

Zwolle, Herijking Kadernota detailhandel, onderdeel centrum

Gemeente Zwolle

Concept



Zwolle, Herijking Kadernota detailhandel, onderdeel centrum

Gemeente Zwolle

Concept

Projectnummer:	205X00778.090042_3
Datum:	mei 2017
Contactpersoon opdrachtgever:	dhr. R.A.L. van Oosterhout
Projectteam BRO:	Felix Wigman en Robin van Lieshout
Trefwoorden:	Detailhandelsstructuur, centrum, binnenstad, voorzieningen, ambitie
Bron foto kaft	BRO
Beknopte inhoud:	Voorliggende nota omvat de adviezen van BRO t.b.v. de detailhandelsvisie van de gemeente Zwolle t.a.v. Zwollecen- trum. Het beleid dient als een ontwikkelings- en toetsingskader voor initiatieven. Naast algemene be- leidsuitgangspunten is er aandacht voor de structuur van de detailhandel in de verschillende deelgebieden. Uitge- breid analysewerk vormt de basis voor de adviezen.

BRO
Hoofdvestiging
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	2
1.1 Aanleiding	2
1.2 Belang van herijking	3
 2. SAMENVATTING	 5
 3. ALGEMENE UITGANGSPUNTEN	 8
3.1 Inleiding	8
3.2 De hoofdstructuur	8
3.2 Beleidsuitgangspunten	10
 4. BELEIDSUITGANGSPUNTEN PER WINKELGEBIEDSTYPE	 12
4.1 Inleiding	12
4.2 Centrumzone	12
4.3 Perifere winkelgebieden	14
4.4 Stadsdeel-, wijk- en buurtcentra	15
4.5 Bezoekersknooppunt	16
 5. BELEIDSUITGANGSPUNTEN PER DEELGEBIED	 17
5.1 Inleiding	17
5.2 Deelgebieden binnenstad	19
5.5.2 Diezerstraat	19
5.5.4 Grote Markt / Melkmarkt / Maagjesbolwerk / Rode Torenplein e.o.	20
5.5.3 Broerenkwartier	22
5.5.5 Oude Vismarkt / Gasthuisplein e.o.	24
5.5.1 Noordereiland / Thorbeckegracht	25
5.5.6 Sassenpoort e.o.	27
5.5.7 Luttekestraat / Grote Kerkplein / Ossenmarkt e.o.	28
5.3 Entreegebieden	30
5.3.1 Diezerpoort	30
5.3.2 Assendorperstraat	32
5.3.2 Katwolderplein	33
5.3.2 Spoorzone	33

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding

Het vigerende detailhandelsbeleid van de gemeente Zwolle “*Kadernota detailhandel 2012-2020*” is inmiddels meer dan 5 jaar oud. Het detailhandelsbeleid is op het onderdeel van de supermarkten recentelijk vernieuwd: “*Herijking Kadernota detailhandel, onderdeel supermarkt-beleid*” (BRO, december 2015). Momenteel is er vanuit de gemeente Zwolle veel aandacht voor de Zwolse binnenstad. Er is een binnenstadsvisie opgesteld: “*De binnenstad van Zwolle anno 2030*”. Een uitwerking van de visie op strategisch niveau is vastgelegd in: “*Zwolle Bruist, Strategische Agenda Binnenstad Zwolle*”. Beide documenten geven een heldere visie en ambitie op de Zwolse binnenstad en geven de ontwikkelingskaders op strategisch niveau aan.

De gemeente Zwolle heeft BRO gevraagd de bestaande kaders ten aanzien van de binnenstad voor het onderdeel detailhandel verder uit te werken. Deze uitwerking is vastgelegd in drie rapporten:

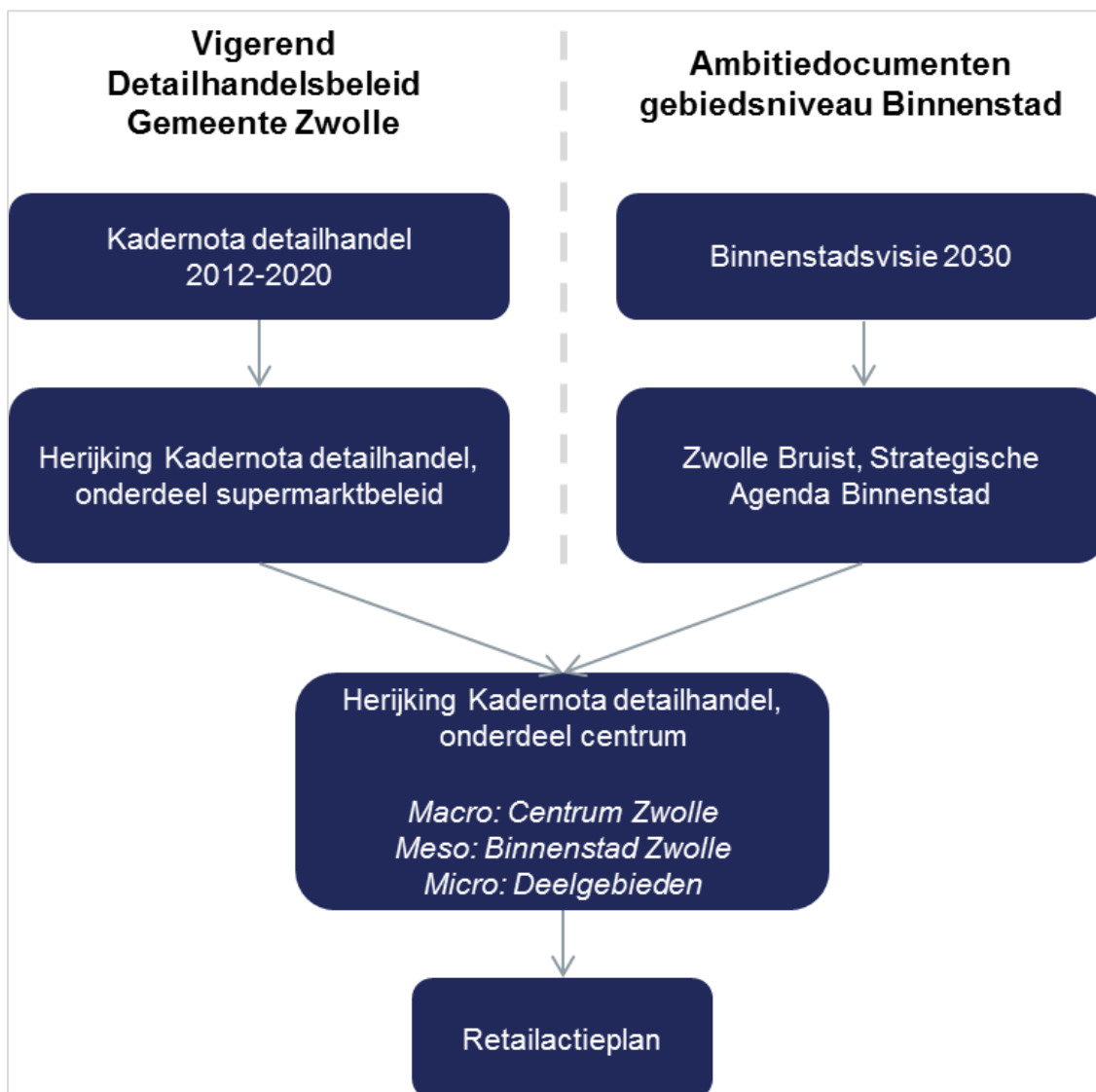
- **Zwolle, Weerbaarheidsanalyse centrum:** omvat een vraag-, aanbod- en leegstandanalyse ten aanzien van de detailhandel in Zwolle-centrum, een analyse op deelgebiedsniveau en een beoordeling van de weerbaarheid (vanuit het perspectief van detailhandel) per deelgebied. De analyse was de input voor het herijkte beleidskader en het Retailactieplan.
- **Zwolle, Herijking Kadernota detailhandel, onderdeel centrum:** onderhavig document, wat kan worden beschouwd als het toetsingskader en visiedocument voor detailhandelsontwikkelingen in Zwolle-centrum. Het omvat de ambities en doelstellingen voor het centrum en de deelgebieden.
- **Zwolle, Retailactieplan centrum:** een inspiratiedocument met voorstellen ten aanzien van uitvoeringsgerichte acties en maatregelen om het centrum te versterken, organisatiestructuren en financiering.

De navolgende figuur geeft schematisch een overzicht van de relevante vigerende beleidsdocumenten ten aanzien van detailhandel en de binnenstad en hoe deze zich tot het onderhavige document verhouden.

Het onderhavig document kan worden beschouwd als de herijkte versie van de Kadernota detailhandel voor het onderdeel centrum. Dit betekent dat expliciet wordt ingegaan op het winkelbeleid. Waar relevant wordt ook iets gezegd over niet-winkelfuncties, zoals horeca en consumentgerichte dienstverlening. Deze rapportage heeft niet als doel om het beleid voor de andere winkelgebiedstypen (perifere winkelgebied, wijk- en buurtcentra en bezoekersknooppunten) te herijken. Beleidsregels voor de andere winkelgebiedstypen zijn wel opgenomen, maar vanuit het perspectief van het centrum. Er wordt onderscheid gemaakt tussen drie gebiedsniveaus:

- **Centrum:** Dit betreft het gehele centrumgebied van de stad Zwolle, dus de binnenstad (binnen de singels), de aanloopstraten naar de binnenstad (Diezerpoort en Assendorperstraat), de Spoorzone en het Katwolderplein.
- **Binnenstad:** Dit betreft het niveau van de binnenstad binnen de singels.
- **Deelgebieden:** Dit betreft de verschillende deelgebieden c.q. milieus in de binnenstad.

Figuur 1.1: Schematisch overzicht relevante vigerende beleidskaders



1.2 Belang van herijking

Sinds het opstellen van het gemeentelijk detailhandelsbeleid in 2011 speelt er het nodige in de detailhandel:

- **De economie trekt langzaam** weer aan na jaren van crisis. Dit uit zich voorzichtig ook in het consumentenvertrouwen en de detailhandelsbestedingen.
- **De opkomst van het internet** en de digitalisering van het winkelen hebben een structurele weerslag op het consumentengedrag en daarvan ondervindt de traditionele fysieke detailhandel veel hinder. Zo is de detailhandelsmarkt volledig transparant geworden. Anderzijds voegt het internet een nieuwe dimensie toe aan het (fysieke) winkelen. Steeds meer winkels zetten nieuwe technologieën in om het aankoopproces aantrekkelijker te maken.
- **Winkelgebieden veranderen** in een versnelde ontwikkeling naar beleveniscentra. Schaalvergroting, nieuwe technologieën, functiemix zijn daarvan uitingen.

- **De consument is in toenemende mate (boven)regionaal actief** en kiest steeds bewuster tussen winkelgebieden. Ondernemers kiezen hierdoor ook bewuster voor bepaalde vestigingslocaties. Als gevolg daarvan is er sprake van 'winnaars' en 'verliezers'.
- Veel retailers staan onder druk wat **faillissementen** tot het gevolg heeft. Hierdoor loopt de leegstand in sommige winkelgebieden nog altijd op. Aan de andere kant treden diverse **nieuwe (internationale) formules toe tot de markt**.
- Er ontstaan winkels en/of afgeleiden daarvan op **nieuwe plekken in de structuur**, op kruispunten van vervoer- en consumentenstromen (trafficlocaties). Dit kan soms op gespannen voet staan met de bestaande detailhandelsstructuur.

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

Ten grondslag aan voorliggend detailhandelsbeleid ligt een weerbaarheidsanalyse die inzicht biedt in de feiten en cijfers op niveau van het centrum, de binnenstad en de deelgebieden. Het onderhavige document is mede tot stand gekomen door input van met name centrumondernemers en bewoners.

2. SAMENVATTING

De uitgangspositie van de stad Zwolle in de regio is goed

De stad Zwolle heeft voor verschillende thema's een centrale verzorgingsfunctie in de regio: voor het bestuur en onderwijs (HBO en MBO opleidingen, onder andere Hogeschool Windesheim), de zorg (Isala, regionaal centrum voor tweede- en derdelijnszorg), sport (PEC-Zwolle, Landstede Basketbal en Landstede Volleybal), maar ook voor de detailhandel. Grote nationale en internationale ketens zijn steeds meer op Zwolle georiënteerd (bijvoorbeeld IKEA, Primark, Hudson's Bay en Zara). Daarnaast wordt Zwolle steeds aantrekkelijker om te wonen, te werken en te recreëren. Het aantal inwoners in Zwolle neemt naar verwachting tot 2030 jaarlijks met ca. 1.000 inwoners toe. Voor veel jonge hoogopgeleide professionals wordt de stad aantrekkelijk en dit zorgt voor innovatie, creativiteit en dynamiek. Ook nationale en internationale bedrijven tonen interesse in Zwolle door het hoofdkantoor in Zwolle te vestigen. Enkele voorbeelden zijn onder andere DA Drogisterij & Parfumerie, Wehkamp, TotaalBED, Kaldi, Vitens.

Ook de uitgangspositie van Zwolle-centrum is uitstekend...

Zwolle-centrum is de centrale ontmoetingsplek voor de inwoners van de stad, de regionale bezoekers en toeristen. Het centrum heeft veel te bieden. De historische binnenstad heeft het allemaal: winkels, horeca, leisure, diensten, cultuur, wonen en werken. De sterke functiemix en verschillende deelgebieden met ieder eigen identiteiten, zorgt er voor dat de binnenstad een plek is om te beleven. Het historisch vastgoed in combinatie met de stadsgrachten en iconische gebouwen en bouwwerken, zorgen voor een unieke sfeer. Net buiten de historische binnenstad zijn diverse entreegebieden aanwezig, die ieder een eigen kwaliteit toevoegen aan het centrum als geheel. De Assendorperstraat en het winkelgebied Diezerpoort e.o., bieden een mix van functies, met veel lokaal ondernemerschap en diverse (vers)speciaalzaken. Kwaliteit en service staan hier centraal, met een nadruk op de dagelijkse boodschappen. De spoorzone huisvest een belangrijk bronpunt, namelijk het station. Het Katwolderplein is eveneens een belangrijk bronpunt, maar hier is ook een bioscoop en supermarkt aanwezig.

...maar er liggen nog wel kansen

Hoewel de uitgangspositie van Zwolle-centrum uitstekend is, liggen er nog wel belangrijke opgaven om de positie van het centrum, als de meest aantrekkelijke van Noordoost-Nederland te worden om te winkelen en bovendien een dagje te kunnen verblijven, te versterken. Met diverse ondernemers in het centrum is gesproken over hun visie op het centrum en de acties en maatregelen die moeten plaatsvinden om het centrum te versterken. De ambities en doelstellingen die in het onderhavig document zijn benoemd, zijn mede gebaseerd op de input van de ondernemers. Ook is de opgestelde weerbaarheidsanalyse een belangrijk inputdocument. Er liggen met name kansen in zaken zoals, marketing en communicatie, profileren van deelgebieden, routing, bereikbaarheid, parkeren, samenwerking en organisatie en evenementen. Deze kansen zijn uitgewerkt in het Retailactieplan.

Algemene beleidsambities voor de detailhandelsstructuur in Zwolle

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

- De ambitie is om de markt voldoende ruimte te bieden voor vernieuwing, mits dit past binnen de kaders van de hoofdstructuur. Specifiek voor nieuwe supermarktontwikkelingen geldt dat deze zoveel mogelijk plaats dienen te vinden binnen de bestaande winkelcentra. Ontwikkelingen daarbuiten worden in principe niet toegestaan, tenzij deze een aangetoonde meerwaarde leveren aan de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging.
- De ambitie is te komen tot compacte winkelgebieden. Dit betekent dat ontwikkelingen buiten de hoofdstructuur in principe niet zijn toegestaan, tenzij wordt aangetoond dat een dergelijk initiatief van meerwaarde is voor de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur (bijvoorbeeld doordat versnippering afneemt) en de leefbaarheid en dat er geen sprake is van onaanvaardbare effecten hierop (zoals leegstand).
- De ambitie is dat de leegstand in perspectiefrijke winkelgebieden zo veel mogelijk beperkt blijft, en dat daar waar er sprake is van winkelgebieden zonder perspectief, de leegstand aangepakt wordt, bijvoorbeeld door transformatie.
- De ambitie is nieuwe stedelijke ontwikkelingen op een duurzame wijze in te passen in de bestaande (fysieke) ruimte. De ladder voor duurzame verstedelijking is hiervoor het belangrijkste uitgangspunt.

Algemene beleidsambities per winkelgebiedstype

- **Zwolle-centrum:** De ambitie is om de meest aantrekkelijke binnenstad van Noordoost-Nederland te worden om te winkelen en bovendien een dagje te kunnen verblijven. Nadrukkelijk moet de verbinding worden gezocht met de entreegebieden naar de historische binnenstad.
- **Perifere winkelgebieden:** De ambitie is de huidige woonboulevard c.q. Voosterpoort als dé aankoopplaats voor doelgerichte en laagfrequente aankopen binnen het thema 'in en om het huis' in Zwolle en de regio, maar wel complementair aan het centrum van Zwolle.
- **Stadsdeel-, wijk- en buurtcentra:** De ambitie is het behoud van de bestaande fijnmazige detailhandelsstructuur in de wijken en buurten. Het aanbod moet zijn afgestemd op de verzorgingsfunctie van het winkelgebied. Nieuwe supermarktontwikkelingen moeten zoveel mogelijk plaats vinden binnen de bestaande winkelcentra. Ontwikkelingen daarbuiten worden in principe niet toegestaan, tenzij deze een aantoonbare meerwaarde opleveren voor de consumentenverzorging en de effecten op de detailhandelsstructuur en de leegstand per saldo niet onaanvaardbaar zijn.
- **Bezoekersknooppunten:** De ambitie is om eventuele initiatieven ten aanzien van detailhandel op bezoekersknooppunten te faciliteren, mits deze kleinschalig van aard zijn en er geen onaanvaardbare concurrentie met het centrumaanbod plaatsvindt. Dit betekent dat moet worden aangetoond dat de detailhandel geen onaanvaardbare effecten heeft op de het centrum.

Beleidsambities per deelgebied

- **Diezerstraat:** De ambitie is het behoud en versterken van het modisch aanbod in de vorm van nationale en internationale winkelketens. Er wordt gestreefd naar een uitbreiding van het formuleaanbod, zodat de Diezerstraat zich nog verder kan onderscheiden van vergelijkbare winkelstraten in de regio.
- **Grote Markt / Melkmarkt / Maagjesbolwerk / Rode Torenplein e.o.:** De ambitie is het versterken van de schakelfunctie tussen de bronpunten Katwolderplein en het Maagjesbolwerk met de gehele binnenstad, maar ook als bestemming op zich. De vele verschillende kwaliteiten moeten behouden dan wel versterkt worden.

- **Broerenkwartier:** De ambitie is het behouden en versterken van de verschillende sferen en identiteiten in het deelgebied. Een combinatie van nieuwbouw en historie, een mix van verschillende functies, evenwicht tussen grootschalig en kleinschalig aanbod, groen/water en stedelijk, staat centraal.
- **Oude Vismarkt / Gasthuisplein e.o.:** De ambitie is het behoud van de functiemix met veel zelfstandige unieke winkels en horecazaken. Meer bezoekers moeten worden aangetrokken, door de verbinding met de Diezerstraat en Melkmarkt/Grote Markt te versterken.
- **Noordereiland / Thorbeckegracht:** De ambitie is het behoud van het gemengde functieprofiel. Het Noordereiland heeft primair een woonfunctie, maar heeft een broedplaatsfunctie voor nieuwe startende ondernemers. De Dijkstraat, het Pelserbrugje en de Diezerpoortenplas zijn belangrijke entrees naar het overige deel van de binnenstad.
- **Sassenpoort e.o.:** De ambitie is de aanloopfunctie van de Sassenstraat verder te versterken. De huidige functiemix moet behouden dan wel versterkt worden. Het culturele cluster aan de Blijmarkt heeft een unieke trekkracht en moet behouden dan wel versterkt worden.
- **Lutkekestraat / Grote Kerkplein / Ossenmarkt e.o.:** De ambitie is het versterken van het huidige profiel van hoogwaardige unieke aanbieders aan de Lutkekestraat. Het Grote Kerkplein als horeca- en evenementenplein moet behouden blijven.
- **Diezerpoort:** De ambitie is het huidige profiel als winkelgebied voor dagelijkse boodschappen en aanvullend niet-dagelijks te behouden. De verbinding en complementariteit met de binnenstad moet versterkt worden. Er wordt ingezet op het optimaliseren van de randvoorwaarden.
- **Assendorperstraat:** De ambitie is het huidige profiel als winkelgebied voor dagelijkse boodschappen en aanvullend niet-dagelijks te behouden. Dit betekent dat de verbinding met de binnenstad versterkt moet worden en de complementariteit geborgd moet blijven. Er wordt ingezet op het optimaliseren van de randvoorwaarden.
- **Katwolderplein:** De ambitie is het versterken van de verbinding tussen het Katwolderplein en de binnenstad. Een verdere uitbreiding van winkels buiten de huidige planologische mogelijkheden op het Katwolderplein is ongewenst.
- **Spoorzone:** De ambitie is het versterken van de verbinding tussen het station en de binnenstad. Een verdere uitbreiding van winkels in de Spoorzone moet worden gezien vanuit de ontwikkeling van de Spoorzone als geheel en aansluiten op het toekomstig draagvlak.

3. ALGEMENE UITGANGSPUNTEN

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk is aandacht voor de hoofdwinkelstructuur van de gemeente Zwolle. Deze hoofdstructuur is grotendeels gebaseerd op vigerend detailhandelsbeleid, maar is voor sommige onderdelen (zoals het centrum) nader uitgewerkt. De hoofdstructuur zoals is benoemd in het onderhavig hoofdstuk is leidend. Daarnaast zijn de algemene beleidsuitgangspunten voor de detailhandel in de gemeente Zwolle op hoofdlijnen benoemd.

3.2 De hoofdstructuur

Winkelgebiedstypen in Zwolle

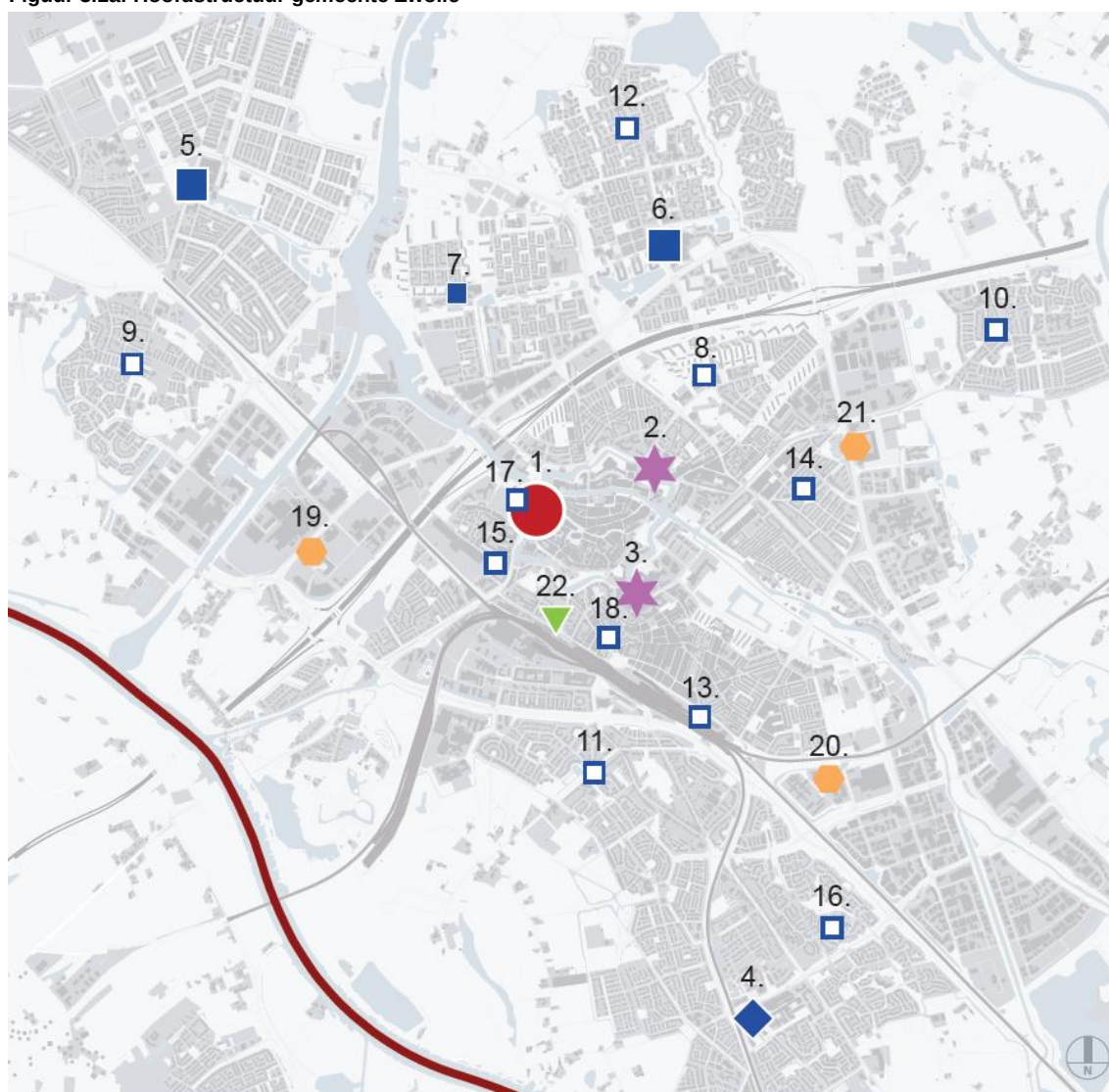
In de Kadernota wordt momenteel onderscheid gemaakt naar de binnenstad, de buurt- en wijkcentra en de periferie. Als vierde categorie zijn nog de winkelvoorzieningen nabij bezoekersknooppunten onderscheiden. Op basis van het vigerend beleid en de herijking kunnen de winkelgebieden in de gemeente Zwolle als volgt worden getypeerd:

- **Centrumzone:** centrum van Zwolle waar het recreatief winkelen c.q. funshoppen in combinatie met andere recreatieve activiteiten (cultuur, horeca, etc.) centraal staat.
 - Binnenstad: de historische binnenstad binnen de singels:
 - *Kernwinkelgebied:* Het gebied waar de winkeldichtheid het grootst is (Diezerstraat en een deel van de Melkmarkt)
 - *Aanloopgebieden/dwaalmilieus:* De gebieden waar naast winkels ook diverse andere commerciële functies aanwezig zijn, zoals horeca, dienstverlening, cultuur, etc.). Voor beelden zijn de Lutkekestraat, de Sassenstraat en de Oude Vismarkt.
 - Entreegebieden: de entrees naar de binnenstad (Diezerpoort, Assendorperstraat, Katwolderplein en de Spoorzone). Het betreft gebieden met een sterke functiemix, meer doelgerichte aankopen en een geringere winkeldichtheid. Tevens zijn het belangrijke bronpunten voor de binnenstad.
- **Perifere winkelgebieden¹:** centra voor doelgerichte en laagfrequente aankopen, op perifere locaties waar perifere en grootschalige winkels kunnen worden gefaciliteerd.
- **Stadsdeel-, wijk- en buurtcentra:** centra voor primair de dagelijkse aankopen. Het dagelijkse aanbod (supermarkten en versspeciaalzaken) staat centraal.
- **Bezoekersknooppunt:** kleinschalige winkelvoorzieningen op of rondom station, ziekenhuis, verzorgingstehuizen, gericht op de reiziger dan wel bezoeker.

In figuur 3.1a en tabel 3.1b zijn alle tot de hoofdstructuur behorende winkelgebieden in de gemeente Zwolle naar verzorgingsfunctie weergegeven.

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

Figuur 3.1a: Hoofdstructuur gemeente Zwolle



Hoofdstructuur gemeente Zwolle

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

B|RO
Ruimte | om in te leven

Figuur 3.1b: Hoofdstructuur gemeente Zwolle

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

3.3 Beleidsuitgangspunten

Evenwichtige en heldere detailhandelsstructuur

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

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

Ruimte voor vernieuwing binnen bestaande detailhandelsstructuur

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

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

Compacte winkelgebieden

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

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

Minder leegstand, op peil houden leefbaarheid

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

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

Duurzaam ruimtegebruik

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

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

4. BELEIDSUITGANGSPUNTEN PER WINKELGEBIEDSTYPE

4.1 Inleiding

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

4.2 Centrumzone

Uitgangssituatie

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

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

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

Ambitie

De ambitie is om de meest aantrekkelijke binnenstad van Noordoost-Nederland te worden om te winkelen en bovendien een dagje te kunnen verblijven.

Doelstellingen

Om de ambitie te bereiken staan de volgende doelstellingen centraal:

- **Winkels primair in centrum:** om de winkelfunctie van het centrum te versterken, wordt uitbreiding van recreatief winkelaanbod binnen de gemeentelijke detailhandelsstructuur primair toegestaan in de binnenstad. In het kernwinkelgebied staan de grote nationale en

internationale ketens centraal, terwijl de aanloopgebieden/dwaalmilieus ruimte kunnen bieden voor uniek en zelfstandig winkelaanbod.

- **Versterken relatie tussen binnenstad en entreegebieden:** de entreegebieden zijn nadrukkelijk onderdeel van het centrum. De verbinding tussen de entreegebieden en de binnenstad moet versterkt worden, zodat de gebieden meer van elkaar kunnen profiteren. Dit kan onder meer door de ruimtelijk-functionele relatie te versterken (overloop winkelfunctie), een verkeerskundige versterking (aanpassen wegenstructuur, bruggen, etc.) en/of een verbetering van de routing.
- **Compleet winkelaanbod:** de Zwolse binnenstad moet de huidige diversiteit van het winkelaanbod (grootschalig, kleinschalig, ketens, zelfstandigen, branchering, etc.) behouden. Met name in de dagelijkse sector kan versterking worden gezocht, door het toevoegen van versspecialiteiten. Daarnaast dient er een voldoende kritisch niet-dagelijks aanbod aanwezig te zijn om te kijken en te vergelijken. Hierbij ligt de nadruk op landelijke formules voor de herkenbaarheid en de aantrekkingskracht, aangevuld met lokale winkeliers die de consument langer in het centrum vasthouden en het creëren van onderscheidend vermogen / een verrassingseffect.
- **Sterke functiemix:** de kracht van de Zwolse binnenstad vanuit de gemeentelijke en regionale detailhandelsstructuur bezien, ligt in de sterke mix tussen winkels, horeca, leisure, cultuur, dienstverlening, maatschappelijke- en zorgvoorzieningen en woningen. Voor de consument is winkelen namelijk steeds meer een 'beleving' en hierin spelen andersoortige functies (zoals horeca en leisure), maar ook o.a. evenementen en mengfuncties (waarin bijvoorbeeld horeca en detailhandel gecombineerd worden) een belangrijke rol. De diversiteit van functies en daarmee het versterken van de belevingswaarde voor de lokale en regionale bezoeker moet behouden blijven, dan wel versterkt worden.
- **Compact:** de winkel- en horecafunctie dienen voor een groot deel sterk geconcentreerd te zijn met zo min mogelijk onderbrekingen in het winkelfront, zodat er een aangenaam winkelklimaat ontstaat. De deelgebieden in de binnenstad hebben ieder een eigen gebied waar de winkel- en horecafuncties geconcentreerd moeten worden. Hier wordt verderop specifiek op ingegaan.
- **Goede bereikbaarheid:** goede en duidelijke parkeervoorzieningen zijn essentieel voor de bereikbaarheid van de binnenstad, zeker voor bezoekers uit de regio die nog relatief onbekend zijn met de stad. De routing moet worden versterkt, zodat de bezoeker weet waar de parkeermogelijkheden zijn. Daarnaast moet ook de routing van de bronpunten naar de binnenstad verbeterd worden om de doorbloeding naar de binnenstad te stimuleren.
- **Inrichting en uitstraling:** een aangename verblijfskwaliteit wat tot uiting komt in eenduidige en heldere verharding en inrichtingselementen, voldoende groen, goede verlichting, aantrekkelijke gevelkwaliteit, geordende reclame-uitingen, toegankelijk en herkenbare entrees. Daarnaast dient de schoonmaak, het onderhoud en de (sociale) veiligheid op orde te zijn (schoon, heel en veilig).
- **Openingstijden:** de openingstijden in de centrumzone wisselen sterk. Landelijke winkelketens hebben vaak behoefte aan langere openingstijden, terwijl dit voor zelfstandige ondernemers niet altijd wenselijk is. Voor de bezoeker van het centrum is het belangrijk te weten wanneer winkels open of gesloten zijn. Een duidelijke en eenduidige communicatie naar de bezoeker is essentieel, om teleurstelling te voorkomen. Waar mogelijk moeten de openingstijden van winkels zoveel mogelijk op elkaar worden afgestemd.
- **Zondagsopenstelling binnenstad:** Voor 2017 is voorzien dat winkels op 15 zondagen open kunnen. Afhankelijk van het doel van het bezoek en de persoonlijke voorkeur van mensen, is dit een nadeel. Veel grote steden in Nederland met een (boven)regionale aan-

trekkingskracht zijn op zondag open, om ook aan de behoefte van de regiobezoeker te kunnen voldoen. Als de winkels in de binnenstad op zondag open zijn, vergroot dit het regionale potentieel, het bruisend karakter en mogelijk de bestedingen.

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

4.3 Perifere winkelgebieden

Uitgangssituatie

In de rapportage: *"Zwolle, Ruimtelijk-functionele effectenanalyse revitalisering Woonboulevard Zwolle"* (BRO, december 2015), is geconstateerd dat de positie van het perifere winkelaanbod in de gemeente Zwolle momenteel niet optimaal is. Marslanden B is geen samenhangend en compact winkelgebied met een duidelijk profiel. Het perifere en grootschalige aanbod is verspreid aanwezig op dit bedrijventerrein. De woonboulevard heeft een duidelijk profiel en is compact, maar naar de huidige maatstaven voor een moderne woonboulevard te beperkt van omvang en te eenzijdig qua aanbod. Er zijn plannen om de huidige woonboulevard uit te breiden op Voorsterpoort tot een volwaardige en toekomstige themaboulevard rondom het thema 'in en om het huis'. Op de stadionlocatie is ook nog enig grootschalig en perifeer winkelaanbod aanwezig. Ikea ligt solitair.

Ambitie

De ambitie is de huidige woonboulevard c.q. Voorsterpoort als dé aankoopplaats voor doelgerichte en laagfrequente aankopen binnen het thema 'in en om het huis' in Zwolle en de regio, maar wel complementair aan het centrum van Zwolle.

Om de ambitie te bereiken staan de volgende doelstellingen centraal:

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

4.4 Stadsdeel-, wijk- en buurtcentra

Uitgangssituatie

Uit het vigerend beleid blijkt dat Zwolle een fijnmazige wijk- en buurtstructuur heeft, waarbinnen het aanbod van dagelijkse artikelen en de boodschappenfunctie centraal staat. De aanwezigheid van een modern en toekomstbestendig supermarktaanbod is voor het functioneren van de wijk- en buurtcentra essentieel. Binnen de hoofdstructuur heeft winkelcentrum Zwolle-Zuid een stadsdeelverzorgende functie. Het dagelijks aanbod in combinatie met recreatief winkelen vormt

de belangrijkste basis. Stadshagen en AA-landen zijn grotere wijkcentra met een beperkte wijk-overstijgende verzorgingsfunctie. De winkelcentra functioneren als boodschappencentra, maar bieden ook de mogelijkheid om efficiënt recreatief te kunnen winkelen. De overige buurt- en wijkcentra en buurtsteunpunten zijn kleinschaliger van aard en hebben primair een boodschappenfunctie voor de inwoners van de eigen buurt of wijk. De wijk- en buurtcentra vervullen een belangrijke rol voor de consumentenverzorging in de dagelijkse sector en zijn bovendien ontmoetingsplekken.

Ambitie

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

Om de ambitie te bereiken staat de volgende doelstelling centraal:

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

4.5 Bezoekersknooppunt

Uitgangspunt

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

Ambitie

De ambitie is om eventuele initiatieven ten aanzien van detailhandel op bezoekersknooppunten te faciliteren, mits deze kleinschalig van aard zijn en er geen onaanvaardbare concurrentie met het centrumaanbod plaatsvindt. Dit betekent dat moet worden aangetoond dat de detailhandel geen onaanvaardbare effecten heeft op de het centrum.

Om de ambitie te bereiken staan de volgende doelstellingen centraal:

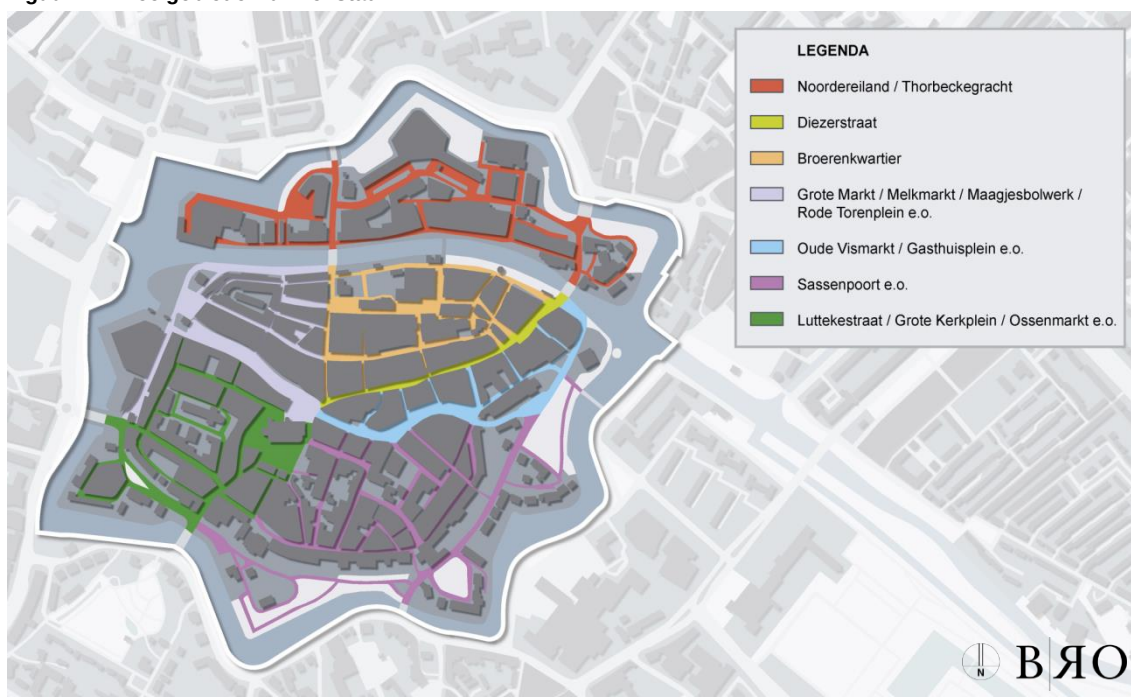
- **Versterken stationslocatie:** het station is een belangrijk bronpunt voor de binnenstad. In grotere steden is het gebruikelijk dat het station centraal in of nabij de binnenstad ligt. In Zwolle is de relatie tussen het station en de binnenstad niet optimaal. De verbinding tussen het station en de binnenstad moet versterkt worden.
- **Uitsluiten reguliere detailhandel:** reguliere detailhandel, zoals modisch, huishoudelijke artikelen en levensmiddelen zijn essentieel voor het functioneren van onder andere het centrum. Modisch en huishoudelijke artikelen worden per definitie uitgesloten op bezoekersknooppunten. Kleinschalige levensmiddelenzaken kunnen wel een bijdrage leveren aan de kwaliteit van bezoekersknooppunten, maar een toevoeging mag niet leiden tot onaanvaardbare effecten op het centrum.

5. BELEIDSUITGANGSPUNTEN PER DEELGEBIED

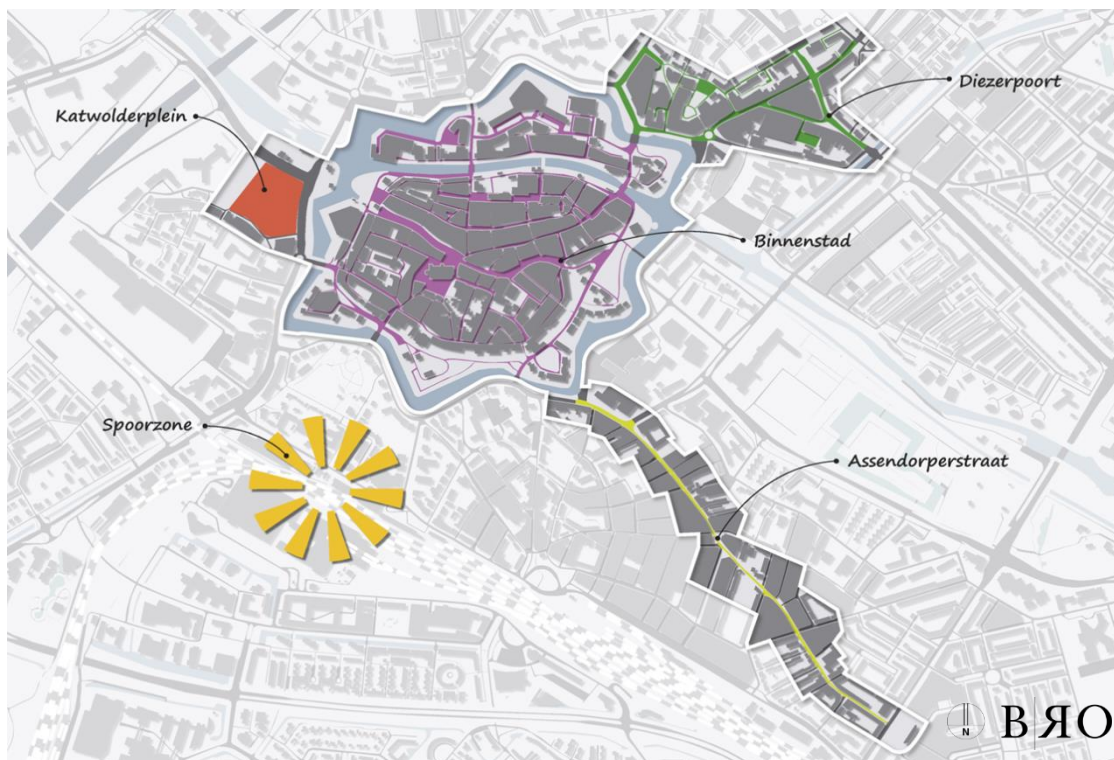
5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zijn de deelgebieden in het centrum van Zwolle beleidsmatig nader uitgewerkt. Het betreft zowel de deelgebieden in de binnenstad (zie figuur 4.1), als de entreegebieden naar de binnenstad toe (zie figuur 4.2). Voor elk deelgebied is de huidige situatie op basis van de weerbaarheidsanalyse beschreven. Op basis van de uitgangspositie van het deelgebied is de ambitie geschetst. De ambitie is vervolgens uitgewerkt in verschillende doelstellingen.

Figuur 4.1: Deelgebieden binnenstad



Figuur 4.2: Entreegebieden centrum



Figuur 4.3: Definitie weerbaarheidsindicatoren



Zeer perspectiefrijk: Het gebied is toekomstbestendig, heeft een goede uitgangspositie en heeft goede vooruitzichten. Er zijn weinig bedreigingen en veel kansen.



Matig perspectiefrijk: Er zijn verschillende kwaliteit en kansen, maar ook enkele knelpunten en bedreigingen. Interventies om de knelpunten aan te pakken en de kansen te benutten, kunnen positief bijdragen aan het perspectief.



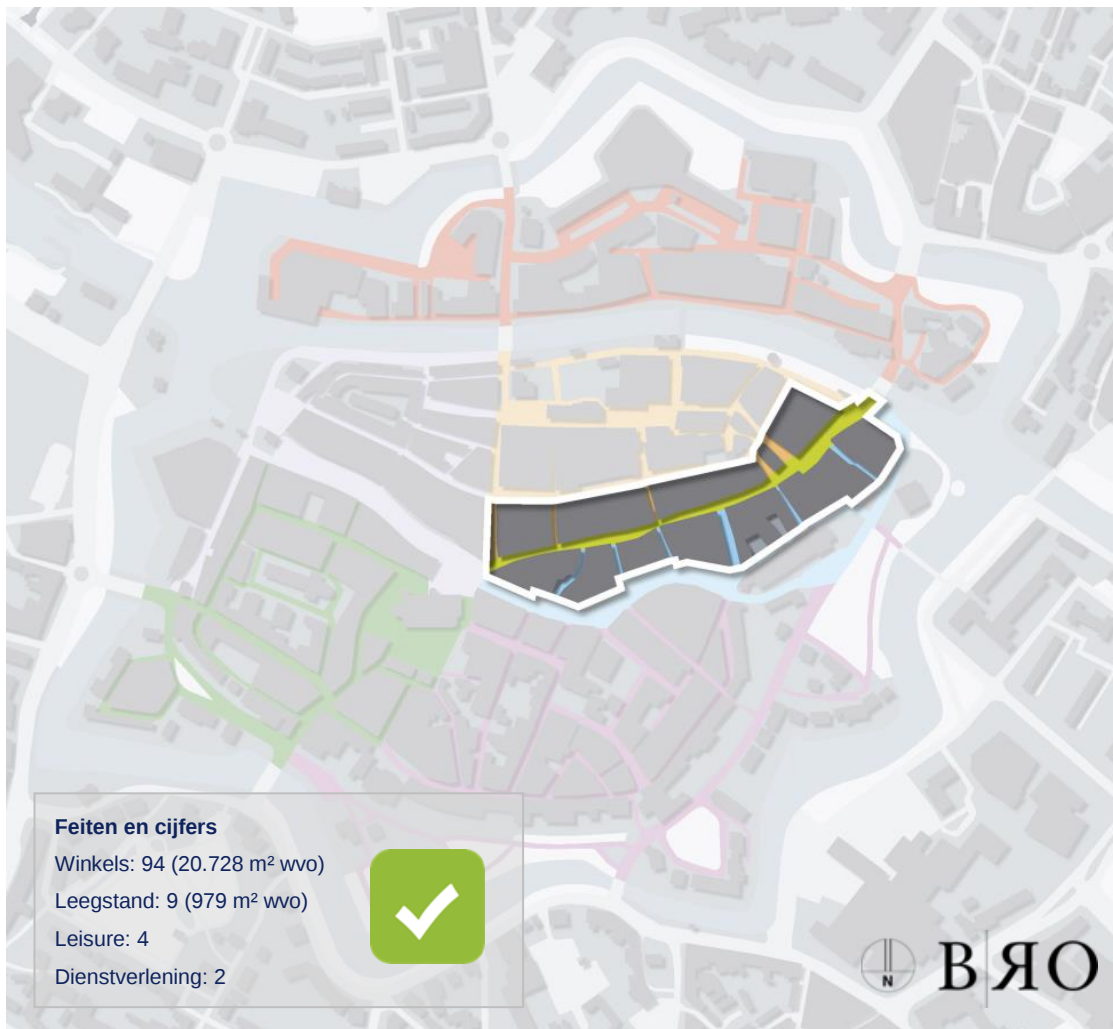
Enigszins perspectief arm: Er zijn veel knelpunten en bedreigingen, wat zorgt voor een matig vooruitzicht. Interventies om de knelpunten aan te pakken en de kansen te benutten zijn noodzakelijk, om weerbaar te kunnen zijn.



Zeer Perspectief arm: Het toekomstperspectief is slecht, vanwege diverse knelpunten en bedreigingen. Inzetten op het gebied als winkelgebied heeft nauwelijks toekomst.

5.2 Deelgebieden binnenstad

5.2.1 Diezerstraat



Uitgangssituatie

De Diezerstraat is onderdeel van het kernwinkelgebied van de binnenstad en heeft de hoogste winkel- en passantendichtheid. Het deelgebied kenmerkt zich door een hoge filialisering, de sterke mate van concentratie, de aanwezigheid van relatief veel modische winkels en de historische uitstraling van het vastgoed. De Diezerstraat kan worden beschouwd als de 'main shopping street' van Zwolle, met vele nationale en internationale (modische) winkelketens. De uitgangssituatie is goed en het deelgebied is zeer perspectiefrijk.

Ambitie

De ambitie is het behoud en versterken van het modisch aanbod in de vorm van nationale en internationale winkelketens. Er wordt gestreefd naar een uitbreiding van het formuleaanbod, zodat de Diezerstraat zich nog verder kan onderscheiden van vergelijkbare winkelstraten in de regio.

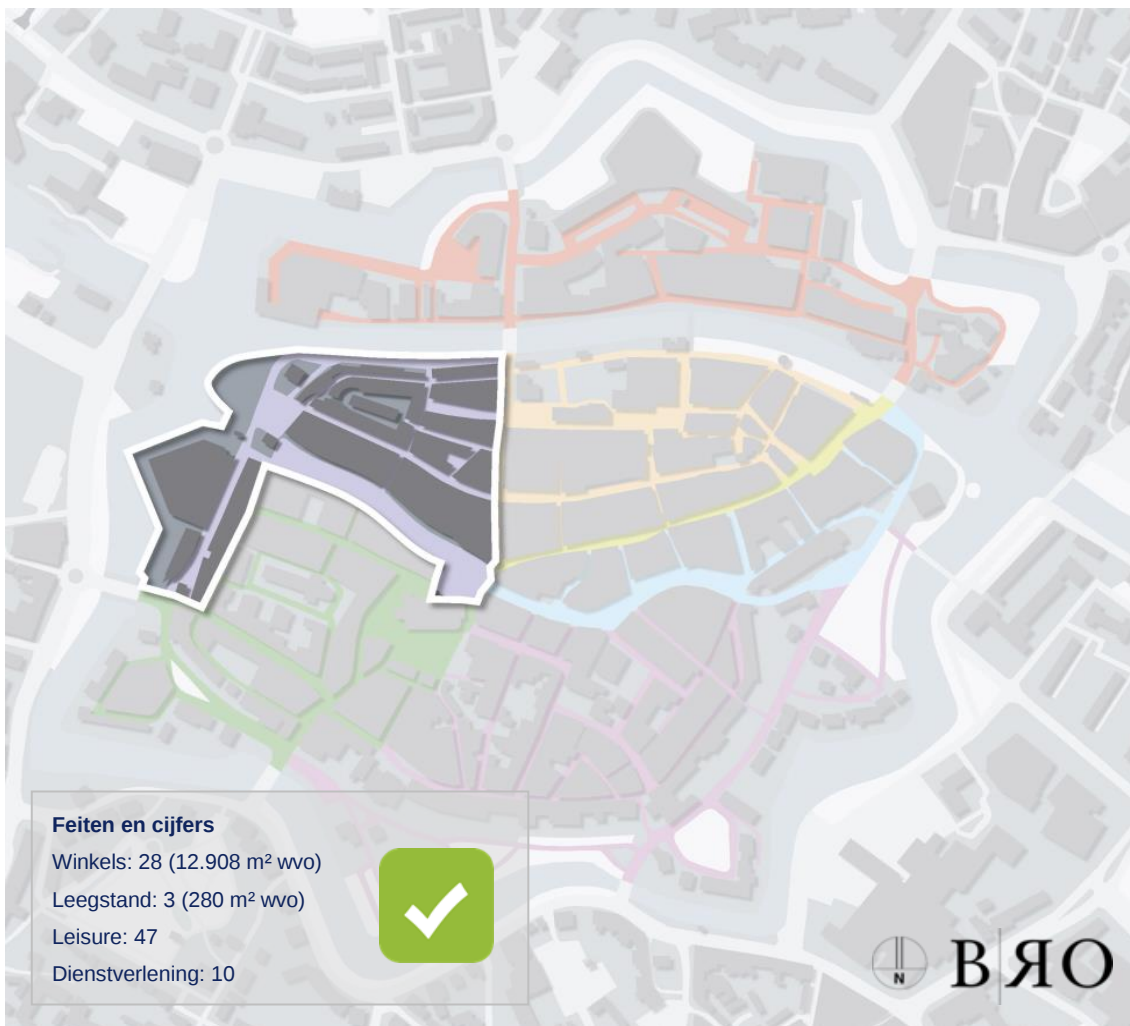
Doelstellingen

- **Compleet en gevarieerd formuleaanbod:** De Diezerstraat moet veel nationale en internationale modische winkelketens huisvesten. Er wordt gestreefd naar een uitbreiding van het

formuleaanbod, dat ook onderscheidend is ten opzichte van vergelijkbare winkelstraten in de regio.

- **Meer bezoekers:** De 'main shopping street' van een binnenstad heeft doorgaans de hoogste passantenintensiteit, zo ook in Zwolle. De hoge passantenintensiteit zorgt er voor dat het vestigingsklimaat voor grote winkelketens aantrekkelijk is. Het doel is om de passantenintensiteit in de Diezerstraat te vergroten, om het vestigingsklimaat voor grote nationale en internationale winkelketens aantrekkelijker te maken.

5.2.2 Grote Markt / Melkmarkt / Maagjesbolwerk / Rode Torenplein e.o.



Uitgangssituatie

Het deelgebied heeft vele kwaliteiten. De Melkmarkt is een brede straat met aan de westzijde relatief veel horeca en terrassen en aan de oostzijde relatief veel winkels. De oostzijde is een uitloopgebied van de Diezerstraat en behoort tot het kernwinkelgebied, met Primark als belangrijkste trekker. Twee keer per week is er een warenmarkt aanwezig en de Melkmarkt is bovendien een plek voor evenementen. Bovendien is er culturele trekker aanwezig. De Grote Markt vormt een centraal punt in de binnenstad. Het Maagjesbolwerk is naast een belangrijk bronpunt ook een winkellocatie waar onder andere grootschalige detailhandel (Media Markt) gefaciliteerd wordt. Rond het Rode Torenplein is relatief veel horeca aanwezig. Het deelgebied is zeer perspectiefrijk.

Ambitie

De ambitie is het versterken van de schakelfunctie tussen de bronpunten Katwolderplein en het Maagjesbolwerk met de gehele binnenstad, maar ook als bestemming op zich. De vele verschillende kwaliteiten moeten behouden dan wel versterkt worden.

Doelstellingen

Uit de bovenstaande ambitie kunnen de volgende doelstellingen worden afgeleid:

- **Versterken evenementenfunctie:** De Melkmarkt en de Grote Markt bieden voldoende ruimte om evenementen te faciliteren, wat momenteel ook gebeurt in de vorm van onder andere de weekmarkt. Naar de toekomst toe moet de evenementenfunctie versterkt worden.
- **Combinatiebezoek Maagjesbolwerk en binnenstad versterken:** Het Maagjesbolwerk ligt aan de rand van de binnenstad, maar is hier weldegelijk onderdeel van. Momenteel wordt het Maagjesbolwerk niet altijd beschouwd als winkelgebied. Zeker vanuit het Katwolderplein bestaat de kans dat het Maagjesbolwerk gepasseerd wordt. De routing moet geoptimaliseerd worden, zodat bezoekers het Maagjesbolwerk niet alleen als bronpunt beschouwen maar ook als winkelgebied.
- **Versterken ruimtelijk-functionele relatie tussen binnenstad en bronpunten:** Het Katwolderplein en het Maagjesbolwerk zijn belangrijke bronpunten voor de binnenstad. De huidige verbinding in met name ruimtelijk-functionele zin is echter niet optimaal. De verbinding kan versterkt worden door aan het begin van de Melkmarkt meer in te zetten op horeca en winkels. Daarnaast kan onder meer routing een rol spelen om de verbinding tussen de bronpunten (Maagjesbolwerk en Katwolderplein) en de binnenstad te versterken.
- **Versterking verblijfsklimaat:** Het horeca-aanbod draagt bij aan het verblijfsklimaat in de binnenstad. De kritische massa is uniek en is een duidelijke kwaliteit van het deelgebied. Dit moet behouden dan wel versterkt worden.
- **Voetgangersvriendelijkheid:** De doorgaande weg aan het Rode Torenplein en Jufferenwal vormt momenteel een barrière en maakt het horeca-aanbod aan met name de Jufferenwal minder aantrekkelijk. Door de weg voetgangersvriendelijk te maken, ontstaat een betere ruimtelijk-functionele relatie met het Maagjesbolwerk en wordt het horecaklimaat aantrekkelijker.

5.2.3 Broerenkwartier



Uitgangspositie

Het Broerenkwartier is met de komst van Hudson's Bay na de Diezerstraat qua aantal winkels het grootste winkelgebied in de binnenstad en sluit hier op aan via smalle verbindingssteegjes. De aansluiting is momenteel echter niet optimaal. Dit wordt ook mede veroorzaakt door de functie van de Nieuwstraat als autostraat met laad- en losmogelijkheden. Het voormalige V&D-pand wordt ingevuld met Hudson's Bay, wat waarschijnlijk zorgt voor een nieuwe impuls in het gebied. Het gebied rondom de Broerenkerk (Achter de Broeren, Meerminneplein) is bijzonder met veel groen en kent diverse unieke zelfstandige winkels, met Waanders in de Broeren als belangrijkste trekker. De Weeshuispassage is een overdekt winkelcentrum wat verouderd is, momenteel slecht functioneert en veel leegstand kent. Met name rond de Weeshuispassage is de uitstraling slecht. Het Eiland heeft een sterke identiteit, veel unieke zelfstandige winkels en een eigen trekkracht. Bovendien is er een parkeergarage aanwezig, dat een bronpuntfunctie heeft voor de binnenstad. De openbare ruimte is op orde. De Thorbeckegracht is eveneens een kwaliteit van het deelgebied, maar het water wordt momenteel nauwelijks benut. Conclusie is dat het Broerenkwartier vele kwaliteiten heeft die momenteel nog niet optimaal benut worden. Daarnaast is de aansluiting met andere deelgebieden in de binnenstad niet optimaal en de herontwikkeling van de jaren '60 domineert het beeld.

Ambitie

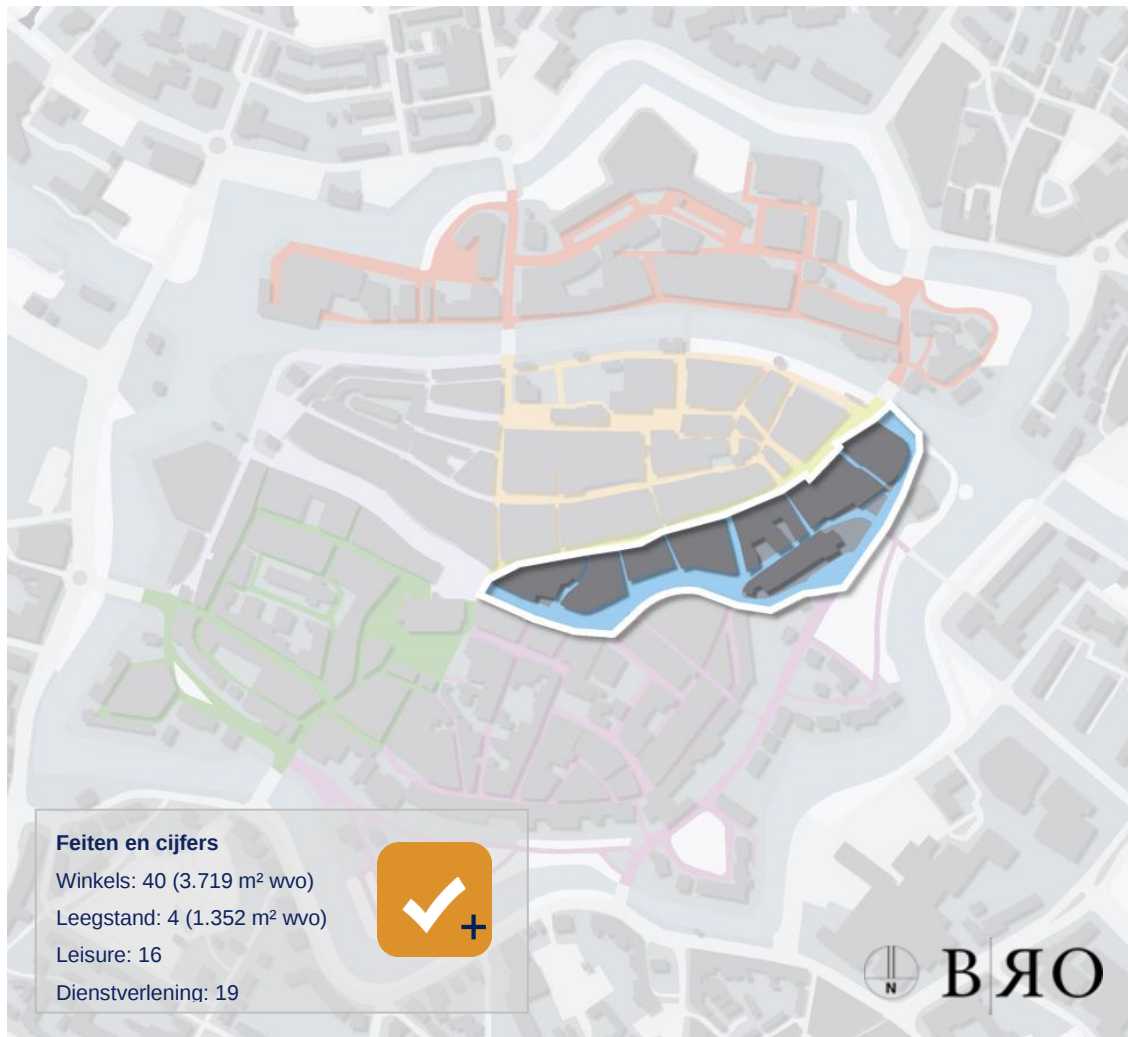
De ambitie is het behouden en versterken van de verschillende sferen en identiteiten in het deelgebied. Een combinatie van nieuwbouw en historie, een mix van verschillende functies, evenwicht tussen grootschalig en kleinschalig aanbod, groen/water en stedelijk, staat centraal.

Doelstellingen

Uit de bovenstaande ambitie kunnen de volgende doelstellingen worden afgeleid:

- **Versterken ruimtelijk-functionele structuur:** Met name rond de Weeshuispassage ligt een opgave om de ruimtelijk-functionele structuur te versterken. Deels kan dit worden opgelost door herontwikkeling c.q. sloop/nieuwbouw van bestaand vastgoed. Uitgangspunt is een overzichtelijke structuur met goede zichtlijnen en meer open ruimten.
- **Moderniseren vastgoed:** Veel vastgoed (gevels en wanden) is verouderd en moet gemoerniseerd worden. Met name de plinten moeten in kwalitatieve zin versterkt worden en aantrekkelijker worden gemaakt.
- **Versterken entrees:** Om de verbinding met de overige deelgebieden in de binnenstad te versterken, moeten de entrees (met name de steegjes) versterkt worden. Een aantrekkelijkere en duidelijke entree moet er voor zorgen dat meer bezoekers vanaf de Grote Markt getrokken kunnen worden naar het Broerenkwartier.
- **Versterken openbaar groen en benutten Thorbeckegracht:** De groene elementen in het Broerenkwartier moeten behouden blijven en waar mogelijk versterkt worden. Groen draagt positief bij aan de algehele uitstraling en sfeer van het gebied. Bovendien kan het bijdragen aan de kwaliteit van het vastgoed en het rendement hiervan. De Thorbeckegracht moet in ruimtelijk en functionele zin meer betrokken worden bij het gebied, bijvoorbeeld via fysieke ingrepen, het versterken van de terrasfunctie aan het water, aanmeerplekken, (water)evenementen), etc.
- **Behoud en/of versterking bronpunten:** De parkeergarage en fietsenstalling zijn belangrijke bronpunten voor het deelgebieden, maar ook voor de gehele binnenstad. De parkeergarage kan beter worden benut door de algehele parkeerroute rondom het centrumgebied te verbeteren (evenwichtig verdelen capaciteit). De fietsenstalling op het Meerminneplein is momenteel dominant aanwezig en heeft een negatieve invloed op de ruimtelijke kwaliteit en uitstraling. Gezocht moet worden naar een alternatieve ruimtelijke oplossing die positief bijdraagt aan de omgevingskwaliteit.

5.2.4 Oude Vismarkt / Gasthuisplein e.o.



Uitgangssituatie

Het deelgebied Oude Vismarkt en het Gasthuisplein e.o. kenmerkt zich als dwaalmilieu met een sterke functiemix, maar wel met een nadruk op detailhandel. De leegstand is relatief fors en enkele belangrijke trekkers zijn de afgelopen jaren verdwenen (o.a. Pathé-bioscoop). Hoewel het deelgebied grenst aan straten met de hoogste passantendichtheid (Diezerstraat, Grote Markt en Melkmarkt), profiteert het deelgebied hier nog onvoldoende van. De bezoeker weet het deelgebied nog onvoldoende te vinden, wat ook blijkt uit de relatief lage passantenintensiteit. Het deelgebied heeft daarnaast een belangrijke aanloopfunctie voor bezoeker die binnenstad vanaf de oostzijde binnenkomen. Het toekomstperspectief van het deelgebied is onzeker.

Ambitie

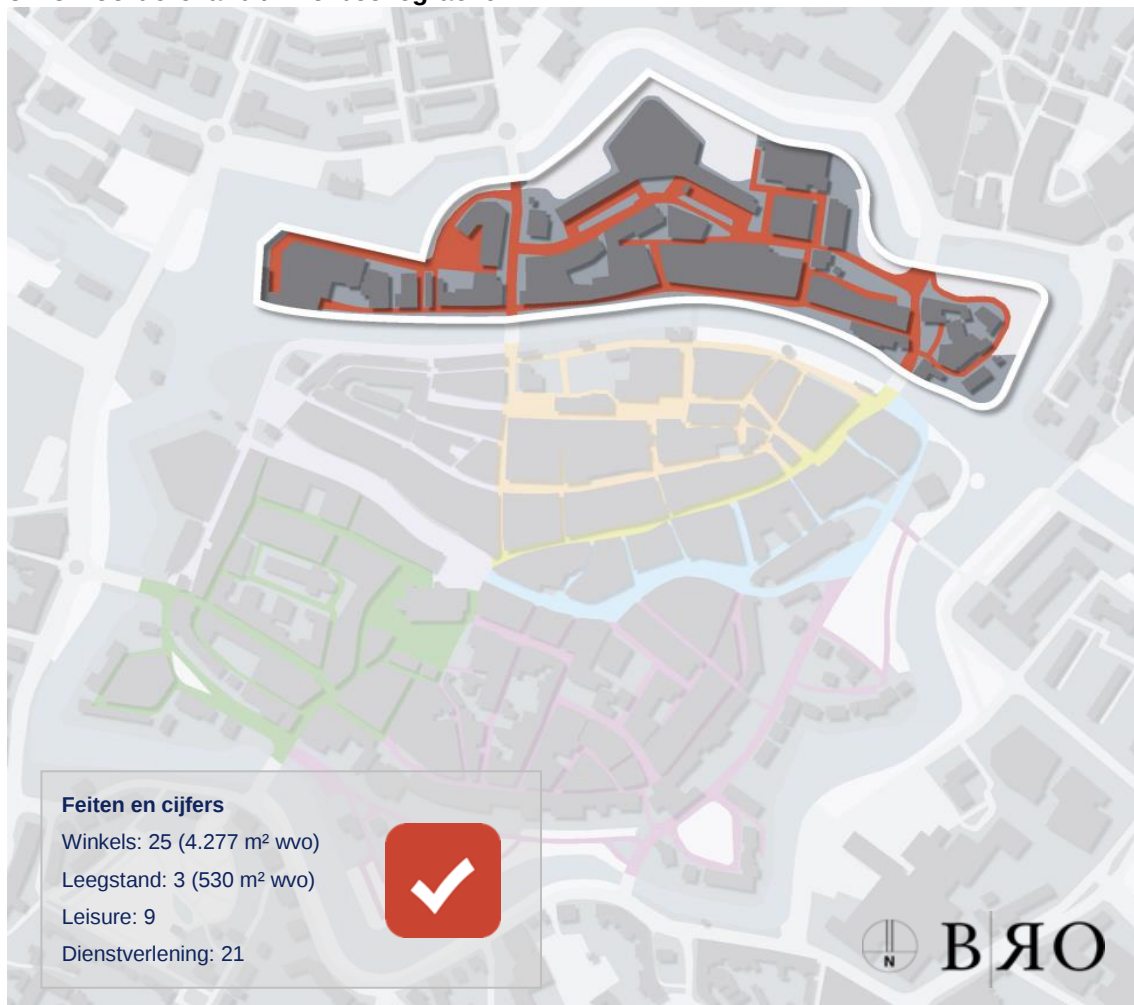
De ambitie is het behoud van de functiemix met veel zelfstandige unieke winkels en horecazaken. Meer bezoekers moeten worden aangetrokken, door de verbinding met de Diezerstraat en Melkmarkt/Grote Markt te versterken.

Doelstellingen

Uit de bovenstaande ambitie kunnen de volgende doelstellingen worden afgeleid:

- **Behoud functiemix:** het uitgangspunt is de combinatie tussen unieke zelfstandige winkels met horeca. Dienstverlening in de vorm van ambachten draagt eveneens bij aan een goede functiemix. Het doel is deze functiemix te behouden dan wel te versterken.
- **Inzetten op 'winkelrondje':** bezoekers kunnen het deelgebied momenteel onvoldoende vinden. Er ligt met name een opgave om de bezoekers vanuit de Melkmarkt/Grote Markt en Diezerstraat te verleiden om naar het deelgebied te gaan als alternatieve route. Doormiddel van het optimaliseren van de routing en een passend functionele invulling kan mogelijk een winkelrondje worden gecreëerd.
- **Afname leegstand:** de leegstand is momenteel relatief fors. Het betreft ook enkele beeldbepalende panden, waardoor het negatieve effecten heeft op de kwaliteit van het deelgebied. Er moet gezocht worden naar een nieuwe invulling voor de leegstand. De primaire opgave ligt bij het invullen van de grootschalige leegstaande panden die beeldbepalend zijn.
- **Opwaardering openbare ruimte:** vanwege de fysieke ruimte zijn er veel mogelijkheden voor bijvoorbeeld terrassen en evenementen. Momenteel wordt veel ruimte gebruikt voor het stallen van fietsen. De openbare ruimte moet zo worden ingericht, dat de kwaliteit en de uitstraling van deelgebied wordt versterkt.

5.2.5 Noordereiland / Thorbeckegracht



Uitgangssituatie

Het Noordereiland heeft een relatief lage winkeldichtheid en heeft primair een woonfunctie. Het aanbod is versnipperd aanwezig en wordt vooral doelgericht bezocht. Het winkelaanbod kenmerkt zich door het relatief hoogwaardige segment. Er zijn naast winkels relatief veel ambachten aanwezig. De functiemix is groot. De panden aan de Thorbeckegracht hebben een historische uitstraling, maar een ruimtelijk-functionele relatie met het water is er nauwelijks. Theater De Spiegel is een belangrijke culturele trekker. Door de relatief lage winkeldichtheid en de sterke aanwezigheid van dienstverlenende functies, zoals kappers en ambachten en wonen, heeft het deelgebied als winkelgebied een beperkt toekomstperspectief.

Ambitie

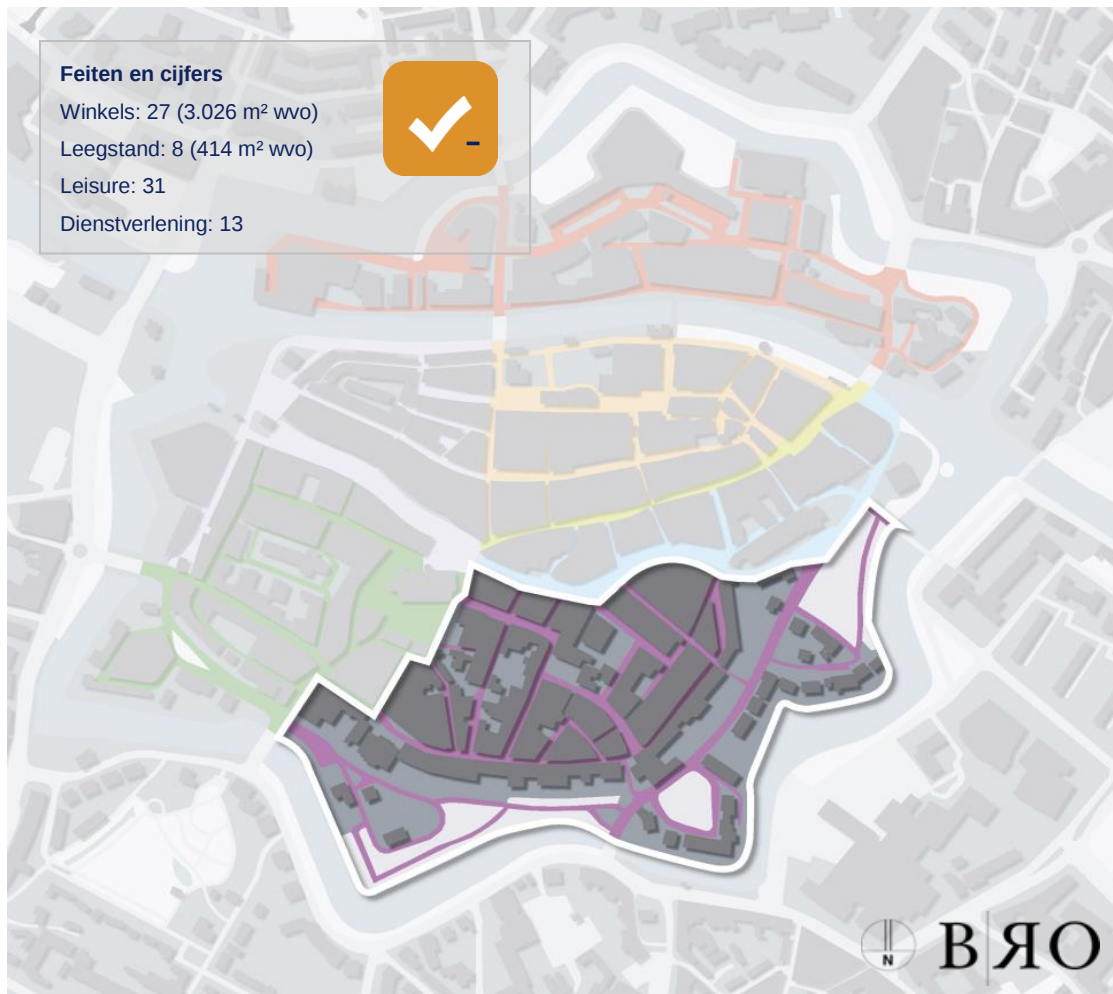
De ambitie is het behoud van het gemengde functieprofiel. Het Noordereiland heeft primair een woonfunctie, maar heeft een broedplaatsfunctie voor nieuwe startende ondernemers. De Dijkstraat, het Pelserbrugje en de Diezerpoortenplas zijn belangrijke entrees naar het overige deel van de binnenstad.

Doelstellingen

Uit de bovenstaande ambitie kunnen de volgende doelstellingen worden afgeleid:

- **Kansen bieden aan startende ondernemers:** Startende ondernemers moeten kansen krijgen om te ondernemen op het Noordereiland. Primair gaat het met name om zelfstandige doelgerichte winkels, dienstverleners en ambachten.
- **Versterken huidig profiel:** Er ligt een kans om het huidige profiel sterker uit te dragen, zowel naar bezoekers als eventuele nieuwe ondernemers. De combinatie van cultuur, hoogwaardig winkelaanbod en veel ambachten in relatie tot de historische uitstraling, zorgt er voor dat het Noordereiland een leuk dwaalmilieu is.
- **Behouden woonfunctie als dominante functie:** Het Noordereiland is een goede plek om te wonen in de binnenstad. Met de realisatie van nieuwbouw aan de oostzijde zal de woonfunctie van het Noordereiland verder versterkt worden. Het woonklimaat van het Noordereiland moet ook in de toekomst goed zijn.

5.2.6 Sassenpoort e.o.



Uitgangssituatie

De Sassenpoort e.o. is een deelgebied waarbinnen het commercieel economische aanbod zich met name concentreert aan de Sassenstraat. Het aanbod wordt primair bepaald door horeca, met name op en rondom het Bethlehemkerkplein. Het winkelaanbod bestaat vooral uit veel unieke zelfstandige winkeltjes. De straat heeft een historische uitstraling met de Sassenpoort en de Bethlehemkerk als beeldbepalende elementen. De Sassenstraat kan worden beschouwd als aanloopstraat tussen Assendorp en het kernwinkelgebied en heeft daarmee een belangrijke verbindingfunctie. Er is enige leegstand aanwezig. Aan de Blijmarkt is het culturele aanbod geconcentreerd aanwezig met Museum De Fundatie, Filmtheater Fraterhuis en Schouwburg Odeon. Deze concentratie heeft een sterke unieke trekkracht. Het toekomstperspectief van met name de Sassenstraat is onzeker.

Ambitie

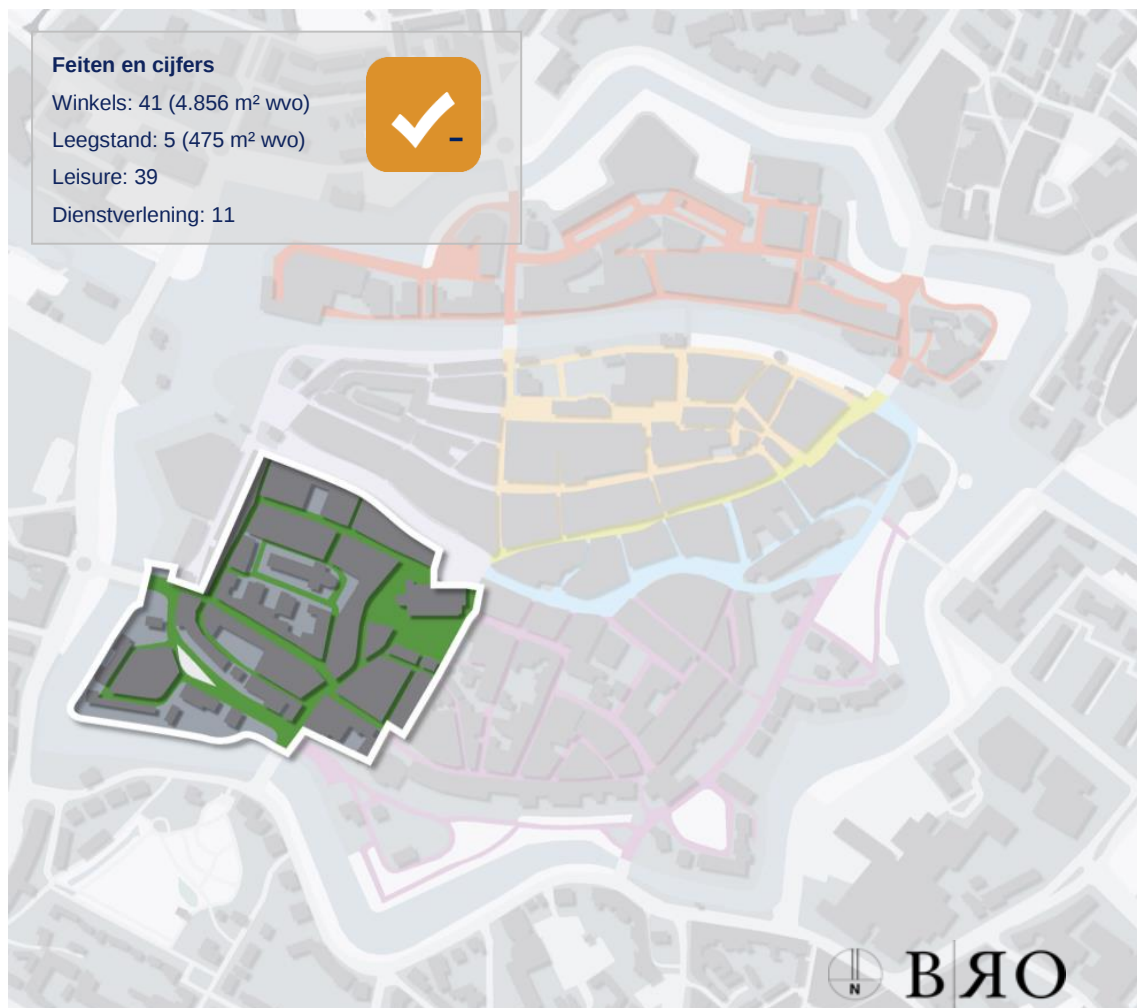
De ambitie is de aanloopfunctie van de Sassenstraat verder te versterken. De huidige functiemix moet behouden dan wel versterkt worden. Het culturele cluster aan de Blijmarkt heeft een unieke trekkracht en moet behouden dan wel versterkt worden.

Doelstellingen

Uit de bovenstaande ambitie kunnen de volgende doelstellingen worden afgeleid:

- **Behoud functiemix:** het uitgangspunt is de combinatie tussen unieke zelfstandige winkels met horeca. Er ligt een kans om met name de horecafunctie rondom het Bethlehemkerkplein verder te versterken. Ook is een verdere versterking van de Nieuwe Mark als horeca-plein met evenementenfunctie gewenst.
- **Concentratie winkelaanbod:** het winkelaanbod moet zoveel mogelijk worden geconcentreerd aan de Sassenstraat, om versnippering te voorkomen. Dit geeft de bezoeker duidelijkheid en zorgt voor een natuurlijke ruimtelijk-functionele relatie tussen de Assendorperstraat en het kernwinkelgebied.
- **Versterking verbinding met Assendorperstraat:** de verbinding met de Assendorperstraat moet geoptimaliseerd worden, door onder meer de openbare ruimte rondom Grote Wezenland voetgangersvriendelijker te maken. Routing kan bijdrage aan een betere vindbaarheid, wat voor beide deelgebieden (Assendorperstraat en Sassenpoort e.o.) positief is.

5.2.7 Luttekestraat / Grote Kerkplein / Ossenmarkt e.o.



Uitgangssituatie

Het commerciële voorzieningenaanbod concentreert zich hoofdzakelijk aan de Luttekestraat. Het aanbod bestaat uit een mix van met name zelfstandige modische winkels in het hogere segment. De Luttekestraat is een belangrijke entree naar het kernwinkelgebied vanuit onder meer het station. Aan het Grote Kerkplein is primair horeca aanwezig. Aan de Voorstraat zijn

enkele nachtcafés en diverse fastservice restaurants aanwezig. Het gebied rondom de Ossenmarkt bestaat primair uit woonfuncties.

Ambitie

De ambitie is het versterken van het huidige profiel van hoogwaardige unieke aanbieders aan de Luttekestraat. Het Grote Kerkplein als horeca- en evenementenplein moet behouden blijven.

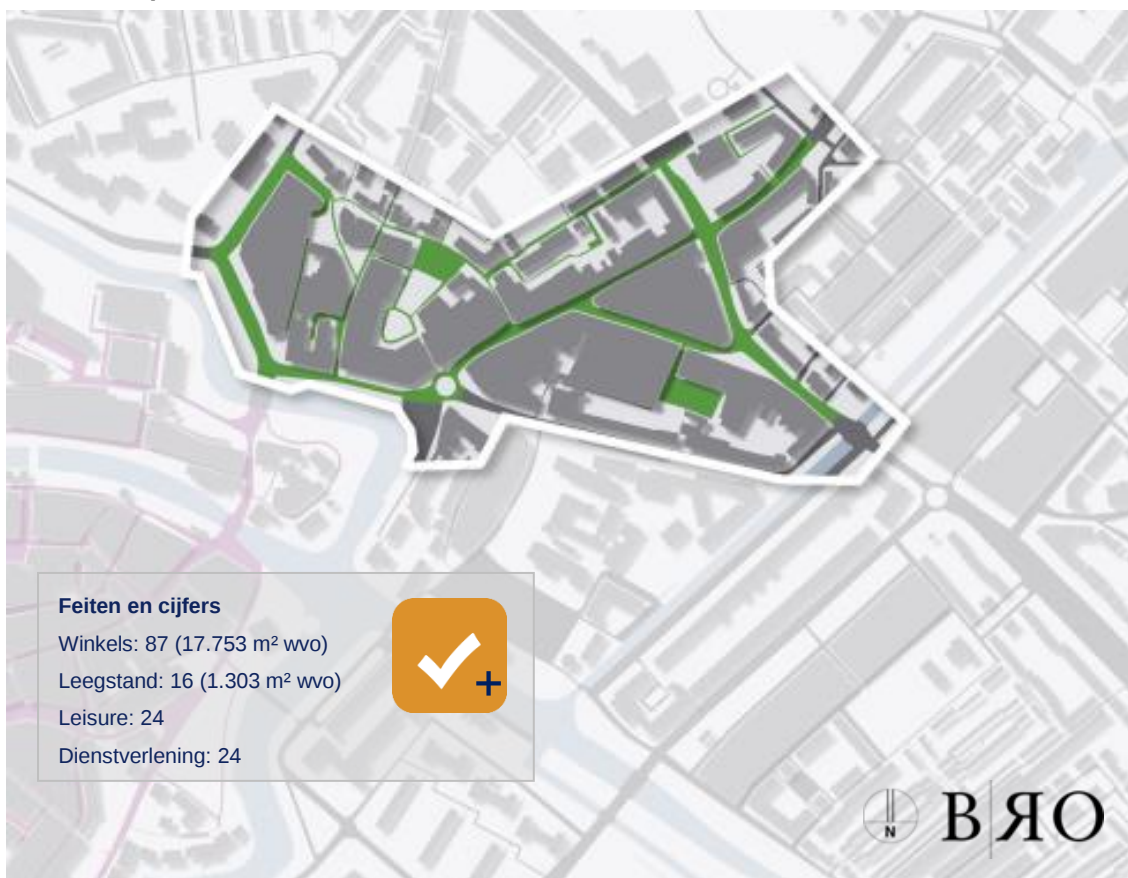
Doelstellingen

Uit de bovenstaande ambitie kunnen de volgende doelstellingen worden afgeleid:

- **Concentratie winkelaanbod:** Het winkelaanbod moet worden geconcentreerd aan de Luttekestraat. Vestiging van nieuw winkelaanbod aan de Ossenmarkt is onwenselijk, omdat dit leidt tot meer versnippering.
- **Versterken hoogwaardig aanbod:** Het huidige hoogwaardige aanbod (met name modisch) aan de Luttekestraat is uniek in de binnenstad. Dit dient behouden te blijven. Nieuwe initiatieven moeten zoveel mogelijk aansluiten op het hoogwaardige profiel van de Luttekestraat.
- **Versterken horeca-aanbod Grote Kerkplein:** Het horeca-aanbod aan het Grote-Kerkplein moet behouden dan wel versterkt worden. Een sterke horecaconcentratie met terrassen nabij de kerk zorgt voor meer kwaliteit in de binnenstad.

5.3 Entreegebieden

5.3.1 Diezerpoort



Uitgangssituatie

De Diezerpoort bestaat uit het overdekte winkelcentrum met het parkeerdek en de Thomas a. Kempisstraat e.o. Het overdekte winkeldeel functioneert redelijk, vooral door het sterke complementaire supermarktaanbod, maar er is wel enige leegstand. Het parkeerdek functioneert tevens als bronpunt voor de binnenstad. De winkelstraten Thomas a Kempisstraat en Vechtstraat worden primair gevuld met zelfstandig multicultureel winkelaanbod, in zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector. De Diezerkade verbindt de straten met elkaar en sluit bovendien aan op de binnenstad. Vanwege de aard van het aanbod en de ruimtelijke inrichting (parkeren voor de deur) wordt het aanbod sterk doelgericht bezocht. Door de nabijheid van de binnenstad en de aanwezigheid van leegstand is het toekomstperspectief van het winkelgebied onzeker. In Nederland staan vergelijkbare aanloopstraten sowieso onder druk. Er is sprake van betaald parkeren. Er is een eigen ondernemersvereniging actief.

Ambitie

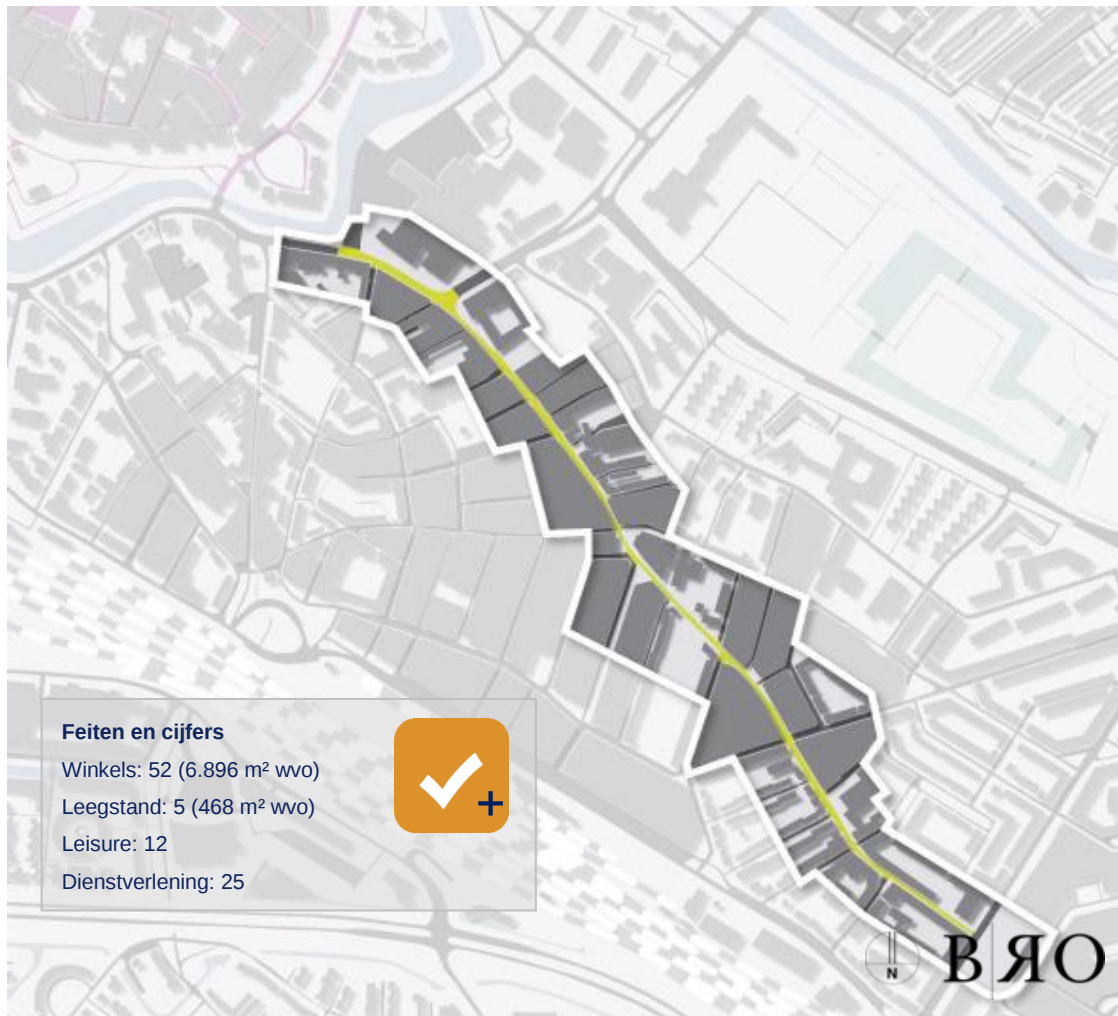
De ambitie is het huidige profiel als winkelgebied voor dagelijkse boodschappen en aanvullend niet-dagelijks te behouden. De verbinding en complementariteit met de binnenstad moet versterkt worden. Er wordt ingezet op het optimaliseren van de randvoorwaarden.

Doelstellingen

Uit de bovenstaande ambitie kunnen de volgende doelstellingen worden afgeleid:

- **Profileren multiculturele profiel:** de complementariteit met de binnenstad kan worden geborgd door het multiculturele profiel verder te profileren. Vanuit het perspectief van het centrum biedt de Diezerpoort een uniek winkelaanbod wat niet elders te vinden is. Het multiculturele profiel trekt een specifieke doelgroep aan en kan vanuit het perspectief van de consument als kwaliteit worden beschouwd.
- **Kwaliteit in de vorm van speciaalzaken:** een duidelijke kwaliteit van het deelgebied is de aanwezigheid van relatief veel speciaalzaken. De consument waardeert service, aandacht en kwaliteit en is ook bereid daar meer voor te betalen. De aanwezigheid van speciaalzaken moet behouden blijven dan wel versterkt worden.
- **Behoud boodschappenfunctie:** de centrale dragers van het winkelgebied zijn de supermarkten. Het behoud dan wel versterking van het supermarktaanbod is essentieel voor het functioneren van het deelgebied. Andere zaken profiteren van de aanwezigheid van supermarkten via combinatiebezoek. Uiteraard gaat het om de combinatie tussen de supermarkten en de speciaalzaken. Een goede balans is daardoor net zo belangrijk.
- **Opwaardering openbare ruimte:** de randvoorwaarden (schoon, heel en veilig, goed parkeren, duidelijke routing, etc.) moeten op orde zijn, anders wijkt de consument uit naar winkelgebieden die de randvoorwaarden wel op orde hebben of bestellen via het internet. Een verzorgde openbare ruimte zorgt bovendien voor een nette uitstraling en sfeer, wat ten goede komt aan de verblijfskwaliteit en de veiligheid. De openbare ruimte moet worden opgewaardeerd om dit te bereiken (verbeteren bestrating, openbaar groen, verkeersinrichting en straatmeubilair).
- **Faciliteren 'clicks en bricks':** aanloopstraten bieden kansen voor winkels die zowel online als offline opereren. De huurprijzen liggen relatief laag en je kan voor de deur parkeren. Dit betekent dat de combinatie van winkel met afhaalpunt ideaal is. Dergelijke winkels moeten nadrukkelijk worden gestimuleerd in deelgebied Diezerpoort.

5.3.2 Assendorperstraat



Uitgangssituatie

Een combinatie van bijzondere winkelconcepten met een hoge kwaliteit in zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector geeft de Assendorperstraat een uniek profiel. De Jumbo is een belangrijke trekker en creëert combinatiebezoek met de omliggende zaken. De langgerekte ruimtelijke structuur van de straat zorgt echter voor versnippering van het aanbod en leegstand aan de randen. Vanuit Zwolle-Zuid is de Assendorperstraat met name voor fietsers een belangrijke aanvoerroute naar de binnenstad. Er is sprake van betaald parkeren en eenrichtingsverkeer. Er is een eigen ondernemersvereniging actief.

Ambitie

De ambitie is het huidige profiel als winkelgebied voor dagelijkse boodschappen en aanvullend niet-dagelijks te behouden. Dit betekent dat de verbinding met de binnenstad versterkt moet worden en de complementariteit geborgd moet blijven. Er wordt ingezet op het optimaliseren van de randvoorwaarden.

Doelstellingen

Uit de bovenstaande ambitie kunnen de volgende doelstellingen worden afgeleid:

- **Verduidelijken openingstijden:** Het aanbod aan de Assendorperstraat kent veel verschillende openingstijden/-dagen. Voor de consument betekent dit dat niet alle winkels gelijktijdig toegankelijk zijn. Er moet gestreefd worden naar eenduidige openingstijden. Als dit niet

haalbaar is, moet aan de consument duidelijk worden gecommuniceerd wanneer winkels en of niet open zijn, om frustratie te voorkomen.

- **Kwaliteit in de vorm van speciaalzaken:** een duidelijke kwaliteit van het deelgebied is de aanwezigheid van relatief veel speciaalzaken. De consument waardeert service, aandacht en kwaliteit en is ook bereid daar meer voor te betalen. De aanwezigheid van speciaalzaken moet behouden blijven dan wel versterkt worden.
- **Behoud boodschappenfunctie:** de centrale drager van het winkelgebied is het supermarktaanbod. Het behoud dan wel versterking van het supermarktaanbod is essentieel voor het functioneren van het deelgebied. Andere zaken profiteren van de aanwezigheid van supermarkten via combinatiebezoek.
- **Opwaardering openbare ruimte:** de randvoorwaarden (schoon, heel en veilig, goed parkeren, duidelijke routing, etc.) moeten op orde zijn, anders wijkt de consument uit naar winkelgebieden die de randvoorwaarden wel op orde hebben of bestellen via het internet. Een verzorgde openbare ruimte komt ten goede aan de verblijfskwaliteit en de veiligheid. De openbare ruimte moet worden opgewaardeerd om dit te bereiken (verbeteren bestrating, openbaar groen, verkeersinrichting en straatmeubilair).

5.3.2 Katwolderplein

Uitgangssituatie

Het Katwolderplein bestaat uit een bioscoop, een supermarkt en een parkeergarage. De bioscoop is een belangrijke culturele trekker en de parkeergarage functioneert als belangrijk bronpunt voor binnenstadsbezoek.

Ambitie

De ambitie is het versterken van de verbinding tussen het Katwolderplein en de binnenstad. Een verdere uitbreiding van winkels buiten de huidige planologische mogelijkheden op het Katwolderplein is ongewenst.

Doelstellingen

Uit de bovenstaande ambitie kunnen de volgende doelstellingen worden afgeleid:

- **Behoud huidig aanbod:** een verdere verbreding van het winkelaanbod buiten de huidige planologische mogelijkheden is onwenselijk, vanwege concurrentie met het centrum.
- **Optimaliseren bronpuntfunctie:** het Katwolderplein als bronpunt voor de binnenstad, draagt bij aan het bieden van voldoende parkeermogelijkheden. Zeker voor bezoekers uit de regio (via de snelweg), biedt het Katwolderplein de meest logische optie om de auto te parkeren. Vindbaarheid en routing spelen een centrale rol om de verbinding tussen het Katwolderplein en de binnenstad te optimaliseren.

5.3.2 Spoorzone

Uitgangssituatie

De Spoorzone is een groot gebied waar in de (nabije) toekomst een gebiedsontwikkelingsopgave ligt. Momenteel is met name het gebied rondom het NS station deels bewinkeld. Het betreft hier winkels (en horeca) die aansluiten op de functie van een station (eten en drinken, lectuur, etc.).

Ambitie

De Spoorzone zal in de toekomst wellicht worden ontwikkeld tot woongebied. Er wordt woningbouw gepleegd en er worden ook voorzieningen toegevoegd (kantoren, leisure, etc.). De ontwikkeling van nieuwe detailhandel moet worden gezien in relatie tot de toename van het draagvlak. Dit betekent dat als er significant veel woningen worden toegevoegd (en het consumentendraagvlak toeneemt), er op termijn wellicht ruimte bestaat voor wijkverzorgende voorzieningen in de vorm van dagelijkse artikelen. Eventuele detailhandelsontwikkelingen moeten daarvoor in verhouding staan tot de ontwikkeling. Een verdere uitbreiding van het winkelaanbod rond het station is toegestaan, mits het past binnen het profiel van stationsretail. De verbinding tussen het station en de binnenstad moet worden versterkt. Bezoekers moeten bij aankomst op het station al het gevoel hebben in het centrum van Zwolle te zijn.

De ambitie is het versterken van de verbinding tussen het station en de binnenstad. Een verdere uitbreiding van winkels in de Spoorzone moet worden gezien vanuit de ontwikkeling van de Spoorzone als geheel en aansluiten op het toekomstig draagvlak.

