

De binnenstad van Zwolle anno 2030

Leeswijzer Poster

AlphaRainbow

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

Ir. Michiel van Beek
Februari 2016



Enjoy more marketing success!

De binnenstad van Zwolle anno 2030

Contouren van de historie vormen de fundatie voor een gelukkige toekomst

VISIE 2030

De taken die voor ons liggen

Talent ontwikkelen, blijven vernieuwen en promoten van wat Zwolle speciaal maakt

Borgen van verbinding, veiligheid, en de unieke historische waarden

A status is versterkt door significante indicatoren* uitstakend te maken

* Architectuur, historie, landschap, natuur, cultuur, economie, diversiteit, innovatie

Het historische karakter en de schoonheid van de binnenstad zijn prominent uitgesproken en zijn nationaal bekend

De binnenstad heeft zijn unieke aanbod gehandhaafd en is qua cultureel aanbod licht verbeterd

Samenwerking met de gemeente en regelgeving voor burgers en ondernemers is voldoende daardoor zij faciliteren en creëren kansen voor het welzijn

Zwollenaren voelen zich nog steeds zeer verbonden met elkaar en met de binnenstad en ontmoeten elkaar daar graag voor vertier, werk, inspiratie, ...

Creativiteit, plezier en het ontdekken van nieuwe dingen hebben ultiem gekregen in diverse projecten die bijdragen aan het bruisen van de stad

De logistieke functies zijn bijna volledig uit de binnenstad verdwenen

HET VERHAAL

Voor bewoners, bezoekers en ondernemers is de binnenstad een gezellige, gezonde, groene plek waar iedereen welkom is en zijn zijn trekken komt, plezier heeft, smelt, zoekt, cultuur beleeft, zijn brood verdient en steeds nieuwe dingen ontdekt. Dit komt door de unieke combinatie van de verbinding tussen mens en omgeving en met de stad de welgevoerde waarden, je durft uitdaging te wagen en de structuur om je te richten aan talenten te gebruiken en te ontwikkelen. Dit wordt verder gevoerd door de wil om samen, innovatie te ontwikkelen beter te presteren naar de toekomst. Dit vindt plaats in een unieke cultureel-historische door. Het ultieme doel dat we nastreven is allemaal geluk te beleven in de breedste zin van het woord.

De infrastructuur is sterk verbeterd en alle stadskernen zijn logisch verbonden en complementair, de bewoning is ruim voldoende

De binnenstad is bereikbaar en in 2015 en er is een verbod op gemotoriseerd vervoer, parkeren is geen issue meer

Zwollenaren voelen zich nog veiliger dan in 2015. Houtrijheid wordt niet getoetst

Het historische imago en bezoek is sterk verbeterd door gerichte promotie op cultuur, historie, winkelen, eten, uitgaan en veiligheid

Het aanbod van winkels is op relevante aspecten sterk verbeterd, aantrekkelijker en eigentijds

De binnenstad is nog bruisender met 600 extra bewoners die geprofileerd hebben van herbestemming van leegstaande panden

Voor meer informatie: www.zwolle.city



Enjoy more marketing success!



A-status is versterkt door significante factoren die geïdentificeerd zijn in het rapport 'De veerkrachtige binnenstad'

Het planbureau voor de leefomgeving heeft in juni 2015 een rapport uitgegeven onder de titel 'De veerkrachtige binnenstad'. In dit rapport werden de 52 grootste binnensteden van Nederland vergeleken. Er is een indeling gemaakt in 5 klassen: A tot en met E. Zwolle valt samen met 9 andere steden in klasse A. Dit houdt in dat deze binnensteden in bruisende en sterke omgeving liggen en beroemd zijn dankzij hun cultuurhistorie en sfeer. Deze liggen vaak binnen stedelijke regio's en hebben daarbij veel concurrenten. Het gaat er relatief goed qua demografie en economie en de sector- en winkelstructuur zijn relatief divers. Er wonen relatief veel studenten, weinig ouderen en veel kinderen: profiel van de binnenstad is jong. De leegstand van vastgoed vertoont een lage winkel- en kantorenleegstand. Aan de andere kant is de woningleegstand relatief hoog.

Het gaat in deze klasse om een strijd om de ruimte met behoud van eigen identiteit. Binnensteden uit klasse A zijn betrekkelijk vitaal en hebben gunstige vooruitzichten. Soms hebben deze binnensteden last van hun eigen succes, waardoor functies naar buiten moeten uitwijken. Dit moet uitgesloten worden.

Factoren zijn onder andere: dichtheid van rijksmonumenten, klanten potentie, banengroei, leegstand, winkeldiversiteit, aandeel kinderen/ouderen, etc.





Het historisch karakter en de schoonheid van de binnenstad zijn prominent uitgelicht en zijn nationaal bekend.

Volgens de inwoners en de experts blijkt dat de binnenstad van Zwolle een erg mooi historisch karakter heeft. Er wordt aangegeven dat dit is nog niet landelijk bekend is. Het toeristisch imago van Zwolle is nog laag. Bezoekers geven Zwolle qua toeristisch imago een 6,5. Het historisch karakter en de schoonheid van de binnenstad meer uitlichten kan helpen om dit imago te verhogen.

Experts geven aan dat de schoonheden van de Zwolse binnenstad het visitekaartje moet worden van Zwolle als stad. Onder deze schoonheden valt de gaaf bewaarde historische kern, de grachtengordel, de singelstructuur en de combinatie tussen oude en nieuwe gebouwen.

De inwoners van Zwolle gaven het historisch karakter van de binnenstad van Zwolle een 8,2 als gemiddeld cijfer. De stad moet streven naar een 8,4 in 2030. Dit door middel van het uitlichten van de historie in de binnenstad en het nationaal bekend maken van de Zwolse binnenstad als mooie historische kern.





De binnenstad heeft zijn culinaire aanbod gehandhaafd en is qua cultureel aanbod licht verbeterd



De binnenstad van Zwolle staat onder de inwoners bekend als een plek waar je komt om te eten en drinken. De verwachting is dat dit in de toekomst niet zal veranderen. De binnenstad zal altijd een plek zijn waar mensen bij elkaar komen om te eten en drinken. De inwoners zijn tevreden over het culinaire aanbod in de binnenstad. Het culturele aanbod wordt over het algemeen positief beoordeeld. Toch kan dit verbeterd worden. Bekende culturele 'hotspots' in de binnenstad van Zwolle zijn De Fundatie, De spiegel, Stadsmuseum Zwolle, Odeon en Waanders in de Broeren. De inwoners geven aan dat er bijvoorbeeld meer cultuur in de binnenstad gecreëerd moet worden. Het cultuuraanbod moet behouden, maar ook uitgebreid worden.

Ouderen zijn over het algemeen tevredener over het cultuuraanbod dan jongeren.

2015 2030

8,2

8,2

Het culinaire aanbod moet worden gehandhaafd zodat ook in 2030 het aanbod een 8,2 scoort.

Het cultuuraanbod moet in 2030 gemiddeld hoger scoren dan in 2015. Bijvoorbeeld door middel van het creëren van "jonger" cultuuraanbod.

2015

2030

7,8

8,0



Enjoy more marketing success!



Samenwerking met de gemeente en regelgeving voor burgers en ondernemers is voldoende doordat zij faciliteert en creatief kijkt hoe het wel kan!



De experts van Zwolle geven aan dat de gemeente alles goed geregeld wil hebben in de binnenstad. Vergunningen zijn soms lastig te krijgen. Orde en Structuur is erg aanwezig in de binnenstad. Inwoners moeten meer betrokken worden bij besluitvorming. Zo kan er creatief gekeken worden naar hoe het wel kan. Volgens de ondernemers mag de regelgeving voor ondernemers soepeler. Zo geven de ondernemers aan dat de samenwerking tussen ondernemer en gemeente verbeterd moet worden. Ondernemers hebben behoefte aan goed contact met de gemeente en ze willen graag gehoord worden door de gemeente. De huidige regelgeving draagt volgens de ondernemers onvoldoende bij aan het ondernemersklimaat van de Zwolse binnenstad. Daarom is versoepeling van regelgeving gewenst.

2015 2030

5,3

6,0

Samenwerking tussen gemeente en ondernemers/burgers moet van een 5,3 naar een voldoende: 6,0

Versoepeling in de regelgeving en hier creatief naar kijken kan verbeterd worden. Van een 5,0 naar een 6,0 in 2030.

2015 2030

5,0

6,0



Enjoy more marketing success!



Zwollenaren voelen zich nog steeds zeer verbonden met elkaar en met de binnenstad en ontmoeten elkaar daar graag voor vertier, werk, inspiratie...

Aan de inwoners en aan de experts van Zwolle is de vraag gesteld welke drijfveren zij passend vinden bij de binnenstad van Zwolle. Een grote meerderheid heeft Verbonden & Samen gekozen. De Zwollenaar voelt zich verbonden met de binnenstad. De Zwollenaar voelt zich er thuis. Er is niet alleen verbondenheid met de binnenstad, maar ook met de andere inwoners. 'In Zwolle wordt er nog naar elkaar omgekeken'. Er wordt aangegeven dat de inwoners met de samenleving naar de toekomst willen.

Er kan gezegd worden dat verbonden en samen een kernwaarde is van de binnenstad van Zwolle. In 2030 moet dit gevoel nog steeds sterk aanwezig zijn. De experts geven aan dat het belangrijk is niemand uit te sluiten. Volgens de experts is verbinding een basisvoorwaarde voor ontwikkeling van de Zwolse aanpak. Dit alles om dus met elkaar samen te komen in de binnenstad voor vertier, werk, inspiratie, etc.

"Verbinding zit in het DNA van Zwolle."





Creativiteit, plezier en het ontdekken van nieuwe dingen hebben uiting gekregen in diverse projecten die bijdragen aan het bruisen van de stad.

Vanuit het burgerpanel is er aangegeven dat de binnenstad zich meer mag gaan focussen op creativiteit en beleving. Dit wordt op dit moment gemist. Creativiteit en plezier stimuleren is volgens de inwoners erg belangrijk. Zwolle moet zich gaan onderscheiden door creatieve en fantasievolle ideeën die de inwoners, in samenwerking met de gemeente, bedenken. De stad moet creatief in de picture komen te staan. Durf en lef zijn daarbij belangrijk. Volgens de experts is de binnenstad uitdagend en vernieuwend, deze dynamiek moet gaan zorgen voor meer mogelijkheden.

Zwolle moet buiten de kaders gaan denken, dit geeft nieuwe impulsen. Creativiteit en fantasie zijn belangrijke ingrediënten voor vernieuwing, verbetering, innovatie en ondernemerschap. Als de creativiteit, het plezier en het willen ontdekken meer uiting krijgen in de projecten richting 2030 zal dit de binnenstad van Zwolle een boost geven en zal dit bijdragen aan het bruisender maken van de binnenstad van Zwolle in 2030.





De logistieke functies zijn bijna volledig uit de binnenstad verdwenen.

Door de experts wordt verwacht dat de Zwolse winkelstraat richting 2030 meer een showroom functie krijgt. Consumenten kopen steeds meer via webwinkels, maar goede onderscheidende winkels blijven bestaan. Wel wordt door de experts verwacht dat een groot deel van de logistieke functies uit de binnenstad verdwijnen. De logistiek zal zelf veranderen, zijn het nu nog voornamelijk vrachtwagens en busjes, zou dit in 2030 wel een alternatief vervoermiddel kunnen zijn. Ook verwachten de experts dat automatisering een steeds grotere rol gaat spelen met betrekking op de logistieke functie in de binnenstad. De logistieke functie zal niet compleet verdwijnen. Door de aanwezige horeca zal er altijd eten en drinken naar de binnenstad vervoerd moeten worden.

Op de poster valt te zien dat in 2015 de logistieke functie op 100 is gezet. Het streven is om de logistieke functies met 80 procent te verlagen naar 20. Dit door de technologie die helpt om logistieke processen te optimaliseren of dat winkels meer showroom worden en consumenten dus niet meer fysiek kopen in de binnenstad.

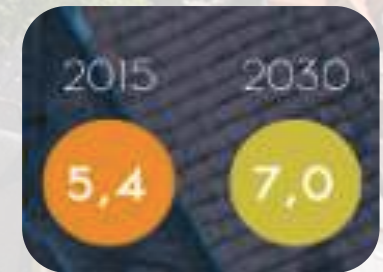




De infrastructuur is sterk verbeterd en alle stadsgebieden zijn logisch verbonden en complementair, de bewegwijzering is ruim voldoende.

Volgens de ondernemers is de bewegwijzering onder de maat. Dit blijkt ook uit het cijfer. Een 5,4. De bewegwijzering naar een centraal punt (informatiepunt) of naar de unieke locaties in de binnenstad moeten worden verbeterd. Daarnaast is het belangrijk dat de stadsgebieden logisch worden verbonden met elkaar. Dit kan door middel van een goede bewegwijzering. De stadsdelen kunnen ook logisch en complementair zijn als er bijvoorbeeld wordt gewerkt met licht. Het uitlichten van looproutes kan er voor zorgen dat de stadsgebieden aan elkaar verbonden worden en daarnaast kan het de bewegwijzering bevorderen.

De bewegwijzering scoort op dit moment een gemiddelde van een 5,4. Het is haalbaar om voor 2030 de bewegwijzering te verbeteren. Daarom zou dit in 2030 gemiddeld een 7,0 moeten krijgen.

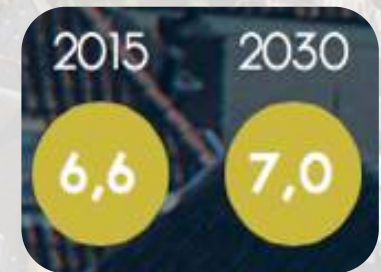




De binnenstad is bereikbaarder dan in 2015 en er is een verbod op gemotoriseerd vervoer, parkeren is geen issue meer.

Inwoners geven aan dat de bereikbaarheid van en naar de binnenstad niet optimaal is. Wat er op dit moment wordt gemist is bijvoorbeeld een pendelbus naar de binnenstad en een P+R. Ook geven inwoners aan dat het lastig is dat er geen bus meer op de melkmarkt komt. Bij de ondernemers en de inwoners wordt er aangegeven dat het parkeren om dit moment te duur is. Er wordt uitgegaan van het idee dat in 2030 parkeren geen issue meer is. Dit omdat we andere vervoersmiddelen hebben of de bereikbaarheid optimaal is zodat parkeren geen probleem is. Wel wordt aangegeven dat het lastig is om met het openbaar vervoer bij de binnenstad te komen. Dit moet verbeterd worden om de bereikbaarheid van de binnenstad te vergroten. Voor 2030 is een verbod op gemotoriseerd vervoer in de binnenstad een doel, bij betere bereikbaarheid. Jongeren zijn significant tevredener over de bereikbaarheid.

Het gemiddelde cijfer dat wordt gegeven aan de bereikbaarheid van de binnenstad van Zwolle is een 6,6. Het doel is om dit gemiddelde cijfer naar een 7,0 te krijgen in 2030 en dus de bereikbaarheid naar de binnenstad te verbeteren.





Zwollenaren voelen zich nog veiliger dan in 2015. Hufterigheid wordt niet getolereerd.

Veiligheid wordt door de inwoners als nummer één drijfveer gezien voor 2030. De inwoners geven aan dat er belangrijke zaken voortkomen uit veiligheid. Kinderen moeten volgens de inwoners altijd veilig over straat kunnen in de binnenstad en zich daarbij ook veilig voelen. Ondernemers geven aan dat er in de binnenstad meer incidenten gebeuren in vergelijking met andere wijken. De experts geven aan dat de binnenstad een dorps gevoel geeft, daarbij dus een veilig gevoel. Er heerst sociale controle. Hieruit blijkt dus dat de Zwollenaar veiligheid voelt en dit ook belangrijk vindt. Daarom moet hufterigheid niet getolereerd worden en dit moet ook worden aangepakt. Dit om te zorgen dat men zich ook in 2030 veilig voelt in de Zwolse binnenstad.

Mannen voelen zich significant veiliger dan vrouwen. Ook jongeren voelen zich veiliger dan ouderen.

Het cijfer dat gemiddeld wordt gegeven aan de veiligheid is een 7,1. Men voelt zich over het algemeen veilig in de binnenstad in Zwolle. In 2030 moet dit gemiddelde cijfer een 7,5 zijn.





Het toeristisch imago en bezoek is sterk verbeterd door gerichte promotie op cultuur, historie, winkelen, eten, uitgaan en veiligheid.

Uit een onderzoek van NBTC-NIPO-LAGROUP genaamd het 'Toeristisch imago onderzoek' uit 2014 blijkt dat Zwolle op positie 11 van de 12 onderzochte steden staat. 56 procent van de ondervraagden is zeer positief over de binnenstad van Zwolle. 18 procent van de ondervraagden vindt dat de Zwolle niet aantrekkelijk is voor een bezoek. In dit onderzoek is gekeken naar verschillende sfeer- en productaspecten zoals historie, bruisend, veilig, schoon, groen, cultuur, horeca en spontane associaties bij Zwolle. Nadat alles was vergeleken met de andere 11 steden bleek dat Zwolle op plek 11 van de 12 staat. Alleen Dordrecht staat onder Zwolle.

Op dit moment staat Zwolle op plek 11 van de 12 onderzochte steden in het 'Toeristisch imago onderzoek'. Door te werken aan de verschillende sfeer- en productaspecten en deze terug te laten komen in de projecten om de visie te verwezenlijken, is het streven om plek 8 te behalen als er in 2030 een nieuw 'Toeristisch imago onderzoek' wordt uitgevoerd.



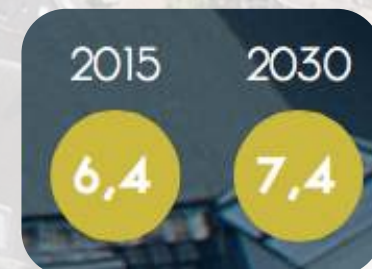


Het aanbod van winkels is op relevante aspecten sterk verbeterd, aantrekkelijker en eigentijds.

Inwoners van Zwolle geven aan dat anno 2015 de binnenstad van Zwolle een matig winkelaanbod heeft. Meer winkel diversiteit is gewenst. Vooral specialistische winkeltjes worden gemist. Ook wordt aangegeven dat de grote winkelketens niet allemaal in de binnenstad gevestigd moeten worden. Vanuit de experts wordt een verandering in het winkelen voorspeld en dus ook in het winkelaanbod. Zo wordt er verwacht dat de fysieke retail verandert naar conceptstores, speciaalzaken en ambacht. Ook dat er naast het winkelen cultuuropvulling is in de fysieke retail. Omdat veel online te koop is zullen consumenten naar de binnenstad komen om het product dat niet online te koop is in de speciaalzaak te kopen.

Inwoners die tevredener zijn over de winkels in de binnenstad van Zwolle zijn meer bereid om de binnenstad van Zwolle aan een vriend of kennis aan te raden als plaats om te bezoeken

Het cijfer dat gemiddeld wordt gegeven aan het winkelaanbod van de binnenstad van Zwolle is een 6,4. Het streven is om in 2030 het winkelaanbod op relevante aspecten te verbeteren, aantrekkelijker te maken en eigentijds te maken.

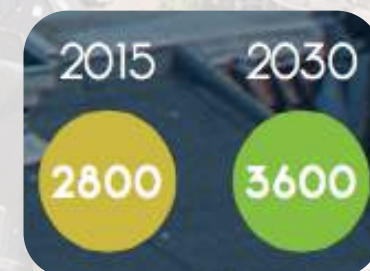




De binnenstad is nog bruisender met 800 extra bewoners die geprofiteerd hebben van herbestemming van leegstaande panden.

In 2015 heeft de binnenstad van Zwolle 2800 inwoners. Er wordt aangegeven dat de binnenstad wel wat extra inwoners kan gebruiken. De binnenstad moet een grotere woonfunctie krijgen. De inwoners geven aan dat woningen in de binnenstad meestal te duur zijn. Dit is meestal de reden om niet in de binnenstad te gaan wonen. De experts geven aan dat er meer jongeren in de binnenstad mogen wonen en verwachten dat er meer ouderen in de binnenstad gaan wonen. Door het creëren van extra woonruimte wordt op de eerste plek de woonfunctie van de Zwolse binnenstad vergroot, op de tweede plek zorg je door het vergroten van de woonfunctie voor een bruisendere binnenstad, omdat er meer mensen wonen. Op de derde plek is het opvullen van de leegstaande panden met woningen een optie. Zo zal de toenemende leegstand afnemen en zullen er meer mensen in de Zwolse binnenstad wonen.

Het streven is om in de periode tussen 2015 en 2030 te zorgen voor 800 extra bewoners in de Zwolse binnenstad.





Voor meer informatie:
www.Zwolle.city



Enjoy more marketing success!