketing	40
7.4	Uitbouwen van evenementenprogrammering passend bij Zwolle	42
8	Samenwerken aan sterke binnenstad: publiek en privaat	44
8.1	Gemeentelijke inzet focussen op borgen van publieke belangen	44
8.2	Initiatiefrijk Zwolle en betrokkenheid van ZET-team.....	45
8.3	ZwolleFonds optimaal benutten voor samenwerking met bedrijfsleven	46
	Bijlage I: literatuur en bronnen	47
	Bijlage II: toelichtende grafieken	48
	Colofon	50

Voorwoord

In de eerste helft van 2016 is een visie op de binnenstad opgesteld door heel veel betrokken inwoners en ondernemers uit de stad, met een tijdshorizon die reikt tot 2030. In deze visie is een beeld geschetst van de binnenstad op dit moment en hoe deze zich idealiter zou moeten ontwikkelen in de komende jaren. De daarvoor gebruikte beelden zijn afkomstig uit een groot aantal bijeenkomsten en gesprekken met maatschappelijke partners. De visie geeft een duidelijke richting: samen werken we aan een binnenstad waar voor iedereen wat te doen is, die bruist, waar talent de kans krijgt zich te ontwikkelen en waar we de historische uitstraling versterken.

Als wethouder Binnenstad en als binnenstadsbewoner ben ik blij met deze visie en de grote betrokkenheid van heel veel Zwollenaren bij onze mooie binnenstad. Maar met alleen een visie zijn we er niet, we moeten die visie handen en voeten geven en nu met elkaar concrete doelen en stappen benoemen.

In opdracht van de gemeente Zwolle heeft Bureau voor Economische Argumentatie (BEA), voortbouwend op deze visie, een Strategische Agenda opgesteld voor de periode 2017-2022. De visie is uitgewerkt naar een heldere koers voor de binnenstad, voorzien van concrete activiteiten om de binnenstadvisie te realiseren. Omdat de ontwikkeling van de binnenstad afhankelijk is van een groot aantal factoren, die deels wel en deels ook niet te beïnvloeden zijn, is ervoor gekozen de Strategische Agenda te structureren aan de hand van drie centrale denklijnen:

- Het programma van de binnenstad moet voldoende aantrekkelijk zijn.
- Intensivering van het programma dient samen te gaan met een verbetering van het verblijfsklimaat.
- Deze ambities moeten ruimtelijk worden ondersteund.

De ruimtelijke focus van de Strategische Agenda is ruimer dan de historische binnenstad binnen de grachten. Om onze ambities waar te kunnen maken, moet de stedelijke schil rondom de vesting meegroeien qua stedelijkheid en moeten daarnaast de verschillende onderdelen van het centrumgebied (spoorzone en binnenstad) beter met elkaar worden verbonden. En dat gebeurt al. De visie 2030 en de Strategische Agenda 2017-2022 zijn een uitnodiging aan alle partijen om de binnenstad van Zwolle nóg beter te maken.

Zwolle, 22 februari 2017

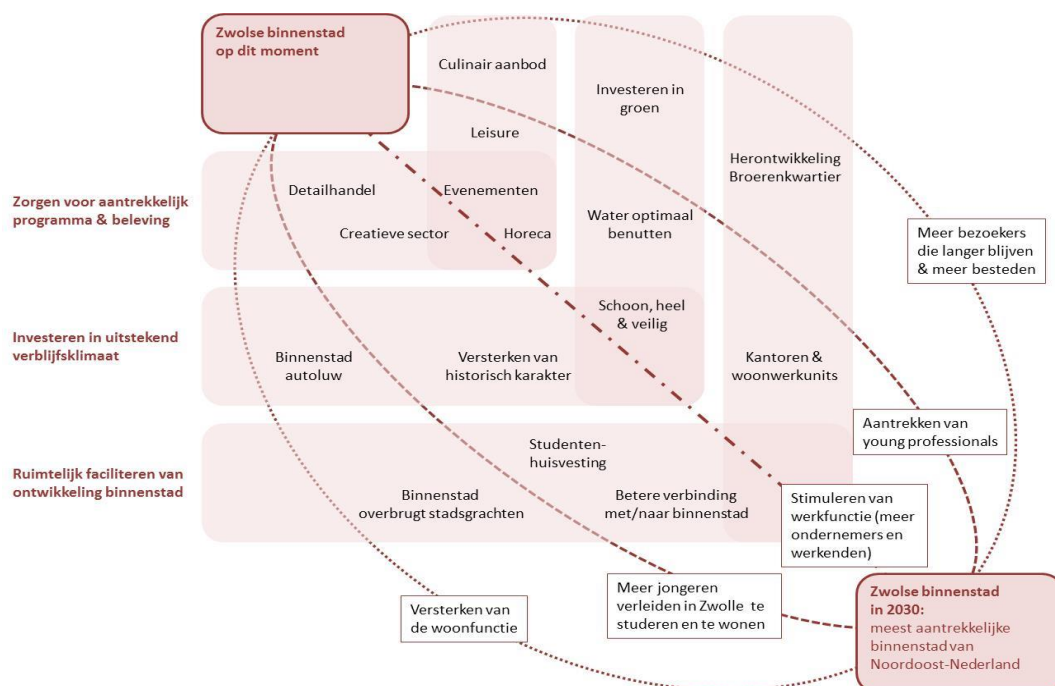
Filip van As
Wethouder Binnenstad

Inleiding

Van goed naar nog beter	De binnenstad van Zwolle behoort tot de meest vitale van Nederland. De binnenstad “bruist” en is gelegen in een economisch sterke regio. Daar profiteert de binnenstad van en de binnenstad draagt daar omgekeerd ook aan bij. De binnenstad vormt één van de belangrijkste economische troeven van de stad Zwolle. Toch is er nog veel winst te behalen. De binnenstad bruist, maar zeker niet altijd. De winkelpositie van de Zwolse binnenstad is zeer sterk, maar de sector is vanwege het toegenomen belang van internetaankopen geen groei-sector meer. Het aantal bezoekers aan de Zwolse binnenstad is het hoogste in Noordoost-Nederland, maar is wel afgenomen ten opzichte van enkele jaren geleden. Als motief voor bezoek neemt het belang van detailhandel af; het belang van cultuur, evenementen en horeca neemt juist toe. Mensen die de Zwolse binnenstad bezoeken moeten geboeid worden, zodat ze graag weer terug komen en niet één winkel, één restaurant of één museum bezoeken maar liefst op een middag of een hele dag van meerdere kwaliteiten van de binnenstad gebruik maken. De laatste tijd neemt het aantal herhaalbezoeken echter af en de gemiddelde verblijfsduur van een bezoeker is hoog in het perspectief van Noordoost-Nederland, maar duidelijk lager dan in steden als Arnhem, Den Bosch of Breda.
Structureel in kopgroep	Het doel van de Strategische Agenda voor de binnenstad is richting geven aan onze ambitie: de beste binnenstad van Noordoost-Nederland worden en blijven. Daardoor vinden we definitief aansluiting bij de selecte groep van (binnen-)steden in Nederland die fungeren als economische motor voor stad en regio. Voor deze steden geldt dat zij vanwege een uitstekend voorzieningenniveau en veel werkgelegenheid werken als een magneet voor inwoners, bedrijven, bezoekers en studenten. De Zwolse binnenstad heeft de potentie dit hoge ambitieniveau waar te maken en de meest aantrekkelijke binnenstad van Noordoost-Nederland te zijn.
Centrale denklijnen	In de Strategische Agenda wordt de ambitie, zoals eerder verwoord in de door AlphaRainbow opgestelde binnenstadvisie 2030, uitgewerkt langs een beperkt aantal lijnen: 1. Om de ambitie waar te maken, is vereist dat de binnenstad een aantrekkelijk ‘<u>programma</u>’ heeft en <u>beleving</u> biedt. De detailhandel moet haar sterke positie behouden, de potentie van de culturele en culinaire sector en de horeca moet optimaal worden benut en de woonfunctie moet een sterke impuls krijgen in en om de binnenstad. Zo is binnenstad meer in balans en minder kwetsbaar en heeft nog betere groeikansen. 2. Het stimuleren van programma en beleving moet plaatsvinden zodanig dat het <u>verblijfsklimaat</u> verbetert. Het is essentieel dat het aanwezige groen en water beter wordt benut. Ook het verder autoluw maken van de binnenstad en blijven investeren in een hoogwaardige kwaliteit van de openbare ruimte is gewenst. 3. Deze ambities moeten <u>ruimtelijk</u> worden ondersteund. Essentieel is dat de schil om de historische binnenstad verder verstedelijkt en aansluit bij de binnenstad. Aandachtspunten zijn het verbinden van Hanzeland en spoorzone met de binnenstad, betere entrees van de binnenstad en herontwikkeling van het Broerenkwartier.
Kernopgaven	De in de Strategische Agenda op te nemen ambities en acties op het vlak van (1) programma en beleving, (2) verblijfsklimaat en (3) ruimte worden uitgewerkt voor specifieke doelgroepen. De daaruit voortvloeiende opgaven worden als volgt samengevat: a. Zwolle zet in op het stimuleren van de woonfunctie in historische binnenstad en omlig-

- gende schil. Scope daarbij is zowel jong als oud. Het gaat om stedelijke oriëntatie.
- Zwolle heeft als ambitie om meer studenten te binden die voor een deel ook in of om de binnenstad gaan wonen, wat ten goede komt aan de levendigheid en veelkleurigheid van de (binnen-)stad.
 - In het verlengde van deze opgave investeert Zwolle extra in het behouden van afgestudeerde jongeren en het aantrekken van young professionals door het verder ontwikkelen van passende woonmilieus in en om de binnenstad of het nog beter benutten van de potentie van wijken als Assendorp, Wipstrik en Kamperpoort voor deze doelgroep.
 - In een dynamische en levendige stad wordt gewerkt. In aanvulling op retail en zakelijke dienstverlening in het centrumgebied zet Zwolle in op de combinatie van wonen, werken en leren voor mensen werkzaam in dienstverlening, creatieve sector en ambachten.
 - Zwolle zet in op het stimuleren van meer bezoekers, die vaker een bezoek brengen aan de binnenstad, langer blijven en daardoor meer besteden.

De centrale denklijnen en kernopgaven worden als volgt gevisualiseerd:



Leeswijzer

In deze Strategische Agenda zijn eerst de positie en ambitie van de Zwolse binnenstad geschetst (hoofdstuk 1). Daarna is beschreven welke nieuwe impulsen nodig zijn voor een aantrekkelijk programma en meer beleving (hoofdstuk 2) en hoe belangrijk het verblijfsklimaat daarvoor is (hoofdstuk 3). Vervolgens wordt ingegaan op een goede ruimtelijke inpassing van functies in en om de binnenstad en hoe deze zich relateren tot de omliggende gebieden (hoofdstuk 4). Wonen is een functie die in de binnenstad(schil) toeneemt en gefaciliteerd wordt door de gemeente (hoofdstuk 5). De binnenstad is de huiskamer voor iedereen; extra aandacht is wel nodig voor het binden van studenten en young professionals (hoofdstuk 6). We ontvangen graag meer bezoekers in deze mooie regiostad, die daartoe ook moeten worden verleid (hoofdstuk 7). Wie heeft welke rol en verantwoordelijkheid en wie is 'we', daar gaat hoofdstuk 8 tot slot over.

Een samenvatting van deze agenda is beschikbaar in de vorm van een digitale publiekversie.

1 Met ambitie naar een nieuwe ontwikkelingsfase

1.1 Agenda bouwt voort op visie 2030 en vorige ontwikkelingsprogramma's

Visioen voor 2030 De nieuwe Strategische Agenda bouwt voort op de in januari 2016 gepubliceerde visie "De binnenstad van Zwolle anno 2030". Deze visie is het resultaat van een intensief interactief proces met stakeholders in en om de Zwolse binnenstad. De visie voor 2030 wordt kernachtig samengevat in het volgende beeld:

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

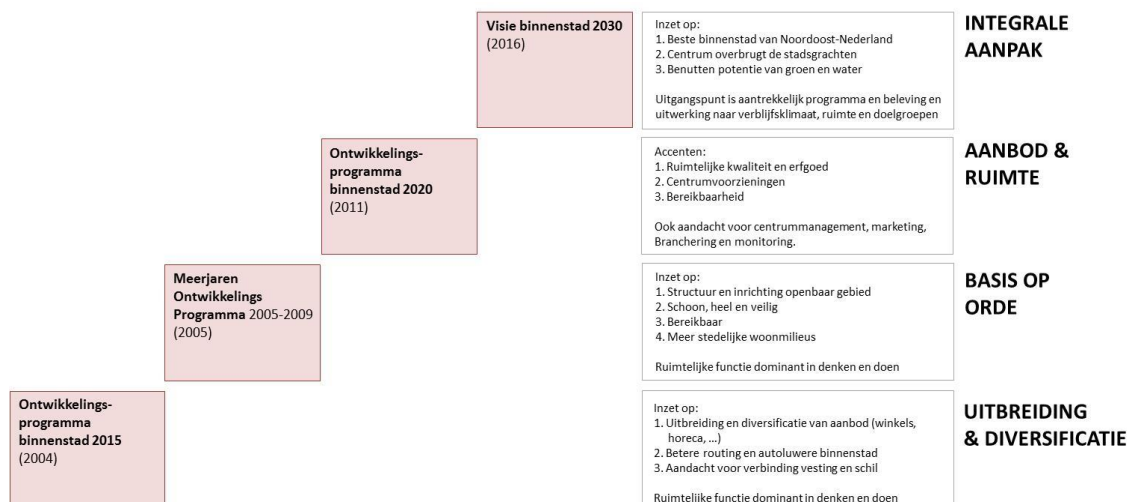
De visie legt hiermee duidelijk andere accenten dan de voorgaande ontwikkelingsprogramma's voor de binnenstad. De 'mens' staat centraal in de nieuwe binnenstadvisie en hoe hij of zij de Zwolse binnenstad beleeft. Als belangrijkste drijfveren voor de binnenstadontwikkeling zijn benoemd: schoonheid, verbinding, veiligheid, nieuwsgierigheid en beweging van structuur en trots naar creatief en speels. De visie heeft ook een zevental aanpakpunten benoemd voor gerichte inspanningen om de voor 2030 gewenste visie te realiseren. De binnenstadvisie focust op extra inzet op de volgende aspecten:

- Wonen.
- Divers winkelaanbod.
- Historisch karakter.
- Culinaire aanbod.
- Culturele voorzieningen.
- Veiligheid.
- Levendigheid en bruisend karakter.

Voor 2030 zijn de volgende doelen geformuleerd. De A-status is verstevigd, door banengroei, leegstandsaanpak en benutting van de dichtheid van rijksmonumenten. De logistieke functies zijn grotendeels verdwenen uit de binnenstad, die vooral een showroom is. De infrastructuur van de omliggende gebieden is sterk verbeterd, mede door een betere bewegwijzering. Daarnaast is de bereikbaarheid beter, met minder gemotoriseerd. De veiligheid is verbeterd, evenals het toeristisch imago door effectieve promotie. Het winkelaanbod is hip en de binnenstad bruist, mede door 800 inwoners extra, met oog voor de balans tussen jongeren en ouderen en de betaalbaarheid en met positieve impact op de dagelijkse voorzieningen.

Integrale aanpak Hoewel een aantal van deze aspecten ook in vorige ontwikkelingsprogramma's voor de binnenstad zijn benoemd, is er een ontwikkeling zichtbaar in de voor de binnenstad opgestelde visies en ontwikkelingsprogramma's, waarbij achtereenvolgens het accent lag

op ‘de basis op orde’ en daarna ‘ruimte’ en het ‘aanbod’ aan stedelijke functies en er nu wordt gekozen voor een daadwerkelijk integrale aanpak met als uitgangspunt ‘beleving’:



In de nieuwe visie staat het versterken van de stedelijke ‘beleving’ van de binnenstad centraal. Deze stedelijke beleving wordt niet primair gegenereerd door de ruimtelijke kwaliteit van de binnenstad, maar door de daar aanwezige aantrekkelijke mix van voorzieningen en de massa en diversiteit aan mensen die daar op af komt.

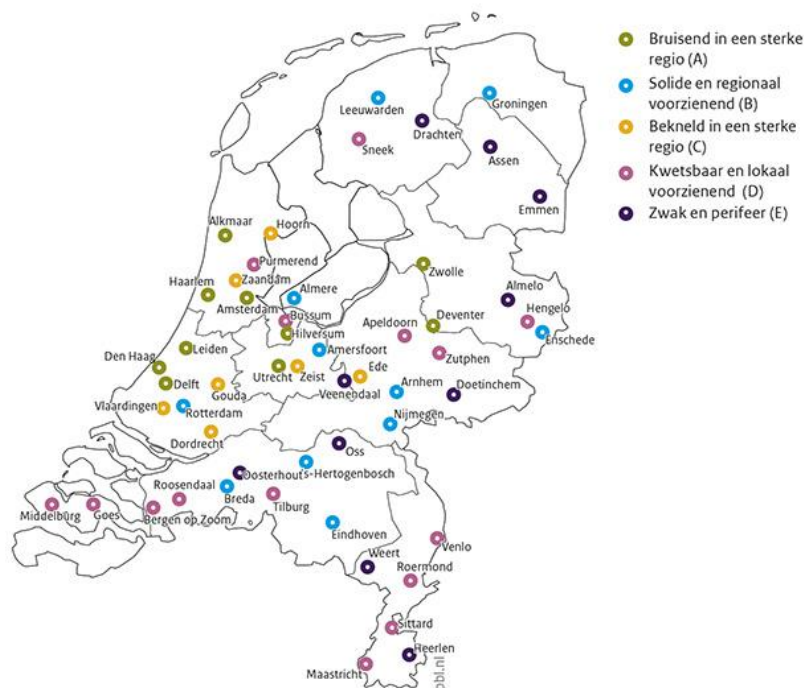
1.2 Kracht en kansen, zwaktes en bedreigingen van de Zwolse binnenstad

Bruisend in sterke regio De binnenstad van Zwolle is een visitekaartje voor de stad en een economische troef voor de regio. In een recent landelijk onderzoek van het Planbureau voor de Leefomgeving behoort Zwolle tot de categorie steden die het meest positief worden beoordeeld op de kracht en vitaliteit van hun binnensteden¹. Zwolle bevindt zich in het gezelschap van steden als Amsterdam, Utrecht, Den Haag, Haarlem en Deventer.

Strijd om ruimte Bij de categorisering van de Zwolse binnenstad in de A-categorie hoort een specifieke functionele opgave, namelijk het in goede banen leiden van “de strijd om de ruimte, met behoud van de eigen identiteit”. Voor steden met een B-profiel zoals Groningen, Enschede of Arnhem, is de functionele opgave anders gericht, namelijk op het stimuleren en organiseren van een transformatie. De analyse is dat het ruimtelijke beslag van de detailhandel te omvangrijk is en voor een deel plaats moet maken voor andere stedelijke functies. In Zwolle kan transformatie voor bepaalde delen van de binnenstad ook meerwaarde hebben, maar het is vooral een keuze vanuit een luxe positie. De Zwolse binnenstad is zeer sterk op het vlak van detailhandel. Krimp lijkt niet aan de orde.

¹ Planbureau voor de Leefomgeving, *De veerkrachtige binnenstad*, 2015.

Profielen van binnensteden



Bron: PBL

www.pbl.nl

- IJzersterke winkelpositie** De ijzersterke winkelpositie van de Zwolse binnenstad blijkt uit het meest recente koopstromenonderzoek voor Oost-Nederland. De binnenstad van Zwolle is wat betreft bestedingen groter dan bijvoorbeeld Apeldoorn en Enschede, steden met meer inwoners. De winkels in de Zwolse binnenstad realiseren een twee keer zo hoge omzet als in het eveneens als sterk en bruisend te kwalificeren Deventer² (zie ook figuur BII.1 in bijlage II).
- Groter accent op wonen** Opvallend aan de Zwolse binnenstad is dat de dagelijkse sector relatief bescheiden is. In de historische binnenstad zijn twee kleinere supermarkten gevestigd. Naast een supermarkt met natuurvoeding aan de Potgietersingel is er sinds het najaar van 2016 een City Store van de Spar gevestigd aan de Oude Vismarkt. Het compacte karakter van de binnenstad is hier mede debet aan, maar ook het beperkte aantal inwoners van de binnenstad. Het aantal bakkers en slagers is ook beperkt. In de voorliggende Strategische Agenda vormt het bevorderen van de woonfunctie in en om de binnenstad een belangrijk element. Als gevolg daarvan kan de dagelijkse sector groeien.
- Kansen creëren -& benutten** De Strategische Agenda bouwt verder op de visie voor 2030 en de gunstige uitgangssituatie van Zwolle als sterke stad met een vitale binnenstad. De Strategische Agenda bevat een beperkt aantal programmalijnen waarlangs ondernemers in en om de binnenstad in samenwerking met gemeente en andere stakeholders kunnen werken aan een nog sterkere binnenstad. Deze programmalijnen grijpen aan bij de ervaren sterktes en zwaktes

² I&O Research, *Kijken, kijken naar kopen: koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015*, 2015.

van de binnenstad en daaruit voortvloeiende kansen en bedreigingen.

De focus ligt hierbij op de sterke punten en de kansen, vanuit de inschatting dat dit effectiever is dan proberen alle eventuele minder sterke aspecten van de binnenstad te verhelpen.

Sterkte • Sterke positie als winkelstad • Ligging in economisch sterke regio • Sterke toename inwonertal stad Zwolle • Cultureel aanbod, met De Fundatie als topper • Culinaire aanbod, met De Librije als visitekaartje • Historisch karakter van binnenstad • Compacte binnenstad • Aanwezigheid van water (stadsgrachten) • Zeer goede leefbaarheidsscores • Sterke verdichting van functies in afgelopen 10-15 jaar	Zwakte • Ondanks toename in afgelopen jaren weinig inwoners • Imago binnenstad voor wonen en werken kan beter • Klein aanbod in dagelijkse sector • Toeristisch imago net voldoende • Verbinding van historische binnenstad met omgeving • Beperkte openstelling winkels • Entree van binnenstad (met name vanuit noordoosten) • Route van NS-station naar binnenstad weinig uitnodigend • Te weinig onderscheidende sferengebieden in binnenstad
Kansen • Voortgaande concentratie in retail en andere sectoren • Samenwerking ondernemers, o.a. in ZwolleFonds • Benutting potentie Grote of Sint Michaëlskerk • Promotie van binnenstad op structurele basis • Onderscheidende sferengebieden in binnenstad • Meer gebruik maken van kwaliteit van groen en water • Toename van inwonertal • Versterken binding van Zwolle met regio en vice versa • Daardoor groei van dagelijkse sector • Ontwikkeling naar studentenstad • Uitbouw en upgrading horeca en evenementenaanbod	Bedreigingen • Toelating te veel detailhandel buiten binnenstad • Concurrentie van internet c.q. winkels die daar niet voldoende op inspelen • Beperkte ontwikkelingsruimte in binnenstad... • ... te weinig aansluiting binnenstad en omgeving • Te snelle stijging van huren voor innovatieve en/of kleinschalige winkels voor beperkte doelgroep

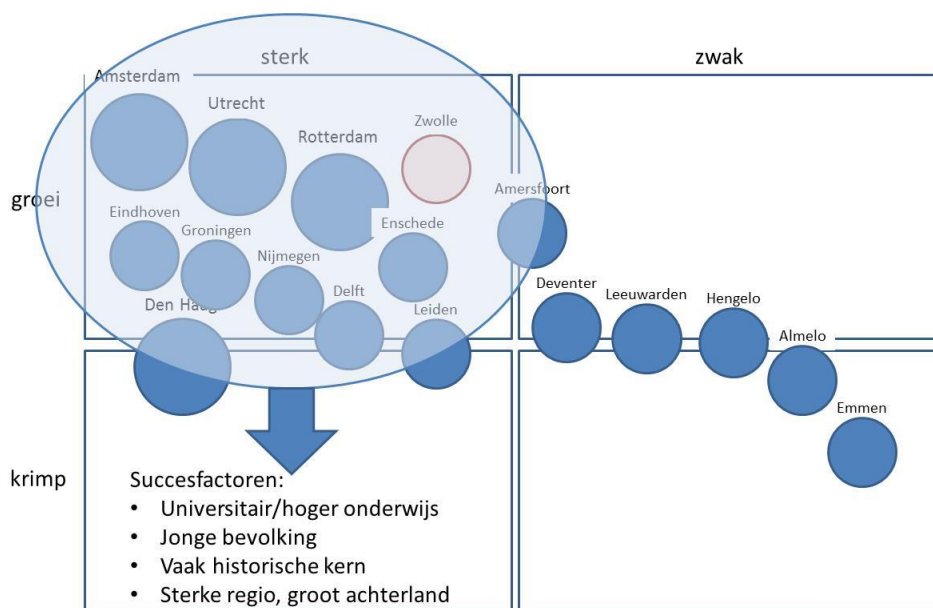
1.3 Definitief aansluiting bij 'kopgroep' sterke en groeiende (binnen-) steden

Blijvend in de kopgroep

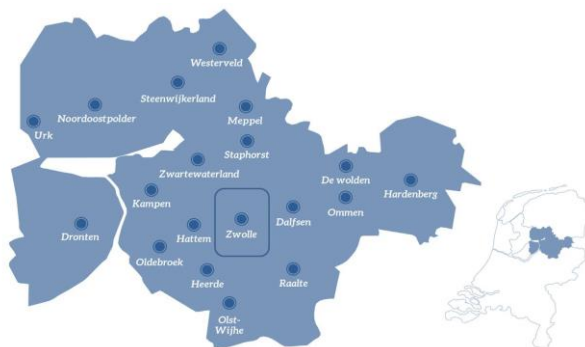
De recente PBL-studie naar de kracht en vitaliteit van binnensteden in Nederland laat zien dat Zwolle behoort tot een selecte kopgroep van levendige binnensteden in een economisch sterke regio. Zwolle behoort tot een groep van sterke steden waarvan de binnenstad ná de vier grote steden Nederland zich op dit moment het best ontwikkelt. Tot deze groep van 'runners up' behoren steden als Eindhoven, Nijmegen, Groningen, die snel zijn gegroeid in de afgelopen jaren qua inwonertal. Ook steden met veel studenten behoren in de regel tot de sterkere steden, zodat naast genoemde steden ook bijvoorbeeld Delft, Maastricht en Leiden aanhaken bij de kopgroep. Een ligging in een economisch sterke regio is ook bevorderlijk voor de kracht van een binnenstad, waarbij Eindhoven een goed voorbeeld is van een binnenstad die mede daardoor op dit moment een sterke ontwikkeling doormaakt. Zwolle is één van de steden in Nederland die door DTZ Zadelhoff worden gezien als 'kernsteden': steden waarvoor geldt dat zij vanwege een uitstekend niveau van voorzieningen en veel werkgelegenheid werken als een magneet voor inwoners en bedrijven uit de wijde omgeving³.

De ambitie van Zwolle is om de beste (binnen-)stad van Noordoost-Nederland te zijn en structureel te behoren tot de kopgroep van sterke en groeiende steden, waarbij de binnenstad zowel profiteert van de economische sterkte van de stad als drijvende kracht is achter het succes.

³ Gebaseerd op onder meer DTZ Zadelhoff, *Kiezen voor kernsteden: Amsterdam als kopman*, januari 2014; en Goudappel Coffeng, *Vitaliteitsbenchmark centrumgebieden*, 2015.



De binnenstad van Zwolle profiteert van de ligging van Zwolle in een economisch zeer sterke regio. De regio Zwolle is in 2016 opgeklommen naar de top drie van sterkste economische regio's in Nederland, op een jaarlijks door Elsevier gepubliceerde ranglijst. Twee andere sterke locaties zijn Haarlemmermeer (Schiphol) en Amsterdam. Daarnaast is Eindhoven als centrum van de Brainport-regio economisch sterk en behoort ook 's-Hertogenbosch tot de top vijf. De kracht van de Zwolse regio blijkt onder meer uit een zeer hoge arbeidsparticipatie van 73 procent. Inwoners van de regio vinden ook relatief vaak een baan in de eigen regio, namelijk eveneens 73 procent. Op een totaal van 675.000 inwoners telt de regio 310.000 arbeidsplaatsen bij vooral middelgrote en kleine bedrijven waaronder veel familiebedrijven (76 procent van het totaal aantal bedrijven in de regio). De regio Zwolle kenmerkt zich ook door een goede en succesvolle bestuurlijke samenwerking. Waar in andere regio's centrumstad en regio vaak met de ruggen tegen elkaar staan, is hier sprake van een constructieve samenwerking. Succesvolle voorbeelden betreffen de realisatie van de Hanzelijn en het als één stichting samen optrekken van museum De Fundatie met museum het Nijenhuis in Heino. Een belangrijke uitdaging is dat de Zwolse binnenstad huiskamer is voor alle inwoners van de regio en niet alleen voor de Zwollenaars.



2 Nieuwe impulsen voor aantrekkelijk programma en beleving

De eerste voorwaarde om als Zwolse binnenstad “de meest aantrekkelijke binnenstad” van Noord-oost-Nederland te zijn, is dat de binnenstad een voldoende aantrekkelijk aanbod van functies (de ‘programmering’ van de binnenstad) biedt en dat er voldoende te beleven is. Het is met name de mix van functies en de kwaliteit van de functies die bepalen of de Zwolse binnenstad voldoende aantrekkelijk is en ‘bruist’.

Het burgerpanel beoordeelt de Zwolse binnenstad met het rapportcijfer 6,0 op het aspect ‘bruisend’. De huidige mix aan functies in de binnenstad wordt voldoende tot goed beoordeeld, waarbij de beoordeling wel verschilt naar specifieke doelgroep. Het burgerpanel waardeert de mogelijkheden om uit eten te gaan het meest positief (rapportcijfer 8,2) en ook cultuur wordt ruim voldoende beoordeeld (7,7). Het uitgaansaanbod wordt voldoende gewaardeerd (7,2), al geeft dit ook aan dat er zeker ruimte voor verbetering is. Wensen hebben de deelnemers aan het burgerpanel ook. Het betreft dan onder meer speciale winkels en meer horeca. Een andere wens betreft ruimere openingstijden van winkels (rapportcijfer 6,1) en het aanbod van winkels (6,4).

- | | |
|-----------------------------|--|
| Een levendige binnenstad | Wie op 27 april 2016 aanwezig was op Koningsdag in Zwolle, of de feestelijkheden met circa 3,3 miljoen anderen via de televisie volgde, ziet de Zwolse binnenstad op haar uitbundigst. Alle talent en creativiteit uit Zwolle en omgeving leverden samen een zeer divers programma op, waardoor Zwolle en met name de binnenstad zich landelijk op de kaart heeft gezet. In de periode na Koningsdag noteerden winkeliers, restaurants en culturele instellingen opvallend meer bezoekers van buiten de regio. Ook bij andere gelegenheden bruist de binnenstad. De Blauwvingerdagen en het jaarlijkse Bevrijdingsfestival zijn een begrip, waarbij het Bevrijdingsfestival weliswaar niet in de binnenstad plaatsvindt maar aan de rand in park de Wezenlanden. Tevens is de binnenstad druk op zaterdag en op de koopzondagmiddagen. |
| Niet elke dag is Koningsdag | Op andere momenten leeft de binnenstad minder. Op doordeweekse ochtenden is het in de regel rustig in de Zwolse binnenstad. Een belangrijk doel van de Strategische Agenda is het stimuleren van de levendigheid, diversiteit en de ervaren ‘stedelijkheid’ van de binnenstad, zonder dat het elke dag Koningsdag hoeft te zijn. In de meest populaire steden in Nederland, Amsterdam voorop, ontstaat een beweging tegen de ‘verpretparkisering’ van de binnenstad, waarbij de binnenstad meer en meer in beslag wordt genomen door bierfietsen, Segways en huifkarren. In Zwolle is er nog ruimte voor extra reuring zonder dat de leefbaarheid wordt aangetast, wat onverlet laat dat bij elke vergunningaanvraag voor een evenement het effect op de leefbaarheid moet meewegen. |
| De inzet van Zwolle | In de binnenstad van Zwolle is op dit moment al een divers en uitgebreid aanbod aan publieke functies aanwezig. Het winkelaanbod is een sterke trekker, resulterend in veel bezoekers en hoge bestedingen in vergelijking met referentiesteden. De herontwikkeling van het Broerenkwartier kan de binnenstad op dit aspect nog verder versterken. In het culturele profiel is er ruimte om de culturele ‘rafelrand’ te versterken, als toevoeging aan de |

beeldbepalende en succesvolle boegbeelden van Zwolle als De Fundatie, Odeon, Theater De Spiegel. Ook op het vlak van horeca is er ruimte voor uitbreiding en nog meer diversiteit. Als onderdeel van deze sector kent Zwolle een sterk ontwikkeld culinair aanbod, met de Librije als uithangbord.

Zorgen voor aantrekkelijk programma en beleving	
Huidig beeld - De Zwolse binnenstad bruist regelmatig, bij evenementen of festiviteiten of bij de piek-winkelmomenten. Op andere momenten kan de beleving worden verbeterd. - Zwolle beschikt over een aantal voorzieningen die landelijk als 'top' gekwalificeerd kunnen worden en wezenlijk bijdragen aan de kracht van de binnenstad. - Het aantal horecagelegenheden is de afgelopen jaren toegenomen, maar het aanbod kan nog groeien en vooral ook diverser. - Het winkelaanbod blijft een grote trekker voor de binnenstad van Zwolle. Waar elders sprake is van forse leegstand, is dit in Zwolle niet het geval. De omzet van winkels in de binnenstad van Zwolle overstijgt die van Enschede en Apeldoorn en is twee keer zo groot als in Deventer.	Waardering - Het winkelaanbod is een sterke troef van de Zwolse binnenstad. De herontwikkeling van het Broerenkwartier kan hier voor extra impulsen zorgen. - De Fundatie, Librije en Waanders in de Broeren laten zien dat dergelijke 'iconen' grote impact hebben op het imago van Zwolle en aantallen bezoekers van buiten. - Rondom de beeldbepalende kerninstellingen en ondernemingen is er ruimte voor een levendige 'humuslaag' van kleinschaliger initiatieven.
Acties - De gemeente faciliteert versterking van de horeca en probeert daarin te sturen op zaken die iets toevoegen aan het al aanwezige aanbod (kwaliteit gaat boven kwantiteit) en/of op impulsen voor strategische plekken in de binnenstad. - De herontwikkeling van het Broerenkwartier is wat betreft detailhandel de grootste uitdaging. De gemeente denkt hierover mee en heeft een nadrukkelijke regierol bij de ruimtelijke uitwerking. - Het culturele aanbod is weliswaar goed, maar verkend kan worden of in de Zwolse binnenstad mogelijkheden aanwezig zijn om de culturele 'humuslaag' van kleinschalige, alternatieve initiatieven te versterken. - De potentie van de Grote Kerk beter benutten zodat een extra trekpleister voor de binnenstad ontstaat. - Verkenning van een verruiming van de winkelopeningstijden.	

2.1 Culturele en culinaire toppers benutten en creëren nieuwe trekpleisters

De binnenstad van Zwolle wordt bezocht door uiteenlopende doelgroepen, met elk eigen wensen en bezoekmotieven. Voor de inwoners van Zwolle en omgeving vormen het winkelaanbod, de culturele functie en de horeca belangrijke bezoekmotieven. Voor dagjesmensen zijn het vooral de culturele voorzieningen en het culinaire aanbod, met in beide sectoren enkele beeldbepalende 'iconen', en de mooie historische binnenstad die aanleiding geven voor een bezoek, naast een aantal grote evenementen.

Het Continu Vakantie Onderzoek (CVO) 2015 laat zien dat Zwolle is gestegen op de ranglijst van best bezochte steden in Nederland en op dit moment op plek acht staat. Volgens Marketing Oost is dit met name het gevolg van de toegenomen bezoekersaantallen van Waanders in de Broeren en Museum de Fundatie. Ter illustratie: Museum de Fundatie trok in 2007 in totaal 63.000 bezoekers, waarvan 43.000 in Zwolle (de overige bezochten de locatie kasteel het Nijenhuis in Heino). In 2014 was dit opgelopen tot 262.500, waarvan 209.000 in Zwolle en in 2015 was nog succesvoller, met in totaal 310.000 bezoekers waarvan 265.000 in Zwolle. De Fundatie staat hiermee bijna in de top tien van Nederlandse musea qua bezoekersaantallen. Het aantal bezoekers van Waanders in de Broeren was in 2014 al opgelopen tot 600.000 bezoekers per jaar. Restaurant Librije van chefkok Jonnie Boer is als één van de twee driesterrenrestaurants in Nederland ook een uithangbord voor de Zwolse binnenstad.

Grote Kerk Het succes van Waanders in de Broeren en van Museum de Fundatie is mede het gevolg van de geslaagde publiek-private samenwerking tussen ondernemers, de gemeente en de provincie Overijssel. Het succes smaakt naar meer. Een nieuwe trekpleister zou de Grote Kerk kunnen zijn. Op dit moment is de kerk vooral een markant monument, met een beperkte gebruiksfunctie. Door de inspanningen van de stichting en de betrokken vrijwilligers was er in 2016 al een toename van activiteiten en bezoekers. De kerk heeft de potentie om een nog sterkere trekpleister te worden. Hier is een goed plan en een aansprekend programma voor nodig, in aanvulling op het bestaande culturele aanbod van bijv. theater Odeon en Hedon. Het stichtingsbestuur positioneert de kerk vooral als Academiegebouw. Een centrale ontmoetingsplek voor o.a. jongeren en ondernemers, een platform voor culturele en onderwijsinstellingen en een voorbeeld van coöperatieve samenwerking. En een spiritueel centrum voor gelovigen en niet-gelovigen. Hiervoor worden convenanten gesloten met samenwerkingspartners. De monumentale kerk heeft een prominente plek in de binnenstad en kan zich meer openen en verbinden met de omgeving. Daarvoor zijn kostbare ingrepen nodig. Zowel in als aan het gebouw, maar ook voor afstemming van de openbare ruimte op de veranderende functie van het kerkgebouw. Een voorstel hiervoor is recent ingediend en wordt nog nader geanalyseerd.

Een andere mogelijk succesvolle nieuwe trekker betreft de Herman Brood Experience. Recent is bekend geworden dat in het Celecomplex aan de Papenstraat een vaste Herman Brood-expositie en winkel wordt ingericht. De particuliere initiatiefnemer wil in het complex verder culturele activiteiten voor basisschoolleerlingen, workshops en expositiemogelijkheden voor jonge kunstenaars aanbieden zodat het een levendig cultureel centrum wordt voor Zwollenaren en bezoekers van buiten. Het project kan met name ook voor jongeren voorzien in interessant aanbod.

2.2 Stimuleren van een culturele rafelrand

Bij een levendig en bij uitstek stedelijk aanbod aan horeca, cultuur en evenementen hoort ook een 'rafelrand' met een kleinschaliger en deels ook alternatiever aanbod waarmee

naast de ‘mainstream’ ook kleinere doelgroepen kunnen worden bediend. Op het culturele vlak vervullen Theater de Spiegel en Schouwburg Odeon een kernfunctie. Om deze kern is er ruimte voor en behoefte aan kleinere en veelkleurige initiatieven, deels ook voor een jeugdiger publiek. Naast Waanders in de Broeren kunnen kleinere boekenwinkels en antiquariaten de binnenstad voor boekenliefhebbers nog aantrekkelijker maken. Met Hedon beschikt Zwolle over een nieuwe zaal voor popmuziek, bandjes, dance en andere events. In diverse cafés is er daarnaast geregeld programmering op het gebied van jazz, blues en andere genres voor een kleiner publiek.

Wisselwerking vraag & aanbod Met de aanwezigheid van CIBAP, het conservatorium en andere ArteEZ-onderdelen beschikt Zwolle in beginsel over een goede basis voor een nog veelkleuriger en avontuurlijker aanbod. Een uitgebreider en meer divers aanbod kan uiteindelijk alleen overleven als er voldoende vraag naar is. Zeker voor het meer alternatieve deel van het culturele aanbod geldt, dat jongeren en hoger opgeleiden de grootste ‘afnemers’ zijn. Er is daarbij sprake van een wisselwerking. Zwolle zal er beter in slagen om jongeren, en daarbinnen vooral hoger opgeleiden, vast te houden als het culturele aanbod meer op deze groep is toegesneden. Omgekeerd komt dit uitgebreidere aanbod alleen tot stand als er voldoende vraag is.

2.3 Gerichte uitbreiding van horeca, focus op innovatie en ruimtelijke verbinding

Trendy horeca & daghoreca In de afgelopen jaren heeft de gemeente Zwolle ingezet op een gastvrije en vitale horeca in de stad. Er is ingezet op meer kwaliteit en op het bevorderen van innovatieve concepten. Het heeft in de periode van 2012 tot en met 2016 geleid tot diverse nieuwe horeca-initiatieven. Uitbreiding van de horeca is ook mogelijk en gewenst. In vergelijking met referentiesteden als Deventer en Amersfoort en zeker ten opzichte van voorbeeldsteden als Den Bosch en Haarlem is er in Zwolle beduidend minder aanbod⁴. Dit betreft niet zozeer de ‘natte’ horeca voor een groter publiek. Ook de culinaire branche is relatief sterk, met aan de top de Librije.

De horecavisie is in 2015 geëvalueerd. Uit deze evaluatie bleek dat de analyses en ambities uit deze visie nog steeds actueel zijn. Onderdelen van het horeca-aanbod die Zwolle de komende jaren verder wil uitbouwen, zijn met name:

- Daghoreca.
- Innovatieve vormen van horeca, ook in de ‘mix’ met andere functies (ambachten, galleries, detailhandel).
- Meer trendy en/of exclusiever aanbod.

Strategische Gerichte toevoegingen aan de al aanwezige horeca is geen doel op zich, maar vooral ook

⁴ Gemeente Zwolle i.s.m. Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Zwolle, *Horecavisie Zwolle 2012-2017, Gastvrij en Vitaal*, 5 december 2012.

toevoegingen een middel om de binnenstad aantrekkelijker te maken voor nog meer doelgroepen en om op strategische plekken beter verbinding te kunnen maken tussen verschillende delen van de binnenstad, zodat bezoekers beter doorgeleid worden van de ene locatie naar andere, en tussen de binnenstad en de omliggende schil.

De horeca kan bijvoorbeeld op de volgende plekken een belangrijke rol hebben bij het beter verbinden van verschillende delen van de binnenstad en de omliggende schil:

- De route van NS-station naar binnenstad. Enige horeca op deze route kan helpen om bezoekers te verleiden richting binnenstad te lopen.
- In het algemeen de stadsgracht, inclusief de Thorbeckegracht, en de aangrenzende singels. In andere historische binnensteden wordt de kwaliteit van stadswater beter benut ten behoeve van horeca, en hetzelfde geldt voor de singels. Omgekeerd kan horeca op een aantal plekken langs stadsgracht en singels bijdragen aan het verbeteren van de ruimtelijke kwaliteit en de levendigheid en dynamiek van de binnenstad.
- De routes van het kernwinkelgebied rondom de Diezerstraat naar het noordelijk deel van de binnenstad met Waanders op het plein Achter de Broeren en het Noordereland. Bij de herontwikkeling van het Broerenkwartier kan opname van horeca op enkele plekken bijdragen aan de levendigheid van het gebied en het verhogen van de aantrekkelijkheid van de doorgangen 'noord-zuid'.

Voor al deze mogelijke toevoegingen geldt, dat de verwachte meerwaarde aan het beter bedienen van doelgroepen en het beter verbinden van gebieden in en om de binnenstad moet worden afgezet tegen eventuele negatieve bijeffecten op de leefbaarheid en dat de toevoeging geen afbreuk mag doen aan de horecaconcentratiegebieden in de binnenstad.

2.4 Uitbreiding of optimalisatie openingstijden winkels

Concurrentiepositie De winkels in de Zwolse binnenstad drijven vooral op het zogenoemde 'funshoppen'. Het recreatief winkelen is belangrijker dan het doelgericht doen van boodschappen ('runshoppen'). Het aandeel van de grotere steden in het segment 'funshoppen' is groot en neemt bovendien toe. Als mensen recreatief willen winkelen, dan willen zij dit bij voorkeur doen in een fraaie, stedelijke omgeving met een ruime keuze aan winkels en een bijpassend groot aanbod aan horeca en andere stedelijke functies. Een mooi historisch centrum, zoals in Zwolle, is daarbij een extra plus. De Zwolse binnenstad is kansrijk in het segment funshoppen. De binnenstad concurreert op een bovenregionaal niveau met steden als Groningen, Leeuwarden, Arnhem, Apeldoorn en Enschede.

Verkenning Een verkenning kan worden gericht op het toepassen van de mogelijkheden van een dynamische digitale kaart waarmee bezoekers en ook inwoners beter geïnformeerd kunnen worden over welke winkels, ambachtelijke dienstverleners, cafés, restaurants of culturele voorzieningen er zijn in en om de Zwolse binnenstad, aansluitend bij het concept Smart Data City. Een dergelijke "wat-gebeurt-er-in-de-binnenstad-kaart" kan naast objectieve informatie over het aanbod ook meer subjectieve oordelen bevatten, bijvoorbeeld er-

varingen van bezoekers.

- | | |
|----------------------------|--|
| Winkels open op werktijden | <p>Het uitgebreide winkelaanbod vormt een belangrijke trekpleister voor de binnenstad van Zwolle. Het is belangrijk dat de openingstijden zo veel mogelijk overeenkomen met de momenten waarop de meeste mensen tijd hebben om winkels te bezoeken. De vraag is of dat zo is in Zwolle . Hier moet continu de vinger voor aan de pols worden gehouden. Verruiming van winkeltijden kan extra bezoekers trekken en bijdragen aan het versterken van de positie van Zwolle als winkelstad. Deze verruiming kan op zondagmiddagen of door de week gestalte krijgen, als meer winkels open zijn na zes uur. Bijvoorbeeld in de vorm van een extra koopavond.</p> |
| Verkenning | <p>In 2015 heeft Zwolle in samenspraak met de betrokkenen onderzoek gedaan naar koopzondagen, met als uitkomst dat de winkels 15 zondagmiddagen per jaar open zijn. Daarnaast kunnen winkels doordeweeks open van 06.00 uur 's ochtends tot 22.00 uur 's avonds. In samenspraak met betrokken winkeliers, experts, bezoekers en bewoners kan gemonitord worden of de huidige verruimde openingstijden voldoende tegemoet komen aan de wens om openingstijden meer in lijn te brengen met de momenten waarop mensen in de gelegenheid zijn winkels te bezoeken.</p> |

3 Investeren in een uitstekend verblijfsklimaat

Elk jaar publiceren een aantal gerenommeerde economische instituten ranglijsten waarop steden worden beoordeeld op hun leefbaarheid. Bekende 'liveability' indexen zijn die van de Economist Intelligence Unit van het gelijknamige blad, de Mercer's Quality of Living index en Monocle's Most Liveable Cities index. Aan de top van deze ranglijsten staan stevast de volgende steden: Wenen, Vancouver, München, de Scandinavische hoofdsteden Kopenhagen, Helsinki en Stockholm, Melbourne en Sydney. Een belangrijke verklaring voor de hoge scores van deze steden, is dat zij relatief zeer positief worden beoordeeld op de staat van de publieke ruimte in deze steden en de beschikbare hoeveelheid groen en de kwaliteit. Dit is voor een belangrijk deel het resultaat van beleid. Zo heeft Kopenhagen de laatste jaren als ambitie gehanteerd dat alle inwoners binnen een straal van 300 meter een park of een ander groengebied moeten kunnen bezoeken⁵.

Uiteraard zijn deze steden qua schaal en intensiteit van de stedelijkheid niet te vergelijken met Zwolle, maar de ranglijsten illustreren dat economisch goed presteren een sterke samenhang vertoont met een uitstekend verblijfsklimaat. Investeren in groen is daarmee niet alleen een doel, maar ook een middel voor verdere groei. Een goed verblijfsklimaat is een voorwaarde voor een verdere uitbouw van de woonfunctie en het is een belangrijke stimulans voor economische bedrijvigheid omdat niet alleen burgers maar ook bedrijven hechten aan een gezonde en aantrekkelijke leefomgeving.

Toegepast op Zwolle en de Zwolse binnenstad, kan worden vastgesteld dat het water op dit moment prominenter aanwezig is dan het groen. Ook het water in de vorm van de stadsgrachten en de Thorbeckegracht wordt echter nog maar beperkt gebruikt. Het laat onverlet dat de Zwolse binnenstad op dit moment al erg hoog wordt gewaardeerd op leefbaarheid (rapportcijfer 9,0 in de afgelopen jaren).

Doel en
middel

Het verder verbeteren van de leefbaarheid van de Zwolse binnenstad is belangrijk als doel in zichzelf én als middel voor het stimuleren van andere belangrijke functies van de binnenstad. Het gaat dan met name om de woonfunctie. Daarnaast kan ook de toeristisch-recreatieve sector profiteren en hechten ook bedrijven aan een goede leefomgeving, waarbij dit ook meespeelt in hun vestigingsgedrag.

Daarnaast is het zo dat het verbeteren van de leefbaarheid bevorderlijk is voor de woonfunctie, maar dat dit omgekeerd ook zo is in het geval van de Zwolse binnenstad. Als er meer mensen in en om de binnenstad wonen, draagt dit bij aan de sociale controle en de door inwoners en bezoekers ervaren veiligheid.

Investeren in een uitstekend verblijfsklimaat	
Huidig beeld - De leefbaarheid van de Zwolse binnenstad wordt structureel de laatste jaren zeer positief gewaardeerd (rapportcijfer 9,0). - Afgezien van het groen langs de stadsgrachten, heeft de binnenstad van Zwolle een weinig groene uitstraling. Park Eekhout ten	Waardering - Aanwezigheid van stadsparken en meer kleinschalige (micro-) parkjes, hofjes, bomen op pleinen enzovoort maken een stadscentrum leefbaarder en verbeteren het verblijfsklimaat. - Uit onderzoek blijkt, dat steden met meer

⁵ London School of Economics (LSI), *Copenhagen, Green Economy Leader Report*, 2014.

zuidwesten van de historische binnenstad is de meest nabije 'groene long'. • Met de stadsgrachten beschikt Zwolle over veel water rondom de binnenstad. De afgelopen jaren zijn er meerdere initiatieven opgezet om het water meer te benutten. • Aan de rand van de binnenstad zijn diverse parkeergarages en toch zijn er delen van de binnenstad met nog veel 'blik' op straat.	groen door inwoners en bezoekers aantrekkelijker worden gevonden en sneller groeien. • Ook de aanwezigheid van water kan sterk bijdragen aan het verblijfsklimaat van een (binnen-)stad. Zwolle heeft wat dat betreft potentie met stadsgrachten en de Thorbeckegracht, maar deze potentie lijkt vooralsnog onderbenut.
Acties • Stimuleren van meer, beter en meer (multi-)functioneel groen. • Nog beter benutten van de potentie van de stadsgrachten en de Thorbeckegracht. • Ondersteunen van energiezuinige, toekomstbestendige nieuwbouw en herstructurering. • Koesteren en uitdragen van de historie en het verhaal van Zwolle.	

3.1 Benutten van recreatieve potentie van de stadsgrachten

Een belangrijk kenmerk én een grote kwaliteit van de binnenstad van Zwolle vormt het water van de stadsgrachten. Zowel het water van de grachten als de oevers met de veelal groene aankleding dragen bij aan de leefbaarheid. Zeker als er in en vooral om de historische binnenstad wordt gekozen voor een verdere verdichting en verstedelijking, blijven de stadsgrachten een rustpunt. Het laat onverlet dat de stadsgrachten ook recreatieve waarde hebben. De oevers en vestingbolwerken lenen zich deels voor wandelingen en uiteraard kan er op het water gerecreëerd worden. Het aanbod varieert van een tour met een rondvaartboot tot kanoën of het huren van een elektrische sloep.

Potentie water onderbenut In de Strategische Agenda wordt ingezet op het verder bevorderen en benutten van de kwaliteit van de stadsgrachten en de groene oevers en op het beter benutten van deze kwaliteit. De binnenstad hoeft geen pretpark te worden, maar er is ruimte voor een intensiever gebruik van het water van de stadsgrachten. Dit kan de vorm krijgen van meer terrassen aan het water, met bijbehorende horeca. Brasserie de Hofvlietvilla is momenteel aan de stadsgrachten het enige aanbod in deze sfeer, waar andere steden met water in de binnenstad veel meer gebruik maken van de combinatie van gracht en terras. Aan de Thorbeckegracht, inclusief Rodetorenplein, is er meer aanbod, met het pannenkoekenschip en café het Beugeltje in de Wijndragerstoren.

Kansen creëren & benutten De in 2016 gepubliceerde 'Kansenkaart toeristisch medegebruik van het Zwolse water' wordt gestreefd naar een betere benutting van het (binnen-)stedelijk water ten behoeve van recreatie en leefbaarheid, in lijn met de ook in de in 2015 door de gemeente Zwolle vastgestelde 'Strategische Wateragenda' opgenomen ambities. De grachten vormen een parcours dat leidt langs de stedelijke kwaliteiten van Zwolle. Tegen een fraai historisch decor van de vesting gaat het dan onder meer om culturele voorzieningen, statige herenhuizen en bewoonde, deels historische schepen, horeca en recreatie.



Er wordt ingezet op het verder versterken van de volgende functies van het stadswater:

- Organiseren van (water-)evenementen op het zogenoemde 'Waterplein' van de Schuttevaerhaven, omgeven door de Schuttevaerkade, de Hofvlietbrug en de Friesewal.
- In de Thorbeckegracht de combinatie van horeca, cultuur, water en historische panden. Er is ruimte voor uitbreiding van terrassen aan het water of drijvend in de gracht.
- Aan de oostzijde van de stad ligt het accent op wonen op of aan het water, in combinatie met ligplaatsen voor sloepen en bootjes van bewoners, woonarken, tuinen aan het water en openbare oevers voor recreatief gebruik.
- Het westelijke deel van de stadsgracht biedt ruimte aan een jachthaven en er is aanbod in de sfeer van rondvaartboten, verhuursloepen, kano's, waterfietsen en dergelijke.
- De noordzijde van de stadsgracht wordt momenteel minder intensief gebruikt. Er wonen ook minder mensen aan het water. Dit deel van de stadsgracht leent zich daarom voor watersportevenementen, drijvende kunstmanifestaties en dergelijke.

3.2 Upgrade van aanwezig stedelijk groen en toevoeging groen waar mogelijk

In de Groene Agenda wordt het grote belang onderstreept van behoud en waar mogelijk verdere accentuering van het groene karakter van de stad. Met name door de zogenoemde 'Groene Vingers' is de stad verbonden met het landelijke buitengebied. Verder is de stad meer naar het water gekeerd en worden groene overs langs het water, waaronder de stadsgrachten, intensiever gebruikt.

Wezenlanden verbinden met binnenstad	Ten aanzien van de binnenstad is belangrijk dat wordt ingezet op het vergroten van de 'bruikbaarheid' en bereikbaarheid van de om de binnenstad gelegen parken. Bestaande parken zoals Wezenlanden, Nooterhof, Eekhout en Potgietersingel zijn gerevitaliseerd. Ook
--------------------------------------	---

de groene wandeling langs de singel rondom de binnenstad is sterk verbeterd.

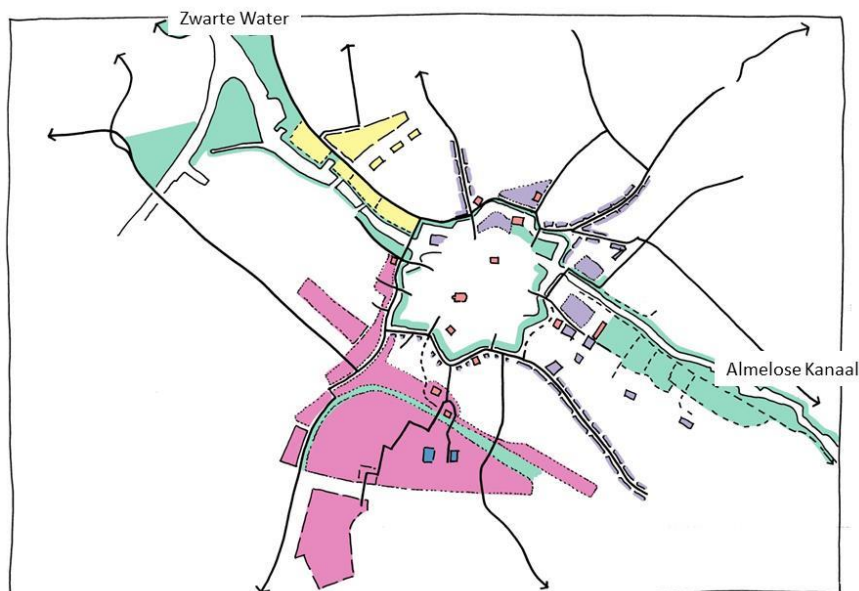


Op dit moment is vooral de verbinding tussen Park Wezenlanden en de binnenstad niet sterk. Park Wezenlanden is voor Zwolle de plek voor grotere evenementen, voor zover deze niet indoor worden georganiseerd in bijvoorbeeld de IJsselhallen. Een bekend jaarlijks festival is het Bevrijdingsfestival Overijssel. Op dit moment zijn er jaarlijks acht grootschalige evenementen mogelijk. De routing van Park Wezenlanden naar de binnenstad is echter niet zo duidelijk en weinig uitnodigend. Het park zit 'verstopt' achter het provinciehuis. Bezoekers van evenementen worden onvoldoende uitgenodigd om richting binnenstad te gaan om zo evenementenbezoek te combineren met bijvoorbeeld het bezoek van een museum, horeca of winkels. Door middel van duidelijkere bewegwijzering in combinatie met een ruimtelijk meer uitnodigend ingerichte route van park naar binnenstad, kan hier verbetering in worden aangebracht.

3.3 Binnenstad verbinden met groene landschap

Relatie Op een hoger schaalniveau is de nabijheid van aantrekkelijke groene landschappen
Omgevingsvisie rondom de Zwolse binnenstad opvallend. Intensivering door het uitbreiden van de woonfunctie van de binnenstad en door meer bezoekers te trekken die langer blijven, is het van belang dat bewoners goede toegang hebben tot het landelijke buitengebied. Met name de gecombineerde groen-blauwe zone langs het Zwartewater naar het noordwesten en oostelijk langs het Almelose Kanaal via Park Wezenlanden richting Wijthmenerplas en verder bieden kansen om deze relatie te versterken. Investeren in de toegankelijkheid van

beide route voor fietsers en wandelaars kan de binnenstad meer 'lucht' geven. Zowel inwoners als recreatieve bezoekers kunnen hier profijt van hebben.



3.4 Blijvende aandacht voor de ruimtelijke kwaliteit

Hoge
waardering

Een kwaliteit van Zwolle en de Zwolse binnenstad die momenteel al hoog wordt gewaardeerd, is de mate waarin de publieke ruimte 'schoon' is. In zowel het perspectief van de overige steden in Noordoost-Nederland als landelijk haalt de Zwolse binnenstad een (zeer) hoog rapportcijfer. In een onderzoek van Nederland Schoon scoort de Zwolse binnenstad hoog op diverse aspecten van 'schoon, heel en veilig'. Zo is bijna 80 procent van de bezoekers aan de Zwolse binnenstad van mening dat er weinig tot heel weinig zwerfvuil aanwezig is. Vrijwel alle bezoekers ervaren de binnenstad bovendien als (heel) veilig overdag. 's Avonds is het beeld ook relatief positief, met slechts 4 procent van de bezoekers die de binnenstad dan als (zeer) onveilig ervaart. Verder ervaart 64 procent de binnenstad als aangenaam en 17 procent zelfs als heel aangenaam. De relatief goede scores van de Zwolse binnenstad blijken bijvoorbeeld uit de mate waarin binnenstad als schoon wordt ervaren.

Oog voor
balans

De huidige hoge waardering van de binnenstad op de aspecten schoon, heel en veilig, kan nog beter worden gewaarborgd indien er meer mensen in de binnenstad wonen. Door aanwezigheid van meer inwoners in de binnenstad wordt met name de sociale controle bevorderd. Dit vermindert de mate waarin allerlei vormen van overlast anoniem kunnen plaatsvinden. Versterking van evenementen en andere aspecten van beleving in de binnenstad kunnen de druk op de (waardering van de) leefbaarheid daarentegen vergroten. Het is belangrijk om hiervan bewust te zijn en hierover in contact te blijven met alle betrokkenen in de binnenstad.

- Visitekaartje** Het beheer van de openbare ruimte (BOR) is een belangrijke kerntaak van de gemeente. De Binnenstad van Zwolle heeft een hoog kwaliteits- en beheerniveau. Dat betekent niet alleen dat het goed schoon gehouden wordt en in een goede staat verkeerd. Maar dat betekent ook dat pleinen, parken en andere plekken in een binnenstad hun eigen identiteit en dynamiek hebben en behouden. Ook in de huidige binnenstad is dit op veel plaatsen terug te vinden in extra kwaliteit die is toegevoegd aan de openbare ruimte. Dit vraagt voor ieder stuk openbare ruimte om een op de locatie toegesneden strategie en aanpak voor het beheer. Het goed organiseren hiervan aan de voorzijde van een proces vergroot de kans op en borgt een succesvol functioneren in de praktijk.
- Lichtplan** Met licht kan verder ook nieuwe kwaliteit aan de openbare ruimte worden toegevoegd en sfeer en beleving worden gestimuleerd. Ook kan dit bijdragen aan het gevoel van veiligheid en een – leuke - speelse en creatieve invulling zijn. Passend bij de drijfveren voor 2030 uit de binnenstadvisie. De gemeente pakt de uitnodiging van de gemeenteraad, vastgelegd in een motie, op om te komen tot een integraal Lichtplan voor de binnenstad.

3.5 Energiezuinige, toekomstbestendige nieuwbouw en herstructurering

- Klimaat adaptatie** Een beter gebruik van water en groen kan behalve aan de leefbaarheid ook bijdragen aan de klimaatadaptieve stad. Een goed verblijfsklimaat vraagt ook letterlijk om aandacht voor klimaat. De stad moet goed inspelen op kansen en bedreigingen van water, droogte en hitte. Bij alle nieuwbouw dient bijvoorbeeld de kans op hogere waterstanden worden meegenomen in de planuitwerking. Concreet kan dit resulteren in hogere opgangen naar woningen en andere gebouwen. Bij de Wezenlanden wordt de waterkering hoger.
- Energietransitie** Bij alle inbreidings- en transformatieprojecten wordt gezien welke impulsen op het terrein van klimaatadaptatie en energietransitie kunnen worden gerealiseerd. Een beleidsregel is in voorbereiding, die meer ruimte op maat biedt aan zorgpanelen in de binnenstad, zonder afbreuk te doen aan het aanzien van het dakenlandschap in het historisch stadsgezicht.

3.6 Historie koesteren, zichtbaar maken en uitdragen

Een van de belangrijkste pijlers van onze binnenstad is de historische (bebouwde) omgeving. Een kernopgave is dan ook het koesteren en in stand houden en versterken van die historische bebouwing en structuren met een hedendaags gebruik. Daarnaast zet Zwolle er op in om het erfgoed en de historie ook (beter) zichtbaar en vindbaar te maken en de historie levend te houden. Belangrijk hierbij is onder meer het organiseren van Open Monumentendag, waarbij de circa 15.000 bezoekers van monumenten en activiteiten bij de meest recente editie onderstrepen dat historie en erfgoed breed maatschappelijk worden gewaardeerd. Daarnaast worden avonden georganiseerd met 'Verhalen over Zwolle', door Erfgoed Zwolle als organisatie voor monumentenzorg en archeologie samen met de partners in het Erfgoedplatform.

4 Ruimtelijk faciliteren van de ontwikkeling van de binnenstad

De ambities moeten ook ruimtelijk gefaciliteerd worden. Aandachtspunten zijn onder andere de relatie tussen de historische binnenstad en de 'schil' buiten de stadsgrachten, de herontwikkeling van het Broerenkwartier, het verbeteren van de entrees naar de binnenstad en het huisvesten van de beoogde uitbreiding van functies in en om de historische binnenstad.

Ruimtelijk faciliteren van de ontwikkeling van de binnenstad	
Huidig beeld • Er is een harde scheiding tussen enerzijds de stedelijke binnenstad (de vesting met het eiland) en haar omgeving. Positieve uitzonderingen betreffen aangelegene gemengde stedelijke wijken als Assendorp, Wipstrik en Kamperpoort. • Op diverse plekken is geen interessant stedelijk karakter. Andere delen zijn wel interessant. Zo heeft een deel van de singels een aantrekkelijke groene en statige uitstraling. • De entrees van de binnenstad variëren in kwaliteit. Vanaf het NS-station en vanuit westelijke richting is de ingang naar de binnenstad duidelijker en uitnodigender dan vanuit het oosten.	Waardering • De huidige harde scheiding tussen vesting en omgeving doet afbreuk aan de ervaren stedelijkheid van inwoners en bezoekers van Zwolle. • Het uitbreiden van de binnenstad over de singels is vanuit dit gevoel van stedelijkheid niet alleen gewenst, maar ook noodzakelijk om de meer grootschalige centrumstedelijke functies een plek te kunnen bieden (voorbeelden daarvan betreffen onder meer Hedon, de nieuwe bioscoop, de bibliotheek). Deze functies dragen meer bij aan de binnenstad als zij langs de singels worden gerealiseerd dan bij vestiging verder van het stadscentrum.
Acties • Versterken van het al lopende proces om de meer grootschalige stedelijke functies rondom de binnenstad c.q. aan de singels een plek te geven indien het niet past in de binnenstad. • Nog beter verbinden van de historische vesting met de omringende schil waar steeds meer stedelijke functies een plek vinden. • Verbeteren van de entrees naar de binnenstad, met name vanuit oostelijke richting. • Investeren in bereikbaar en toegankelijk houden van de binnenstad.	

4.1 Verstedelijken van de singels en verbinden met historische binnenstad

Zuid	Wie momenteel per fiets, lopend of met de auto de route over de singels neemt, ervaart sterk uiteenlopende stedelijke kwaliteiten. Het zuidelijke deel met Emmawijk, Burgemeester van Roijensingel en Groot Wezenland tot aan de Assendorperstraat heeft een statige uitstraling, gedomineerd door negentiende-eeuwse herenhuizen en stadsvilla's. In combinatie met het water van de stadsgracht en de groene oevers heeft dit deel van de singels grote kwaliteiten. Bovendien komen er enkele nieuwe impulsen die zullen bijdragen aan de kwaliteit en stedelijkheid van het gebied. Een belangrijk project is 'De Stadkamer'. In het voormalige GGD-complex aan de Burgemeester van Roijensingel worden de Bibliotheek, het kennispunt voor cultuureducatie en het steunpunt voor amateurkunst en buurtcultuur gevestigd.
Oost	Het oostelijke deel van de singels werd gedomineerd door het voormalige ziekenhuis De Weezenlanden. Momenteel is de herontwikkeling gaande van deze locatie naar hoogwaardige nieuwbouw met bijna 300 woningen (zowel woonhuizen als appartementen, in

de marktsegmenten vrije sector koop, luxe huur en corporatiehuur). Aan de singel komen herenhuizen die goed aansluiten bij het statige karakter van het zuidelijke deel van de singelring:



Een ander belangrijk element in het oostelijk deel van de singel betreft het Thomas à Kempis-college aan Groot Wezenland. De groene omgeving en het pand zelf bezitten een zekere allure. Dit geldt ook voor het ten oosten gelegen gebied met de rechtbank en het provinciehuis. Desondanks voelt het gebied weinig (centrum-) stedelijk aan, met name vanwege de geringe dichtheid van functies. Voor de langere termijn zou gezien kunnen worden of in dit deel van de schil rondom de oude binnenstad een verdere verdichting van stedelijke functies gerealiseerd kan worden, mogelijk ook in combinatie met het verhogen van het aantal wooneenheden – waarbij een ander woonmilieu wordt geboden dan op Groot Wezenland – en toevoeging van werkgelegenheid in bijvoorbeeld de zakelijke dienstverlening.

- | | |
|-------|---|
| Noord | <p>Het noordoostelijk deel van de singels met Blekerswegje en Diezerkade, met in het midden de aantrekkelijke winkelstraat Thomas à Kempisstraat, sluit door de relatief organische, kleinschalige en gevarieerde invulling relatief goed aan op de historische binnenstad. Heel anders voelt dit voor het noordelijk deel van de singels met de Burgemeester Drijbersingel en de Schuttevaerkade. In dit deel van de singels zijn enkele voor de (binnen-)stad op zich belangrijke functies gesitueerd, bijvoorbeeld popcentrum Hedon en een hotel, maar de stedenbouwkundige mix heeft geen binnenstedelijke uitstraling en beleving. Een verdere verdichting van stedelijke functies kan hier de belevingswaarde verbeteren.</p> |
| West | <p>Het westelijke deel van de singels tot slot, doet (centrum-)stedelijk aan en biedt ook plek aan een aantal stedelijke voorzieningen. Langs de Harm Smeengekade zijn enkele groot-schalige studentencomplexen gevestigd, die belangrijk zijn bij het verleiden van jongeren in Zwolle te studeren en te wonen. Ter hoogte van de Pannenkoekendijk en het Katwol-</p> |

derplein is een grote nieuwe bioscoop gerealiseerd. Met deze bioscoop neemt de stedelijke dynamiek in dit deel van de schil om de binnenstad sterk toe. Vanwege de Rodetorenbrug is de verbinding met de historische binnenstad bovendien goed. Per saldo ontstaat aan de westzijde van de historische binnenstad een nieuw, modern stedelijk milieu met leisure, wonen en werken dat nieuwe kwaliteiten toevoegt aan de binnenstad.

4.2 Verbeteren van de entrees naar de binnenstad

Westzijde op orde Voor een optimale ontwikkeling van de binnenstad zijn goede entrees belangrijk. Vanuit westelijke en zuidwestelijke richting is deze voor automobilisten aanwezig, met een korte toegang vanaf de snelweg A28 via Katerdijk en Burgemeester Roelenweg richting binnenstad. Stadsentree Katerdijk is 2012 heringericht en eind 2014 is de reconstructie Burgemeester Roelenweg afgerond. Op het Katwolderplein kan straks geparkeerd worden of in de parkeergarage Maagjesbolwerk, waarna de binnenstad te voet goed toegankelijk is via de 'rode loper' van de Melkmarkt. Daarna volgden omvangrijke reconstructies aan de Pannekoekendijk en Harm Smeengekade medio 2015. Een volgend project betreft de herinrichting van de Willemskade, waardoor ook het verkeer van de Nieuwe Veerallee gemakkelijker toegang heeft tot de binnenstad.

Oostzijde nog 'to do' Aan de noordoostelijke en oostzijde van de binnenstad is de toegang tot de binnenstad minder duidelijk. Verkeer met de auto vanuit richting Almelo kan via Wipstrikkerallee of Wethouder Alferinkweg richting binnenstad rijden, maar de routes richting parkeergelegenheden in en om de binnenstad zijn minder duidelijk dan vanuit het westen of zuiden. Mede daardoor en omdat ze op wat grotere afstand van de binnenstad zijn gelegen, zijn parkeergarage Diezerpoort en parkeerterrein Turfmarkt minder intensief gebruikt dan de parkeergarages aan de westzijde van de binnenstad en de parkeergarage op het Noordereiland. Op een kleiner schaalniveau is ook de verbinding tussen de Thomas à Kempisstraat en de historische binnenstad niet optimaal. Hoewel de Thomas à Kempisstraat in de directe nabijheid van de binnenstad is gelegen en een divers en aantrekkelijk aanbod heeft aan winkels en horecagelegenheden dat aanvullend is op de binnenstad, is er maar weinig interactie tussen beide gebieden. Hoewel de Thomas à Kempisstraat in een ver verleden direct in het verlengde lag met de Diezerstraat, is deze verbinding gaandeweg grotendeels verloren gegaan. De route via de Diezerkade en het Noordereiland naar de Diezerstraat is voor voetgangers en ook fietsers niet heel aantrekkelijk.

Ook de verbinding tussen park de Wezenlanden en de binnenstad is momenteel rommelig. De route door het Schuurmankwartier nodigt niet echt uit en aan de binnenstadzijde van de stadsgracht is de route naar bijvoorbeeld het Gasthuisplein niet duidelijk.

Aan de zuidoostzijde van de binnenstad is Assendorp een gewilde wijk voor uiteenlopende doelgroepen inwoners, zowel jong als oud. Het aanbod aan winkels trekt bezoekers vanuit heel Zwolle en daarbuiten. De relatie met de binnenstad lijkt beter dan die tussen de Thomas à Kempisstraat en de binnenstad, maar kan ook verder verbeteren. Een bijdrage

daaraan kan de herontwikkeling van de voormalige ziekenhuislocatie Weezenlanden leveren. Om de verbinding optimaal tot stand te brengen, is ook aandacht nodig voor het resterende trajectdeel tussen de Sassenpoortbrug en de Assendorperstraat.

Noord & Zuid De verbinding van de ten noorden gelegen stadswijken met de binnenstad kan ook verder verbeteren. Bijvoorbeeld kan dit door herontwikkeling van de locatie van het voormalige belastingkantoor op de hoek van de Burgemeester Drijbersingel en de Van Wevelinkhovenstraat. De route vanuit de achterliggende buurt naar de binnenstad via de Stenen Pijpbrug kan hierdoor ruimtelijk aantrekkelijker worden ingericht.

4.3 Centrumgebied: verbinden binnenstad met spoorzone en Hanzeland

Barrièrewerking Aan de zuidzijde van de binnenstad moeten de huidige verbindingen en de daarin aan te brengen verbeteringen worden gezien in het kader van de zich sterk ontwikkelende spoorzone. De spoorzone inclusief Hanzeland moet optimaal verbonden worden met de binnenstad, zodat beide complementaire gebieden optimaal van elkaar kunnen profiteren. De verbinding is ook belangrijk voor de ten zuiden van het spoor gevestigde gebouwen van Hogeschool Windesheim.

De verbinding laat op dit moment te wensen over. Voor voetgangers is de meest logische noord-zuidverbinding door het stationsgebied de reizigerstunnel. NS heeft deze route per 20 juni 2016 afgesloten met poortjes. Voor het optimaal verbinden van Hanzeland als grote werk- en woonlocatie met de binnenstad, is het noodzakelijk dat er een alternatief wordt ontwikkeld voor deze route. Een voetgangersbrug over de sporen kan hiervoor een geschikte vorm zijn.

Voor bezoekers die arriveren op NS-station Zwolle Centraal of mensen die werken op Hanzeland of deze locatie bezoeken, is ook het traject van NS-station naar de binnenstad momenteel weinig uitnodigend. De Stationsweg is weliswaar een lommerrijke en statige laan, maar de bezoeker ziet de binnenstad niet liggen. Het is niet eenvoudig om de verbinding tussen NS-station en de binnenstad te verbeteren zonder afbreuk te doen aan de groene en statige inrichting van de Stationsweg.

4.4 Investeren in bereikbaar en toegankelijk houden van de binnenstad

Met de beoogde intensivering van het programma in de binnenstad en de aantrekkende conjunctuur, is er het risico dat de binnenstad minder bereikbaar wordt. In het bijzonder kan de bereikbaarheid per auto dan verminderen, door toenemende congestie rondom de binnenstad.

Toegang Ook legt intensivering een extra druk op het toegankelijk houden van de binnenstad voor iedereen. De gemeente staat voor een inclusieve samenleving. Een aspect daarvan is de toegankelijkheid van de binnenstad voor mensen met een beperking. Aandachtspunten zijn de rolstoeltoegankelijkheid en de toegankelijkheid van de binnenstad voor blinden en

slechtzienden. Met de visie op de Toegankelijkheid werkt de gemeente actief aan de openbare ruimte. Door de openbare ruimte zo in te richten dat iedereen er gebruik van kan maken, wordt de openbare ruimte van iedereen en zijn aparte voorzieningen minder nodig. Dit is belangrijk voor mensen met een handicap en senioren. Dat draagt bij aan de ambitie om een gastvrije stad te zijn.

- Parkeren** In het 'Koersdocument Parkeren 2016-2020' kiest de gemeente Zwolle ervoor om het in de afgelopen jaren uitgezette beleid op hoofdlijnen voort te zetten. Uit een evaluatie van het 'Koesdocument Parkeren 2011-2016' komt naar voren dat het parkeerbeleid heeft bijgedragen aan een gastvrije en leefbare stad. Wel wil de gemeente enkele nieuwe accenten aanbrengen in het parkeerbeleid:
- De gemeente heeft de ambitie om sneller in te kunnen spelen op veranderende technische ontwikkelingen, gebruikerswensen en gedrag. Om deze ambitie te realiseren, stelt de gemeente budget beschikbaar voor innovaties op dit vlak, ook in de vorm van pilotprojecten. Deze kunnen zich richten op deelauto's, elektrisch vervoer, zelfsturende auto's en het online reserveren en betalen van parkeerplaatsen.
 - Flexibeler parkeernormen om plannen voor wonen en werken in de binnenstad mogelijk te maken. De bestaande normen werken soms belemmerend voor gewenste ontwikkelingen.
 - Meer maatwerk door mobiliteitsplannen in wijken op te stellen en uit te voeren, te beginnen in Assendorp, Kamperpoort, Binnenstad en Hanzeland.

Recent is verder het kentekenparkeren en belparkeren ingevoerd om het parkeren makkelijker en veiliger te maken.

- Differentiatie** Verder wil de gemeente inzetten op tariefdifferentiatie, om bij te dragen aan het optimaal benutten van de beschikbare parkeerplaatsen in het centrum en ook bij andere werkgebieden. Dit kan het dubbelgebruik van parkeerplaatsen stimuleren. Bijvoorbeeld gebruik door bewoners van de binnenstad 's avonds en bezoekers overdag. De parkeercapaciteit in en om de binnenstad is verder vergroot met de ingebruikneming van de Katwolderpleingarage. Om de verwachte groei van binnenstadsbewoners en parkeerbehoefte vanwege nieuwe initiatieven in het centrum, zoals rondom het Broeren-kwartier, op te vangen blijft het Noordereiland voorlopig open als parkeervoorziening, zolang daar geen andere ruimtelijke ontwikkeling aan de orde is. In de daluren kan het Noordereiland mogelijk ook gebruikt worden voor andere doeleinden, zoals evenementen en/of markten. Tariefdifferentiatie kan ook de vorm krijgen van het gericht introduceren van gratis parkeermomenten in de Zwolse binnenstad. De gemeente zal onderzoeken welke gratis parkeermomenten met name bijdragen aan een gastvrije binnenstad en versterking van de binnenstad-economie.

- Distributie** De gemeente wil verder onderzoek doen naar de mogelijkheden van stadsdistributie. Door middel van een experiment kan worden gezien welke potentie dit concept heeft voor de Zwolse binnenstad. Het beter reguleren van het vrachtverkeer kan wezenlijk bijdragen aan

de leefbaarheid van de binnenstad, zeker als met de komst van Zara, Primark en Hudson's Bay de goederenstromen verder zullen toenemen. Concreet kan stadsdistributie de vorm krijgen door goederenstromen te bundelen en vanaf overslagpunten verder te distribueren, bijvoorbeeld ook via elektrische wagens of fietstransporteurs. In de binnenstadvisie 2030 is als doel gesteld om het aantal logistieke bewegingen fors terug te dringen. Uitgaande van een toenemende etalagefunctie van winkelen combinatie met directe aan huis-leveringen. Stadsdistributie kan hieraan bijdragen.

- | | |
|-------------|---|
| Fietzers | Ten aanzien van de bereikbaarheid per fiets is het uitgangspunt dat fietsers overal zo eenvoudig mogelijk moeten kunnen komen. De routes naar de binnenstad zijn redelijk op orde, de routes in de binnenstad zijn nog beperkt. De Nieuwstraat kan daarin bijvoorbeeld een belangrijke schakel vormen of mogelijk de Buitenkant en de Pletterstraat. Daarbij horen goede stallingsvoorzieningen aan de randen van het voetgangersgebied. Goede routes maken het ook makkelijker om te handhaven op ongewenst gedrag van fietsers in winkelstraten. Zwolle maakt ook op dit vlak een strategische keuze. |
| Voetgangers | De binnenstad is een belangrijk voetgangersgebied. Dit is en blijft een belangrijk aspect in de inrichting van de openbare ruimte. |

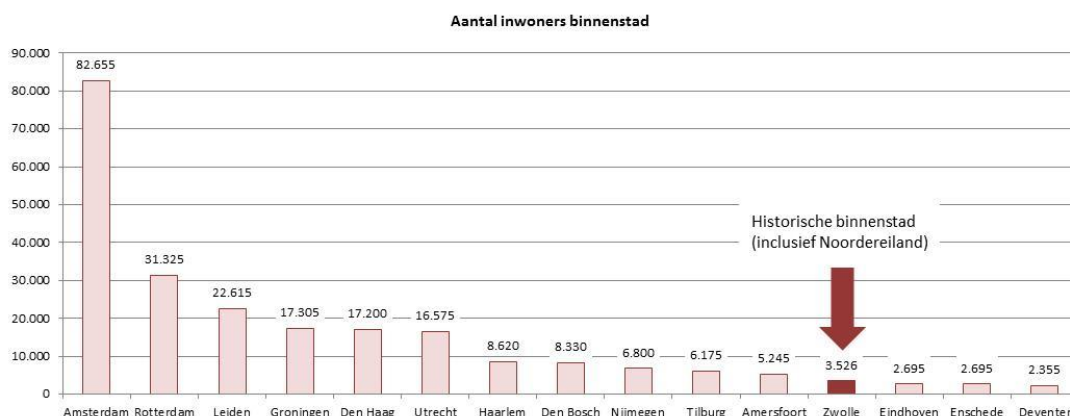
5 Versterken van de woonfunctie

Een belangrijke denklijn in de Strategische Agenda betreft de versterking van de woonfunctie in de binnenstad. Met meer inwoners in en om de historische binnenstad wordt het draagvlak voor de stedelijke functies vergroot, vooral voor winkels in het dagelijkse segment zoals een bakker, een slaager of een supermarkt. Omdat er bij extra bewoners van de binnenstad sprake zal zijn van een zekere zelfselectie, met oververtegenwoordiging van mensen die veel gebruik maken van alle voorzieningen die de binnenstad biedt, draagt een verhoging van het inwonertal in de binnenstad naar verwachting sterk bij aan het vergroten van het draagvlak voor de daar gevestigde stedelijke functies. Met name de culturele functies en de horeca kunnen profijt hebben.

Aanwezigheid van meer inwoners in de binnenstad draagt daarnaast bij aan de sociale controle en de ervaren veiligheid. De binnenstad wordt in de avonden minder exclusief het domein van het uitgaanspubliek. Zwolle zet ook in op het bevorderen van de mix van woonruimte en ateliers voor kunstenaars, in lijn met een hierover aangenomen motie in de gemeenteraad. Ook dit draagt bij aan spreiding van activiteiten in de (binnen-)stad en de sociale veiligheid ook buiten kantooruren.

Grote vraag Zwolle is een groeistad. De aanstaande Woonvisie richt zich op 4 ambities, sterke groeistad, vernieuwende woonstad, solidaire leefstad en duurzame deltastad. De komende 10 jaar zijn er zo'n 6.000 nieuwe woningen nodig. Relevante ontwikkeling voor de binnenstad zijn onder andere de grote toename van kleinere huishoudens en ouderen, plus de vraag naar (centrum)stedelijk wonen.

Relatief weinig inwoners Het aantal inwoners van de Zwolse binnenstad, opgevat als de historische binnenstad binnen de stadsgrachten en inclusief het Noordereiland, bedraagt momenteel 3.526 personen, waarvan ruim 500 op het Noordereiland. Dit is in het perspectief van andere 100.000 plus-steden weinig. Een verklarende factor hiervoor is het gegeven dat de historische binnenstad van Zwolle relatief klein is ten opzichte van de binnensteden van bijvoorbeeld Leiden, Groningen, Delft, Haarlem of Den Bosch.



Stedelijk wonen voor jong & oud De beoogde nieuwe inwoners van de binnenstad, inclusief de schil rondom de oude binnenstad, zijn zeker niet exclusief jong. Veel jongeren en alleenstaanden hebben over het algemeen voorkeur voor (binnen-)stedelijk wonen, nabij de centrumstedelijke voorzie-

ningen. Zij delen dit echter met een toenemend aandeel van de senioren. De doelgroep van 'actieve senioren' is voor binnenstedelijk wonen ook kansrijk. Niet alleen neemt binnen deze groep de voorkeur voor binnenstedelijk wonen toe, maar zij hebben ook het een en ander te besteden. Een andere doelgroep die in toenemende mate in of om de binnenstad wil wonen, betreft huishoudens met jonge kinderen. In een stad als Amsterdam is de 'bakfietsouder' een ingeburgerd fenomeen. Waar voorheen de meeste huishoudens bij hun eerste kind uit het centrum van de stad vertrokken naar rustiger wijken, gedomineerd door woningen met een tuin, is dit patroon de laatste jaren minder evident. In steden als Amsterdam, Utrecht, Leiden en Delft wil een toenemend aandeel huishoudens met jonge kinderen in de binnenstad blijven wonen. Ook Zwolle kan van deze trend profiteren.

Versterken van de woonfunctie	
Ambitie • Versterken van de woonfunctie van de binnenstad, inclusief schil rondom het historisch centrum, om zo het draagvlak voor stedelijke voorzieningen te vergroten en de stedelijke dynamiek te spreiden over de dag. • Door het vergroten van het aantal inwoners een impuls geven aan het dagelijkse segment binnen de detailhandel. • Vergroten van de sociale controle in de binnenstad, met name in de avonden.	Verwachte bijdrage aan de binnenstad • Een binnenstad die meer in balans is en minder eenzijdig afhankelijk is van bezoekers. • Een positieve bijdrage aan de stedelijke dynamiek, ook in bijvoorbeeld de ochtenduren.
Wat gaan we doen? • Binnen de historische binnenstad gericht woningen toevoegen op plekken die momenteel nog niet intensief worden benut, waarbij ook transformatie van functies tot de mogelijkheden behoort (niet exclusief van winkels naar wonen maar bijvoorbeeld ook van parkeren naar wonen). • In de schil rondom de historische binnenstad voortgaan op de al ingeslagen route voor een groter accent op wonen. De herontwikkeling van locatie Weezenlanden is hiervan een voorbeeld. • Verkennen van de eisen die stedelijk georiënteerde potentiële binnenstadsbewoners stellen aan hun woning en woonomgeving. Naast een basisniveau wat betreft schoon-heel-veilig, is waarschijnlijk de aanwezigheid van groen ten behoeve van recreatie of als groene long belangrijk.	

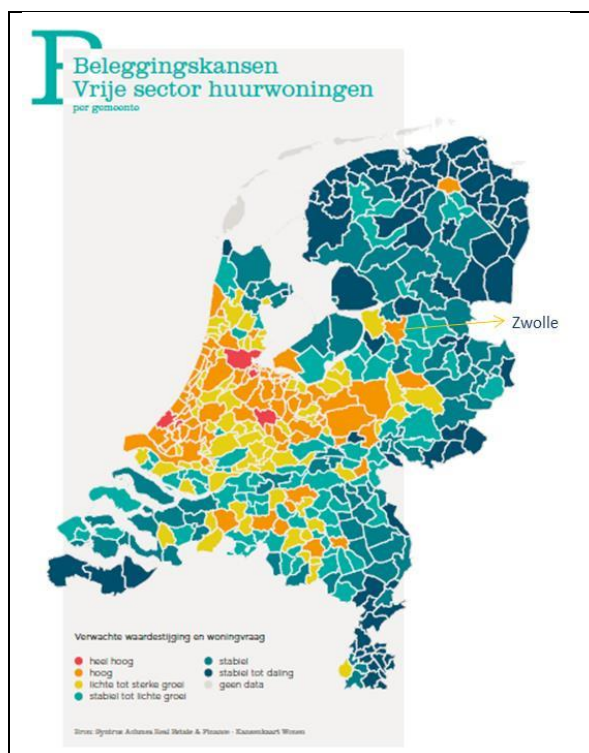
5.1 Inzetten op uitbreiden van de woningvoorraad

Binnenstad in trek Het wonen in en om de binnenstad is de afgelopen jaren steeds populairder geworden. Een recente studie van het Planbureau voor de Leefomgeving (PBL)⁶ laat zien dat de woonfunctie van de steden, en daarbinnen in het bijzonder de binnensteden, vanaf het jaar 2000 trendmatig in belang is toegenomen ten opzichte van andere woonmilieus (zie ook figuur BII.2 in bijlage II).

De toenemende populariteit van wonen in en om de binnenstad wordt ook onderkend door projectontwikkelaars en beleggers in woningen. Als grootste woningbelegger in Ne-

⁶ Planbureau voor de Leefomgeving, *De bestendige stad*, 15 december 2014.

derland geeft Syntrus Achmea prioriteit aan nieuwbouwprojecten in binnensteden. De focus ligt daarbij op de steden in de Randstad, maar ook het Zwolse perspectief is goed.⁷



Als belangrijkste trend op de woningmarkt in Nederland signaleert Syntrus Achmea de sterke groei van het aantal eenpersoonshuishoudens. Het gaat dan om jongeren maar ook om senioren.

Deze trend gaat gepaard met een snel toenemende urbanisatie. Van het toenemende aantal huishoudens komt 75 procent terecht in de 27 grootste gemeenten van Nederland en daarvan 33 procent in de G4.

Zwolle goed gepositioneerd Met de historische binnenstad, de omringende schil die snel verder verstedelijkt, uitstekende verbindingen en een uitgebreid en kwalitatief hoogwaardig voorzieningenniveau kan Zwolle stedelijk georiënteerde doelgroepen passende woonmilieus bieden die zij elders in Noordoost-Nederland alleen in Groningen en in mindere mate Deventer en Leeuwarden kunnen vinden. Een uitdaging voor Zwolle is wel dat het aanbod aan daadwerkelijk centrumstedelijke woonmilieus beperkt is. Naast de historische binnenstad gaat het dan met name om de aanliggende stadswijken Assendorp, Wipstrik en Kamperpoort. Deze specifieke krapte komt bovenop de algehele krapte op de Zwolse woningmarkt. Sinds enkele kwartalen is er in Zwolle, volgens het periodieke woningmarktonderzoek van Ten Hag Makelaars, sprake van een 'verkopersmarkt', waar dit de jaren daarvoor een kopersmarkt was.

Diverse actuele projecten illustreren de goede positie van Zwolle in het woningmarktsegment (binnen-)stedelijk wonen:

- De herontwikkeling van de voormalige ziekenhuislocatie De Weezenlanden. Gerealiseerd wordt een mix van bijna 300 woningen in de marktsegmenten vrije sector koop, luxe huur en corporatiehuur. Het betreft deels appartementengebouwen en deels wo-

⁷ Syntrus Achmea Real Estate & Finance, *Outlook 2015-2018, beleggen in Nederlands vastgoed en hypotheek*, 2015.

ningen, waaronder herenhuizen aan de singel Groot Weezenland.

- Project Kraanbolwerk met 85 nieuwbouwappartementen en 45 stadswoningen en een parkeergarage voor bewoners. Met dit project wordt de bebouwing van de Thorbeckegracht doorgetrokken tot op de westelijke kop van het Noordereiland. Een ander onderdeel van de herontwikkeling van het Kraanbolwerk betreft het project ‘Hof van Volharding’, waarbij elementen van de oorspronkelijke bebouwing zoals gietijzeren pilaren worden behouden en worden hergebruikt voor een binnenplein met speelgelegenheid voor kinderen.
- Renovatie en (ver-)nieuwbouw in de wijk Kamperpoort, de ontwikkeling van het Katwolderplein en het voormalige Leen Bakker-pand, de bouw van de Irishof.
- Het project Harm Smeengekade 20 (HSK20) betreft een complex met tien verdiepingen, waar in totaal 39 appartementen en maisonnettes zijn gesitueerd die geschikt zijn voor singles, stellen en jonge gezinnen met één kind.

Een in potentie veelbelovende locatie voor onder meer woningbouw die momenteel extensief wordt benut, betreft het parkeerdek op het Noordereiland. Mogelijk kan een deel van het parkeerdek blijven in combinatie met herontwikkeling naar wonen en andere stedelijke functies voor deze locatie.

Gelet op de huidige krapte op de woningmarkt in het algemeen in Zwolle en in het bijzonder in het segment wonen in en om de binnenstad, moet actief worden gespeurd naar locaties waar huidige bebouwing kan worden verdicht of waar mogelijkheden zijn voor transformatie van bijvoorbeeld winkels, kantoren en verouderde werklocaties en wellicht ook weinig benutte openbare ruimte naar wonen.

Stedelijke woonmilieus bieden In aanvulling op hiervoor al gememoreerde locaties, kan op termijn wellicht gedacht worden aan herontwikkeling van de huidige locatie van de IJsselhallen, een deel van de noordelijke schil om de historische binnenstad (bijvoorbeeld naast appartementencomplex de Zwanenburcht) of aan delen van het Schuurmankwartier en het Emmakwartier. Het uiteindelijke doel is om rondom de historische binnenstad een ring van aantrekkelijke, gemengde stadswijken te creëren met een hoge dichtheid aan wonen en andere stedelijke functies, waar actieve en stedelijk georiënteerde mensen van alle leeftijden zich op hun plek voelen. Op dit moment voldoen Assendorp en Wipstrik aan dit profiel, de reden waarom deze wijken ook zeer in trek zijn bij stedelijk georiënteerde bewoners. Kamperpoort ontwikkelt zich in deze richting.

5.2 Investeren in woonmilieus voor jongeren, jonge gezinnen, senioren en kleine huishoudens

Met de herontwikkeling van delen van het Noordereiland, de locatie Groot Weezenlanden en de stedelijke zone van Harm Smeengekade en Katwolderplein in combinatie met de renovatie en (ver-)nieuwbouw in de wijk Kamperpoort, neemt de woningvoorraad in en om de binnenstad van Zwolle sterk toe. Het is van belang dat bij het creëren van nieuw wo-

ningaanbod goed wordt ingespeeld op de doelgroepen die de stad wil bedienen in en om de binnenstad. Deels zal door zelfselectie worden gerealiseerd dat de nieuwe woningen worden ingenomen door mensen met een relatief sterke stedelijke oriëntatie, relatief 'out-going' zijn en zich niet storen aan enige mate van stedelijke reuring om zich heen maar daar juist plezier aan ontlennen. Het blijft daarnaast wel nodig om als gemeente met de ontwikkelaars, beleggers en verhuurders te investeren in een passende woon- en leefmilieu voor de te bereiken doelgroepen.

Met de toe te voegen wooneenheden kan in het bijzonder worden ingespeeld op doelgroepen die vaak relatief sterk op de binnenstad en de daar aanwezige voorzieningen georiënteerd zijn:

- Jongeren, waaronder studenten (op deze specifieke doelgroep wordt nader ingegaan in hoofdstuk 6), in de leeftijdscategorie 18 tot 24 jaar.
- Jonge gezinnen, met ouders in de leeftijd van 25 tot 39 jaar.
- 'Empty nesters' en ouderen.
- De groeiende groep kleine huishoudens, in alle leeftijdscategorieën.

Speelplekken voor kinderen	Voor jonge gezinnen c.q. gezinnen met jonge kinderen geldt, dat zij hechten aan veilige speelplekken in de omgeving van de woning. Op dit moment is het aanbod in de historische binnenstad beperkt. Rondom de binnenstad is er meer keus, met op korte afstand speeltuin 'Het Noorden' aan de Albert Cuypstraat en toestellen in park Eekhout en op grotere afstand voorzieningen in park Wezenlanden, met onder meer een skatebaan en een kinderboerderij.
Inclusiviteit	De gemeente hecht er groot belang aan te bevorderen dat de binnenstad ook toegankelijk blijft voor inwoners met lagere en middeninkomens. Hiervoor zijn gerichte initiatieven noodzakelijk door de schaarste op de woningmarkt. De gemeente Zwolle zet hier actief op in. Door de versnellingsactie sociale woningbouw worden 300 tot 400 extra woningen toegevoegd op meerdere binnenstedelijke locaties (in en om de binnenstad). Ook is er een extra doelstelling voor het woningbouwprogramma opgenomen, plus een actieplan om de middeldure vrije sector huurwoningen te bevorderen.
Urban coolness'	Daarnaast is het gewenst om gericht in te spelen op de eisen die de uiteenlopende doelgroepen stellen aan de Zwolse binnenstad. De woonwensen van jongeren en studenten verschillen van die van afgestudeerden en young professionals en ook de groep van stedelijk georiënteerde senioren heeft specifieke voorkeuren. Wat zij gemeen hebben, is een voorkeur voor een daadwerkelijk stedelijk leefmilieu. Het stedelijke karakter zit daarbij vaak niet zozeer in de woning of de woonomgeving, maar vooral in de levendigheid, diversiteit en dichtheid van stedelijke functies in en om de binnenstad. Anders gezegd schuilt de echte stedelijkheid vooral in een soort 'urban coolness', eigenzinnigheid en trots die in Nederland buiten de vier grote steden aanwezig is in steden als Den Bosch, Breda, Groningen, Arnhem, Nijmegen of Eindhoven en natuurlijk Zwolle.

6 Meer jongeren verleiden in Zwolle te studeren en te wonen

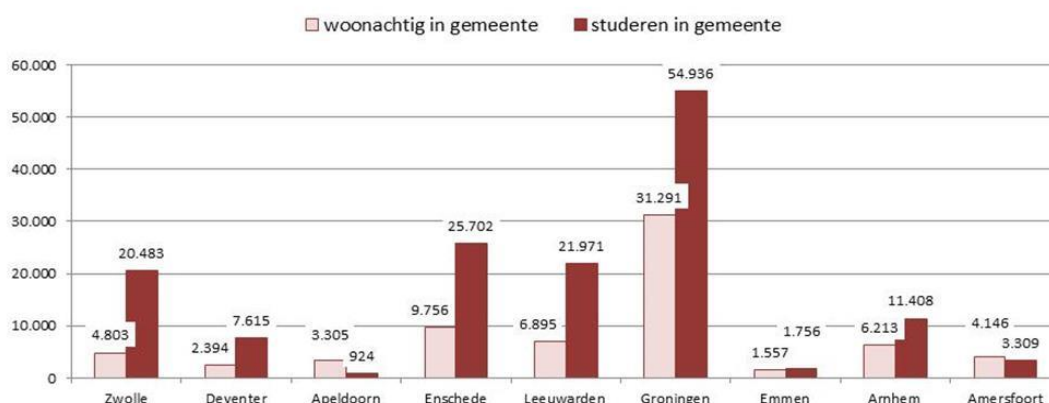
De aanwezigheid van studenten is voor (binnen-)steden een factor die in belangrijke mate bijdraagt aan de levendigheid en de veelkleurigheid van de horeca, het culturele aanbod en de evenementen-programmering. Zwolle verkeert in de gelukkige omstandigheid dat het in de afgelopen jaren sterk heeft geprofiteerd van de schaalvergroting en concentratie in het hoger beroepsonderwijs. In de binnenstad is dit ook te merken, al is een belangrijke constatering dat Zwolle op dit moment wel een belangrijke onderwijsstad is, maar nog geen echte 'studentenstad'.

De inzet van Zwolle zet vooral in op het stimuleren van het in Zwolle wonen van studenten van de hogescholen en het middelbaar beroepsonderwijs. Een nieuwe visie op studentenhuysvesting is nodig, in samenwerking met de onderwijsinstellingen en de studentenhuysvesters (woningbouwcorporaties, SSH en anderen). Hoe kunnen we huysvesting van studenten zodanig faciliteren, dat er woonmilieus ontstaan die betaalbaar en aantrekkelijk zijn.

6.1 Stimuleren van wonen in en om binnenstad door studenten

De meeste jongeren die studeren aan hogeschool Windesheim wonen niet in Zwolle:

Aantal studenten per gemeente, o.b.v. www.studiekeuze123.nl



Momenteel volgen circa 20.500 studenten aan de Zwolse hbo-instellingen onderwijs. De meeste studeren aan de 61 opleidingen van Hogeschool Windesheim (circa 17.180 studenten). Op afstand volgen de Gereformeerde Hogeschool VIAA, de Katholieke Pabo Zwolle en ArtEZ Hogeschool voor de Kunsten. Verder hebben ook de Noordelijke Hogeschool Leeuwarden (NHL) en de Marnix Academie voor leraren in het basisonderwijs een opleiding in Zwolle (met respectievelijk in Zwolle 42 en 88 studenten). Zwolle heeft tevens een uitgebreide mbo-onderwijsfunctie, waar nog eens circa 20.000 studenten worden opgeleid. Het betreft Deltion, Landstede, Groene Welle en CIBAP.

Beperkt aanbod Van deze grote aantallen studenten is uiteindelijk een beperkt deel woonachtig in Zwolle. Dit aantal wordt momenteel geraamd op circa 4.800. De spanning op de studentenwoningmarkt varieert per stad. In 2015 was het beeld dat er in alle hoger onderwijs-steden in

Nederland sprake was van een vraag naar woonruimte die groter was dan het aanbod, met uitzondering van Ede en Leeuwarden. De spanning was het grootst in Utrecht en Amsterdam, maar Zwolle behoorde met Arnhem, Den Haag, Eindhoven, Nijmegen en Den Bosch tot de steden waar het voor studenten verder het moeilijkst is om aan een (betaalbare) kamer of woning te komen⁸.

De druk op de Zwolse studentenwoningmarkt wordt wel verminderd als gevolg van het in het collegejaar 2015-2016 ingevoerde 'studievoorschot'. Door het vervangen van de studiebeurs door een leenstelsel besluiten aanmerkelijk minder studenten, met name startende studenten, om 'op kamers' te gaan wonen. Het aandeel startende bachelorstudenten van maximaal 19 jaar oud dat uitwonend is, is gedaald van 28 procent naar 13 procent als het collegejaar 2015-2016 wordt vergeleken met de jaren daarvoor⁹. Het inzetten op het vergroten van het aandeel in Zwolle wonende studenten is in die zin op dit moment een 'uphill battle'. In de Strategische Agenda verbinden we om deze reden geen kwantitatieve target aan de voorgenoemde acties:

Meer jongeren verleiden om in Zwolle te studeren én te wonen	
Ambitie • Zoveel mogelijk in Zwolle studerende jongeren verleiden om in Zwolle te gaan wonen. • Uitbreiding van een passend aanbod aan woningen. • Versterken en vergroten van de studenten-'community'. • Omdat op dit moment het blijvende effect van het nieuwe leenstelsel nog niet voorspeld kan worden, is het lastig een kwantitatieve 'target' te formuleren.	Verwachte bijdrage aan de binnenstad • Als meer studenten in Zwolle gaan wonen (in de binnenstad, er omheen of elders), draagt dit bij aan meer levendigheid in de vorm van meer en meer diverse horeca, een vergrote vraag naar allerlei culturele voorzieningen en evenementen. • Een langetermijneffect is dat de kans hierdoor groter is dat deze studenten ook ná hun opleiding kiezen voor Zwolle als woonstad.
Wat gaan we doen? • Een nieuwe visie maken op studentenhuysvesting met de onderwijsinstellingen en de woningbouwcorporaties, SSH en andere huisvesters. Daarbij is aandacht voor zowel kwantiteit als kwaliteit van het aanbod in relatie tot de vraag als ook bijkomende aspecten als het voorzieningenniveau, aanwezigheid van een studentenmilieu en uiteraard de prijs.	

6.2 Binden van studenten, afgestudeerden en young professionals

Passende woonmilieus Voor studenten en recent afgestudeerden geldt, dat zij de aantrekkelijkheid van een stad niet alleen beoordelen op de aanwezigheid van betaalbare woonruimte op voor deze categorie aantrekkelijke locaties, maar ook op sfeer. Er zijn op dit moment in Zwolle geen echte studentenwijken, zoals die wel gevonden worden in steden als Groningen, Nijmegen of Utrecht. De grootste concentraties studenten zijn te vinden in de wijk Kamperpoort, in-

⁸ ABF Research i.s.m. Ministerie van BZK en Kences, *Landelijke Monitor Studentenhuisvesting 2015*, 1 oktober 2015.

⁹ Kences, *Voorpublicatie Landelijke Monitor Studentenhuisvesting 2016*, www.kences.nl.

clusief de nieuwbouw op het Talentenplein met 357 appartementen en het Veemarkt-complex met ruim 80 appartementen. De SSH verhuurt momenteel ruim 1.000 appartementen aan studenten.

In de periodiek door het blad Elsevier opgestelde ranglijst van studentensteden in Nederland, neemt Zwolle de 15^e positie in. De stad Groningen wordt door studenten het hoogst gewaardeerd als studiestad, gevolgd door Nijmegen, Utrecht, Leiden en Amsterdam. Van de steden met weinig tot geen universitair onderwijs scoren Breda (met een 8^e plek) en Leeuwarden (13^e positie) nog iets beter als Zwolle.

Voor afgestudeerden van het hbo geldt, dat zij, voor zover wonend in huisvesting van de Stichting Studenten Huisvesting (SSH), na afronding van hun opleiding binnen redelijke termijn worden geacht alternatieve woonruimte te vinden. Of zij daarna in Zwolle blijven wonen is mede afhankelijk van de plaats waar zij een baan vinden en van de mogelijkheden op de Zwolse woningmarkt.

Wat de mogelijkheden op de Zwolse woningmarkt betreft, is vooral van belang of er voldoende aanbod is in het segment waarop de afgestudeerden zich met name richten. Het zal dan voornamelijk gaan om appartementen, in diverse prijsklassen al naar gelang de vraag of de afgestudeerde al een baan heeft en zo ja, in welke sector, met een voorkeur voor appartementen in of om het stadscentrum. De spoeling is dan relatief dun in Zwolle. In wijken die gewild zijn, zoals Assendorp, Wipstrik of Kamperpoort, is het aanbod beperkt en zijn de prijzen, zowel in het huursegment als in het koopsegment, relatief hoog. Een alternatief is wonen in de wijk Hanzeland, waar door de grootschalige nieuwbouw en aanwezigheid van vooral kantoren een ander woonmilieu beschikbaar is waar in de praktijk vooral vijftigplussers en jonge tweeverdieners woonruimte vinden nabij het centrum en het NS-station. Uitbreiding van voldoende aantrekkelijke woonmilieus voor jongere mensen is van belang om als Zwolle deze doelgroep vast te kunnen houden.

7 Meer bezoekers, die langer blijven en meer besteden

Uit het Continu Vakantie Onderzoek (CVO), dat periodiek wordt gehouden, blijkt dat in de afgelopen jaren zowel het aantal bezoekers als het aantal bezoeken aan Zwolle is afgenomen¹⁰. Dit is in lijn met het landelijke beeld en voor een deel conjunctureel en voor een ander deel structureel bepaald. De recessie van de afgelopen jaren heeft ertoe geleid dat mensen minder te besteden hebben. Dit uit zich onmiddellijk in minder winkelbezoek en ook minder uitgaan of bezoek van horeca en culturele voorzieningen. Opvallend is dat in vergelijking met een aantal referentiesteden, de daling van het aantal bezoekers niet afwijkt, maar dat het aantal bezoeken wat meer is gedaald¹¹. Per saldo betekent dit dat bezoekers die Zwolle bezoeken, dit ook minder frequent doen.

- | | |
|-----------------------------|---|
| Leisure steeds belangrijker | Op de schaal van Noordoost-Nederland is Zwolle inmiddels de stad met de meeste bezoekers. Het aantal bezoekers aan Zwolle is in 2015 die van Groningen gepasseerd. Opvallend is dat steeds meer bezoekers het bezoeken van een museum, een theatervoorstelling of een concert als belangrijkste motief noemen voor hun bezoek aan Zwolle (zie figuren BII.3 en BII.4 in bijlage II). Tegenover het toegenomen gewicht van cultuur, evenementen en horeca (in 2014 door 18 procent genoemd als belangrijkste motief en in 2015 door 30 procent van de bezoekers), staat een afgenomen belang van winkelen. Zoals hiervoor aangegeven, zal dit deels te maken hebben met de conjunctuur als consumenten meer bezuinigen op recreatief winkelen dan op cultuur en dergelijke, maar het kan ook een illustratie zijn van het toegenomen belang van cultuur, evenementen en horeca als bezoekmotief voor de (binnen-)stad. |
| Verblijfsduur kan langer | De mensen die Zwolle bezoeken verblijven gemiddeld 115 minuten in het centrum. In vergelijking met andere steden in Noordoost-Nederland is dit relatief lang. Alleen in Apeldoorn en Arnhem verblijven bezoekers langer (tot 150 minuten in Arnhem) ¹² (zie figuur BII.5 in bijlage II).
In landelijk perspectief scoort Zwolle gemiddeld wat betreft de verblijfsduur van bezoekers aan het centrum. Steden als Breda, Den Bosch en Maastricht weten bezoekers langer te boeien en dus te binden. Hierbij speelt mee dat in deze steden een groter deel van de bezoekers bestaat uit bezoekers van buiten, met name dagjesmensen, waarvoor geldt dat die vaak een ochtend of een middag of zelfs een hele dag in een stadscentrum verblijven. |
| De inzet van Zwolle | Voor de komende jaren ligt er een belangrijke opgave om de daling van het aantal bezoekers in de afgelopen jaren om te buigen en ook het aantal bezoeken per bezoeker te stimuleren. De verwachte conjuncturele opleving kan hierbij een belangrijke steun in de rug zijn. Om ook ten opzichte van andere steden marktaandeel te winnen, is het belangrijk dat de Zwolse binnenstad zodanig leeft en bruist, dat bezoekers graag terugkomen. En behalve in het 'product', moet ook in de promotie van de Zwolse binnenstad worden geïn- |

¹⁰ Marketing Oost, CVO *stedenonderzoek 2015*, 2015.

¹¹ Als referentiesteden zijn hier gekozen: Arnhem, Breda, Den Bosch, Haarlem en Maastricht.

¹² Stichting Nederland Schoon, *Zwolle, rapportage schoonste winkelgebied verkiezing 2016*, 2016.

vesteerd onder het motto 'be good and tell it'.

Meer bezoekers trekken, die langer blijven en meer besteden	
Huidig beeld - Het aantal bezoekers en bezoeken is de afgelopen jaren gedaald, waarbij sinds 2015 weer een toename te zien is. - De frequentie waarmee bezoekers Zwolle bezoeken is ook afgenomen. - De gemiddelde verblijfsduur in de binnenstad is hoog in perspectief van Noordoost-Nederland maar blijft achter bij steden als Arnhem, Breda, Den Bosch en Maastricht. - In het afgelopen jaar hebben ondernemers en gemeente geïnvesteerd in een landelijke promotiecampagne voor (de binnenstad van) Zwolle. - In vergelijking met andere steden maakt Zwolle nog weinig gebruik van de potentie van het profileren van delen van de binnenstad. Zo kennen andere steden soms een 'cultuurkwartier', een duidelijk afgebakend horecagebied of winkelgebied voor het luxe segment of een studentenwijk. - Een grote uitdaging voor de Zwolse binnenstad vormt de herontwikkeling van het Broerenkwartier en met name de winkelpassages in dit gebied.	Waardering - In de afgelopen jaren 'verloren' bezoekers proberen terug te winnen, waarbij aangetekend dat Zwolle geen marktaandeel heeft verloren maar meegegaan is met de landelijke trend van afnemende bezoekersaantallen en minder bezoeken aan de binnenstad. - Met name het aantal bezoekers aan de detailhandel neemt af. Met de aantrekkende conjunctuur liggen hier grote kansen, ook in combinatie met nieuwe formules (zowel grote als Primark en Hudson's Bay als kleinere). - De culturele instellingen realiseren steeds hogere bezoekersaantallen. De leisure in het algemeen vormt voor binnensteden steeds meer een motor van ontwikkeling. - Een sterkere concentratie van culturele functies, horeca en delen van de detailhandel (bijv. exclusiever aanbod) kan deze functies versterken en bijdragen aan een effectieve samenwerking en promotie. - Door het programma in de binnenstad nog aantrekkelijker te maken, kunnen meer bezoekers van buiten worden aangetrokken die bovendien langer blijven.
Acties - Continuering van de promotie van de Zwolse binnenstad. - Met name richten op verder vergroten van het aantal dagjesmensen die Zwolle bezoeken. - Bezien of profilering van deelgebieden meerwaarde kan hebben en zo ja, hoe. - Koesteren van goed draaiend kernwinkelgebied met Diezerstraat als hoofdad¹³. - Voor zijstraten en aanloopstraten met ondernemers zoeken naar creatieve invullingen. - Herontwikkeling van Broerenkwartier zodanig dat de binnenstad als geheel er sterker van wordt.	

7.1 Aantrekkelijkere binnenstad door combinatie van 'sferen'

Meer dan de som der delen Om meer bezoekers aan te trekken, die bovendien langer blijven en meer besteden, is het gewenst dat de binnenstad wordt gepromoot als een verzameling van elkaar aanvullende stedelijke milieus die elk één of enkele relevante doelgroepen bedienen en die samen een dynamische en diverse (binnen-)stad vormen. Het uitgangspunt daarbij is dat het geheel aantrekkelijker is dan de som der delen. In steeds meer steden kan worden waargenomen dat delen van de binnenstad worden neergezet als cultuurkwartier of horecawijk. En in

¹³ Op dit thema wordt in een volgende versie van de Strategische Agenda nader ingegaan, waarbij met name het lopende BRO-onderzoek naar de winkelfunctie van Zwolle input kan opleveren.

aanvulling op de aanwezige hoofdwinkelstraat of –straten, zijn er vaak diverse andere aanloopwinkelstraten of (clusters van) zijstraten van de hoofdwinkelstraat met een geheel eigen karakter. Het zijn juist deze gebieden die een binnenstad extra kleur geven. Succesvolle voorbeelden hiervan zijn in een stad als Amsterdam onder meer het gebied van de ‘Negen Straatjes’ of de Haarlemmerstraat. Ook steden als Groningen en Leeuwarden hebben hun successen met respectievelijk kleinschalige winkelgebieden in en om de Folkingerstraat en de Grote en Kleine Kerkstraat.

Zwolle heeft in de lopende projecten oog voor het belang van de aangrenzende gangen en stegen. Dat is het geval bij het Gasthuisplein (meerdere stegen), Oude Vismarkt (Koningsplein), Geveltuinenplan en Primark. Daarnaast maken de gangen en stegen die dwars op de Diezerstraat gelegen zijn, onderdeel uit van het handhavingsgebied. Ook in de planning voor het Broerenkwartier is dit belangrijk.

Gebieden met eigen ‘sfeer’ In de binnenstad van Zwolle zijn in aanzet ook deelgebieden te onderscheiden die mogelijk door gerichte promotie tot extra bloei kunnen komen. Bijvoorbeeld kan het gaan om het zuidelijk deel van de binnenstad met De Fundatie, het Fraterhuis en Odeon waar de ‘high culture’ sterk vertegenwoordigd is en dat logisch aansluit op het deels meer exclusieve en deels artistieke winkelgebied van de Sassenstraat. In het noordelijk deel van de binnenstad richt een ander gebied zich met Waanders, ArteZ en iets verder verwijderd Hedon zich op jongere en ook meer alternatieve bezoekers.



Net buiten de historische binnenstad zijn de Thomas à Kempisstraat en de Assendorperstraat aantrekkelijke kleinschalige winkelstraten met een uiteenlopend aanbod. De eerste met een sterk multicultureel profiel en de laatste met meer trendy zaken. Aan de westzijde

ontwikkelt zich een gebied met een sterke stedelijke dynamiek, met als centraal punt het 'waterplein' in combinatie met het vernieuwde Katwolderplein. In dit deel van de vergrote binnenstad wonen relatief veel studenten en er zijn enkele grote leisure-activiteiten aanwezig, zoals de nieuwe Pathébioscoop.

Smart Zwolle Een sterkere binnenstad ontstaat als er slimme keuzes worden gemaakt. De ambities van Zwolle als 'Smart City' zijn onderstreept door de uitverkiezing in 2016 als Smart Data City met de slimste visie op het optimaal gebruik maken van 'big data' ten behoeve van beleid. Dit instrument kan worden ingezet om het effect van evenementen en openingen van nieuwe winkels of andere functies te volgen. Op korte termijn is het interessant om te monitoren wat het effect is van de openingen van Zara, Primark en Hudsons Bay.

7.2 Herontwikkeling van Broerenkwartier met mix van functies

Nieuw leven Broerenkwartier Een belangrijke locatie binnen de oude binnenstad betreft het Broerenkwartier. In het gebied ten noorden van de Diezerstraat is een concentratie van met name modewinkels gevestigd, met elkaar verbonden door overdekte passages van de Weeshuisstraat. Dit blok in combinatie met het pand van voorheen de V&D staat op de nominatie om te worden herontwikkeld. Leegstand is hier een structureel probleem. De herontwikkeling van het Broerenkwartier is voor de binnenstad ook een kans. Een kans om een nu monofunctioneel en weinig sfeervol deel van de binnenstad om te vormen tot een levendig gebied waarin mensen winkelen maar ook wonen, werken en een café of restaurant bezoeken. De stakeholders uit het gebied werken hier al hard aan. Waanders in de Broeren voegt veel toe aan het gebied en de Vereniging van Eigenaren heeft plannen voor de Weeshuispassage. ArtEZ werkt aan huisvestingsplan en in september 2017 opent Hudson's Bay naar verwachting in het voormalige V&D-pand. Verder kan door de herontwikkeling de verbinding van Diezerstraat naar Waanders in de Broeren, ArtEZ en het Noordereiland worden verbeterd. Hiervoor worden door stakeholders in het gebied en de gemeente Zwolle momenteel visies en plannen uitgewerkt



Het naastgelegen winkelcentrum het Eiland draait beter. De grotere diversiteit die daar aanwezig is door een mix van functies kan worden gezien als een belangrijke succesfactor.

Toekomst
bestendig

Voor de herontwikkeling van het Broerenkwartier worden de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- Met de herontwikkeling dient de stedenbouwkundige relatie tussen enerzijds de Diezerstraat als hoofdwinkelstraat en anderzijds het Broerenkwartier worden hersteld. Dit pleit voor een zekere kleinschaligheid, zeker in de uitstraling op bezoekers, van het nieuw in te richten gebied en zo mogelijk een organische ontwikkeling.
- De noordelijke binnenstad wordt minder kwetsbaar bij een invulling die meer flexibel is en waarbij functiemenging centraal staat. Naast winkels kunnen in het gebied ook in enige mate cafés en restaurants met terrasfunctie worden gehuisvest.
- Vanuit het oogpunt van sociale controle is het gewenst dat er in of om het plangebied ook wordt gewoond.

7.3 Blijven investeren in promotie en verder ontwikkelen van Zwolle Marketing

Om meer bezoekers te trekken, die langer blijven en meer besteden, moet niet alleen het 'product' Zwolse binnenstad voldoende aantrekkelijk zijn, maar moet ook de promotie goed zijn. De promotie van de Zwolse binnenstad wordt verzorgd door Zwolle Marketing, dat onderdeel is van de Stichting MarketingOost. MarketingOost streeft naar het verbeteren van het imago en het vergroten van de naamsbekendheid. Ze doet dit door middel van regio- en stadsmarketing in de brede zin van het woord. De nadruk ligt op recreatie en toerisme, maar er is steeds meer aandacht voor andere domeinen, zoals wonen, werken, onderwijs en zorg, die samen met toerisme en recreatie de aantrekkelijkheid van stad en regio bepalen.

De viering van Koningsdag in Zwolle heeft positieve publiciteit en goodwill opgeleverd in heel Nederland. In de maanden daarna zijn de effecten daarvan zichtbaar geworden. In 2016 werden op de landelijke radio promotiespotjes uitgezonden, die verder hebben bijgedragen aan het succes. De campagne bouwt voort op een eerdere campagne in 2015, onder de noemer 'Vier de zomer in Zwolle!', die vooral via Radio 1 werd gevoerd, ondersteund met advertenties in Volkskrant en Trouw. De nadruk in deze campagne lag op het rijke culturele aanbod van Zwolle. Onder meer Museum De Fundatie, Waanders in de Broeren, Stedelijk Museum Zwolle, Zwolse Theaters, Zwolle Unlimited en Poppodium Hedon werden gepromoot.

Doelen &
strategie

In het Marketingplan Zwolle 2016-2020 zijn wat betreft de binnenstad heldere doelen geformuleerd voor de (middel-) lange termijn¹⁴:

- In 2020 neemt Zwolle de 8^e positie in als het gaat om overall toeristisch imago in de top van 12 onderzochte steden. (2014 positie 11^e, Toeristisch Imago Onderzoek, LAGroup).

¹⁴ Zwolle Marketing, *Marketingplan Zwolle 2016-2020*, 2016.

- In 2020 is 70 procent van de Nederlanders (zeer) positief over het algemene beeld van Zwolle. (Toeristisch Imago Onderzoek, LAGroup).
- Zwolle heeft in 2020 minimaal 1.300.000 bezoekers met in totaal 2.700.000 bezoeken (excl. eigen inwoners en buitenlandse gasten). In 2014 ontving Zwolle 1.168.000 bezoekers met in totaal 2.500.000 bezoeken. (CVO stedenbezoek onderzoek, NBTC-NIPO).
- In 2020 zijn het historisch karakter en de schoonheid van de binnenstad prominent bekend onder Nederlanders. In 2020 neemt Zwolle de 9^e positie in als het gaat om imago cultuurhistorisch erfgoed in de top van 12 onderzochte steden. (2014 positie 10, Toeristisch Imago Onderzoek, LAGroup).

Daarnaast zijn er doelen geformuleerd voor het onderwijs en de economie in bredere zin. In 2020 staat het Zwolse onderwijs in de top 10 van MBO en HBO studentensteden (momenteel wordt Zwolle niet genoemd in de rankings) en in 2020 staat de regio Zwolle in de top 3 van economische TOP regio's van Nederland (huidige notering is 5).

Het Marketingplan Zwolle 2016-2020 werkt vanuit één strategie, met een duidelijke focus en een bundeling van middelen. De middelen worden met name ingebracht vanuit ZwolleFonds, Z8 (Zwolse Acht aan onderwijsinstellingen), Regio Zwolle en de gemeente Zwolle (via de subsidie aan Zwolle Marketing). De aanpak richt zich op de volgende zaken:

- Inzetten en faciliteren ambassadeurs.
- Intensieve samenwerking van alle betrokken partijen.
- Organiseren van een netwerkorganisatie die regio voert op:
 - het gezamenlijk uitdragen van het Verhaal van Zwolle
 - het bepalen welke iconen die het Verhaal van Zwolle uitdragen
 - het waar nodig bijdragen aan ontwikkeling van die iconen
 - het verbinden van initiatieven die het merk Zwolle versterken
 - overkoepelende promotionele campagnes
- Werken vanuit één gezamenlijk plan, gefinancierd door ZwolleFonds, Z8, regio Zwolle en subsidie gemeente (Zwolle Marketing)
- One brand, one story: Zwolle, dynamische Hanzestad: bruisende binnenstad, excellent onderwijs, economische topregio
- Gerichte acquisitie om partijen aan te trekken met toegevoegde waarde voor de thema's binnenstad, onderwijs en economie.
- Opstellen van een betere 'kalender', zodat duidelijker is wanneer welke activiteit waar wordt aangeboden. De plattegronden en uitagenda dragen daar ook aan bij.

In het meerjarenbeleidsplan 2017-2021 van de Stichting ZwolleFonds, één van de partners achter het Marketingplan Zwolle 2016-2020, vormt promotie een belangrijk onderdeel van de activiteitenmix¹⁵. Promotieactiviteiten richten zich dan zowel op het initiëren

¹⁵ Stichting ZwolleFonds, *Meerjarenbeleidsplan 2017-2021*, 2016.

en/of ondersteunen van nieuwe binnenstadbrede activiteiten als op initiatieven per straat. De laatste initiatieven kunnen worden ondersteund met zogenoemde 'aanjaagbudgetten'. Hiertoe wordt jaarlijks een activiteitenkalender opgesteld.

7.4 Uitbouwen van evenementenprogrammering passend bij Zwolle

Merkwaarden Zwolle In het marketingplan Zwolle 2016-2020 is geformuleerd hoe het 'merk Zwolle' geladen moet worden c.q. welke waarden daarin centraal dienen te staan. De volgende aspecten typeren Zwolle bij uitstek en vormen daardoor de kern van het 'merk Zwolle':

- Ondernemersgeest.
- Oog hebben voor elkaar.
- Verbinden van mensen in stad en regio.

Het effect van evenementen op de beoogde versterking van het merk Zwolle en de te bijdrage aan bezoekersaantallen is naar verwachting het grootst als er sprake is van evenementen die 'on brand' gericht zijn. Dat wil zeggen dat zij duidelijk in lijn liggen met het profiel dat Zwolle wil uitdragen. 'On brand'-events zijn onder meer Zwolle Unlimited, Chefs Revolution, Bevrijdingsfestival en het Stadsfestival.

Subtop In een sinds 2011 periodiek gehouden onderzoek naar de kracht van merken van steden en streken in Nederland, blijkt dat Zwolle als merk 'subtop' is¹⁶. De stad Maastricht neemt de eerste positie in, gevolgd door Den Bosch, Groningen, Leeuwarden en Utrecht completeert de top vijf. Maastrichtenaars waarderen vooral de historische binnenstad, het horeca-aanbod en de omringende natuur. Opvallend is dat in de top tien buiten Utrecht geen van de vier grote steden voorkomt. Amsterdammers zijn kritisch op fileproblemen, woonomgeving en woningaanbod, Rotterdammers over de veiligheid en het gebrek aan sfeer in de stad en Hagenaars zijn over de hele breedte kritisch en in het bijzonder kritisch op hun stadgenoten. Steden als Leiden, Breda, Delft, Haarlem en Nijmegen halen met de waardering van de inwoners wel de top tien. Zwolle komt op plek dertien.

Cultuur is sleutelfactor Een belangrijke sleutel voor succes is volgens de onderzoekers investeren in een aantrekkelijk aanbod aan culturele voorzieningen. Dit draagt bij aan de tevredenheid over de stad van de eigen inwoners, waardoor deze beter functioneren als ambassadeur naar buiten. Op deze wijze investeren in de aantrekkingskracht en 'merkwaarde' van de stad is effectiever dan het opzetten van promotiecampagnes waarbij alleen wordt geprobeerd meer toeristen te bereiken zonder daarbij ook te werken aan een aantrekkelijker 'product'.

De voorzieningen en kwaliteiten van een stad die het sterkst bijdragen aan een 'stadsimago' zijn achtereenvolgens horeca, culturele festivals en evenementen, het winkelaanbod, architectuur, theaters en andere podia en het museumaanbod. Deze kwaliteiten scoren op

¹⁶ Hendrik Beerda Brand Consultancy, *Steden & streken merkonderzoek*, 2015.

dit vlak duidelijk hoger dan, bijvoorbeeld, sportvoorzieningen, woningaanbod of aanwezigheid van opleidingen.

8 Samenwerken aan sterke binnenstad: publiek en privaat

De gemeente Zwolle hecht zeer aan een sterke en goed functionerende binnenstad. Voor de komende jaren is er door de gemeente ook een aanzienlijke financiële bijdrage voor de ontwikkelingen in de binnenstad gereserveerd. Een belangrijke vraag is op welke aspecten van de binnenstad de gemeente zich vooral moet richten, en ook op welke niet of minder, en op welke manier de betrokkenheid wordt vormgegeven. Uitgangspunt voor de rolname door de gemeente is dat zij wil verbinden en op doortastende wijze initiatieven wil stimuleren die bijdragen aan het versterken van de binnenstad. Uiteindelijk moet er wel sprake zijn van voldoende respons vanuit inwoners, bedrijfsleven en/of maatschappelijke partners. Het is niet de bedoeling dat de gemeente initiatieven 'overneemt'.

8.1 Gemeentelijke inzet focussen op borgen van publieke belangen

De inhoudelijke focus van de gemeente wordt vooral bepaald op basis van de vraag welke publieke belangen de gemeente in en om de binnenstad wil dienen en waar met name inzet van de gemeente vereist is om gewenste ontwikkelingen te stimuleren en ongewenste ontwikkelingen te voorkomen of te beperken.

Als de structuur van de Strategische Agenda wordt aangehouden bij de waardering van de wenselijkheid van gemeentelijke betrokkenheid, dan kan de rolbepaling van de gemeente als volgt zijn:

Inhoudelijk aangrijpingspunt	Rol van de gemeente
Zorgen voor aantrekkelijk programma en voldoende beleving	- In principe hebben ondernemers, maatschappelijke en culturele instellingen en burgers hier het voortouw. - De gemeente kan aanleiding vinden om bijvoorbeeld via subsidiëring gewenste ontwikkelingen te steunen. - Daarnaast kan de gemeente bijdragen aan de promotie van een en ander. - Voor de verschillende ingrediënten van het gemeentelijke 'programma' (winkelen, horeca, cultuur, culinair aanbod, evenementen) geldt, dat zij moeten opereren binnen de door de gemeente vastgestelde beleidsmatige en ruimtelijke kaders.
Investeren in uitstekend verblijfsklimaat	- Investeren in een goed verblijfsklimaat is een kerntaak van de overheid. - Wel kan het zijn dat met name ondernemers willen bijdragen aan extra kwaliteit ten opzichte van een door de overheid aan te bieden 'basisniveau' op het vlak van bijvoorbeeld schoon, heel en veilig. Met het ZwolleFonds, dat per 1 januari 2017 van start is gegaan, kunnen ondernemers op dit vlak ook gezamenlijk financiële inbreng leveren en in overleg met de gemeente bepalen voor welke extra kwaliteit zij zouden willen betalen. Een en ander kan vastgelegd worden in een dienstverleningsovereenkomst.
Ruimtelijk faciliteren van	Voor wat betreft het ruimtelijk faciliteren van de ontwikkeling van de binnenstad, bijvoorbeeld de verdere verstedelijking van de

de groei van de binnenstad	schil rondom de historische binnenstad, heeft de gemeentelijke overheid een belangrijke sturende en regisserende rol vanuit haar planologische bevoegdheden. • Binnen de vooral door de gemeente te bepalen planologische kaders, zal per locatie een stedenbouwkundige visie moeten worden ontwikkeld waarbinnen private partijen hun inbreng kunnen leveren. De gemeente is hier doorgaans ook leidend, waarbij bij voorkeur wel in een vroeg stadium input wordt gevraagd vanuit 'de markt' om optimaal te profiteren van daar aanwezige kennis, ervaring en creativiteit en om ook in een vroeg stadium de haalbaarheid van eventuele ontwikkelingen te kunnen toetsen aan de markt. Om optimaal te kunnen profiteren van de inbreng vanuit de markt, verdient het aanbeveling om bij (her-)ontwikkeling van locaties niet tot in detail voor te schrijven 'hoe' de locatie moet worden ingevuld, maar als overheid vooral te richten op de 'wat'-vraag c.q. het bepalen van de uitgangspunten, de beleidsmatige doelen en te bedienen doelgroepen. • Afhankelijk van de specifieke locatie, kan de inbreng van de private partijen zich beperken tot het ontwikkelen van objecten of zich uitstrekken tot het alleen of met de overheid tot ontwikkeling brengen of herstructureren van gebieden.
----------------------------	--

Uitnodigingsplanologie Ten aanzien van de ruimtelijke facilitering van de ontwikkeling van de binnenstad, kiest de gemeente Zwolle zoveel als mogelijk (hetgeen per locatie specifiek te beoordelen is) voor uitnodigingsplanologie boven traditionele verbodspanologie. De grondhouding van de gemeente is daarbij dat zij optimaal wil profiteren van de kennis, ervaring en creativiteit van de private partners.

8.2 Initiatiefrijk Zwolle en betrokkenheid van ZET-team

De gemeente Zwolle steekt bij voorkeur energie in ideeën en projecten waarbij sprake is van gedeelde belangen en doelen. Als gemeente en private partners de krachten bundelen, kan meer worden bereikt. Samenwerking in de culturele sector is hier een voorbeeld van. In het Broerenkwartier en bij de Grote Kerk is dit ook noodzakelijk om resultaten te kunnen boeken. Met Initiatiefrijk Zwolle ondersteunt de gemeente initiatieven uit de stad met een stukje cofinanciering en meedenkkraft. De provincie haakt hierop aan met vouchers vanuit de Stadsbeweging.

Tijdens het traject van visie naar strategische agenda heeft de gemeente Zwolle de maatschappelijke stakeholders gevraagd om mee te denken. In de vorm van rondetafelgesprekken aan het begin van het proces, en tijdens een informatiemarkt over de conceptagenda aan het einde ervan.

Ondertussen heeft een deel van het voor de visie samengestelde Zwolse Expert Team (ZET-team) ook gewerkt aan concrete plannen die bijdragen aan de visie. In het ZET-team kunnen mensen elkaar vinden in plannen op diverse gebieden en ontstaan mogelijk nieuwe samenwerkingsverbanden. Tijdens de laatste bijeenkomst op 1 februari 2017 is ge-

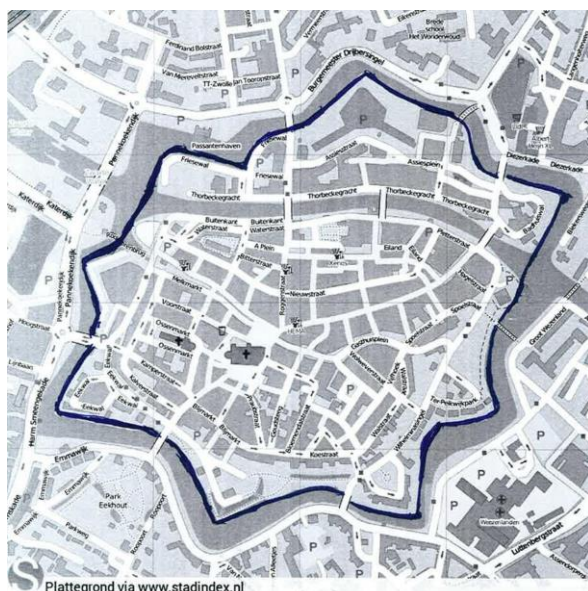
vraagde aan de leden of en hoe zij het ZET-team willen voortzetten. Een koppeling is mogelijk met bestaande netwerken, zoals de Jaargetijdenborrel.

Met de inzet van Initiatiefrijke Zwolle, aansluiting op de Stadsbeweging van de provincie en de opzet van een nieuwe organisatiestructuur wil de gemeente Zwolle goede contacten onderhouden in de binnenstad om zo samen de binnenstad verder te ontwikkelen.

8.3 ZwolleFonds optimaal benutten voor samenwerking met bedrijfsleven

Groen licht voor BIZ Toegepast op de ontwikkeling van de binnenstad, biedt de vorming van het ZwolleFonds per 1 januari 2017 nieuwe perspectieven op duurzame samenwerking van de gemeente met het bedrijfsleven. Begin november jl. hebben de ondernemers in de binnenstad ingestemd met de oprichting van een ondernemersfonds voor de binnenstad in de vorm van een BIZ (Bedrijven Investeringszone).

BIZ nu samen Met deze uitkomst van de raadpleging van de ondernemers is voldaan aan de wettelijke eisen aan draagvlak voor een BIZ. De gemeenteraad heeft op 26 september 2016 ingestemd met de BIZ. De BIZ voor de binnenstad gaat ervan uit dat ondernemers een financiële bijdrage leveren. Bij elkaar wordt in de indicatieve meerjarenbegroting 2017 tot en met 2021 rekening gehouden met een jaarlijkse opbrengst van € 285.000. De gebiedsafbakening van de BIZ betreft de historische vesting inclusief Noordereiland. De gemeente is blij met deze professionalisering en ondersteunt deze.



Bijlage I: literatuur en bronnen

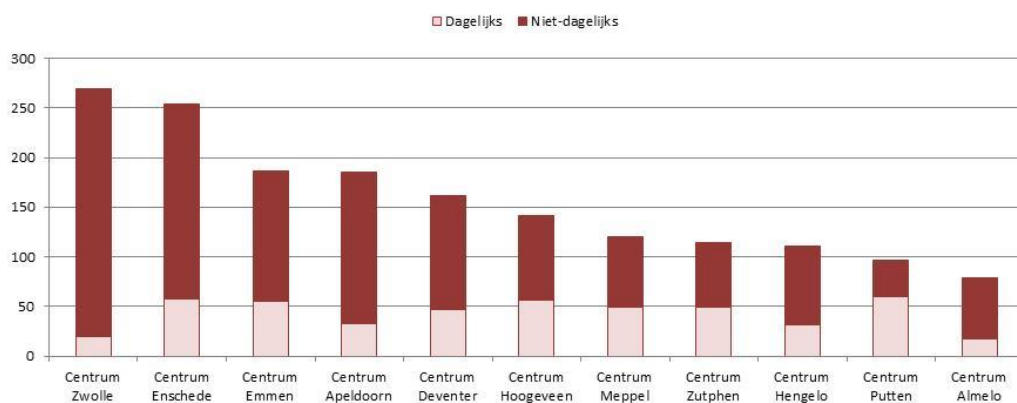
Gebruikte documenten:

- ABF Research i.s.m. Ministerie van BZK en Kences, *Landelijke Monitor Studentenhuisvesting* 2015, 1 oktober 2015.
- DTZ Zadelhoff, *Kiezen voor kernsteden: Amsterdam als kopman*, januari 2014.
- Gemeente Zwolle i.s.m. Koninklijke Horeca Nederland, afdeling Zwolle, *Horecavisie Zwolle 2012-2017, Gastvrij en vitaal*, 5 december 2012.
- Goudappel Coffeng, *Vitaliteitsbenchmark centrumgebieden*, 2015.
- Hendrik Beerda Brand Consultancy, *Steden & streken merkonderzoek*, 2015.
- I&O Research, *Kijken, kijken naar koopstromen: koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015*, 2015.
- Kences, Voorpublicatie Landelijke Monitor Studentenhuisvesting 2016, www.kences.nl.
- MarketingOost, *CVO stedenonderzoek 2015*, 2015.
- Planbureau voor de Leefomgeving (PBL), *De veerkrachtige stad*, 2015.
- Stichting Nederland Schoon, *Zwolle, rapportage schoonste winkelgebied verkiezing 2016*, 2016.
- Stichting ZwolleFonds, *Meerjarenbeleidsplan 2017-2021*, 2016.
- Syntrus Achmea Real Estate & Finance, *Outlook 2015-2018, beleggen in Nederlands vastgoed en hypotheek*, 2015.
- Zwolle Marketing, *Marketingplan Zwolle 2016-2020*, 2016.

Bijlage II: toelichtende grafieken

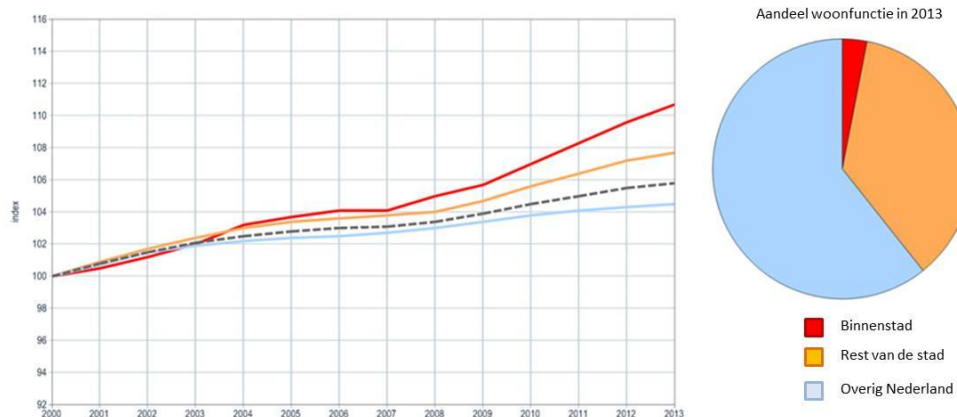
Figuur BII.1

Omzet dagelijkse sector en niet-dagelijkse sector, 2015



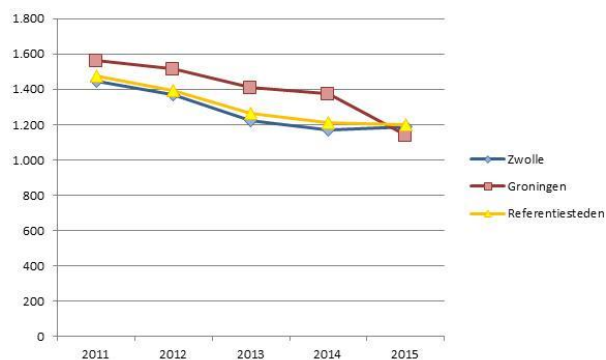
Figuur BII.2

Belang woonfunctie van binnenstad, rest van de stad en overig Nederland:
2000 tot en met 2013

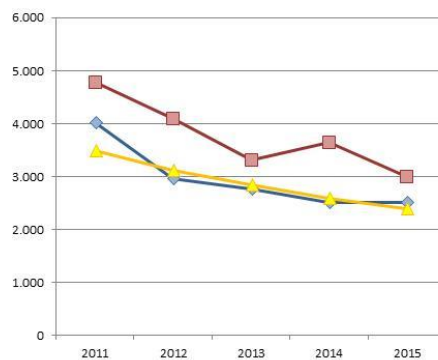


Figuur BII.3

Aantal bezoekers per jaar (x 1.000)
o.b.v. CVO

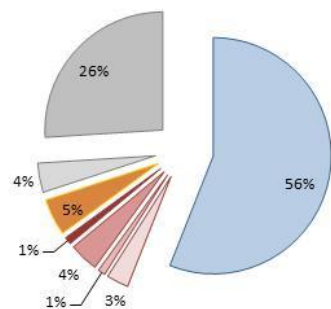


Aantal bezoeken per jaar (x 1.000)
o.b.v. CVO

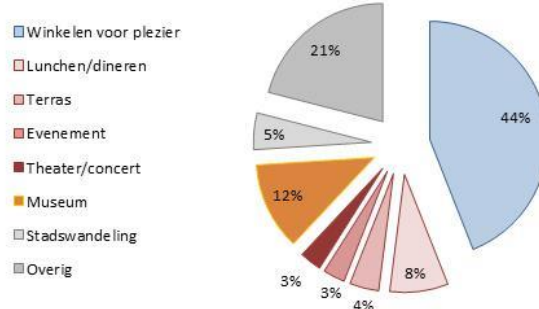


Figuur BII.4

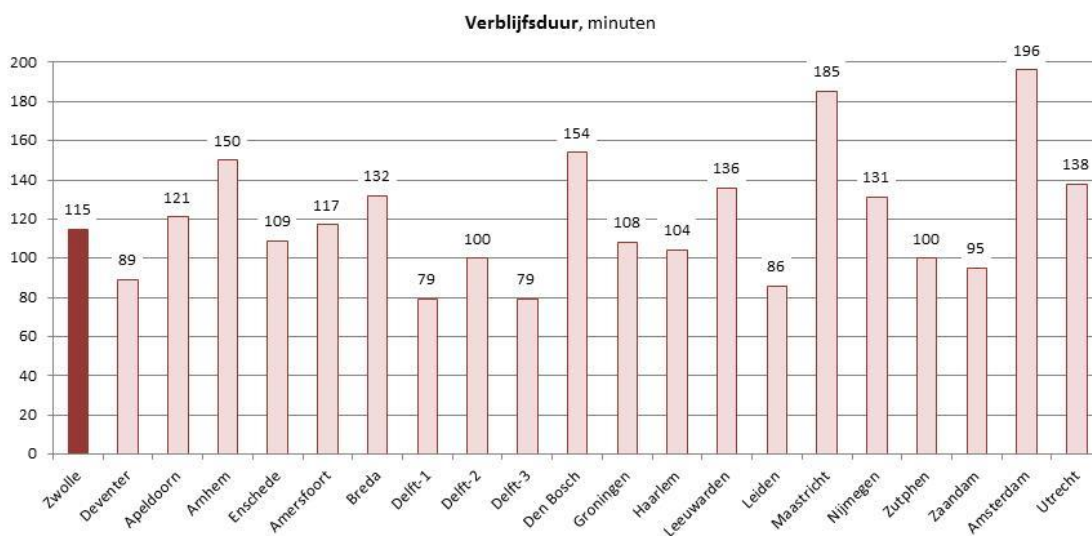
Belangrijkste reden voor bezoek aan Zwolle
2011



Belangrijkste reden voor bezoek aan Zwolle
2015



Figuur BII.5



Colofon

De Strategische Agenda Binnenstad Zwolle 2017-2022 is opgesteld door de gemeente Zwolle in samenwerking met Bureau voor Economische Argumentatie (BEA).

Gemeente Zwolle

Contactpersoon: Patricia Gerrits-Nijkamp
programmamanager binnenstad
Postadres: Postbus 1007
8000 GA Zwolle
Bezoekadres: Grote Kerkplein 15/Lubeckplein 2
Telefoon: 038 – 498 20 88
E-mail: pc.gerrits@zwolle.nl
Website: www.zwolle.nl

Bureau voor Economische Argumentatie | BEA

Contactpersoon: Herbert ter Beek
Adres: Stad van Cahen
Muurhuizen 104
3811 EL Amersfoort
Telefoon: 06 – 430 35 116
E-mail: info@bea.nl
Website: www.bea.nl