

De binnenstad van Zwolle anno 2015

Het Zwolse Burgerpanel

AlphaRainbow

MARKETING STRATEGY & EXECUTION
COACHING - CONSULTING - TRAINING - FULL SERVICE

Ir. Michiel van Beek
Februari 2016



Enjoy more marketing success!

Inhoud

- I. Aanleiding en Doelstelling
- II. Plan van aanpak
- III. Resultaten
- IV. Conclusie



Enjoy more marketing success!

I. Aanleiding en doelstelling

De gemeente Zwolle wil zijn visie actualiseren. Het maatschappelijke veld, de tijdgeest en daarmee de rol van de overheid zijn veranderd. De leegstandsproblematiek wordt groter en het consumentengedrag verandert. Daarom laat Zwolle een nieuwe visie ontwikkelen die breed gedragen moet worden. De doelstelling bij dit onderzoek: Inzicht krijgen in waar we staan als binnenstad in 2015 volgens de inwoners. Dit gebruiken voor een visie die richting geeft aan projecten om de visie te verwezenlijken in 2030.



II. Plan van aanpak

Burgerpanel



In samenwerking met 1427 inwoners van Zwolle

3 AANBEVELINGS
VRAGEN

WONEN, WERKEN, BEZOEKEN

15
STELLINGEN

6 GEWENSTE
DRIJFVEREN

GOUDEN TIP
VRAAG

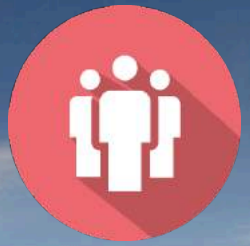
WAAR
STAAN
WE?



Enjoy more marketing success!

III. Resultaten

Burgerpanel



Panel raadt binnenstad
meer aan om te bezoeken
dan om te werken/wonen



Bezoeken
8,1



Wonen
7,0



Werken
7,0



Enjoy more marketing success!



- De binnenstad wordt gekoppeld aan de goede eetgelegenheden, het theater, musea en de winkels die de binnenstad te bieden heeft.
- Er wordt aangegeven dat het winkelaanbod meer divers mag zijn.
- De leegstand in de binnenstad heeft een negatieve invloed op het bezoeken van de binnenstad

Wonen

Burgerpanel



- De bereikbaarheid van de binnenstad is een probleem. Vooral als je er wilt wonen.
- De binnenstad moet weer een woonfunctie krijgen met meer betaalbare woningen.
- Niet ideaal om te wonen in de binnenstad als je een gezin hebt.
- Geluidsoverlast is ook een meespelende factor om niet in de binnenstad te gaan wonen.



Enjoy more marketing success!



- Het hangt van je beroep af of je in de binnenstad werkt of niet. Daarom is er geen duidelijk beeld van werken in de binnenstad.
- Er is een matig aanbod van werk in de binnenstad.
- Bereikbaarheid is niet optimaal, dit is lastig als je wilt werken in de binnenstad.

III. De stellingen

Burgerpanel



Aspecten die goed
beoordeeld worden zijn:

8,2

HISTORISCH
KARAKTER

8,2

UIT ETEN

7,8

CULTUUR

7,7

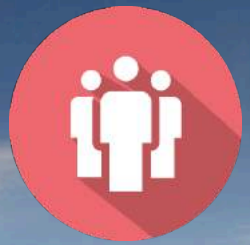
ACTIVITEITEN



Enjoy more marketing success!



Omljnde cirkels hebben feitelijk impact
op aanbevelen met zekerheid > 90%



Aspecten die voldoende
beoordeeld worden zijn:

7,2

UITGAAN

7,1

VEILIGHEID

6,9

SCHOON

6,6

BEREIKBAAR

6,6

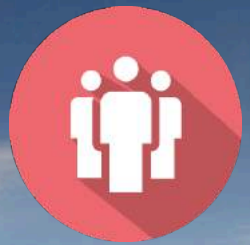
OPENINGS
TIJDEN



Enjoy more marketing success!



Omljnde cirkels hebben feitelijk impact
op aanbevelen met zekerheid > 90%



Matig tot onvoldoende beoordeelde aspecten zijn:

6,4

GROEN &
NATUUR

6,4

WINKELS

6,3

VAN DEZE
TIJD

6,0

BRUISEND

5,7

PARKEREN

5,7

WONEN



Enjoy more marketing success!



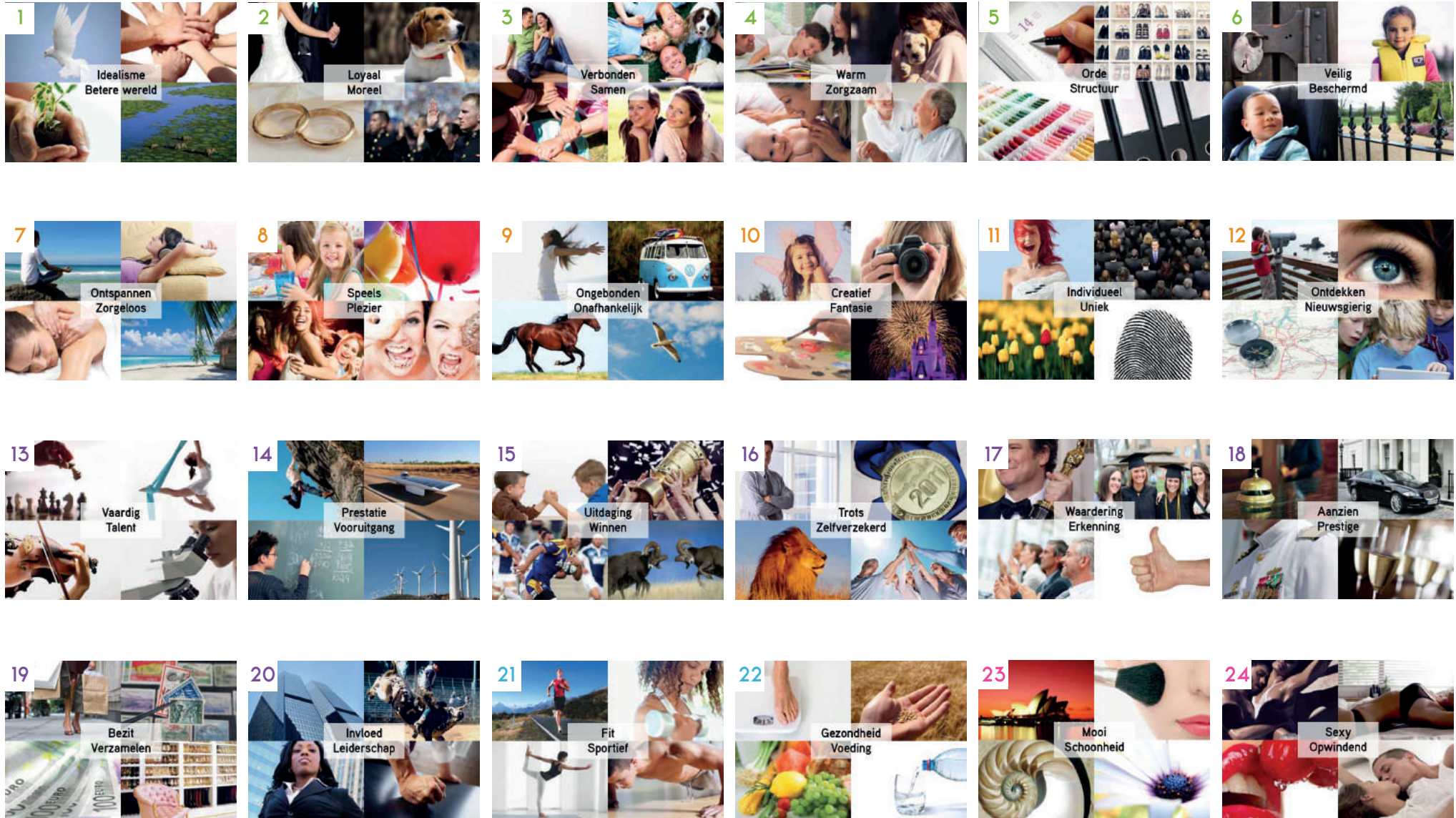
Omljnde cirkels hebben feitelijk impact
op aanbevelen met zekerheid > 90%



Verbeteren van 7 aspecten beïnvloedt het aanbevelen van de binnenstad van Zwolle



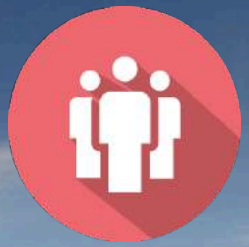
24 drijfveren die belangrijk zijn



Enjoy more marketing success!

III. 24 drijfveren

Burgerpanel



Prominente drijfveren in 2015:
Schoonheid, verbinding, veiligheid,
nieuwsgierigheid, structuur, trots.



Enjoy more marketing success!

De binnenstad van Zwolle is mooi, men werkt/ onderneemt samen en de binnenstad is veilig



- De respondenten vinden dat Zwolle een mooie historische binnenstad heeft. Voorbeelden zijn de Fundatie, Waanders en de grachten. De binnenstad heeft oude panden en gebouwen, met historie en architectuur.



- De respondenten vinden dat we gezamenlijk, met elkaar saamhorig zijn, betrokken bij activiteiten, evenementen en festivals. Dit creëert een goede sfeer. De wil om samen te werken is altijd groot geweest.



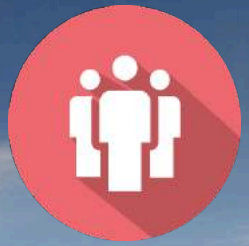
- De respondenten vinden dat de binnenstad veilig is. Er is veel politie aanwezig die onveilige zaken snel aanpakt. Criminaliteit is er weinig in de binnenstad. Dit zorgt voor een veilig gevoel en dit wordt als een goede basis gezien.



De binnenstad van Zwolle is netjes en overzichtelijk, je kunt nieuwe dingen ontdekken en de Zwollenaar is trots



- De respondenten vinden dat de binnenstad aantrekkelijk is. Er zijn nog steeds nieuwe dingen te ontdekken in de binnenstad. Men is nieuwsgierig. De musea dragen bij aan het ontdekken van de binnenstad van Zwolle. Telkens iets nieuws willen ontdekken in de binnenstad.
- De respondenten vinden dat de binnenstad overzichtelijk, duidelijk, netjes en goed geregeld is. Daarbij zijn er regels waar men zich aan moet houden om orde en structuur te creëren.
- De respondenten zijn trots op de binnenstad. Zij zien zichzelf als de trotse, zelfverzekerde Zwollenaar. Die dit ook durft uit te stralen. Hierbij helpt de historie in de binnenstad.



Gewenste verbeteringen



89 %

EETGELEGEN
HEDEN



82 %

HISTORIE
BEHOUDEN



80 %

CULTUUR
AANBOD



76 %

ACTIVITEITEN



68 %

UITGAAN

Top box: (helemaal) mee eens



65% van de respondenten heeft één van de onderstaande 8 tips gegeven

Burgerpanel



923 tips van burgerpanel

272 keer benoemd



SPECIALE
WINKELS

62 keer benoemd



LEEGSTAND
AANPAKKEN

50 keer benoemd



HISTORISCH
KARAKTER

48 keer benoemd



OPENINGS-
TIJDEN VRIJ

46 keer benoemd



MEER
HORECA

44 keer benoemd



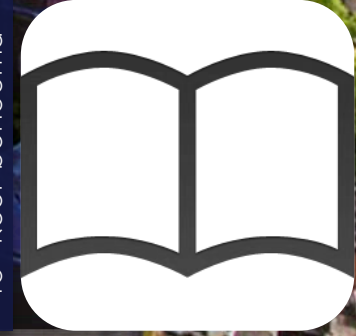
MEER
GROEN

43 keer benoemd



ONDERNEMERS
STEUNEN

40 keer benoemd



BIBLIOTHEEK
IN CENTRUM



Enjoy more marketing success!

IV. Conclusie

De Zwolse binnenstad wordt gekoppeld aan het winkelen en uitgaan, niet meteen aan wonen en werken. Volgens het panel zijn woningen te duur en is de bereikbaarheid niet optimaal. De binnenstad biedt goede eetgelegenheden en een goed cultuuraanbod. Wel mag er nog meer horeca komen. De inwoners geven aan dat Zwolle een mooie historische binnenstad heeft. Men voelt zich er verbonden en veilig. De inwoner is trots op de binnenstad.

