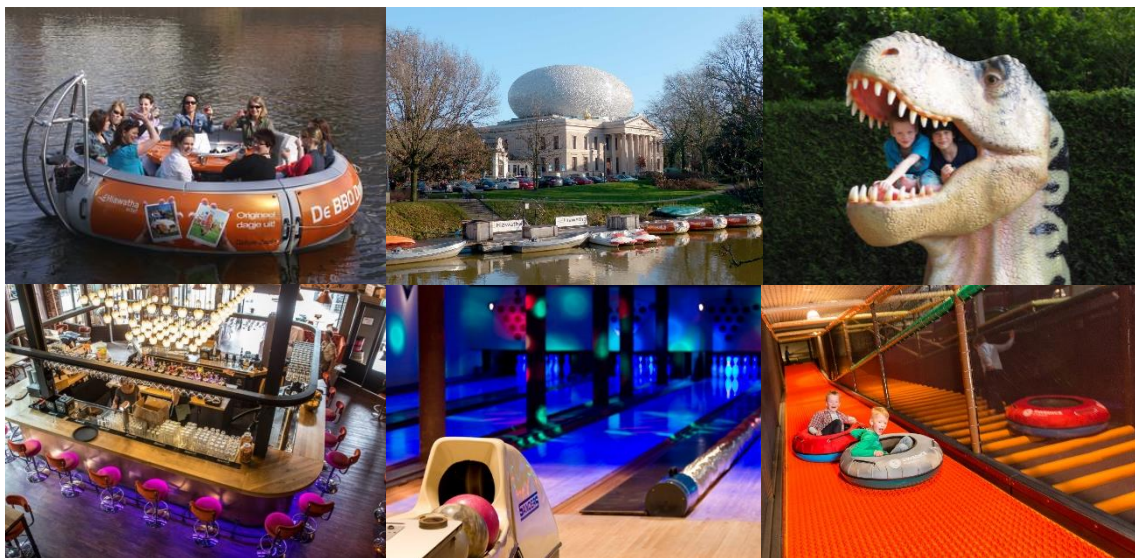


Actualisering en evaluatie leisurebeleid gemeente Zwolle



Rapportage in opdracht van de gemeente Zwolle

Maart 2017

Projectnummer: 16.053

ZKA Consultants
Biesbosweg 16c
5145 PZ Waalwijk
Tel. 088-2100250
e-mail: info@zka.nl
www.zka.nl

INHOUDSOPGAVE

1.	INLEIDING: BEHOEFTE AAN ACTUALISERING EN EVALUATIE	4
1.1.	Aanleiding	4
1.2.	Vraagstelling	4
1.3.	Opzet/hoofstukindeling	5
2.	TERUGBLIK: WAT IS ER GEREALISEERD EN WAT LEVERDE DIT OP?	6
2.1.	Inleiding	6
2.2.	Beschrijving en karakterisering nieuw ontwikkeld aanbod	6
2.3.	Bezoekersaantallen en bestedingsprofielen	9
2.4.	Raming economische impact incl. vergelijking doelstelling 2011	10
3.	NAAR EEN COMPLEET, UITGEBALANCEERD LEISURE-AANBOD IN 2025	12
3.1.	Inleiding	12
3.2.	Terugblik per type leisure	12
3.3.	Referentie benchmarksteden	17
3.4.	Marktbereik vanuit regionaal en toeristisch perspectief	19
4.	TRENDS EN ONTWIKKELINGEN; WAT IS DE IMPACT OP LEISURE?	21
4.1.	Inleiding	21
4.2.	Introductie: 'Verschuivende panelen'	21
4.3.	Trends	22
4.4.	Consequenties voor leisure	24
5.	LOCATIEBELEID: ONGEWIJZIGD VOORTZETTEN OF WIJZIGEN?	26
5.1.	Inleiding	26
5.2.	Toets locatiebeleid Zwolle	26
5.3.	Uitbreidingsmogelijkheden leisure komende jaren	28
5.4.	Benchmark locatiebeleid	30
6.	AANSLUITING BELEIDSLIJNEN LEISURE OP 'VERHAAL VAN ZWOLLE'	32
6.1.	Inleiding	32
6.2.	Schets beleidslijnen uit beleidskader 2011	32
6.3.	Toets leisurebeleid aan 'Verhaal van Zwolle'	33
6.4.	Suggesties voor aanvullingen/aanscherpingen	33

7.	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	35
7.1.	Conclusies	35
7.2.	Aanbevelingen	35

1. INLEIDING: BEHOEFTE AAN ACTUALISERING EN EVALUATIE

1.1. Aanleiding

In 2010 is door ZKA de rapportage 'Zwolle, historische stad met smaak en dynamiek; ontmoeten, ontspannen, beleven' opgeleverd. Deze vormde één van de bouwstenen voor de gemeentelijke beleidsnota 'Zwolle, een belevenis!!', beleidskader commerciële vrijetijdsvoorzieningen' in 2011 waarin een aantal doelstellingen en strategische beleidslijnen is geformuleerd voor de periode tot 2025. Hierin werd qua aanpak gekozen voor het scenario 'Zwolse visie trekt...'. Deze aanpak is anno 2017 nog steeds leidend.

Toen is vastgelegd om halverwege de periode de voortgang te evalueren en het beleid te actualiseren; het ligt in de bedoeling dit in 2017 te gaan doen. Ter voorbereiding hiervan is ZKA door de gemeente gevraagd een analyse uit te voeren met zowel een terugblik (Wat is bereikt? Waar staan we nu?) alsook vooruit te kijken wat de perspectieven zijn voor de komende jaren en wat dit betekent voor het ingezette beleid. Deze rapportage vormt hiervan het resultaat.

1.2. Vraagstelling

Uitgangspunt is in beginsel het vasthouden aan de aanpak "Zwolse Visie trekt..." en de bijbehorende ambities en doelstellingen. Uitgaande van dit ambitieniveau is gevraagd het volgende in kaart te brengen:

1. Het effect van de komst van nieuwe leisure bedrijvigheid op het omzet-potentieel en de werkgelegenheid in Zwolle voor de periode 2010-2016;
2. In hoeverre Zwolle inmiddels een inhaalslag heeft gemaakt met het leisure aanbod en waar Zwolle aan moet denken als het gaat om verdere toevoeging van leisure om te komen tot een uitgebalanceerd aanbod passend bij een stad van deze omvang (incl. de groei van de stad tot 2025) en verzorgingsniveau;
3. Trends en ontwikkelingen in de leisuresector inclusief de factoren in de externe omgeving die hieraan ten grondslag liggen;
4. Wat het effect is van de trends onder 3. op de leisuresector. Waar hebben leisureondernemers behoefte aan? Subvragen die hierbij beantwoord moeten worden ten aanzien van het locatiebeleid zijn:
 - De uitgangspunten in het huidige locatiebeleid: zijn deze gewijzigd op basis van de onderscheiden trends en ontwikkelingen of gelden deze onverminderd?
 - Is het goed om weer leisurelocaties vast te stellen om deze gastvrij aan te kunnen bieden? Of is een maatwerkoplossing beter? Hoe actief moet Zwolle als gemeente hierbij zijn?
 - Voorheen zijn gebieden aangewezen langs ringwegen. Is dit nog steeds de vraag of moet bijv. meer in recreatieve routes worden gedacht?
 - Hoe moeten we omgaan met de gedachte van clustering van leisurebedrijven versus het ontstaan van mix-gebieden gecombineerd met andere functies in de stad (relatie omgevingsvisie)?

- Hoe ziet de vraag naar soort locaties eruit (binnenstad, geclusterd leisuregebied, bedrijventerrein, leegstaande panden, buitengebied, routes)? Is eigendom door gemeente van doorslaggevend belang voor het succes?
5. Zwolle profileert zich met “Het verhaal van Zwolle”. Drie lijnen zijn hierbij van belang die in ieder beleidsveld tot uiting moeten komen en dus ook in de leisure: Levendige binnenstad (Hanze met een belangrijke oorsprong in het water), Samenwerking (sterke economie) en excellent onderwijs. Vormen de geformuleerde strategische beleidslijnen in het beleidskader commerciële vrijetijdsvoorzieningen uit 2011 voldoende vertaling voor ‘Het verhaal van Zwolle’? Liggen er specifieke kansen in deze profilering en zijn er nog aanvullingen/aanscherpingen denkbaar?

1.3. Opzet/hoofstukindeling

Na dit inleidende hoofdstuk is de rapportage verder als volgt opgebouwd:

- Eerst blikken we terug op het gerealiseerde leisure aanbod sinds 2010 en de economische impact hiervan, inclusief een blik op de tussentijdse stand van zaken wat betreft de gestelde kwantitatieve doelstellingen voor 2025 (hoofdstuk 2);
- Vervolgens gaan we in op de samenstelling van het leisure aanbod, waarbij we kijken naar de marktruimte en -bereik. Tevens wordt het aanbod van Zwolle in een benchmark vergeleken met Apeldoorn en Amersfoort (hoofdstuk 3);
- Daarna gaan we dieper in op de belangrijkste trends en ontwikkelingen waar Zwolle mee te maken heeft en de impact hiervan op de leisuremarkt (hoofdstuk 4);
- Mede gebaseerd hierop volgt een analyse van en advies over het locatiebeleid (hoofdstuk 5) en
- Wordt er gekeken naar hoe het voorgaande aansluit op het positioneringsbeleid vanuit het ‘verhaal van Zwolle’ (hoofdstuk 6);
- We sluiten af met conclusies en aanbevelingen (hoofdstuk 7).

2. TERUGBLIK: WAT IS ER GEREALISEERD EN WAT LEVERDE DIT OP?

2.1. Inleiding

In dit hoofdstuk komt aan de orde op welke wijze het commerciële leisure aanbod in de gemeente Zwolle sinds 2011 is veranderd. Het gaat daarbij met name om nieuwe accommodaties die tussen 2011 en 2017 zijn geopend of nog in de eerste helft 2017 zeker zullen worden geopend en een correctie voor enkele accommodaties die gesloten zijn (het overzicht hiervoor is door de gemeente Zwolle aangeleverd en is de stand van zaken 4^e kwartaal 2016). In 2.2. komt het overzicht van het nieuwe aanbod aan de orde en wordt duidelijk welk type leisure zich met name in Zwolle heeft gevestigd. In 2.3. worden aan de hand van deskresearch en aanvullende telefonische checks de bezoekersaantallen van het aanbod geraamd en worden hier bestedingsprofielen aan gekoppeld. Dat leidt tot een raming van de extra jaarlijkse bestedingen die de nieuwe leisure in Zwolle oplevert, uitgedrukt in zowel bestedingen als werkgelegenheid. Deze economische impact wordt dan vergeleken met de groei-doelstelling die de gemeente Zwolle in 2011 heeft gesteld voor de toekomstige economische omvang van de leisure (2.4.).

2.2. Beschrijving en karakterisering nieuw ontwikkeld aanbod

In deze paragraaf geven we het overzicht van het nieuwe leisure-aanbod, daarbij geduid aan de hand van de leisure-typologie die ZKA voor dagtoerisme hanteert en die overeenstemt met onze indeling uit de rapportage uit 2010. Dit standaard overzicht is in onderstaande tabel weergegeven:

Tabel 2.1 **Typering leisurefuncties**

A. Urban Entertainment: <ul style="list-style-type: none">• Bioscoop• Bowling• Lasergame/Paintball• Karting	D. Attractions & parks: <ul style="list-style-type: none">• Attractie- of themapark (incl. dierentuin)• Sciencecenter/museum
B. Family Entertainment: <ul style="list-style-type: none">• Indoor speeltuin/attractie	E. Conference, events & exhibitions: <ul style="list-style-type: none">• Zalen-/congrescentrum• Evenementenhal
C. Night Entertainment: <ul style="list-style-type: none">• Casino/amusements-/ gamingcentrum• Popmuziekcentrum• Dansschool• Discotheek	F. Sport, health & Adventure: <ul style="list-style-type: none">• Fitness• Sauna/wellnesscentrum• Klimhal• Indoor skihal/IJbaan• Outdoorcentrum (incl. watervermaak)
	G. Catering & restaurants: <ul style="list-style-type: none">• Horeca/partycentrum (mits bijzondere formules)

Het nieuwe leisure aanbod is met name toegenomen in de categorieën A. Urban entertainment, B. family entertainment en F. sport, health & adventure, zoals blijkt uit het overzicht op de volgende pagina. Op de daarop volgende pagina is de kaart weergegeven met de locaties van de nieuwe accommodaties. Verder blijkt uit onze analyses dat fitnesscentrum IZI in het centrum van Zwolle medio 2011 is gesloten en in 2016 ook Fitnesscentrum Wellness.

Tabel 2.2 **Typering leisurefuncties**

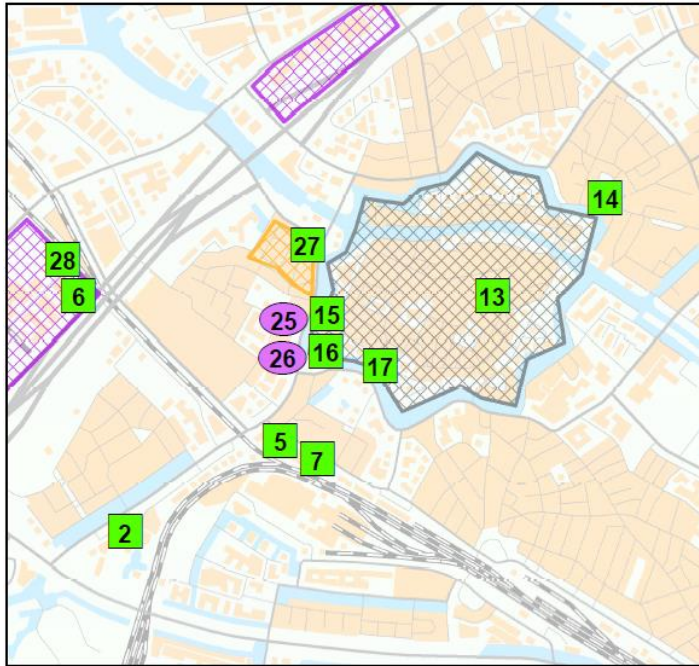
Categorie	Nieuw aanbod leisure	Datum opening (indien bekend)
A. Urban Entertainment:		
• Bioscoop	Nieuwe Pathé bioscoop met 630 extra stoelen (en hogere bezetting) ten opzichte van de gesloten Pathé bioscoop	2016
• Bowling	Bowlen en Zo	2017
• Lasergame/Paintball/Karting etc.	<i>Ongewijzigd</i>	
B. Family Entertainment:		
• Indoor speeltuin/attractie	Monkeytown	2017
	Djambo Kidsplay	2013
	Dinoland	2016
C. Night Entertainment:		
• Casino/amusements-/ gamingcentrum	<i>Ongewijzigd</i>	
• Popmuziekcentrum/dansschool/discotheek	<i>Hedon breidt 1 zaal uit en opent 1 nieuwe zaal</i>	
D. Attractions & parks:		
• Attractie, attractiepark- of themapark	The Great Escape	2014
	AKA escaperoom	2016
• Sciencecenter/museum	Spelcomputermuseum (tijdelijk)	2016
E. Conference, events & exhibitions:		
• Zalen-/congrescentrum	<i>Ongewijzigd¹</i>	
• Evenementenhal	<i>Ongewijzigd</i>	
F. Sport, health & Adventure:		
• Fitness	Profit Gym (2x)	2015/2016
	Cross Fit (2x)	
	Fit For Free	2016
	<i>IZI Fitness en Fitnesscentrum Wellness (gesloten)</i>	2011/2016
	LotusZen Yoga en sport	2017
• Sauna/wellnesscentrum	<i>Sauna Swoll is gerenoveerd</i>	
• Klimhal	<i>Uitbreiding met buitenmuur²</i>	
• Sportcampus Pelikaan	<i>Indoorsoccer/groepsuitjes³</i>	2013
• Indoor skihal/IJbaan	<i>Ongewijzigd</i>	
• Golfbaan	Golfbaan Harkulosche Esch	2014
• Trampoline park	Rebound World	2016
• Outdoor (incl. watervermaak)	Rondvaart Zwolle	
	Bootje Huren Zwolle	
	Hiawatha Zwolle	2016
	Buitensport Zwolle	
	Ontdek en doe kanovaren	
	1 kanoverhuurbedrijf	2017
	1 bootverhuurbedrijf	2017
	Waterskibaan en outdoor Wythmenerplas	2015
G. Catering & restaurants:		
• Horeca/partycentrum	<i>Ongewijzigd</i>	
• Overig	De kookstudio van Zwolle	2012
H. Overig		
	Werkplaats 13 (workshops)	

¹ Wel is van der Valk erbij gekomen, maar dit is primair verblijf en zakelijk en valt derhalve buiten deze indeling.

² Niet vermeld op de lijst met uitbreidingen.

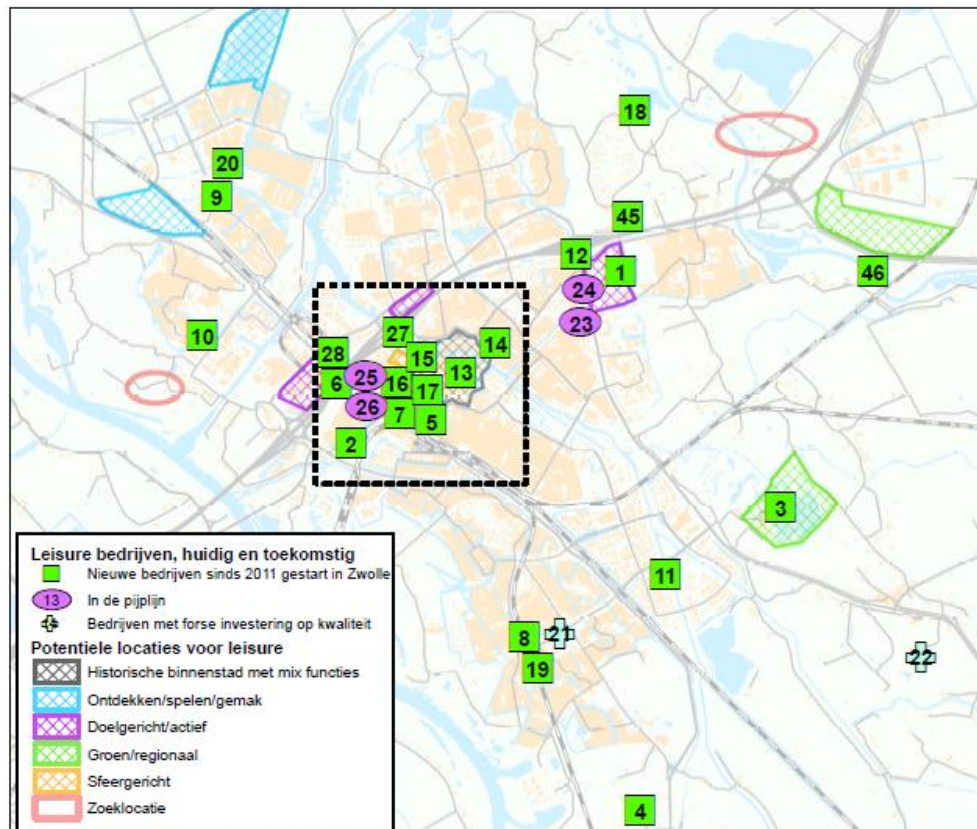
³ Excl. verhuur groepsaccommodatie.

Kaartbeelden Zwolle totaal & Binnenstad en omgeving



Leisure bedrijven

- 1, Djambo kidsplay
- 2, Dinoland (komen nog 300 bedden bij)
- 3, Waterskibaan en outdoor
- 4, Golfbaan Harkulosche Esch
- 5, The Great Escape
- 6, AKA escaperoom
- 7, Spelcomputermuseum
- 8, Profit Gym
- 9, Profit Gym
- 10, Cross fit
- 11, Cross fit
- 12, Fit for free
- 13, Werkplaats 13 workshops
- 14, De kookstudio van Zwolle
- 15, Rondvaart Zwolle
- 16, Bootje Huren Zwolle
- 17, Hiawatha nieuwe optimale plek
- 18, Outdoor Zwolle (incl suppen stadsgracht)
- 19, Ontdek en Doe / kanovaren in Zwolle Zuid
- 20, LotusZen Yoga en sport
- 21, Yosemite
- 22, Sauna Swoll
- 23, Bowlen en Zo (januari)
- 24, Rebound World (december)
- 25, Nog een bootjes verhuur bedrijf.
- 26, Nog een kanoverhuurbedrijf
- 27, Nieuwe Bioscoop Pathe
- 28, Monkey town
- 45, Sportcampus De Pelikaan
- 46, Hiawatha bootjes verhuur



2.3. Bezoekersaantallen en bestedingsprofielen

Bezoekersaantallen

Aan de hand van deskresearch, ervaring en checks bij ondernemers is een raming gemaakt van de verwachte bezoekersaantallen van de leisure die aan het aanbod is toegevoegd. Daarbij is het bezoekersaantal berekend per jaar, al geldt voor sommige accommodaties dat ze pas in de loop van 2016 zijn geopend en nog geen volledig exploitatiejaar hebben afgerond.

Ook zijn alle nieuwe plannen in de pijplijn voor 2017 meegenomen in het bezoek. Raming van extra bezoek door uitbreiding van kwaliteit is niet meegenomen in de berekening. De raming van de bezoekersaantallen kan als indicatie voor het jaar 2017 worden beschouwd en is op deze manier ook geschikt als ijkpunt voor de vergelijking met de door de gemeente Zwolle geformuleerde groei-doelstelling. We groeperen de bezoekersaantallen per categorie, om te veel focus op individuele bedrijven te voorkomen. We komen dan op een geschat extra aantal leisurebezoeken ten opzichte van 2010 van circa 870.000, waar circa 80.000 bezoeken zijn verdwenen voor IZI Fitness. Dan is het saldo voor Zwolle circa 790.000 extra bezoeken als gevolg van nieuwe leisure.

Tabel 2.3. Geschat jaarlijks extra bezoekersaantal door nieuwe leisure, inclusief bestedingsprofiel

Categorie	Nieuw aanbod leisure	Bezoekersaantal totaal (raming)	Bestedingen per bezoek p.p. (gemiddeld)
Urban Entertainment:	Nieuwe Pathé bioscoop met 630 extra stoelen ten opzichte van de gesloten Pathé bioscoop (+betere bezetting), Bowlen en Zo	308.700	€ 17,90
Family Entertainment:	Monkeytown, Djambo Kidsplay, Dinoland	250.000 ⁴	€ 15,50
Attractions & parks:	The Great Escape, AKA Escaperoom, Spelcomputermuseum	24.000	€ 26,10
Sport, health & Adventure	Profit Gym (2x), Cross Fit (2x), Fit for Free, LotusZen Yoga en Sport, Pelikaan, <i>sluizing 2 fitnesscentra</i>	181.000-/- 80.000=101.000	€ 12,70
	Golfbaan Harkulosche Esch	35.000	€ 48,00
	Rebound World (trampolinepark), Rondvaart Zwolle, Bootje huren Zwolle, Hiawatha Zwolle, Buitensport Zwolle, Ontdek en doe kanovaren, Waterskibaan en outdoor Wythmenerplas, 1 kanoverhuurbedrijf, 1 rondvaartbedrijf, 1 bootverhuurbedrijf	64.250	€ 20,00
Overig	De kookstudio van Zwolle Werkplaats 13 workshops	6.000	€ 45,00
Totaal		789.000	€ 17,85

De grootste toename in bezoekersaantal is te zien in het bioscoopbezoek en family-entertainment, zoals blijkt uit de tabel. Voor het bioscoopbezoek bij Pathé geldt zowel een toename van bezoekers door

⁴ Voor Dinoland is voor de bezoekersaantallen uitgegaan van de prognose voor 2017, deze is hoger dan de voorzichtige prognose voor 2016.

uitbreiding van de capaciteit als door een betere bezetting van het 'bestaande' aantal bioscoopstoelen dat men al had.

Bestedingsprofielen

De bestedingsprofielen zijn geraamd aan de hand van het ContinuVrijeTijdsonderzoek (NBTC NIPO Research, 2016), het Impactmodel Vrijetijdssector van ZKA en deskresearch naar entreprijzen van de leisure aanbieders. De bestedingen worden onderscheiden naar horeca, detailhandel, entree en vervoer, (waaronder ook parkeren). Dat betekent de dat de bestedingen verder reiken dan de omzet van de leisure ondernemers en dat er ook bestedingen in de horeca, detailhandel elders en in vervoer/bij parkings terechtkomen. Gemiddeld wordt er door de bezoekers van de nieuwe of uitgebreide accommodaties € 17,85 per bezoek besteed, waarvan gemiddeld tenminste de helft (€ 8,50) in de accommodaties zelf terecht komt. Dat brengt een extra economische impact met zich mee van ruim € 14 miljoen leisurebestedingen per jaar, zoals duidelijk wordt uit tabel 2.4.

2.4. Raming economische impact incl. vergelijking doelstelling 2011

De totale extra leisurebestedingen als gevolg van de nieuwe leisure accommodaties bedragen ruim € 14 miljoen per jaar (inclusief BTW). Deze bestedingen zijn opgebouwd uit de entreprijzen/huurprijzen die voor de activiteiten in het dagtoerisme worden betaald, maar ook uitgaven aan horeca (zowel in als buiten de accommodatie), detailhandel/merchandise en uitgaven aan openbaar vervoer aan parkeren. De bestedingen zijn dus hoger dan de omzet van de accommodaties. Deze indeling van bestedingen komt overeen met het Impactmodel Vrijetijdssector, dat ZKA ook in de eerste rapportage over het leisurebeleid in Zwolle heeft gebruikt.

Tabel 2.4. Geschat jaarlijkse extra bestedingen door nieuwe leisure accommodaties (per jaar)		
Categorie	Nieuw aanbod leisure	Bestedingen totaal per jaar
Urban Entertainment:	Nieuwe Pathé bioscoop met 630 extra stoelen ten opzichte van de oude/gesloten Pathé bioscoop, Bowlen en Zo Betere bezetting bioscoop	€ 5,5 miljoen
Family Entertainment:	Monkeytown, Djambo Kidsplay, Dinoland	€ 3,9 miljoen
Attractions & parks:	The Great Escape, AKA Escaperoom, Spelcomputermuseum	€ 0,6 miljoen
Sport, health & Adventure	Profit Gym (2x), Cross Fit (2x), Fit for Free, LotusZen Yoga en Sport	€ 0,8 miljoen
	Golfbaan Harkulosche Esch	€ 1,7 miljoen
	Rebound World (trampolinepark), Rondvaart Zwolle, Bootje huren Zwolle, Hiawatha Zwolle, Buitensport Zwolle, Ontdek en doe kanovaren, Waterskibaan en outdoor Wythmenerplas, 1 kanoverhuurbedrijf, 1 rondvaartbedrijf, 1 bootverhuurbedrijf, <i>sluiting IZI fitness</i>	€ 1,3 miljoen
Overig	De kookstudio van Zwolle, Werkplaats 13	€ 0,3 miljoen
Totaal		€ 14,1 miljoen

Op basis van het Impactmodel Vrijtijdssector dat ZKA betekent dat een extra werkgelegenheid op jaarbasis van circa 175 Fte, ofwel 230-270 banen (rekening houdend met veel deeltijdbanen, zoals in de horeca).

Toets aan ambitie Zwolle

De gemeente Zwolle heeft in 2010 op het gebied van leisure de ambitie uitgesproken voor de periode 2010-2025, om:

- Voor dagbezoek een groei te realiseren van 1,2-1,5 miljoen dagbezoekers per jaar extra. Dat betekent dat in 2025 het aantal dagbezoekers 1,2-1,5 miljoen hoger moet zijn dan in 2010 in Zwolle het geval was;
- De bestedingen aan dagrecreatieve leisure zouden in 2025 met € 25 miljoen-€ 35 miljoen gegroeid moeten zijn ten opzichte van 2010;
- Deze nieuwe bezoeken zouden 300-400 FTE aan nieuwe werkgelegenheid moeten opleveren.

Begin 2017 bevindt Zwolle zich bijna halverwege de periode 2010-2025. De groei zou dan, aangenomen van een gelijkmatige groei, medio 2017 circa 600.000-750.000 extra dagbezoekers moeten betekenen, met circa € 12,5 miljoen -€ 17,5 miljoen bestedingen en 150-200 Fte aan extra werkgelegenheid. Op basis van voorgaande cijfers is aan deze doelstelling geheel voldaan:

- Circa 790.000 extra bezoeken;
- Ongeveer € 14 miljoen extra bestedingen
- Circa 175 FTE aan extra werkgelegenheid.

De bestedingen en werkgelegenheid liggen bijna precies op schema, terwijl het aantal dagbezoeken iets hoger is dan beoogd. Dat de bestedingen niet boven maar precies op niveau liggen, wordt veroorzaakt door een iets lager bestedingsniveau dan waar de gemeente Zwolle rekening mee heeft gehouden in de ambitie.

3. NAAR EEN COMPLEET, UITGEBALANCEERD LEISURE-AANBOD IN 2025

3.1. Inleiding

In dit hoofdstuk gaan we specifiek in op het leisure aanbod van Zwolle en schetsen we de potentiële groeikansen voor de toekomst. Het hoofdstuk is hierbij als volgt opgebouwd:

- Allereerst blikken we per leisure type terug op de veranderingen sinds 2010 en geven we de situatie met betrekking tot de nog beschikbare marktruimte aan (zie 3.2);
- Vervolgens vergelijken we het leisure aanbod van Zwolle in een benchmark met twee vergelijkbare steden, namelijk Apeldoorn en Amersfoort om te bezien of Zwolle het relatief gezien goed of slecht doet (zie 3.3);
- Ten slotte gaan we in op het potentiële regionale en toeristische marktgebied van de verschillende leisure typen (zie 3.4).

3.2. Terugblik per type leisure

Gestart wordt met een korte terugblik per type leisure volgens dezelfde indeling als het voorgaande hoofdstuk met 7 hoofdcategorieën en in totaal 18 types; waar zijn achterstanden ingehaald en waar liggen nog opgaves/groeipotenties voor de komende jaren. Basis is een door de gemeente aangereikt overzicht met nieuw aanbod (zie vorige hoofdstuk) en rekening houdend met aanbod dat verdwenen is, zodat een helder beeld ontstaat wat er per saldo is gebeurd.

Tabel 3.1 Selectie leisurefuncties

A. Urban Entertainment: <ul style="list-style-type: none">• Bioscoop• Bowling• Lasergame/Paintball• Karting	D. Attractions & parks: <ul style="list-style-type: none">• Attractie- of themapark (incl. dierentuin)• Sciencecenter/museum
B. Family Entertainment: <ul style="list-style-type: none">• Indoor speeltuin/attractie	E. Conference, events & exhibitions: <ul style="list-style-type: none">• Zalen-/congrescentrum• Evenementenhal
C. Night Entertainment: <ul style="list-style-type: none">• Casino/amusements-/ gamingcentrum• Popmuziekcentrum• Dansschool• Discotheek	F. Sport, health & Adventure: <ul style="list-style-type: none">• Fitness• Sauna/wellnesscentrum• Klimhal• Indoor skihal/IJbaan• Outdoorcentrum (incl. watervermaak)
	G. Catering & restaurants: <ul style="list-style-type: none">• Horeca/partycentrum (mits bijzondere formules)

A. Urban Entertainment

Bioscoop

Zwolle telt momenteel twee bioscopen: de commerciële bioscoop Pathé op het Katwolderplein en het filmtheater Fraterhuis. Pathé heeft in december 2016 haar deuren geopend en vervangt hiermee de

oude bioscooplocatie. Pathé Zwolle beschikt met deze nieuwbouw over 9 zalen en ruim 1.500 stoelen, veel comfort en de nieuwste technieken in beeld en geluid.

De gemiddelde bezoekfrequentie in Nederland⁵ is sinds 2010 iets gestegen en bedraagt 2,0 per persoon. Met de opening van Pathé Zwolle is met het oog op de marktsituatie in 2010 een behoorlijke inhaalslag gemaakt, maar door het sluiten van de oude bioscoop is er ook deels sprake van vervangingsvraag. Daarnaast rekening houdend met de groei in bezoekfrequentie, de bevolkingsgroei die Zwolle doormaakt en de belangrijke regio- en toeristische functie, voorzien we voor de toekomst (periode 2020-2025) nog extra marktruimte in deze categorie.

Bowling

In 2010 is er geconcludeerd dat er voldoende marktruimte was om naast bowlingcentrum Urbana, dat over 4 banen beschikt, een volwaardig nieuw bowlingcentrum te realiseren. Op dit moment wordt er gewerkt aan de realisatie van vrijetijdscentrum Bowlen & Zo (opening 1^e helft 2017). Naast 11 bowlingbanen gaat het centrum ook poolbiljarttafels, een glowgolfbaan, een restaurant en vergaderruimte bevatten. Deze uitgebreide opzet lijkt de ruime marktruimte die in 2010 is gesignaleerd te vullen en maakt het tevens mogelijk om een bovenregionale en ook toeristische markt aan te spreken.

Lasergame/paintball

Sinds 2010 is de enige verandering binnen deze categorie dat Dinoland nu de mogelijkheid biedt tot lasergame op het park, voornamelijk gericht op kinderen. In Zwolle is dus in principe nog marktruimte voor een lasergame/paintballcentrum, al is een dergelijk concept het meest kansrijk in combinatie met andere functies die aansluiten op de groepsmarkt.

Karting

In 2010 concludeerden we dat een grootschalig en modern kartcentrum ontbreekt in de omgeving van Zwolle. Er zijn sindsdien geen nieuwe kartcentra bijgekomen in Zwolle en omgeving. Dit betekent dat er nog steeds marktruimte bestaat, zeker gezien de populariteit van Max Verstappen die een boost heeft gegeven aan deze activiteit. Daarnaast zien we ook de aantrekkelijke (schonere) optie die elektrische karts bieden vandaag de dag.

Escaperoom

Zwolle speelt goed in op de trend van escaperooms met de komst van AKA Escaperooms en The Great Escape. De tijd moet nog leren of we hier te maken hebben met een hype of een meer structurele ontwikkeling.

B. Family Entertainment

Indoor speeltuin/attractie

Er is veel bijgekomen in deze categorie sinds 2010. Djambo Kidsplay heeft in 2013 haar deuren in Zwolle geopend, Dinoland beschikt over een overdekte speelhal en ook Monkey Town zal dit jaar een vestiging in Zwolle openen. Hierdoor is de markt op dit moment en voor de komende jaren verzadigd. Wel geeft het uitgebreide aanbod Zwolle extra kansen om zich neer te zetten als stad voor familie fun, wat ook in de regio aantrekkelijk doorwerkt als slecht weer voorziening voor zowel de regionale markt van jonge gezinnen, als vakantiegangers in onder meer het Vechtdal en vanuit de Noord-Veluwe.

⁵ Bron: Stichting Filmonderzoek (2017), cijfers 2016.

C. Night Entertainment

Amusementscentrum/Casino

In beginsel is er voldoende marktruimte voor een (middel-)groot amusementscentrum of (Holland-)casino in Zwolle. Sinds 2010 is deze marktruimte nog niet ingevuld. Het lijkt erop dat er beleidsmatig weinig tot geen ruimte wordt gecreëerd voor de verdere ontwikkeling van deze categorie. Daarnaast heeft deze markt zich de afgelopen jaren minder positief ontwikkeld dan voorheen, waardoor ook de kansen om een hoogwaardige en grootschalige voorziening binnen te halen iets minder hoog ingeschat worden.

Popmuziekcentrum

De uitbreidingsplannen van Hedon, het popmuziekcentrum in Zwolle, waren in 2010 een logische ontwikkeling en in lijn met de marktruimte. Inmiddels is het popmuziekcentrum in 2014 heropend. De capaciteit van de grote zaal is uitgebreid van 500 naar 850 bezoekers en Hedon heeft daarnaast nog een kleine zaal voor 200 bezoekers geopend. Daarnaast worden in de Zwolse theaters (capaciteiten van 75 tot ruim 900 stoelen) en de IJsselhallen (capaciteit (staand) oplopend tot > 5.000 personen) regelmatig muziekkuitvoeringen gegeven. Met dit aanbod kan Zwolle goed inspelen op de behoefte van de groeiende en relatief jonge bevolking. Er lijkt in Zwolle dan ook weinig extra marktruimte te zijn voor een nieuwe accommodatie, zeker ook gezien de kosten die dit doorgaans voor de gemeente met zich meebrengt. Een uitzondering zou kunnen zijn een accommodatie met een vaste bespeler (vgl. Theaterhangaar Katwijk met musical 'Soldaat van Oranje') of wellicht in de toekomst een nieuwe beurs- en evenementenhal als vervanger/opvolger van de IJsselhallen en met meer accent op c.q. meer geschikt voor muziek dan de huidige hallen. Zie ook bij 'evenementenhal'.

Dansschool

In 2010 bleek al dat de marktruimte in deze categorie beperkt was gezien het grote aantal dansscholen dat gevestigd is in Zwolle. Sinds 2010 is deze situatie niet echt veranderd. Zwolle telt met circa 11 dansscholen, waaronder DIFF Dance Centre met drie vestigingen, nog steeds een groot aantal dansscholen variërend van stijldansen tot salsaclubs, ballet en dancestudio's. Alhoewel er blijkbaar veel vraag is voor deze categorie, is het op dit moment niet wenselijk of noodzakelijk om in te zetten op aanvullende dansvoorzieningen.

Discotheek

In deze categorie is de situatie niet veranderd over de afgelopen jaren. In 2010 is al gebleken dat hoewel er wel marktruimte is voor en behoefte is aan een discotheek, het lastig is om in Zwolle een discotheek rendabel te kunnen exploiteren. Sindsdien is de minimale leeftijdsgrens voor alcohol verhoogd naar 18 jaar, wat effect heeft op een belangrijke doelgroep (16-18 jarigen) en waardoor de realiserings- en exploitatiekansen nog verder verslechterd zijn.

D. Attractions & parks

Attractie-/themapark

Er zijn verschillende partijen geweest met plannen voor een attractie- of themapark in Zwolle, maar dit is tot op heden niet van de grond gekomen. In de nabije omgeving van Zwolle zijn op een half uur afstand de Apenheul in Apeldoorn en het Dolfinarium in Harderwijk gevestigde namen. Daarbij is er sprake van geduchte concurrentie voor Zwolle, met de opening van Wildlands Adventure Zoo Emmen op 45 minuten afstand (prognose eerste jaar 1,5 tot 1,7 miljoen bezoekers, mede gebaseerd op de ruim 1,3 miljoen bezoekers in 2016 met een opening vanaf eind maart 2016) en de uitbreiding van Orchideeën Hoeve

(op een half uur) in Luttelgeest. Ook attractieparken als Walibi, Helleendoorn en Ponypark Slagharen liggen op maximaal 45 min.

Er is (derhalve) alleen nog marktruimte voor een groot (thema-)park als er sprake is van een bijzonder en zeer onderscheidend concept. Een andere optie is een kleinschaliger park vooral gericht op de lokale/regionale bevolking bijv. in de vorm van een kleine (gecombineerde) dieren- en plantentuin. Bij realisering zou het voor de uitstraling van de stad wel belangrijk zijn dat de link met Zwolle nadrukkelijk gelegd wordt zodat het park ook ingezet kan worden in kader van de landelijke positionering/citymarketing, vgl. Wildlands Emmen, Naturalis Leiden en Dolfinarium Harderwijk.

Sciencecenter/museum

Museum de Fundatie, inclusief kasteel het Nijenhuis en beeldentuin, heeft haar positie in Zwolle en in Nederland aanzienlijk versterkt en had in 2015 met 310.000 bezoekers een recordjaar. Het museum heeft zich met de verbouwing en spraakmakende exposities ontwikkeld tot een nationale speler waarvoor bezoekers mede/specifiek naar Zwolle komen. In de nieuwe cultuurnota van de gemeente is ervoor gekozen om vanaf 2018 het Stedelijk Museum als zelfstandige organisatie op te laten houden bestaan. Haar functie als historisch museum gaat op in het Historisch Centrum Overijssel in Zwolle. Daarnaast heeft sinds 2010 sciencecenter Ecodrome de deuren gesloten.

Toch gaat het in principe goed met deze 'deelmarkt' en zou de vestiging van een nieuw museum commercieel en voor het profiel van Zwolle weinig toevoegen. Een uitzondering zou gemaakt kunnen worden voor de vestiging van een particulier museum door een verzamelaar zoals bij museum Voorlinden in Wassenaar of museum MORE in Gorssel; een dergelijke ontwikkeling laat zich in de praktijk moeilijk sturen en is sterk afhankelijk van toeval.

E. Conference, events & exhibitions

Zalen-/congrescentrum

De Nieuwe Buitensociëteit Zwolle, De IJsselhallen en het Stadion IJsseldelta Centre bieden veel zalen die geschikt zijn voor vergaderen en congressen. Daarnaast zijn er diverse hotels met zalen, waarbij in 2013 ook nog Hotel Van der Valk Zwolle geopend is, dat 17 vergaderzalen en 2 grote centrale ruimtes ter beschikking heeft. Daarmee kunnen we concluderen dat de markt in middelgrote en grote zalen behoorlijk is voorzien.

Evenementenhal

In 2010 was er sprake van plannen voor herlocatie voor de IJsselhallen. Deze plannen zijn (tijdelijk) geparkeerd. Voorlopig is de capaciteit van de evenementenhal voldoende. De rol en betekenis van de hallen kunnen zowel in perspectief van de citymarketing van de hele stad als voor het praktisch gebruik voor een aantal evenementen/beurzen die je in elke regio hebt, worden gezien. Voor de uitstraling van de hele stad op nationaal niveau zijn vooral de kwaliteit van het evenement/beurs en het marktgebied belangrijk, denk aan TEFAF Maastricht, North Sea Jazz in Ahoy of grote congressen in de RAI. Dit zijn er doorgaans niet zoveel bij een hal buiten de Randstad. Dit geldt niet alleen voor Zwolle, maar ook voor andere regionale hallen als Apeldoorn, Den Bosch etc. De betekenis voor de regio/Oost Nederland voor het organiseren van regionale vak- en publieksbeurzen en incidenteel muziek en sport is de hal zeker belangrijk.

Bij een eventuele herlocatie zou gekeken kunnen worden in hoeverre een nieuw complex qua inrichting, akoestiek e.d. zich meer specifiek zou kunnen richten op muziekevenementen in de categorie > 5.000 bezoekers. Zie in deze ook de passage hierover bij 'popmuziekcentrum'. Bij de uitwerking zou goed gekeken moeten worden naar de eisen per type functie (beurs, muziek, sport), omdat elke functie specifieke eisen stelt. Hoe multifunctioneler betekent in deze niet altijd meer kans op succes omdat we een trend zien naar meer specialisatie (speciale musicaltheaters, muziekcentra als Ziggodome en Heineken MusicHall). Dit betekent dan of keuze maken voor een hoofdfunctie of een complex met meerdere hallen met eigen kwaliteiten.

F. Sport, health & Adventure

Fitness

Bovenop het ruime aanbod aan fitnesscentra in 2010, zijn er in de afgelopen jaren nog verscheidene centra bijgekomen en met de huidige circa 23 fitnesscentra is de marktruimte in principe goed ingevuld. In 2015 en 2016 heeft ProFit Gym twee nieuwe locaties geopend en hebben CrossFit Zwolle, CrossFit ReWind, Lotuszen Praktijk en de landelijke ketens Fit For Free en Basic Fit zich ook in Zwolle gevestigd. Ook zijn er twee fitnesscentra gesloten: IZI Fitness en fitness- en gezondheidscentrum Wellness in resp. 2011 en 2016.

Sauna/wellnesscentrum

Voorbij de IJssel, op circa een half uur rijden afstand, is veel en grootschalig aanbod gevestigd op het gebied van sauna en wellness. Denk hierbij aan Thermen Bussloo, Veluwe Bron en de Zwaluwhoeve. In Zwolle heeft Sauna Swoll een renovatie achter de rug waarbij tevens twee nieuwe sauna's en een whirlpool zijn toegevoegd aan het complex. In 2010 is opgemerkt dat Zwolle nog een grootschalig wellnesscentrum mist. Wel vinden gesprekken plaats met de ondernemer van LotusZen Zwolle, die plannen heeft voor een dergelijk centrum bij de Milligerplas. Deze hebben anno 2017 nog niet tot resultaat geleid.

Klimhal

Yosemite is in 2017 nog steeds de klimhal van Zwolle, sinds 2010 is de hal uitgebreid met een buiten klimmuur. De afzetkansen voor een tweede klimhal in Zwolle zijn gering en bovendien is het sterk de vraag wat dit zou toevoegen.

Indoor skihal/ijsbaan

Sinds 2010 is de situatie in deze categorie ongewijzigd. Indoor Skicentrum Zwolle is nog steeds de enige en vrij kleine aanbieder van een skihal, al is dit meer een oefenbaan dan een echte skihal. Elders in Nederland zijn bestaande skihallen en ijsbanen zoals SnowWorld in Zoetermeer en Landgraaf en Skidome in Rucphen en Terneuzen uitgebreid en hebben hun positie verstevigd. Hierdoor is het lastig om een nieuwe positie te verwerven, al is er in principe wel sprake van enige marktruimte in Oost Nederland/Zwolle. Uit contacten in de markt schatten wij in dat een nieuwe hal moeilijk te ontwikkelen en exploiteren zal zijn.

Outdoorcentrum

De outdoor centra zijn goed vertegenwoordigd in Zwolle. Dinoland speelt enigszins in op deze markt in combinatie met familievermaak. In 2016 zijn er een rondvaart, kano- en bootverhuurbedrijf bijgekomen en voor 2017 staan er ook 3 bedrijven die hier actief in zijn op de planning. Daarbij is Zwolle met Buitensport Zwolle, Hiawatha, die beide actief zijn op het water in Zwolle en het in 2015 geopende

Lakeside cablepark aan de Wijthmenerplas, zeer goed voorzien op het gebied van outdoor water-vermaak. Ook voor de regiobevolking en de toeristische verblijfs gast in de regio kan dit aanbod een belangrijke rol spelen.

G. Catering & restaurants

Horeca/partycentrum

In het overzicht is de reguliere horeca (cafés ,restaurants) niet meegenomen omdat hier separaat beleid voor is ontwikkeld. Hier gaat het met name om vestigingen die zich richten op groepen (partycentra) al dan niet in combinatie met leisurfuncties. In Zwolle zijn diverse partycentra gevestigd waaronder De nieuwe Bierton en Urbana. Er zijn echter ook verscheidene partycentra gesloten sinds 2010, waaronder De Vrolijkheid en De Proosdij. Met Bowlen & Zo heeft Zwolle er straks een centrum bij waar ook ruimte is voor bedrijfsuitjes en kinderfeestjes. Dergelijke concepten, een partycentrum in combinatie met andere functies, zijn het meest kansrijk met het oog op de toegevoegde waarde die beleving of een bijzondere locatie aan een horecaconcept geven.

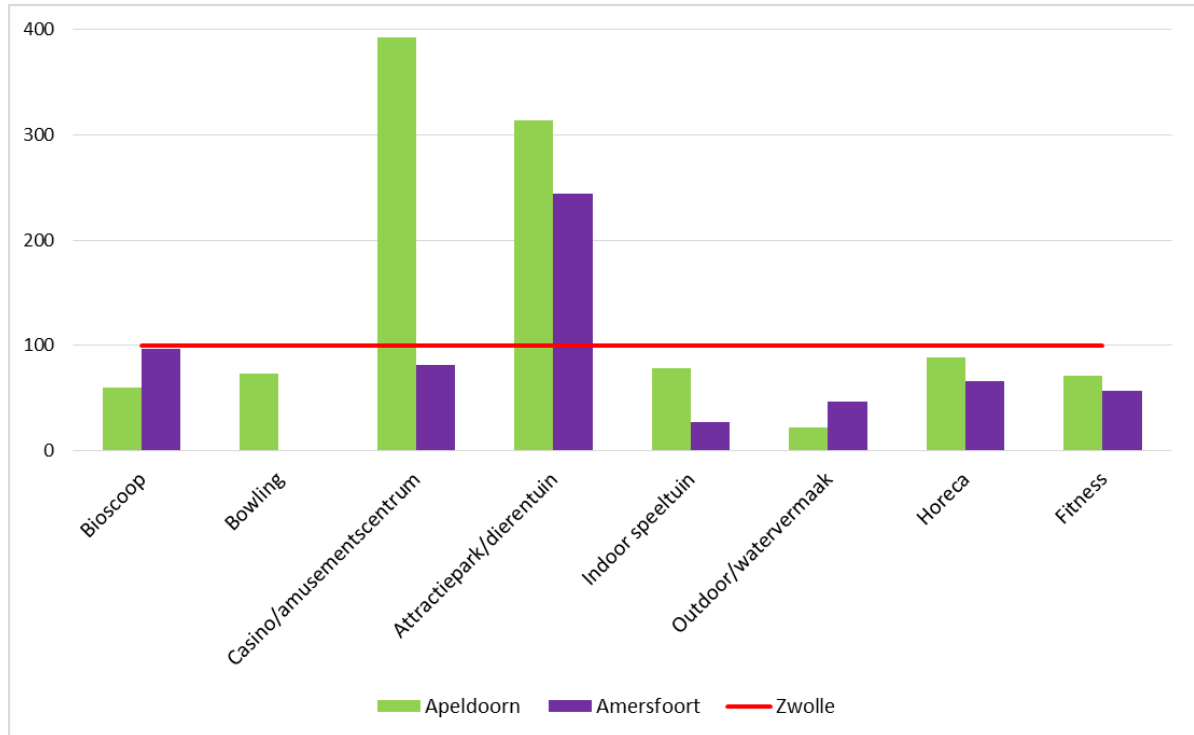
3.3. Referentie benchmarksteden

Met de update van het leisure aanbod anno 2016 maken we een globale vergelijking met andere steden (benchmark) van deze omvang en dit verzorgingsniveau (en met een voorzichtig doorkijkje naar 2025). In overleg met de gemeente is gekozen voor een benchmark met twee steden, namelijk Apeldoorn en Amersfoort. We hebben een vergelijking op hoofdlijnen gemaakt, deels op kwantitatieve en deels kwalitatieve wijze, ondersteund met enkele voorbeelden.

De benchmark gaat uit van gemeentegrenzen en er is gerekend per 10.000 inwoners⁶ en een indexcijfer. Het niveau van Zwolle is daarbij op 100 gesteld, wat zich vertaalt in de rode lijn in grafiek 3.1 Tegen dit niveau zijn vervolgens de twee benchmarksteden afgezet zodat een relatieve vergelijking gemaakt kan worden. Waar de staafdiagrammen van Amersfoort en Apeldoorn kleiner zijn dan die van Zwolle, scoort Zwolle relatief sterker dan de benchmarksteden en vice versa. Niet elke categorie is op dezelfde parameters gebaseerd. Bij bioscoop is gerekend met het aantal stoelen, bij bowling met het aantal banen en bij horeca met het totaal aantal vierkante meters horeca. Bij de overige categorieën is uitgegaan van het aantal aanbieders. Voor de categorie attractiepark/dierentuin is gekozen om Dinoland als kleine aanbieder mee te laten tellen zodat er toch een beeld van de concurrentiesituatie geschetst kan worden. Apeldoorn heeft binnen deze categorie twee middelgrote aanbieders, het attractiepark Julianatoren (jaarlijks circa 450.000 bezoekers) en dierentuin Apenheul (circa 460.000 bezoekers in 2016), Amersfoort heeft één grote aanbieder, dierenpark Amersfoort (ruim 870.000 bezoekers in 2016).

⁶ Gemeentebevolking 1 januari 2016, CBS

Grafiek 3.1 **Benchmark leisure aanbod Zwolle**



In 2010 hebben we ook een benchmark opgenomen in ons onderzoek. Doordat we niet over dezelfde parameters voor de categorieën beschikken en het niveau van 100 waarop geïndexeerd is verschilt, is het niet mogelijk om de bovenstaande benchmark en die uit 2010 tegen elkaar af te zetten in één overzicht. Wel kunnen we de ontwikkelingen sinds 2010 kwalitatief toelichten.

Gemiddeld genomen is de leisure positie van Zwolle verbeterd ten opzichte van 2010. Het leisure aanbod voor de eigen inwoners is goed verzorgd en ook is de positie van Zwolle in de directe regio versterkt. Dit is in de benchmarkvergelijking terug te zien op het gebied van bioscoop, bowling, indoor kinderspeelvoorzieningen (family fun), outdoorcentra (inclusief watervermaak), horeca en fitness. Zwolle neemt ten opzichte van Apeldoorn en Amersfoort een sterke positie in binnen deze categorieën. Wel moet opgemerkt worden dat Amersfoort op het eerste oog laag scoort op indoor speeltuin omdat hier één aanbieder gevestigd is. Het gaat hierbij echter om een vestiging van Superfun, wat een bovengemiddeld grote aanbieder is.

Wat achterblijft qua ontwikkeling sinds 2010 en in vergelijking met de benchmark steden, is het aanbod in meer spectaculaire attracties die in staat zijn om ook mensen van (ver) buiten de regio aan te trekken (zoals een grootschalige casino, dierentuin of attractiepark). Deels is dit lastig omdat de markt in sommige gevallen al ingevuld is met aanbod en het moeilijk is om daarbinnen een sterke marktpositie te verwerven. Dit wordt versterkt doordat vanuit bovenregionaal oogpunt, rekening houdend met omliggend concurrerend aanbod, er voor Zwolle relatief het meeste marktpotentieel te verwerven is uit de drie noordelijke provincies, maar dat dit een relatief dunbevolkt gebied is.

Deels heeft het achterblijven van het ontwikkelen van grootschalig leisure aanbod ook te maken met gemeentelijk beleid en bewuste keuzes daarin. Zo kan een gemeente er bijvoorbeeld voor kiezen om marktruimte in de categorie casino's wel of niet te willen benutten of om de grond kosteloos aan te willen bieden voor de realisatie van een dierentuin of pretpark (vgl. Plopsaland Coevorden).

3.4. Marktbereik vanuit regionaal en toeristisch perspectief

Afbakening marktbereik

In deze paragraaf gaan we in op het marktbereik van elke hoofdcategorie en de doelgroepen die met deze hoofdfunctie aangetrokken kunnen worden, waarbij we niet alleen ingaan op de eigen inwoners en de regio, maar ook op de verblijfstoeristen (in de regio). We maken het volgende onderscheid in marktbereik, aangevuld met de doelgroepen verblijfstoeristen in de regio:

- **Lokaal:** het marktbereik is hierbij de gemeente Zwolle. De gemeente Zwolle heeft circa 125.000 inwoners met voor de langere termijn nog groeiperspectief naar 134.000 inwoners (in 2027, bron: CBS) en vervult ook een regiofunctie;
- **Regionaal:** het regionale marktbereik schatten we in op de gehele westelijke helft van Overijssel, de noordelijke helft van de Veluwe en de gemeenten Dronten en Noordoostpolder. In dit gebied wonen circa 900.000 mensen (bron: CBS, 2017), inclusief Zwolle zelf. Dit betekent reistijden tot ruim een half uur;
- **Bovenregionaal:** dit marktbereik overstijgt ruim de regio. We gaan hier uit van de drie noordelijke provincies, de provincie Overijssel, de provincie Flevoland (exclusief Almere, want sterk op Amsterdam gericht, de provincie Gelderland, de oostelijke helft van de provincie Utrecht (inclusief de stad Utrecht) en het Gooi. Hier wonen in totaal circa 5,3 miljoen mensen (bron: CBS, 2017) met reistijden oplopend tot 75 minuten;
- **Verblijfstoeristen:** volgens de RegioMonitor van MarketingOost worden in de westelijke regio van Overijssel (dus exclusief Twente, dat een eigen verzorgingsgebied heeft) circa 5,4 miljoen overnachtingen per jaar gerealiseerd (cijfers 2013). Dat komt ongeveer overeen met ongeveer 1,1 miljoen verblijfgasten per jaar. Regionaal komen de meeste gasten niet met een zakelijk, maar een toeristisch motief. In totaal kan Zwolle daarmee met grotere leisure-voorzieningen voorzieningen in bepaalde deelmarkten een marktbereik (in de hele regio) behalen van ongeveer 0,9-1.0 miljoen toeristische verblijfgasten.

Per hoofdfunctie geven we onderstaand kort aan wat het marktbereik is/zou kunnen zijn:

Urban entertainment

Deze functie bevat de nieuwe Pathébioscoop, en mogelijkheden voor bowling, glowgolf, lasergame, paintball, karting en escaperooms. Het marktaandeel van deze voorzieningen is met name lokaal en deels regionaal (een marktbereik van enkele honderdduizenden inwoners). Er zijn weinig vormen van urban entertainment die Zwolle momenteel nog mist. De belangrijkste uitzondering vormt een kartcentrum. Op termijn (richting 2025) zou er bij een doorzettende groei weer marktruimte kunnen komen voor een extra bioscoop.

Family entertainment

Deze markt was voor 2010 in Zwolle nog niet sterk ingevuld, maar met de komst van Dinoland, Monkey Town en Djambo Kidsplay is hier een behoorlijk aanbod gevestigd. Het marktbereik schatten we

regionaal in (900.000 inwoners), plus een deel van de aanwezige verblijfsgasten (10.000-20.000 verblijfsgasten per dag, op basis van cijfers RegioMonitor van Marketing Oost, bewerkt door ZKA). Het is echter niet aannemelijk dat elke verblijfgast in de regio dagelijks Zwolle bezoekt, maar slechts éénmaal per verblijf. Uitgaande van enkele dagen verblijf, zal slechts een deel van deze 10.000-20.000 gasten naar Zwolle gaan tijdens hun verblijf. We gaan daarom uit van enkele duizenden verblijfsgasten die regionaal tot het marktpotentieel behoren.

Night entertainment

Het aanbod aan night entertainment zoals in de vorige paragraaf beschreven trekt maximaal een regionale vraag. Wat betreft de amusementscentra is er op dit moment geen (Holland) Casino gevestigd, aansluitend bij het huidige beleid van de gemeente Zwolle. De vestiging van een Holland Casino zou wel tot een bovenregionaal marktgebied leiden, waar deels ook de andere subsectoren van Night Entertainment van zouden kunnen profiteren. Ook vanuit de strategie economische topregio zou een casino een interessante aanvulling kunnen zijn.

Attractions & parks

Attractieparken met een (boven-)regionaal bereik zijn er op dit moment niet in Zwolle, in de ruimere omgeving is sprake van de Orchideeënhoeve en WildLands in Emmen. Wat betreft sciencecenters en musea is de Fundatie een museum waarvan wij het bereik bovenregionaal inschatten en voor nichemarkten zelfs nationaal.

Conference en exhibitions

Met de Buitensociëteit, Van der Valk Zwolle, Stadion IJsseldelta en de IJsselhallen beschikt Zwolle met name over een aanbod met een sterk regionaal marktgebied. Met een verbetering/vernieuwing van de IJsselhallen zou Zwolle het bereik van deze sector tot bovenregionaal kunnen doorontwikkelen, ook aansluitend bij de economische topregio.

Sport, health & Adventure

De fitnessvoorzieningen hebben een lokaal bereik, de sauna/klimhal/skihal en outdoorbedrijven een lokaal tot regionaal bereik. Sauna Swoll is gerenoveerd en LotusZen heeft nog plannen voor uitbreiding. Beiden hebben een lokaal tot regionaal bereik. Om het marktgebied te vergroten naar regionaal/bovenregionaal zijn er wellicht kansen voor wellness, waarbij met name de oostelijke/noordelijke regio's aangetrokken kunnen worden.

Horeca

Uit de voorgaande analyses blijkt dat de horeca een lokaal tot regionaal bereik heeft, met Zwolle als regiofunctie. Het aanbod van horeca is relatief marktconform voor een stad met het inwoneraantal als Zwolle. Daarnaast heeft het horeca aanbod een belangrijke ondersteunende functie voor verblijfsgasten incl. zakelijke gasten die de stad bezoeken.

4. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN; WAT IS DE IMPACT OP LEISURE?

4.1. Inleiding

In dit hoofdstuk analyseren we de gevolgen van trends en ontwikkelingen in de externe omgeving op de ontwikkeling van de leisuresector. Het hoofdstuk is hierbij als volgt opgebouwd:

- We starten met een introductie vanuit de ideeën/analyses die de gemeente Zwolle hierover zelf al heeft ontwikkeld, (m.n. uit het Concept-trendanalyse Zwolle, versie november 2016) met aandacht voor de 'Verschuivende Panelen' (zie 4.2);
- Vervolgens gaan we in op de belangrijkste trends vanuit de thema's People, Profit, Planet en Place (zie 4.3);
- Tot slot hebben we de trends vertaald naar de consequenties die deze hebben voor de ontwikkelingen in de leisuresector (zie 4.4).

4.2. Introductie: 'Verschuivende panelen'

'Verschuivende panelen' duiden op een omslag van denken en handelen in onze maatschappij: een andere, meer integrale manier van kijken en handelen, met o.a. meer oog voor de duurzaamheid en een inclusieve samenleving. Verschillende technologische en andere ontwikkelingen liggen hier mede aan ten grondslag.

De huidige dynamiek in de samenleving vraagt om een overzicht van de trends en ontwikkelingen en een inschatting van de impact daarvan voor Zwolle met de insteek om de gesignaleerde trends te monitoren en regelmatig te herzien. De belangrijke verschuivingen laten zich samenvatten in de drie onderstaande hoofdgroepen. In de volgende paragraaf gaan we dieper in op de trends die hier aan ten grondslag liggen:

- **Ander gebruik van goederen en ruimte:** deze verschuiving vindt plaats in de maatschappij. Vooral jongere generaties lijken minder geïnteresseerd te zijn in bezit, waardoor de focus van goederen gedeeltelijk verschuift van bezit naar gebruik. Door de deeleconomie en technologie wordt het makkelijker om een huis te (ver)huren (Airbnb) en auto's (Uber) of andere goederen te delen. Daarnaast zie je een ander gebruik van ruimte ontstaan, namelijk van mono- naar multifunctionaliteit. Voor de steden is de aanwezigheid van gebieden met een levendige stedelijke mengeling van functies steeds belangrijker aan het worden. In de horeca, detailhandel en dienstverlening zie je steeds meer mengvormen ontstaan, ook wel 'blurring' genoemd. Interessant is om de gedachte verder te verkennen als de stad als platform, als fysieke ontmoetingsplaats, en de impact van de digitale en mobiele media;
- **Samenhangende, integrale benadering:** het werken aan de opgaven van de stad (sociaal, economisch, duurzaamheid, mobiliteit, etc.) vraagt steeds meer om een integrale aanpak van de overheid. Waar voorheen de focus vaak m.n. op de economisch waarde lag, is de huidige overtuiging dat succesvolle overheden, bedrijven en instanties door crossovers innoverender/effectiever werken en ook andere waarden (sociaal, milieu) toevoegen. Binnen de overheid is er daarnaast sprake van twee grote verschuivingen, namelijk de decentralisaties in het sociaal domein en de Omgevingswet. De gemeente heeft door de decentralisatie naast het beheer en ontwikkeling van de fysieke leefomgeving er belangrijke taken in de zorg bijgekregen. Daarmee ontstaat de mogelijkheid om

beide domeinen (fysieke en sociale), die vanzelfsprekend op elkaar inwerken meer in samenhang/integraal te bezien en te ontwikkelen. De Omgevingswet is een stelselwijziging van formaat van alle wetten voor de fysieke leefomgeving en stimuleert/vereist een integrale benadering;

- **De veranderende rol van de overheid:** waar de samenleving zich voorheen op basis van de traditionele zuilen organiseerde, zie je tegenwoordig steeds vaker dat gelijkgestemden of mensen met dezelfde belangen elkaar opzoeken. Dit werkt ook door in de groei van maatschappelijke initiatieven. De stad functioneert steeds meer als een zelf organiserend systeem waarin de overheid één van de partners is en ontwikkelingen en investeringen niet alleen top-down doorvoert, maar deze samen met commerciële partijen en inwoners oppakt.

In de volgende paragraaf wordt ingegaan op de trends die hieraan ten grondslag liggen en die op hun beurt ook weer belangrijke consequenties hebben voor de ontwikkelingen in de leisure markt.

4.3. Trends

De trends zijn vanuit de gemeentelijke trendanalyse geordend naar People, Planet, Profit en 'Place', laatstgenoemde om de typisch ruimtelijke dynamiek een plaats te geven. Onderstaand is hier kort op ingegaan:

People

Hierbij wordt o.a. ingegaan op de volgende trends:

- **Demografie:** de bevolking van Zwolle groeit de komende 15 jaar nog behoorlijk, waarbij ook het aantal kinderen en jongeren nog groeit. De vergrijzing is hier een stuk minder sterk dan elders in Nederland. In de regio rondom Zwolle zien we wel een sterkere vergrijzing en op een aantal plekken zelf krimp in de komende 10-15 jaar;
- **Gezondheid:** een verschuiving van het voorkomen van en beschermen tegen ziektes, naar het bevorderen van de gezondheid. Dit vraagt om een bepaalde leefstijl met meer aandacht voor gezonde voeding, meer bewegen en een gezonde sociale en fysieke omgeving;
- **Cultuur:** naast de trend van globalisering zien we tegelijkertijd het versterken van en teruggrijpen op de eigen lokale en regionale identiteit. Hieraan leveren kunst en cultuur(-historie) een belangrijke niet te overschatten bijdrage. Het (im)materieel erfgoed vormt de kern van het cultuurhistorisch verhaal van Zwolle en vormt daarmee een belangrijke bouwsteen voor het DNA. Voor de stad Zwolle is het verhaal van Zwolle gemaakt, en binnen de regio Zwolle wordt het gezamenlijke DNA van hoog arbeidsethos, nuchterheid en samenwerken aangedragen als verklaring voor het succes van de regio. In meer praktische zin zien we ook een toenemend gebruik van monumentale panden voor publieke en commerciële functies.

Profit

Hierbij wordt o.a. ingegaan op de volgende trends:

- **Economie:** deze verandert sterk. Naast schaalvergroting en het streven naar winst, worden andere doelstellingen belangrijk in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen, zoals hoe ga je om met het milieu, hoe zijn de arbeidsomstandigheden et cetera. Ook de deel- en circulaire economie worden steeds belangrijker. Hier ligt uiteraard een sterke samenhang met trends onder zowel 'Planet' als 'People';

- Arbeidsmarkt: hierin ontstaat meer flexibiliteit (flexcontracten, opkomst ZZP-ers) en naar verwachting een verschuiving naar andere werkplekken en locaties, die meer verweven zijn met OV-knooppunten en ontmoetingsplekken in de binnenstad;
- Detailhandel/horeca: deze deelsectoren zijn erg belangrijk voor een goed functionerende binnenstad. In de binnenstad zien we door een veranderend winkelgedrag (onder meer onder invloed van het internet winkelen) leegstand van winkelpanden ontstaan. De horeca blijft redelijk op peil en 'neemt soms lege winkelpanden over'. Hierdoor wordt de binnenstad steeds meer het domein van het funshoppen/recreatief winkelen in combinatie met horeca- en cultuurbezoek, terwijl doelgericht boodschappen doen en/of de aankoop van volumineuze artikelen elders plaatsvindt (rand binnenstad, periferie, wijkcentra).

Planet

Hierbij wordt o.a. ingegaan op de volgende trends:

- Mobiliteit: minder groei mobiliteit (o.a. door nieuwe werken), verdere groei van de 'groene' elektrische auto's, ontwikkeling knooppunten waar vormen van vervoer samenkomen en mensen makkelijk kunnen overstappen van de ene naar de andere vervoersmodaliteit;
- Groen: groene plekken zijn op veel verschillende manieren belangrijk voor de stad, nl voor het halen van milieudoelstellingen, als kader/decor voor recreatieve routes in en naar/vanuit de stad, voor stadslandbouw et cetera;
- Buiten-/agrarisches gebied: Zwolle is sterk verweven met het ommeland. Vanwege het compacte karakter van de stad is het buiten-/agrarisches gebied nooit ver weg. Dit geeft de stad voor inwoners, regio en toeristen extra aantrekkingskracht en kwaliteiten. De beëindiging van agrarische activiteiten kan de aantrekkelijkheid van het buitengebied aantasten. De herinvulling van voormalige agrarische gronden en gebouwen alsmede de ontwikkeling van biologische stadslandbouw kan hieraan een tegenwicht geven/hiervoor een alternatief bieden.

Place

Hierbij wordt o.a. ingegaan op de volgende trends:

- Steden en stedelijke netwerken: een steeds groter deel van de bevolking woont en leeft in een stedelijke omgeving. Steden transformeren hierbij naar stedelijke regio's/netwerken waarvan de begrenzing veel minder helder is dan vroeger; stad en ommeland/suburbs gaan langzaam in elkaar over. Hierbij lopen functies en leefwerelden steeds meer in elkaar over; plekken waar de functies wonen, werken en recreatie gemengd zijn zitten duidelijk in de lift. Zwolle doet het hierbij als groeiende stad met veel jonge inwoners goed;
- Van mono- naar multifunctionaliteit: ligt in verlengde van voorgaande punt. Gebieden waar bedrijven, scholen/opleidingen elkaars nabijheid opzoeken doen het goed. Ook in horeca, retail en dienstverlening zien we steeds meer mengvormen ontstaan;
- Erfgoed: historische aantrekkelijke steden doen het gemiddeld beter dan andere steden. Zwolle hoort in dit rijtje thuis. Een historisch aantrekkelijke stad levert ook een sterkere identiteit op. Belangrijk is dat het erfgoed gekoesterd wordt, de beleving ervan versterkt wordt en leegstand ervan wordt aangegrepen voor herbestemming.

4.4. Consequenties voor leisure

Vanuit de trends kunnen we de volgende consequenties afleiden voor de ontwikkeling en het succes van de leisuremarkt in Zwolle:

- A. **Groter bezoekpotentieel:** vanuit de demografische trends zien we een blijvende groei van de bevolking van Zwolle (+ 10.000 inwoners tot 2026). Hierdoor neemt het bezoekpotentieel/commercieel draagvlak voor vrijwel alle leisurevoorzieningen de komende jaren alleen maar toe. Dit wordt nog verder versterkt door de sterke regiofunctie van de stad (netwerkeconomie) en de ligging t.o.v. belangrijke toeristengebieden (o.a. Vechtdal, Noord-Veluwe);
- B. **Vraag jongere doelgroepen blijft hoog:** in tegenstelling tot veel andere plekken in Nederland houdt Zwolle een relatief jonge bevolking (85% < 65 jaar en 22% < 18 jaar). Dit zal leiden tot een blijvend groot draagvlak voor vormen van urban en family entertainment, thematische attracties, actieve/sportieve vormen van leisure en uitgaanshoreca. We zien vanuit de eerder gesignaleerd groei van het aanbod dat hier sterk op ingespeeld wordt;
- C. **Prominentere rol historische binnenstad:** het cultuurhistorisch erfgoed in de binnenstad is belangrijk voor de identiteit van de stad. Dit levert voor leisure een onderscheidend aanbod op, deels als ambiance/belevingselement voor stadbezoek, bezoek musea e.d., deels in de vorm van monumentale panden die nieuwe bestemmingen kunnen krijgen met een mix van leisure, horeca en fun shoppen. Dit vraagt vanuit leisure perspectief enerzijds het koesteren van de historische en monumentale kwaliteiten, anderzijds zal ook met de nodige flexibiliteit omgegaan moeten worden met vragen bij herbestemming. O.a. Museum De Fundatie, Waanders in de Broeren en de Librije laten zien dat één en ander goed en smaakvol te combineren is;
- D. **Rand binnenstad en periferie voor grootschalige leisure:** naast de binnenstad blijven locaties aan de rand van de (binnen-)stad van belang omdat veel functies vanwege hun schaal niet of nauwelijks inpasbaar zijn in een historische binnenstad met een fijnmazig stratenpatroon en veel monumentale panden. In vergelijking met veel andere (middel-)grote steden is Zwolle er hierbij tot op heden goed in geslaagd om een behoorlijk aantal van dit soort functies in de buurt/op loopafstand van de binnenstad te hebben (bijv. Nieuwe Buitensociëteit, IJsselhallen, Pathé, Theater De Spiegel, Hedon) waar andere steden deze soms in de periferie hebben en de synergie met de binnenstad ontbreekt/veel minder groot is. Tegelijkertijd zien we dat een dergelijke ontwikkeling door gebrek aan locaties of te hoge grondprijzen niet altijd houdbaar is en een locatie in de periferie op termijn vaak de enige optie is. Deze ontwikkeling dient scherp gemonitord te worden om op termijn geen kansen te missen;
- E. **Inspelen op verschillende type ondernemerschap en motieven:** in het verlengde van het voorgaande zien we ook verschillende type ondernemerschap inspelend op verschillende bezoekmotieven, waarbij de binnenstad deels het domein is van het meer kleinschalige aanbod met een hoge belevingswaarde en relatief hoge prijzen/ bestedingsniveaus/marges (en ook hoge grond/huurprijzen) en de periferie vaak gekenmerkt wordt door grootschaligheid, accent op goede bereikbaarheid en meer accent op volume dan marge/prijs;
- F. **Gezondheidstrend vraagt om verschillende type locaties:** deze trend in combinatie met de groei van het vraagpotentieel in het algemeen en de blijvend jonge bevolking (zie A. en B.) vraagt veel locaties/capaciteit om hieraan te voldoen. Deels gebeurt dit al door een breed en sterk gegroeid scala aan fitnesscentra op korte afstand in de wijken, deels door nieuwe outdoor-/kano-/adventure bedrijfjes in de grachten en buitengebied, deels door routes tussen stad en buitengebied. Bij het laatste wordt de omgevingsbeleving (grachten, historische routes, agrarisch buitengebied) steeds belangrijker;

- G. **Mobiliteit belangrijk aandachtspunt voor succesvolle leisure:** de groei van de leisuremarkt (in Zwolle) in combinatie met een verweving met andere functies in en langs de randen van de binnenstad leidt tot meer druk vanuit meerdere functies en stelt daarmee hoge eisen aan ontsluiting, bereikbaarheid en parkeren. Dit vraagt om slimme mobiliteitsoplossingen om ook op termijn succesvol te zijn/blijven in de leisuremarkt;
- H. **Adequaat inspelen op de trend deeleconomie:** deze trend leidt tot de opkomst van nieuwe type aanbieders als Airbnb, Uber, maar ook meer en meer verhuurbedrijfjes voor fietsen, sloepjes e.d. Dit geeft een nieuwe en extra dynamiek die zeker ook bij relatief jongere doelgroepen erg aanspreekt. Tegelijkertijd is het goed om hierop tijdig beleid te ontwikkelen om wildgroei, overlast en gevaarlijke situaties (bijv. op gebied van (brand-)veiligheid, hygiëne e.d.) te voorkomen;
- I. **Kansrijke initiatieven uit de samenleving faciliteren en/of stimuleren:** lokale initiatieven die ontstaan vanuit groepen enthousiaste en gelijkgestemde mensen, kunnen een interessante aanvulling op het leisure aanbod en de positionering van de stad leveren. Denk hierbij aan exposities, theater of workshops die de potentie hebben om een bovenregionale markt aan te spreken wanneer er een goed podium wordt aangereikt, zoals een monumentaal pand of in combinatie met een museum of horeca.
- J. **Integraal denken in locatiebeleid:** Volgens de heersende opvattingen beschikt een sterke (binnen)stad over een juiste mix van voorzieningen die levendigheid, mentale en fysieke gezondheid faciliteren/stimuleren. Door simpelweg functies en voorzieningen te mixen, zal niet automatisch levendigheid en gezondheid bevorderd/bereikt worden. Om dit te bereiken dient de focus van het locatiebeleid te liggen op samenhang en integraal denken waardoor maatwerk en flexibiliteit van steeds groter belang zijn. Hierbij kan het aanwijzen van bepaalde sferen/leefstijlen voor verschillende gebieden een leidraad vormen. Sommige leisure functies komen het best tot hun recht wanneer de bedrijven geclusterd worden (m.n. grootschalige functies), andere bieden kansen voor het bereiken van een gezonde en levendige mix (m.n. ondersteunende functies zoals fitness, dansschool en horeca). Uitgangspunt moeten de huidige situatie van een locatie zijn en wat de gemeente voor ogen heeft in dit gebied te bereiken (zowel in ruimtelijk als sociaal domein) en de specifieke eigenschappen van een functie (zoals: waar voegt deze (leisure)functie het meest toe aan het bestaande aanbod/imago van de stad, waar zijn de negatieve effecten (geluidsoverlast, congestie) het minst).

5. LOCATIEBELEID: ONGEWIJZIGD VOORTZETTEN OF WIJZIGEN?

5.1. Inleiding

In dit hoofdstuk gaan we eerst in op het locatiebeleid rondom leisure zoals dat momenteel in Zwolle geldt en beantwoorden we een aantal vragen om te kunnen analyseren of dit beleid nog overeenkomt met de huidige en toekomstige marktsituatie (zie 5.2).

Vervolgens hebben we in een tabel de mogelijkheden voor uitbreiding van de leisure in Zwolle voor de komende jaren kort en kernachtig samengevat en vertaald naar suggesties voor geschikte type locaties (zie 5.3).

Tot slot wordt het locatiebeleid vergeleken met de twee benchmark gemeenten (Apeldoorn en Amersfoort). Zie hiervoor paragraaf 5.4.

5.2. Toets locatiebeleid Zwolle

Ten aanzien van het huidige locatiebeleid worden de volgende vragen beantwoord⁷:

- Het huidige locatiebeleid van leisure in de gemeente Zwolle kent drie uitgangspunten: zoveel mogelijk locaties op gemeentegrond, clustering van leisurebedrijven en goede bereikbaarheid en zichtbaarheid van leisurevoorzieningen. Zijn deze uitgangspunten gewijzigd op basis van de onderscheiden trends en ontwikkelingen of gelden deze onverminderd?
- Is het goed om weer leisurelocaties/zones voor leisure vast te stellen binnen de gemeente Zwolle? Kunnen leisure locaties rondom ringwegen een rol spelen en hoe verhoudt zich dit tot mixgebieden of routes, waarbij leisure wordt gecombineerd met andere functies?
- Hoe is de vraag naar leisurelocaties op dit moment?
- Is het aanbieden/aanwijzen van gronden voor leisure aan ondernemers (door de gemeente Zwolle) doorslaggevend voor succes in de leisuresector, of is een maatwerkoplossing voor ondernemers beter?

Uitgangspunten

De uitgangspunten in het huidige locatiebeleid:

- Zoveel mogelijk locaties op gemeentegrond: Dit uitgangspunt kan voordelen hebben maar is niet per definitie noodzakelijk. In principe kan de markt hier grotendeels zelf invulling aan geven. De gemeente kan via planologisch beleid (o.a. ladder duurzame verstedelijking, bestemmen van gronden) en het leisurebeleid hier ook sturing aan geven zonder direct zelf als grondbedrijf/eigenaar op te treden. Uitzondering zijn wat ons betreft leisure ontwikkelingen waar de gemeente Zwolle grote waarde aan hecht en die zonder gemeentelijke bemoeienis moeilijk van de grond komen, bijv. dierentuinen/themaparken of musea. Met name voor dierentuinen en themaparken geldt dat deze hoge bezoekersaantallen kunnen trekken, maar ook grote oppervlaktes vragen. Voor ondernemers kan het moeilijk zijn grotere grondposities te verwerven, zeker als er meerdere eigenaren in het geding zijn en er sprake is van verschillende bestemmingen van de gronden. Ook de grondprijs is meestal een probleem (lage prijzen per m² vanwege extensieve karakter);

⁷ Enkele vragen zijn gecompriemd/samengevoegd, om doublures te voorkomen.

- Clustering van leisurebedrijven: dit komt in de praktijk vaak voor, zeker in/aan de rand van (middel-) grote steden, veelal rondom stadions, denk aan ArenA-gebied Amsterdam, Stadion Feijenoord/De Kuip e.o. in Rotterdam, Parkstad stadion Kerkrade, Stappegoor/Willem II (Tilburg). Hier wordt sport gecombineerd met andere leisurevoorzieningen en vaak ook retail. Verder zien we dat clustering op kleinere schaal meer spontaan in de binnenstad plaatsvindt, maar dan in een mix van functies zoals leisure en horeca (en niet expliciet alleen leisure). Ook vind wel clustering plaats op microniveau in één gebouw (zoals combinatie van urban entertainmentfuncties zoals bowling, bioscoop, lasergame, karten, etc.). We zien hierbij wel dat deze vorm in de praktijk veel geprobeerd is in de laatste 10 jaar, maar in de praktijk niet/moeilijk van de grond komt omdat de verschillende spelers en niet uit komen vanwege verschillende wensen/eisen of de doelgroepen te sterk uiteenlopen. Voorbeelden van een dergelijke formule zijn de Boreelkazerne in Deventer en de Leisuredome in Kerkrade;
- Goede bereikbaarheid en zichtbaarheid: deze factoren blijven onverminderd belangrijk, maar dreigen door de groei en mix van verschillende functies in het zelfde gebied, vaak de binnenstad en de randen ervan, wel onder druk te komen staan. Dit vraagt om veel aandacht en creatieve oplossingen.

Zonering van leisure

De gemeente kan kiezen voor zonering van leisure door bepaalde delen van Zwolle hiertoe aan te wijzen. Dat kan enerzijds op een actieve wijze, door bijvoorbeeld gronden aan te kopen en/of gronden vooraf als leisurebestemming aan te merken. Anderzijds is een minder actieve rol voor de gemeente mogelijk, dit zou kunnen betekenen dat bepaalde zones de voorkeur genieten om leisure te vestigen, door planologisch beleid en het leisurebeleid, maar dat de gemeente hierbij niet als grondbedrijf optreedt. De gemeente zou dan kunnen kiezen om een aantal voorkeurszones aan te wijzen en binnen deze zones te zoeken naar maatwerk.

Wij adviseren de gemeente deze voorkeurszones te benoemen, zonder concrete locaties/percelen aan te wijzen. Voor elk type ondernemer en type leisure is immers een andere type locatie wenselijk. De ondernemer/de markt is dan zelf verantwoordelijk voor aankoop grond/huur of koop van een pand (maatwerk), de keuze van de ondernemer is hier sterk afhankelijk van de doelgroep en het bezoekmotief. Voor grootschalige ontwikkelingen is de rand van de stad of zelfs de periferie vaak beter geschikt.

De bezoekmotieven van leisure spelen ook een rol. Combineren van bezoekmotieven in leisure kan meer bezoekers trekken, zoals combinatie van een grote bioscoop en horeca. Veel urban entertainment voorzieningen vragen echter nogal wat oppervlakte en trekken doorgaans ook grotere bezoekersstromen. Daarom zijn voor dit type gecombineerde ontwikkelingen de rand van de stad/ringwegen soms beter geschikt, zoals Voorsterpoort. Ringwegen/locaties aan de rand van de stad zijn met name geschikt voor grootschalig aanbod met hoge piekbelastingen en met weinig synergie met de binnenstad. Meer kleinschalige ontwikkelingen van leisure en horeca bijvoorbeeld zouden ook in het centrum of de rand rondom het centrum passen.

Mochten ondernemers geen geschikte locatie vinden of kunnen verwerven in het centrum of aan de rand van de stad, dan is het wel van belang voor de gemeente dit te goed monitoren en de ondernemer eventueel te adviseren over een andere locatie in de gemeente Zwolle. Het monitoren is essentieel, omdat anders voorzieningen bij gebrek aan een goede locatie ook verloren kunnen gaan aan buurgemeenten of überhaupt niet van de grond komen. De gemeente zou ondernemers actief kunnen benaderen daar waar gewenste ontwikkelingen niet/moeilijk van de grond komen.

Hierbij valt ook op te merken dat Zwolle de komende tien jaar nog groeit naar 135.000 inwoners en ook daarna de bevolkingsgroei verder zal doorzetten, zij het dat deze dan wat gaat afvlakken. Door meer inwoners wordt het draagvlak voor voorzieningen steeds groter. Dat geldt ook door de vraag vanuit verblijfstoeristen in de regio.

Vraag naar locaties

De vraag naar locaties voor leisure is sterk verschillend, afhankelijk van het type leisure. Uit de vestiging van de nieuwe leisurebedrijven in Zwolle de afgelopen jaren blijkt al een voorkeur van verschillende type leisurebedrijven.

Met name lasergame/karting en paintball vragen vanwege ruimtebeslag met name locaties aan de rand van de stad, voor een bioscoop en bowling zijn zowel locaties in de binnenstad als aan de rand van de stad mogelijk (kleine bioscoop/arthouse past meer in de binnenstad, een grote bioscoop meer aan de rand). Ook voor night entertainment en restaurants zou de binnenstad de voorkeur hebben, vanwege de relatie en synergie met de overige horeca en andere binnenstadsvoorzieningen. De overige categorieën vragen met name locaties buiten het centrum, alhoewel kleinschalige sauna of fitness ook in de binnenstad zou kunnen.

Aanbieden van gronden

Het aanbieden van gronden door de gemeente heeft wat ons betreft niet de voorkeur en is ook niet bepalend voor het succes van de leisuresector. Elke ondernemer heeft hierin zijn of haar eigen voorkeur en elk type leisure vraagt een andere ruimtebeslag en kan hierin variëren. Het aankopen van gronden of percelen door de gemeente en hiermee de inzet van de gemeente als grondbedrijf brengt bovendien aanzienlijke (financiële) risico's met zich mee. Zoals eerder gezegd zou een actieve rol van de gemeente bij bestemmen of aankopen van gronden wel een rol kunnen spelen bij leisure-ontwikkelingen die zonder inzet van de gemeente anders moeilijk ontwikkeld kunnen worden, zoals dierentuinen/themaparken (grote percelen en forse investeringen) en musea (met een doorgaans beperkte financiële draagkracht).

5.3. Uitbreidingsmogelijkheden leisure komende jaren

In deze paragraaf zijn de uitbreidingsmogelijkheden voor de leisure in Zwolle voor de komende jaren (tot circa 2025) kort en kernachtig samengevat. De belangrijkste mogelijkheden zijn eerst in onderstaande tabel samengevat.

Tabel 5.1 **Uitbreidingsmogelijkheden**

	Vestigingseisen	Indicatie aantal bezoekers	Tijdsfasering	Locatie suggestie
Urban entertainment				
<i>Bioscoop</i>	<ul style="list-style-type: none"> I.c.m. andere functies in gebouw/omgeving Omvang: 3.500-4000 (mainstream) 	300.000-400.000 bezoekers	5-7 jaar of langer (afhankelijk van hoe markt/bestaa nde bioscoop	Rand stad/ ringweg

			zich ontwikkelt	
<i>lasergame/paintball</i>	<ul style="list-style-type: none"> I.c.m. andere functies in gebouw/omgeving Omvang: 500-750 m² 	25.000-30.000 bezoekers	Afhankelijk van totaalconcept	Rand stad/ ringweg (bv. De Vrolijkheid)
<i>elektrische karts (binnenbaan)</i>	<ul style="list-style-type: none"> I.c.m. andere functies in gebouw/omgeving Omvang: 4.000-5.000 m² voor karts excl. andere functies 	15.000-25.000 bezoeken	1-2 jaar	Rand stad/ ringweg (bv. Voorterpoot)
Night entertainment				
<i>(Holland) Casino/ amusementscentrum</i>	<ul style="list-style-type: none"> Omvang amusementscentrum: 500-700 m² (100-150 automaten) Omvang casino: 3.000-5.000 m² 	30.000-40.000 (amusementscentrum) – 100.000-150.000 bezoekers (casino)	3-5 jaar	(Rand) binnenstad
<i>Muziekcentrum</i>	<ul style="list-style-type: none"> Combinatie muziek en beurscentrum Vaste bespeler of herlocatie evenementencomplex Omvang: afhankelijk van concept, indicatie 3.000-5.000 m² 	Indicatie 200.000-250.000 bezoekers (sterk afhankelijk van invulling)	Afhankelijk van invulling, moeilijke markt	Rand (binnen-)stad
Attracties				
<i>Groot Innovatief themapark</i>	<ul style="list-style-type: none"> Omvang: 8-10 ha 	Min. 250.000-300.000 bezoekers	5 jaar of langer	Buitengebied
<i>particulier museum</i>	<ul style="list-style-type: none"> Omvang: 4.000-5.000 m² 	75.000-100.000 bezoekers	Niet stuurbaar, sterk afhankelijk van toevallig initiatief (vgl More en Voorlinden)	(Rand) binnenstad
Deeleconomie				
<i>Verhuurbedrijfjes: sloepjes, fietsen, etc.</i>	<ul style="list-style-type: none"> Omvang: afhankelijk van type verhuurbedrijf Ruimte voor aanlegsteiger en/of opslag items verhuur 	Ca. 4.000 gebruikers per aanbieder	1-5 jaar (afhankelijk van hoe huidige aanbieders het doen)	(Rand) binnenstad

In hoofdstuk 2.4 hebben we de groei van de leisure markt in Zwolle getoetst. De conclusie hiervan is dat Zwolle in 2017 qua bezoekersaantallen en bestedingen, halverwege de periode 2010-2025, goed op koers ligt om haar ambities in 2025 te halen. Om dit te bewerkstelligen is er echter wel een koerswijziging nodig. De groei tussen 2010-2017 kenmerkt zich namelijk met name door de vestiging van kleine tot middelgrote aanbieders (fitness, bootverhuur, indoor speeltuinen). Zoals besproken in hoofdstuk 3.2 is de huidige marktruimte voor dergelijke voorzieningen inmiddels matig tot klein door de ontwikkelingen sinds 2010. Om de doelstelling voor 2025 te halen is het daarom nodig om vanaf nu ook de vestiging van aanbieders in de categorieën waar voldoende tot veel marktruimte is en die grotere bezoekersaantallen trekken. Dit zijn o.a. de urban entertainment voorzieningen, amusementshal/casino en themapark, zoals tabel 5.1 illustreert.

Aanvullende kleinschalige, kansrijke concepten zoals initiatieven van bewoners (theater, tentoonstelling, workshop, e.d.) en blurring in detailhandel kunnen een waardevolle/ aantrekkelijke toevoeging zijn op het bestaande aanbod zoals hoofdstuk 4 laat zien. De reden dat we dergelijke concepten in bovenstaande bespreking buiten beschouwing laten, is dat hier niet gaat om de vestiging van specifieke, commerciële leisure aanbieders.

5.4. Benchmark locatiebeleid

We hebben voor de benchmark in kaart gebracht hoe het leisure locatiebeleid van de gemeente Amersfoort en Apeldoorn momenteel is vormgegeven. De keuze voor deze beide gemeenten is ingegeven door de eerdere benchmark die ook Apeldoorn en Amersfoort als vergelijking nam.

Apeldoorn

Het beleid van de gemeente Apeldoorn ziet er als volgt uit:

- De grootste drie attracties (Paleis Het Loo, Apenheul, Julianatoren) zijn globaal in het hetzelfde deel van de stad gevestigd (Apeldoorn West), maar rondom deze locaties kan geen nieuwe leisure worden gevestigd o.a. vanwege natuurwetgeving;
- De gemeente Apeldoorn heeft twee voorkeurszones aangewezen voor nieuwe leisure locaties: de binnenstad en het gebied Voorwaarts, aan de ooststrand van Apeldoorn. Hier zijn reeds grootschalige voorzieningen op het gebied van leisure en retail, zoals Mediamarkt, Americahal, Omnisport en Decathlon. Ook Hornbach wordt hier in 2019 verwacht. Doelstelling is om zowel in het centrum als bij Voorwaarts zoveel mogelijk synergie te creëren met de bestaande leisure-, retail en horeca-voorzieningen. Het gebied Voorwaarts is daarnaast goed bereikbaar (ook per openbaar vervoer). Leisure-voorzieningen buiten deze twee zones zijn niet onmogelijk en ondernemers kunnen hiervoor een aanvraag doen, maar deze zullen wel kritisch worden bekeken door de gemeente. Eventuele nieuwe locaties/percelen in de twee zones kennen in beperkte mate een leisure- of gemengde bestemming, dus een (aanvraag tot) wijziging van het betreffende bestemmingsplan is vaak wel noodzakelijk voor nieuwe leisure voorzieningen;
- De gemeente Apeldoorn koopt geen gronden aan die voor leisure bestemd zijn, het initiatief hiertoe zou bij ondernemers moeten liggen. De gemeente Apeldoorn wenst niet de financiële risico's te lopen die hiermee gepaard gaan.

Gemeente Amersfoort

De gemeente Amersfoort heeft geen voorkeurlocaties aangewezen voor leisure, dit is voor elke nieuwe voorziening maatwerk. In het centrum vestigen van leisure voorzieningen is moeilijk, omdat Amersfoort beschermd stadsgezicht is. Daarnaast is het aanbod aan leisure-voorzieningen in Amersfoort goed op orde (zie hiervoor ook de voorgaande hoofdstukken).

Amersfoort is een gemeente die sterk bebouwd is en hecht qua leisurevoorzieningen ook een groot belang aan buitenrecreatie. De gemeente koopt zelf geen gronden aan voor nieuwe leisure aan en treedt zodanig niet op als grondbedrijf.

6. AANSLUITING BELEIDSLIJNEN LEISURE OP 'VERHAAL VAN ZWOLLE'

6.1. Inleiding

Tot slot zetten we in dit hoofdstuk de beleidslijnen uit het beleidskader commerciële vrijetijdsvoorzieningen af tegen het 'Verhaal van Zwolle' en doen suggesties voor een eventuele aanpassing/aanscherping van het beleid.

We gaan hierbij eerst kort in op wat de beleidslijnen leisure behelzen (6.2), vervolgens kijken we in hoeverre hiermee wordt ingespeeld/aangehaakt op het 'Verhaal van Zwolle' (6.3). Tot slot geven we suggesties voor aanvullingen/aanscherpingen om de aansluiting van beide beleidsstukken op elkaar nog verder te versterken (6.4).

6.2. Schets beleidslijnen uit beleidskader 2011

In deze paragraaf zijn de zes strategische beleidslijnen uit 'Zwolle, een belevenis, beleidskader commerciële vrijetijdsvoorzieningen' uit 2011 kort weergegeven:

1. **Regiofunctie:** Zwolle heeft een duidelijke regiofunctie en kan deze versterken door de leisure-sector te faciliteren. De regiofunctie impliceert dat de focus ligt op leisurefuncties die óók een (boven-) regionale functie willen/kunnen vervullen. Anderzijds is het goed met de regio in overleg te treden over complementaire en onderscheidende leisurefuncties (om doublures te voorkomen);
2. **Nieuwe ambities:** Zwolle is een groeistad met ambities. Deze komen ook tot uiting in het leisurebeleid; passende locaties, onderscheidende functies en dito ruimtelijke uitstraling zijn hierbij van belang. In deze nieuwe ambities past ook een grote nadruk op duurzaamheid van het initiatief;
3. **Jonge bevolking:** Zwolle en de regio hebben een groot aandeel jonge inwoners. Zwolle kent een sterk aanbod op het gebied van culinaire activiteiten, detailhandel, cultuur en evenementen. Dit aanbod bedient zowel ouderen als jongeren. Kenmerk van mainstream leisure voorzieningen is dat deze veelal activiteiten aanbieden voor jongeren. Ondanks de aanwezigheid van veel jongeren ontbeert Zwolle sommige leisure-attracties voor deze doelgroep. In het voorgaande zien we dat Zwolle hierin inmiddels flinke slagen gemaakt heeft;
4. **Stad van historie & smaak:** Zwolle kent, zelfs in vergelijking met Bourgondische steden als Arnhem, Den Bosch en Groningen, een fors aantal kwalitatief hoogwaardige restaurants. Zwolle is ook Hanzestad; de historische oude binnenstad is sfeer- en smaakvol. Zwolle wil zich dan ook graag profileren als stad met "historie" en "smaak". De leisure-sector kan ook langs deze lat worden gelegd: culinaire, smaakvolle en historische concepten zijn zeer welkom;
5. **Clustering:** de ervaring leert dat leisure-bedrijven economisch vaak beter presteren, wanneer zij gevestigd zijn in een cluster. Dit biedt meer mogelijkheden voor gebiedsmarketing en daarmee mogelijkheden om Zwolle op de kaart te zetten;
6. **Groen/blauw Zwolle:** heeft de aanwezigheid van groen en water als één van unique selling points. Dit is een waarde die verder kan worden benut o.a. door de ontwikkeling van extensieve leisure in groene gebieden, maar ook van recreatieve routes.

6.3. Toets leisurebeleid aan 'Verhaal van Zwolle'

De basis van de actuele citymarketingstrategie van Zwolle is verwoord in het 'Verhaal van Zwolle' en zet in op drie belangrijke pijlers:

- A. De dynamische binnenstad, met historisch karakter en bijzonder aanbod aan cultuur, horeca en winkels;
- B. Excellent onderwijs op (vrijwel) alle niveaus, o.a. een aantal grote, gespecialiseerde MBO's en HBO's;
- C. Economische topregio, in 2016 stond de regio Zwolle landelijk 3^e in de lijst van topregio's.

Als we deze pijlers afzetten tegen de zes beleidslijnen in het beleidskader commerciële vrijetijdsvoorzieningen uit 6.2 dan zien we veel raakvlakken/dwarsverbanden:

- A. De dynamische binnenstad heeft directe raakvlakken met de beleidslijnen:
 - **Stad van historie & smaak**, met toppers als de Fundatie, De Librije en Waanders in de Broeren;
 - **Clustering**, immers een groot deel van het aanbod aan leisure, horeca en funshoppes is geclusterd in of aan de randen van de binnenstad;
 - **Groen en Blauw**, want de binnenstad is met blauwe (Stadsgracht, Zwarte Water en Vecht) en groene 'aders' (in de vorm van tal van wandel-, fiets- en vaarroutes) direct of indirect verbonden met het ommeland, waardoor stedelijk-historische kwaliteiten en groen-blauwe kwaliteiten in het buitengebied sterk verweven zijn;
- B. Excellent onderwijs heeft directe raakvlakken met de beleidslijnen:
 - **Jonge bevolking**: door de prominente positie op onderwijsgebied versterkt Zwolle haar positie als 'magneet' om jonge mensen uit de hele regio aan te trekken. Het leisure aanbod voor deze groep is met Dinoland en de nieuwe overdekte speelparadijzen voor de jonge kinderen en een tweede zaal bij Hedon, de nieuwe Pathé bioscoop, de nieuwe outdoorbedrijven en het uitgebreide horeca aanbod voor de doelgroep jongeren/studenten al aanzienlijk verbeterd;
 - **Groen en Blauw**: de recreatieve fietsroutes die langs/door de groen-blauwe 'aders' de stad met de regio verbinden, kunnen indien slim gepland, ook een belangrijke functie vervullen voor jongeren uit de regio die per fiets naar school gaan in Zwolle;
- C. De economische topregio heeft directe raakvlakken met de beleidslijnen:
 - **Nieuwe ambities**: door de sterke economische positie kan Zwolle haar ambities realiseren en hierbij is de aanwezigheid van een aantrekkelijk leisure aanbod weer belangrijke randvoorwaarde voor bedrijven en personen om zich in Zwolle te vestigen;
 - **Stad van historie en smaak**: want hiermee onderscheidt Zwolle zich heel nadrukkelijk van andere groeisteden, nl. de 'new towns', die het juist door een gebrek aan historie en identiteit vaak moeilijk hebben om hun positie als stad voor bezoekers van buiten/toeristen te vestigen;
 - **Regiofunctie**: door de economische ambities regionaal op te pakken ontstaat er een regionale netwerkstad, waarvan Zwolle ook op gebied van leisure de vruchten kan plukken en kan komen tot een goede afstemming met de buurgemeenten.

6.4. Suggesties voor aanvullingen/aanscherpingen

De link tussen beide beleidsstukken is al relatief sterk, aanvullend zou aan de volgende aspecten gedacht kunnen worden:

- **Leisure aanbod regionaal nog meer afstemmen**, zodat invullingen die qua omvang, karakter (extensief) of grondprijzen niet in Zwolle (kunnen) 'landen' regionaal toch tot stand komen, terwijl

anderzijds voorzieningen die een sterk regionaal draagvlak vragen en relatief compact zijn in Zwolle kunnen komen. M.a.w. insteken zoals men ook voor de economische topregio per opportunity doet, namelijk samen kijken welke gemeente/type locatie hier het beste op kan inspelen;

- Kijken hoe het excellente **onderwijs (in-)direct nog meer input kan leveren voor de leisure sector**. Dit kan door opleidingen op gebied van leisure, cultuur, muziek e.d. te ontwikkelen of uit te bouwen (o.i. speelt ArteZ hierin al een belangrijke rol) en onderwijs ook meer direct te betrekken bij vragen over type/soort en locaties voor leisurevoorzieningen;
- De dynamisch binnenstad gekoppeld aan Zwolle als stad van historie en smaak zou zich **nationaal nog veel meer kunnen positioneren** als stad voor doelgroepen die van cultuur, culinair en funshoppen houden en daarmee een aantrekkelijk alternatief kunnen worden voor steden als bijv. Maastricht, Den Bosch en Leiden. De Fundatie en Librije zijn hierbij ambassadeurs die momenteel hiervoor de weg al effenen door hun regelmatige optredens en publicaties in de landelijke media;
- Nog meer dan nu het geval, zou Zwolle zich kunnen **ontpoppen als toeristische stad**, niet alleen voor doelgroepen zoals beschreven onder het voorgaande punt maar ook als elkweervoorziening voor verblijfgasten in het Vechtdal, de Noordelijke Veluwe en Weerribben/Wieden die een uitstapje voor een (halve) dag zoeken voor het gezin/de familie.

7. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

7.1. Conclusies

Uit de analyses in de voorgaande hoofdstukken kunnen de volgende conclusies getrokken worden:

- Zwolle heeft een forse inhaalslag gemaakt qua leisure aanbod. In de periode 2010-2017 zijn er ruim 25 nieuwe leisurevoorzieningen bij gekomen;
- Met bijna 800.000 extra bezoeken, € 14 mln extra bestedingen en ruim 175 extra FTE aan werkgelegenheid die deze 25 leisurevoorzieningen genereren, ligt Zwolle halverwege de beleidsperiode 2010-2025 precies op koers;
- Ook vergeleken met de benchmarkgemeenten Apeldoorn en Amersfoort, doet Zwolle het goed;
- Voorzieningen die nog gemist worden, in vergelijking met deze en andere (middel-)grote steden zijn onder meer een dierentuin/attractie, casino, kartcentrum en skihal/ijsbaan. Deels heeft dit te maken met beleid, deels met gewijzigde marktomstandigheden;
- Gezien de groei van de bevolking van Zwolle in de komende 10 jaar is er in een aantal leisure categorieën nog marktruimte voor nieuw, extra aanbod in de toekomst. Dit wordt nog versterkt door de sterke regio functie van Zwolle en de rol die Zwolle kans spelen als toeristische stad. De opgave hierbij is wel dat het vooral om grootschaliger vormen van leisure gaat, die de nodige ruimte vragen;
- Vanuit de trends en ontwikkelingen die op ons afkomen, zien we een steeds sterke trekkracht van steden. Met name steden met een aantrekkelijke cultuurhistorische binnenstad scoren hierbij bovengemiddeld goed. Ook Zwolle heeft hiervoor grote potenties, zowel voor de historische binnenstad als bestemming als voor het realiseren van een mix van voorzieningen op gebied van leisure, cultuur, horeca en funshoppen of tussenvormen hiervan;
- Tegelijkertijd zien we dat vanuit behoefte aan schaal afgezet tegen de beperkte capaciteit van de binnenstad er ook in de toekomst behoefte zal blijven bestaan aan locaties aan de rand van de binnenstad of in de periferie/aan uitvalswegen;
- Vanuit het locatiebeleid is het belangrijk op deze verschillende type voorkeuren flexibel en met maatwerk in te spelen. Hierbij kan het helpen als de gemeente zelf beschikt over locaties, maar dit is niet persé noodzakelijk.

7.2. Aanbevelingen

Vanuit het voorgaande doen we de volgende aanbevelingen:

- Qua identiteit en positionering nog meer inzetten op de kwaliteiten en het onderscheidende karakter van de binnenstad. Dit hoeft overigens niet direct te betekenen dat nieuw aanbod ook hier gerealiseerd moet worden, het gaat erom 'wat je in de etalage zet', het feitelijke aanbod kan ook net aan de randen meeliften op de binnenstad en hier op haar beurt weer een impuls aan geven;
- Om de volgende 50% van de kwantitatieve opgave te halen, dus nog eens 0,7-0,8 extra bezoeken en € 14 mln extra bestedingen, zal goed gekeken moeten worden in welke categorieën nog lacunes zijn, tegen welke voorwaarden die binnen gehaald kunnen/moeten worden en hoe deze passen in het citymarketingbeleid en het 'Verhaal van Zwolle';
- Bij het leisurebeleid voor de komende jaren moet er extra aandacht komen voor mobiliteit. Immers bij een groei van de stad en van de hoeveelheid leisurevoorzieningen, zal de verkeersdruk alleen maar toenemen. Dit vraagt uit oogpunt van een sterke groeiende economie en tegelijkertijd

aandacht voor duurzaamheid en gezondheid om creatieve oplossingen in mobiliteit; slimme parkeeroplossingen, makkelijk overstappen van de ene naar de andere vervoersmodaliteit, groen/milieuvriendelijk vervoer en bevorderen van het fietsgebruik;

- Speciaal beleid te ontwikkelen voor nieuwe vormen van ondernemen die afwijken van de reguliere patronen, denk hierbij met name aan 'blurring' en de nieuwe deeleconomie. Deze betekenen nieuwe kansen voor de stad om andere doelgroepen aan te trekken met andere motieven/behoefte. Tegelijkertijd vraagt dit een goede balans met bestaande reguleren bedrijven waar het gaat om het creëren van een level playing field (denk aan wetgeving, veiligheid, belastingen et cetera).