

De Horecavisie van Zwolle 2019 - 2023

Bijlage 1 Advies horecastructuur

Bijlage 2 Advies hotelstructuur

Samenvatting

De horecavisie 2019 – 2023 schept kaders waarbinnen ondernemers geïnspireerd en gestimuleerd worden om te ondernemen. De visie regelt wat er geregeld moet worden, en geeft zoveel mogelijk vrijheid. De focus van de visie richt zich met name op het centrumgebied van Zwolle, maar doet ook uitspraken over wijken en bedrijventerreinen.

Van Spronsen horeca advies heeft de gemeente Zwolle en de Koninklijke Horeca Nederland (KHN) ondersteund met het aanleveren van een advies voor de horecastructuur en hotelstructuur.

Nationaal en internationaal groeit het toerisme. Daarnaast verandert het gedrag van consumenten; mensen besteden meer en meer geld aan eten en drinken buitenshuis. Deze ontwikkelingen zien we ook terug in Zwolle. De afgelopen jaren is er veel horeca bijgekomen in Zwolle, met name daghoreca. En er is ruimte voor meer groei van de horecasector, zeker in perspectief van de verwachte bevolkingsgroei tot en met 2040.

Het centrumgebied van Zwolle is volop in ontwikkeling. De komende jaren worden er veel woningen bijgebouwd. Met andere woorden: de stedelijkheid in Zwolle neemt toe. Horeca kan een bijdrage leveren aan het beleven van het centrumgebied, onder andere door de levendigheid en leefbaarheid in het centrumgebied te vergroten. Daarnaast kan horeca de verschillende deelgebieden met elkaar verbinden en de entreegebieden van de historische binnenstad versterken. Horeca heeft een belangrijke functie voor mensen als ontmoetingsplek. Zowel in het centrumgebied als in de wijken zoeken mensen elkaar op. Ook voor bezoekers aan Zwolle is horeca belangrijk, omdat de lunchrooms, cafés en restaurants de Zwolse gastvrijheid bieden. Door horeca voelen mensen zich welkom in de stad.

Het toevoegen van nieuwe horeca is mogelijk. Wanneer dit niet binnen het bestemmingsplan past volgt er een gesprek met de accounthouder horeca. Op basis van de ontwikkelstrategieën per deelgebied wordt bekeken of en hoe het initiatief mogelijk gemaakt kan worden. Het toevoegen van horeca moet ook passen binnen de ruimtelijke kaders; nieuwe horeca mag niet ten koste gaan van de winkelstructuur of woongebieden.

Voor de hotelsector geldt dat vernieuwing wenselijk is, het liefst op locaties dicht bij de binnenstad. Een nieuw initiatief wordt getoetst op het concept, het aantrekken van nieuwe doelgroepen en de locatie. Er is ruimte voor 200 nieuwe kamers in Zwolle, die met name komen in Spoorzone en/of Zwarte Waterzone.

Inhoud

Samenvatting	2
<u>Hoofdstuk 1 Inleiding</u>	<u>4</u>
1.1 Aanleiding	4
1.2 Ambitie	5
1.3 Opzet en reikwijdte	5
1.3.1 Samen werken aan de visie	5
1.3.2 Definitie van horeca	5
1.3.3 Scope	6
1.3.4 Gebruik van de visie	7
1.3.5 Flexibele visie	7
<u>Hoofdstuk 2 Foto van Zwolle: de huidige situatie</u>	<u>8</u>
2.1 Trends en ontwikkelingen	8
2.2 De huidige markt in Zwolle	8
2.3 Resultaten Hackaton	8
<u>Hoofdstuk 3 De horecavisie 2019-2023</u>	<u>10</u>
3.1 Centrumgebied	10
3.2 Verbinden van plekken, entreegebieden en omliggende wijken	10
3.3 Spoorzone en schil	11
3.4 Gastvrijheid	11
3.5 De visie op hoofdlijnen	11
<u>Hoofdstuk 4 Uitwerking van de visie: het beleid</u>	<u>13</u>
4.1 Toevoegen van nieuwe horeca	13
4.2 Horeca categorieën	14
4.3 Horeca in winkelgebieden	15
4.4 Terras en horeca op etage	15
4.5 Tijdelijke initiatieven	16
4.6 Bezorg- en afhaalconcepten	17
4.7 Blurring	17
4.8 Wijken en bedrijventerreinen	17
<u>Hoofdstuk 5 Hotels</u>	<u>18</u>
5.1 Toetsingskader nieuwe initiatieven	18
<u>Hoofdstuk 6 Overkoepelende thema's</u>	<u>19</u>
6.1 Gezondheid	19
6.2 Human Capital Agenda	19
6.3 Mobiliteit	19
6.4 Duurzaamheid	19
<u>Hoofdstuk 7 Sturing</u>	<u>20</u>
7.1 Organisatie	20

1 Inleiding

Horeca zorgt voor leven in de brouwerij. Het is een belangrijk onderdeel van de dynamiek in het centrumgebied, waar mensen elkaar ontmoeten, pauzeren tijdens een middag winkelen of ontspannen na een werkdag. Daarnaast zorgen de cafés, restaurants en hotels voor werkgelegenheid. De diversiteit aan soorten en maten horeca draagt bij aan een vitale en gastvrije stad.

De manier waarop bewoners en bezoekers gebruik maken van horeca is aan verandering onderhevig. Een belangrijke trend is dat mensen vaker dan voorheen buiten de deur eten en drinken. De horeca is ook niet meer specifiek gericht op lunch of diner, maar bedrijven veranderen ook gedurende de dag van eetgelegenheid naar café naar nachtclub. Dat is terug te zien in de groei van de sector. De afgelopen 5 jaar is het aantal horecazaken in Zwolle met 14% gegroeid. Een groot deel van die groei heeft plaatsgevonden in de daghoreca. Veel mensen is het opgevallen dat er de afgelopen jaren veel koffiezaakjes zijn bijgekomen, alsook concepten die zich richten op de lunchconsument. Dat dit niet ten koste is gegaan van de avondhoreca, geeft wel aan dat mensen meer zijn gaan uitgeven in de horeca.

1.1 Aanleiding

Het inwonersaantal van Zwolle groeit de komende jaren tot 140.000 inwoners. Dat betekent dat er ongeveer 20.000 personen bij komen. Veel van die mensen willen graag dichtbij de binnenstad en het station wonen. Die ontwikkeling is al een aantal jaren bezig en zien we terug in de ontwikkeling van Kamperpoort, Kraanbolwerk, Willemskade, Groot Weezenland en de vele toevoegingen op kleine schaal in de historische binnenstad. Ook de spoorzone is volop in ontwikkeling. Leegstaande kantoren worden getransformeerd tot woningen en er staan nieuwbouwprojecten op stapel. De binnenstad, spoorzone en schil vormen samen het centrumgebied van Zwolle, waar de oude en nieuwe Hanze samenkomen. De historische kern is meer gericht op consumeren, de spoorzone is gericht op produceren. Deze ontwikkeling naar een groter centrumgebied zorgt er onder andere voor dat we anders naar de rol van horeca gaan kijken. Horeca kan in belangrijke mate bijdragen aan de toenemende stedelijkheid van Zwolle. Door plekken te bieden waar mensen ontspannen, elkaar ontmoeten en waar gewerkt wordt. Door met terrassen een levendig straatbeeld te verzorgen en met evenementen een aantrekkelijk programma gedurende de week en in het weekend te verzorgen. Door plekken in de stad met elkaar te verbinden ontstaat samenhang en wordt mede de routing versterkt. Kortom; door bij te dragen aan de levendigheid en leefbaarheid van de stad.

Zwolle is steeds meer een toeristische bestemming. Bezoekers komen vanuit stad, regio, het land en buitenland. De bezoekers die meerdere dagen in Zwolle en omgeving willen verblijven vragen om overnachtingsmogelijkheden nabij de binnenstad. Deze doelgroep wil ook vernieuwende horeca zien en beleven. En steeds vaker wil deze doelgroep in vernieuwende en bijzondere verblijfconcepten overnachten.

De horecavisie 2019 – 2023 geeft richting aan de ruimtelijke en economische vraagstukken die voor liggen: waar faciliteren we welk type horeca en hoe draagt horeca bij aan de levendigheid en leefbaarheid van Zwolle. De insteek is om kwaliteit en vernieuwing toe te voegen. Vernieuwing in de zin van creativiteit, innovativiteit en aantrekkingskracht voor bestaande én nieuwe doelgroepen. De visie wordt vervolgens op hoofdlijnen uitgewerkt met harde en zachte kaders. Op die manier worden handen en voeten gegeven aan het 'hoe'. Dit vormt het beleid. Naast de focus op het centrumgebied worden ook uitspraken gedaan over de horeca in de hele stad.

1.2 Ambitie

Zwolle versterkt haar stedelijkheid, wordt nationaal en internationaal aantrekkelijker en bestendigt zo haar (economische) toppositie als regio. De horecavisie jaagt vernieuwing en kwaliteit aan die een bijdrage levert aan de profilering van de nieuwe en experimentele Hanzestad. De horecavisie faciliteert de actuele vraag naar horeca en draagt bij aan een gastvrije en levendige binnenstad, centrumgebied en stad.

De ambitie sluit aan bij de strategische agenda Binnenstad, de strategische agenda Spoorzone en de omgevingsvisie.

1.3 Opzet en reikwijdte

1.3.1 Samen werken aan de visie

Het is belangrijk om een nieuwe visie samen met belanghebbenden op te stellen, in dit geval ondernemers en consumenten. Zo wordt overeenstemming over de opgave en strategie bereikt. Ongebreidelde uitbreiding van de horecasector is niet wenselijk, een euro kan immers maar één keer uitgegeven worden (en een maag maar één keer gevuld). Ondernemers met een marginale exploitatie kunnen niet zorgen voor de kwaliteit en innovatie. Het aanbod van horeca moet dus in balans zijn met de vraag naar horeca. Binnenstadbewoners zijn alert op de wijze waarop de uitbreiding wordt vormgegeven; zorgt dat voor overlast of niet? Deze belangen zijn meegenomen in het opstellen van deze horecavisie.

Voor de horecavisie en het horecabeleid werkt de gemeente Zwolle samen met de Koninklijke Horeca Nederland (KHN) Zwolle. Om een goede horecavisie op te kunnen stellen is kennis en kunde van een onafhankelijk adviesbureau nodig. Met KHN is een uitvraag geformuleerd waarbij twee bureaus zijn uitgenodigd een offerte uit te brengen. Van Spronsen Horeca-advies is gekozen om het onderzoek en proces uit te voeren. Er is bewust gekozen om bij het opstellen van de horecavisie geen gebruik te maken van een kwantitatieve analyse. Het bepalen van een groei in vierkante meters werkt beperkend en als eenmaal de grens bereikt is, is er geen mogelijkheid meer om in te spelen op de markt. Met andere woorden: een kwantitatieve analyse kan de ontwikkeling en vernieuwing van de sector op slot zetten. Daarom is gevraagd om te komen met een kwalitatieve analyse waarbij de ontwikkelrichting per gebied geschetst wordt.

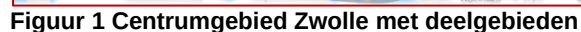
In twee expertmeetings met ondernemers en één expertmeeting met consumenten is in kaart gebracht welk ambitieniveau er nagestreefd moet worden, hoe er tegen de Zwolse horeca aangekeken wordt, welke ontwikkelingen er op ons af komen, en welke kansen en bedreigingen er zijn. Deze bijeenkomsten waren nuttig en leverden feedback en positieve energie op. Op hoofdlijnen is de conclusie dat de horeca in Zwolle er goed voor staat. Er zijn de afgelopen jaren veel goede zaken en plekken bijgekomen die de stad naar een hoger niveau hebben getild. De horecasector ziet uitbreiding van horeca niet als een bedreiging, maar als kans om Zwolle verder te ontwikkelen. Eén van de uitspraken tijdens de expertmeetings was: 'Het moet als sector onze ambitie zijn dat iedere Zwollenaar minstens 1 horecamoment in de week heeft'.

1.3.2 Definitie van horeca

Onder horeca wordt verstaan: commerciële dienstverlenende ondernemingen die logies verstrekken en/of spijsen en dranken voor gebruik ter plaatse of gebruik elders dan ter plaatse. Hieronder vallen onder andere hotels, restaurants, cafés, nachtclubs, lunchrooms, koffiezaken. Onder horeca valt ook de paracommercie zoals wijkcentra.

1.3.3

De horecavisie gaat over de ruimtelijk economische spreiding van horeca in het centrumgebied. Met andere woorden: welk type horeca kan zich waar vestigen? De horecavisie richt zich met name op het centrumgebied van Zwolle: de historische binnenstad, schil en spoorzone. Op figuur 1 is het centrumgebied met de deelgebieden verbeeld. Voorheen lag de focus vooral op de historische binnenstad, maar vanwege de toenemende stedelijkheid ontstaat er een groter centrumgebied. Recente ontwikkelingen van Pathé, de Stadkamer en woongebouwen bevestigen de schaa sprong.



1.3.4

6

ruimtelijke en economische afweging wordt gemaakt. Ook als het initiatief binnen de visie past, kunnen er redenen zijn om geen horeca toe te staan, bijvoorbeeld vanwege ruimtelijke of sociale aspecten zoals fietsparkeren of overlast voor de buurt. De ontwikkelstrategieën per deelgebied zijn richtinggevend voor het type horeca dat er op die locatie kan komen.

1.3.5 Flexibele visie

Het is onmogelijk te voorspellen hoe de wereld er over 3 jaar uit ziet. Eén van de uitgangspunten is dat de visie en het beleid de ruimte en flexibiliteit biedt om op ontwikkelingen en trends in te spelen. Trends waarvan we nu nog niet weten dat ze gaan ontstaan. Dat doen we onder andere door de ontwikkelrichting per deelgebied op een hoger abstractieniveau te duiden. Verder kan, indien nodig geacht, gemotiveerd afgeweken worden van de visie/het beleid als economische of maatschappelijke belangen groot zijn. Wet- en regelgeving is uiteraard van toepassing en dus kaderstellend voor huidige en toekomstige initiatieven.

2 Foto van Zwolle: de huidige situatie

2.1 Trends en ontwikkelingen

Landelijke en Europese trends laten zien dat het consumentengedrag van mensen verandert. Mensen eten en drinken vaker buitenshuis, en het tijdstip waarop mensen horeca bezoeken verschuift van alleen 's avonds naar ook eerder op de dag. De toename van het aantal koffiezaken en lunchrooms is daar een zichtbaar resultaat van. Deze ontwikkeling zal zich naar verwachting de komende jaren doorzetten. Het centrumgebied is de ontmoetingsplaats van Zwolle en de regio.

In 2017 bezochten zo'n 1,58 miljoen mensen Zwolle. Sommige bezoekers kwamen een tweede of derde keer (of nog vaker) terug, waardoor het totaal aantal bezoeken op 4,75 miljoen komt. 82% van die bezoekers komt niet uit Overijssel, wat aangeeft dat Zwolle een grote aantrekkingskracht heeft. Gemiddeld geeft een bezoeker aan Zwolle zo'n €46,30 uit, waarvan een deel in de horeca uitgegeven wordt.

Het aantal horecabedrijven in Zwolle is sinds 2010 gegroeid, maar vooral verkleurd. Er heeft een daling plaats gevonden van nachthoreca, terwijl er fors meer daghoreca is bijgekomen. Het aantal bezoekers is gestegen, zowel toeristisch als zakelijk. Volgens het CVO-onderzoek steeg het aantal bezoeken van dagtoeristen van 3,4 miljoen in 2010 naar 4,7 miljoen in 2017. Het aantal overnachtingen steeg van 130.000 naar 267.000. De werkgelegenheid in de horeca is sinds 2011 toegenomen met 18% naar een totaal van bijna 3.300 banen in 2016. Voorzichtig uitgaande van gelijkblijvende arbeidsproductiviteit (circa €60.000 per FTE) impliceert dit dat de omzet met circa € 35 miljoen is toegenomen.

Het terras is een zeer belangrijk onderdeel van de horeca geworden. Er wordt bijna jaarrond gebruik gemaakt van terras, en voor veel bedrijven is het terras een zeer belangrijk onderdeel van de bedrijfsvoering. Dit heeft tot gevolg dat de druk op de openbare ruimte toeneemt. Een horecazaak zonder terras is bijna niet meer van deze tijd. Op locaties waar al veel terras is, of locaties waar vanwege een kleine stoep nauwelijks ruimte is voor terras, ontstaan conflicten: wie heeft er recht op welk stukje openbare ruimte?

2.2 De huidige markt in Zwolle

De horecavisie 2012-2017 bood ruimte aan de horecasector om te groeien. Vergeleken met referentiesteden en ambitiesteden was er een grote achterstand. Deze achterstand op referentiesteden (Deventer, Amersfoort) is voor de horeca nagenoeg ingehaald. Echter: Zwolle heeft een sterke groei meegemaakt in de hoeveelheid horeca. Landelijk was die stijging er ook, daardoor heeft Zwolle nog steeds iets minder horeca dan vergelijkbare steden als Deventer en Amersfoort. De sector heeft de afgelopen 5 jaar een groei doorgemaakt van 14% tot 276 horecazaken. Ondernemers geven aan dat horecazaken over het algemeen goed draaien en vol zitten. Er wordt niet protectionistisch gedacht over de markt, maar ongebreidelde groei is niet gewenst. Vergeleken met ambitiesteden (Arnhem, Haarlem) is er nog een flinke slag te maken, zowel in kwantiteit als kwaliteit. Het aantal horecazaken per 10.000 inwoners is een goede methode om een gevoel te krijgen bij de ruimte op de markt. Zwolle heeft nu 24,6 horecazaken per 10.000 inwoners, wat vergeleken met Arnhem (33,2) en Haarlem (32,6) aan de lage kant is. Vanuit de markt zijn er veel nieuwe initiatieven, met name gericht op de daghoreca, take-away/delivery en hotel. Er is voldoende ruimte in de markt om mee te werken met initiatieven, al moet wel goed worden gekeken naar het concept en de locatie per initiatief.

2.3 Resultaten Hackaton

Op 7 en 8 juli 2018 heeft er een hackaton plaatsgevonden in Brainz. Een hackaton is een evenement waarbij dataliefhebbers aan de slag gaan met een onderzoeksvraag en veel data. Er zijn verschillende onderzoeken en bronnen als het gaat om de profielen van bezoekers en bewoners. De vraag ‘Welke vernieuwde en verdiepte profielen of inzichten ontstaan, wanneer de kennis uit al deze bronnen wordt gecombineerd?’ stond centraal. Er zijn 6 groepen aan de slag gegaan met deze vraag, met elk een eigen benadering van beantwoorden.

Uitkomsten die voor de horeca van belang zijn is dat studenten, net-afgestudeerden en young professionals getriggerd worden door drie zaken in hun woonkeuze: housing, jobs en social life. Het is van belang dat er een levendig centrum is, met veel evenementen en kans op ontmoeting. Horeca draagt dus bij aan de aantrekkelijkheid van een stad. Niet alleen om studenten en young professionals te trekken, maar ook om te behouden. Idealiter scoort een stad sterk op alle drie de factoren. Voor Amsterdam, dat van zichzelf sterk scoort op social life, maakt het minder uit dat huisvesting duur is. Mensen komen toch wel naar Amsterdam ‘want daar gebeurt het’. Zwolle heeft vergeleken met Amsterdam misschien een minder sterk social life, maar kan zich wel onderscheiden met betaalbare huisvesting.

Een ander opvallend resultaat was de invloed van een universiteit op een stad. De spin off van een universiteit is groot, getuige de simulatie van 2 steden waar een universiteit is geopend en de banenexplosie daarna. Met Windesheim heeft Zwolle een grote hogeschool, maar de binding van studenten met de stad is vrij beperkt. Bij studenten heerst het beeld dat er in Zwolle weinig te doen is, maar een blik op de evenementenkalender bewijst het tegendeel. Blijkbaar zijn de evenementen in de stad onvoldoende bekend.

Zwolle is vooral een gezinnenstad blijkt uit de data. Daarnaast bezoeken veel ouderen de stad. De voorzieningen en het product van de stad Zwolle moeten goed op orde blijven voor deze aantrekkelijke doelgroepen. Naast deze doelgroepen wil Zwolle zich richten op young professionals. Het advies is om met het bestaande aanbod vast te houden voor gezinnen en ouderen en bijkomend in de citymarketing in te zetten op het aantrekken en behouden van de young professionals.

De hackaton heeft opgeleverd dat deze manier van werken nieuwe inzichten oplevert. Het zijn geen vastgestelde feiten, maar geeft ons wel een denkrichting in wat er speelt en waar we verder over moeten denken. Dat is aanleiding om kritisch naar onze keuzes te kijken op welke doelgroep we ons richten.

3 De horecavisie 2019-2023

Zwolle heeft de ambitie om de stad met de meest aantrekkelijke binnenstad van Noordoost-Nederland te zijn en te blijven. Een aantrekkelijk programma met een horeca draagt bij om die ambitie waar te maken. Horeca is in grote mate bepalend voor de beleving binnen het decor van de historische Hanzestad Zwolle. De achterstand op referentiesteden zoals Deventer en Amersfoort is de afgelopen jaren nagenoeg ingehaald en Zwolle kan zich nu gaan richten op de ambitiesteden zoals Haarlem en Arnhem. Groei van de horecasector is mogelijk, maar is geen doel op zich. Zwolle heeft nog een kwantitatieve en kwalitatieve slag te maken. De twee belangrijkste uitgangspunten voor de komende jaren zijn:

- Kwaliteit en innovatie van de sector is noodzakelijk voor het versterken van de (inter-) nationale positie van Zwolle.
 - Horeca levert een bijdrage aan de ruimtelijke samenhang van het centrumgebied en de stad.
- De horecavisie en –beleid moeten ondernemers inspireren en stimuleren om te ondernemen.

3.1 Centrumgebied

De horecavisie richt zich met name op het centrumgebied van Zwolle. De historische binnenstad werkt als een magneet voor (nieuwe) Zwollenaren en trekt veel bezoekers uit de regio en de rest van Nederland. Het station ondergaat een transformatie en bereidt zich voor op een sterke toename van het aantal reizigers. De mogelijkheden voor de spoorzone zijn talrijk. De binnenstad en de spoorzone zijn in ruimtelijke zin al verbonden, maar gevoelsmatig zijn het nog twee gescheiden werelden. Het nadrukkelijk verbinden van de verschillende sferen en milieus in Zwolle is een opgave voor de komende jaren. Met de verplaatsing van het busstation naar de zuidzijde en een andere invulling van het stationsplein aan de noordzijde gaat er het nodige veranderen. Toekomstige reizigers zullen veel meer het gevoel krijgen dat, wanneer ze de trein uitstappen, al in het centrum van Zwolle zijn in plaats van er nog naartoe te moeten lopen. Een horecavoorziening zorgt voor reuring en een welkom gevoel voor bezoekers van Zwolle. Door de juiste sfeer te creëren binden we mensen aan Zwolle. Horeca op de juiste plekken kan een bijdrage leveren aan het ontstaan van dat centrumgebied.

3.2 Verbinden van plekken, entreegebieden en omliggende wijken

In het centrumgebied zijn er vele soorten deelgebieden te onderscheiden, elk met hun eigen identiteit, kansen en bedreigingen. Per deelgebied is er een ontwikkelstrategie opgesteld, waarbij wordt aangegeven welk type horeca er in het gebied past. De strategische agenda voor de binnenstad Zwolle Bruist benoemt het belang van verschillende sferen en milieus in de binnenstad. De aansluitingen tussen die sferen en milieus zijn even zo belangrijk. Horeca kan de identiteit en het gevoel van een plek versterken, alsook de verbinding tot stand brengen tussen de verschillende plekken in de stad. Horecazaken fungeren zo als stepping stones in de stad: de bezoeker wordt op een prettige manier van de ene plek naar de andere geleid en blijft langer in de stad.

Toevoegingen van horeca is geen doel op zich, maar vooral een middel om de binnenstad aantrekkelijker te maken voor nog meer doelgroepen en om op strategische plekken beter verbinding te kunnen maken tussen verschillende delen van het centrumgebied. Bezoekers worden beter doorgeleid van de ene locatie naar andere, en tussen de binnenstad en de omliggende schil. De horeca kan bijvoorbeeld op de volgende plekken een belangrijke rol hebben bij het beter verbinden van verschillende delen van de binnenstad en de omliggende schil:

- De verschillende entreegebieden van de binnenstad, zoals de route van NS-station naar binnenstad. Enige horeca op deze route kan helpen om bezoekers te verleiden richting binnenstad te lopen.
- In het algemeen de stadsgracht, inclusief de Thorbeckegracht, en de aangrenzende singels. In andere historische binnensteden wordt de kwaliteit van stadswater beter benut ten

behoefte van horeca, en hetzelfde geldt voor de singels. Omgekeerd kan horeca op een aantal plekken langs stadsgracht en singels bijdragen aan het verbeteren van de ruimtelijke kwaliteit en de levendigheid en dynamiek van de binnenstad.

- De routes van het kernwinkelgebied rondom de Diezerstraat naar het noordelijk deel van de binnenstad met Waanders op het plein Achter de Broeren en het Noordereiland. Bij de herontwikkeling van het Broerenkwartier kan opname van horeca op enkele plekken bijdragen aan de levendigheid van het gebied en het verhogen van de aantrekkelijkheid van de doorgangen 'noord-zuid'.
- De Oude Vismarkt als schakel tussen het Gasthuisplein en de Grote Markt.
- Het Grote Kerkplein kan met terrassen rondom de Grote Kerk de loop van de Grote Markt naar de Lutkekestraat versterken, waardoor vervolgens meer mensen naar het Grote Kerkplein komen. Op die manier wordt de zuidwestzijde van de stad beter verbonden met de rest van de binnenstad.

Voor al deze mogelijke toevoegingen geldt dat de verwachte meerwaarde moet worden afgezet tegen eventuele negatieve bijeffecten op de leefbaarheid en dat de toevoeging geen afbreuk mag doen aan de horecagebieden in de binnenstad.

De entreegebieden – daar waar je de binnenstad in komt – spelen een belangrijke rol. Enerzijds omdat de entrees de bezoeker welkom heten in de binnenstad, anderzijds omdat ze een verbinding maken met de schilgebieden. Horeca nabij de entrees is welkom. Het is mogelijk om in de tijdelijkheid, bijvoorbeeld door middel van placemaking, te experimenteren met horeca in de brugwachtershuisjes of in de openbare ruimte. Horeca nabij het Kerkbrugje kan voor verbinding zorgen tussen de binnenstad, Schuurmanstraat en Park de Weezenlanden.

3.3 Spoorzone en schil

De Spoorzone is een kansrijk gebied met veel verschillende functies. Opvallend in het gebied is de geslotenheid. Zowel van de gebouwen op straatniveau oftewel de plinten als door de vele hekken in het gebied. Ook de openbare ruimte is maar matig van kwaliteit, nodigt niet uit tot verblijven en kent geen heldere routes. In de Spoorzone en schil wordt ingezet op een mix van functies, zonder vooraf een blauwdruk vast te leggen. Horeca zorgt voor interactie en identiteit. Horeca is het meest kansrijk op strategische plekken in de plint en op de pleinen. Op deze locaties wordt optimaal voor verbinding tussen gebieden gezorgd.

3.4 Gastvrijheid

De beleving van de stad wordt mede bepaald door de programmering (wat kun je er doen) en de kwaliteit van de publieke en private ruimte (hoe ziet het er uit). De horeca heeft een belangrijke rol in de uitstraling van de stad. Daarom verwacht de gemeente Zwolle dat de horeca haar rol pakt ten aanzien van terrasopstellingen, kwaliteit van haar panden en een gastvrije benadering van bezoekers. Dit is geen koerswijziging ten opzichte van de voorgaande visie. Dit is een verantwoordelijkheid die bij de horeca hoort. Het totaalaanbod van horeca, cultuur, detailhandel en evenementen bepaalt de aantrekkelijkheid van de binnenstad.

3.5 De visie op hoofdlijnen

- Horeca draagt bij aan de ontwikkeling van (deel)gebieden in de stad: een multifunctioneel gebruik van ruimte om stedelijkheid te bevorderen.
- Horeca verbindt plekken in het centrumgebied.
- Horeca draagt bij aan de beleving van een plek en de kwaliteit van de openbare ruimte.

- Elk deelgebied in het centrumgebied ontwikkelt een eigen identiteit aan de hand van een ontwikkelstrategie.
- Horeca versterkt entreegebieden van de binnenstad.
- Bij nieuwe ontwikkelingen in de schil of Spoorzone kan horeca in de plint of op een plein bijdragen aan de levendigheid en identiteit van de plek.
- Horeca heeft een grote, reeds bestaande, rol in de gastvrijheid en toegankelijkheid van de stad.
- De horecasector bedient alle doelgroepen.

4 Uitwerking van de visie: het beleid

4.1 Toevoegen van nieuwe horeca

De horecavisie sluit aan bij de ambities uit de strategische agenda Binnenstad en Spoorzone, waarbij wordt ingezet op een aantrekkelijke en gastvrije stad met een goed verblijfsklimaat door een mix van functies. De gemeente Zwolle zet in op het verder ontwikkelen van de horecasector. Van Spronsen horeca-advies heeft voor de horecavisie per deelgebied een ontwikkelstrategie opgesteld. Deze is richtinggevend voor de ontwikkeling, maar niet kaderstellend. Het bestemmingsplan is nog altijd bepalend bij het toevoegen van horeca. Bij nieuwe initiatieven wordt op basis van de ontwikkelstrategie een afweging gemaakt of het concept passend is. Per initiatief wordt er een afweging gemaakt of verdere uitbreiding van de sector gewenst is. Voor de locaties die buiten de gedefinieerde deelgebieden vallen kan op basis van de hoofdlijnen van deze visie gemotiveerd worden of er wel of geen horeca mogelijk is.

De ontwikkelstrategie per deelgebied is te vinden in bijlage 1.

Aanpak

Om medewerking te kunnen verlenen aan nieuwe horeca worden de volgende stappen gehanteerd. In het voortraject heeft de accountmanager horeca vanuit de afdeling Ruimte & Economie een gesprek met de initiatiefnemer. Belangrijke functie van dit gesprek is om vernieuwing en kwaliteit aan te jagen. Daarin komen de volgende punten aan de orde:

- 1) Gaat het om een innovatief en onderscheidend concept? Om dit te bepalen wordt het advies van Van Spronsen gebruikt, wordt het trendnieuws gevolgd, wordt horeca uit andere steden als inspiratie gebruikt en wordt afgestemd met KHN.
- 2) Vormt de toevoeging van horeca een toegevoegde waarde voor het gebied? Mag verwacht worden dat dit specifieke concept voldoende onderscheidend vermogen en aantrekkingskracht heeft om een stimulans te vormen voor nieuwe dynamiek in dit gebied? Blijft de duurzame winkelstructuur in tact? Draagt het bij aan de ontwikkelstrategie? Er wordt een afweging gemaakt of het concept passend is volgens ruimtelijke afwegingen. Te denken valt aan verkeer, parkeren, geluidsoverlast, etc.

Wanneer de initiatiefnemer een aanvraag voor een afwijking op het bestemmingsplan indient, vindt afweging plaats op de volgende punten:

- 1) Past de beoogde locatie binnen de horecavisie?
- 2) In het geval van mixfuncties:
Centrumgebied: Betreft de omvang maximaal 20% van het vloeroppervlak en max. 75m².
Periferie: Betreft de omvang max 10% van het vloeroppervlak en maximaal 100m²?
- 3) Is het initiatief passend volgens ruimtelijke afwegingen? (openingstijden, geluidsoverlast, aanwezigheid publiek, verkeersafwikkeling, parkeren, veiligheid en beheersbaarheid, bescherming natuurwaarden etc)

Wanneer de vragen positief worden beantwoord dan is medewerking aan een afwijking op het bestemmingsplan mogelijk. Uitzonderingen zijn mogelijk, wanneer het conform de visie om pareltjes gaat, die hun eigen verzorgingsgebied hebben. In dat geval is maatwerk nodig.

Uitbreiding van de horeca – Pareltjes

De keuze voor ontwikkelstrategieën betekent ook dat wanneer een initiatief niet past binnen de visie, deze ontwikkeling niet mogelijk gemaakt kan worden. Bij een initiatief dat als een pareltje kan worden beschouwd kan toch medewerking worden verleend. Dit zijn sterke, unieke concepten met een eigen

initiële aantrekkingskracht. Dit soort concepten zijn zeer wenselijk voor Zwolle. De volgende uitgangspunten worden gehanteerd:

- Het concept voegt iets toe aan het bestaande aanbod (uniciteit).
- Het is een bewezen succesformule, nationaal of internationaal.
- Kopstuk qua ondernemer/gezicht (sterrenchef, top-DJ).
- Het betreft een topmerk (ook branchevreemd).
- Het concept komt veel voor in media.
- 's Werelds eerste, grootste, langste, etc.
- Voor toetsing kan een gespecialiseerd bureau ingeschakeld worden.

In onderstaande tabel is per deelgebied een richtinggevend kader uiteengezet hoeveel horeca een gebied aan kan. Op deze wijze kan worden gekeken hoe moet worden omgegaan met vragen uit de markt naar bestemmingswijziging voor het vestigen van horeca.

Gebied	Strategie
Sassenstraat	Wenselijk om een plafond van circa 25% horecabedrijven t.o.v. totaal aantal adressen aan te houden
Lutkestraat	
Winkelconcentratie	Horeca moet ondergeschikt blijven. Concepten alleen toevoegen op strategische plekken en wanneer aan profiel van visie voldoet. Uitbreiding: maximaal 5 bedrijven
Gasthuisplein	Wenselijk om een plafond van circa 50% horecabedrijven t.o.v. totaal aantal adressen aan te houden
Melkmarkt	
Oude Vismarkt	Wenselijk om een plafond van circa 30% horecabedrijven t.o.v. totaal aantal adressen aan te houden
Jufferenwal	Mag volledig verkleuren naar horeca, indien concept aansluit op ontwikkelstrategie. Specifiek Bethlehemkerkplein: Gezien beperkte mogelijkheden terras maximaal 1 tot 2 bedrijven toevoegen
Bethlehemkerkplein	
Nieuwe Markt	
Sassenpoort	Wenselijk om een plafond van circa 20% horecabedrijven t.o.v. totaal aantal adressen aan te houden
Binnenstad Noord	Focus horeca strategische plekken, concept moet iets bijzonders toevoegen
Zwart Waterzone	
Cultuurzone	Focus horeca op pleinen en strategische plekken, concept moet iets bijzonders toevoegen
Spoorzone A	
Spoorzone B	
Voorstraat	Mag verder verkleuren naar horeca, indien concept aansluit op ontwikkelstrategie
Grote Kerkplein	
Grote Markt	Mag verder verkleuren naar horeca, indien concept aansluit op ontwikkelstrategie. Daarvoor is eerst herstructurering terras nodig voor behoud ruimte, pleingevoel en verkeersruimte.
Weezenlanden	Bestemmingsplan is leidend
Assendorp	Focus horeca in Assendorpstraat (tot Molenweg), wenselijk dat horeca ondergeschikt blijft aan overige invulling. Concepten alleen toevoegen op strategische plekken en wanneer aan profiel van visie voldoet.
Thomas á Kempisstraat	Focus horeca op bronpunt Brink/Diezerkade
Katwolderplein	Focus op plinten van nieuwbouw
Willemskade	Geen verdere uitbreiding gewenst
Schil Noord	

Horeca categorieën, bezorgconcepten en planologie

Voorheen werd in bestemmingsplannen ruimtelijk gestuurd op horecacategorieën en sluitingstijden. Door het raadsbesluit van 12 maart 2018 om de openingstijden vrij te geven, is dit systeem niet meer nodig. Er volgt nog een onderzoek om te kijken of en hoe ruimtelijke sturing nodig is of niet.

Daarnaast is het een trend dat steeds meer maaltijden worden bezorgd. Enerzijds wordt dit gedaan door bestaande bedrijven en anderzijds komen er steeds meer bedrijven bij die bezorgen (delivery). Die delivery is nu veelal al mogelijk binnen een detailhandelsbestemming. Echter veel delivery bedrijven willen ook graag “het nuttigen ter plaatse” aanbieden. Op dat moment is wel een horecabestemming nodig. Deze bedrijven hebben gemeen dat ze niet op iedere plek in de stad wenselijk zijn, omdat ze pas laat in de dag open zijn en er veel scooters of fietsen in de openbare ruimte staan. Dit is niet gewenst in het kernwinkelgebied.

Het voert in het kader van deze horecavisie te ver om deze twee zaken (1. Is nadere ruimtelijke sturing op horeca nodig of niet? en 2. Hoe kunnen we de overlast van delivery in het kernwinkelgebied beperken?) Dit zal een onderzoek worden dat plaatsvindt in vervolg op vaststelling van deze horecavisie. Tot het moment dat dit planologisch geregeld is, zullen aanvragen, waarbij delivery aan de orde is ruimtelijk worden beoordeeld (dus laat de openbare ruimte toe dat hier delivery vestigt). In de onderstaande gebieden is WEL delivery mogelijk.

Gasthuisplein, Spoorzone B, Weezenlanden, Assendorp, Thomas á Kempisstraat, Katwolderplein, Willemskade, Schil Noord

4.2 Horeca in winkelgebieden

De horecafunctie in winkelgebieden is ondersteunend aan detailhandel. Winkelstraten moeten als zodanig herkenbaar zijn, daarom is geclusterde horeca niet op zijn plaats. Horeca kan wel een rustpunt zijn voor winkelend publiek, bijvoorbeeld op een plein. Uitgangspunten zijn daarom:

- Daghoreca en mengfuncties in winkelstraten is mogelijk, mits verspreid. In totaal maximaal 25% horeca ten opzichte van het winkelaanbod. Dit wordt gemeten aan de hand van het aantal 'voordeuren' op de begane grond.
- Aan pleinen in het winkelgebied kunnen meerdere daghorecazaken zich vestigen, waarbij het horecapand heeft een ingang aan het plein heeft.

4.3 Terras en horeca op etage

Terras algemeen

Terras is belangrijk voor veel horecazaken. Het is ook belangrijk voor de uitstraling van de stad. Terrassen zorgen voor levendigheid in straten en op pleinen. Terrassen kunnen de routing in de binnenstad versterken en terras is een middel om de samenhang tussen gebieden te versterken. Terrassen kunnen ook bijdragen aan de levendigheid van de stad op tijdstippen wanneer winkels gesloten zijn. Met name het moment tussen de sluitingstijden van winkels en het moment dat mensen uitgaan (18.00 – 20.00) kunnen terrassen zorgen voor levendigheid in de stad. Ook op de zondagmorgen, wanneer de winkels nog niet open zijn, kunnen terrassen zorgen voor levendigheid in de stad.

Het aantal terrassen is de laatste jaren gestegen. Daarnaast spelen er binnen de schaarse ruimte van de binnenstad meer belangen, denk aan:

- bewoners, die last kunnen hebben van geluid;
- bezoekers, slechtzienden, mensen die slecht ter been zijn en mensen met kinderwagens, die een terras goed willen kunnen passeren;
- opslag van terrasmeubilair, wat een slechte uitstraling kan hebben;
- gedeeld gebruik van openbare ruimte met onder andere de markt en evenementen;
- ruimte die nodig is voor fietsenstalling en
- collega-ondernemers, waar de toegang wordt geblokkeerd, wat negatieve invloed heeft op hun uitstraling

Er is geen terrasvergunning nodig in door de burgemeester aangewezen vergunningsvrije gebieden. De aangewezen gebieden worden vastgelegd op een kaart. In het algemeen kan gesteld worden dat in horecaconcentratiegebieden de strook voor de eigen gevel van een horecapand vergunningsvrij in gebruik kan worden genomen. Buiten deze vergunningsvrije stroken blijft de verdeling van de ruimte maatwerk en daarom blijft daarvoor een vergunning nodig. Meer informatie over terrassen en de

terrassenkaart is te vinden op <https://www.zwolle.nl/ondernemen/bedrijvenloket/horecabedrijf-bedrijven/terrassenvergunning-aanvragen>.

Terras is ook mogelijk bij winkels die een foodgerelateerd assortiment voeren. Voorwaarde is natuurlijk dat dit ruimtelijk mogelijk is.

Terras Grote Markt

Wil er meer horeca gefaciliteerd worden op de Grote Markt dan zijn er een aantal stappen nodig om een herindeling van de terrassen op de gehele Grote Markt te realiseren:

1. Vaststelling van deze horecavisie door College met daarinbinnen een expliciet besluit tot een herindeling van de terrassen op de Grote Markt.

1. De Algemene Plaatselijke Verordening zal worden aangepast, zodat een juridisch kader ontstaat om herverdeling door te kunnen voeren.

2. Nog voor de zomer van 2019 zal bij alle ondernemers aan de Grote Markt worden aangekondigd dat we met ingang van september 2019 met elkaar om tafel gaan over herverdeling van de terrassen op de Grote Markt, rekening houdend met toevoeging van nieuwe horecabedrijven en een optimale exploitatie voor de ondernemers in het algemeen.

3. Bij die gesprekken en het uiteindelijke ontwerp van terrassen op het plein gelden een aantal uitgangspunten:

a. Veilige verkeerstroom voor passanten en hulpdiensten zijn harde randvoorwaarde.

b. De nieuw aan te leggen toegankelijkheidsroute wordt gerespecteerd.

c. De indeling van de terrassen doet recht aan het uiterlijk van de omgeving waarbij gevoel van pleinbeleving bewaakt wordt. Daarbij is het type meubilair een van de besprekingspunten.

d. Algemeen is het onwenselijk meer terrasruimte aan de Grote Markt toe te voegen. Het is dus wenselijk om op een andere plek terrasruimte in te leveren.

e. Er wordt rekening gehouden met zichtlijnen en voldoende vrije doorloop naar de verschillende aanloopstraten voor de Grote Markt.

f. Deugdelijke oplossing voor de opslag van het meubilair.

Bij dit proces stellen we ons ten doel om voor het terrassenseizoen van 2020 gereed te zijn, mits de dynamiek van het overleg dit haalbaar maakt, waardoor de terrassen volgens de nieuwe opstelling kunnen worden opgesteld.

Horeca op etage

Uitbreiding van horeca op etage is mogelijk in het kernwinkelgebied en rondom de pleinen, wanneer dit nodig is voor de exploitatie en ruimtelijk inpasbaar. Een rooftopbar is mogelijk op locaties waar dit waarde toevoegt voor het gebied en dit ruimtelijk inpasbaar is.

4.4 Tijdelijke initiatieven

Tijdelijke initiatieven zijn kleine of grote initiatieven die tijdelijk (van een dag tot een paar maanden) actief zijn. Dit kan in de openbare ruimte of in een gebouw. Deze initiatieven spelen in op trends en ontwikkelingen in de samenleving, en zijn vaak experimenteel van aard. De gemeente Zwolle biedt graag ruimte aan dit type initiatief en stimuleert initiatiefnemers.

Tijdelijke initiatieven in de openbare ruimte zijn meestal complexe situaties en vragen om maatwerk. Voor tijdelijke initiatieven werkt de gemeente Zwolle met een projectgroep. De initiatiefnemer moet een helder en concreet plan hebben om te bespreken met de accountmanager horeca.. Als ambtelijk alle lichten op groen staan, dient de initiatiefnemer draagvlak te verkrijgen bij de omgeving. Dit betekent dat belanghebbenden zoals bewoners en burens het plan kennen en hun

enthousiasme/bezwaren kenbaar hebben gemaakt. De initiatiefnemer moet eventuele bezwaren verwerken in zijn plan. Het college maakt uiteindelijk de belangenafweging en geeft een definitieve go/no go.

In verband met de levenscyclus van nieuwe initiatieven hanteren we een periode van 3 jaar voor tijdelijke initiatieven om zich te bewijzen. Dit geeft initiatiefnemers voldoende perspectief om de investering terug te verdienen en hun concept door te ontwikkelen.

Wanneer na de periode van 3 jaar de wens bij de initiatiefnemer bestaat om het initiatief langer voort te zetten wordt bekeken of dit wenselijk is en of dit mogelijk is.

- Draagt het initiatief bij aan de levendigheid van de stad of een plek?
- Is er draagvlak in de omgeving?
- Belemmert het initiatief andere ontwikkelingen?
- Andere overwegingen (verkeer, veiligheid, kwaliteit)
- Uitgangspunt blijft tijdelijkheid, omdat Zwolle voortdurend wil blijven vernieuwen.

Het college besluit of een initiatief wordt verlengd.

4.5

Blurring

Blurring (ook bekend als mixfuncties) gaat over branchevervaging waarbij horeca, detailhandel en/of commerciële dienstverlening functies van elkaar overnemen. Dit levert vaak verrassende concepten op die van meerwaarde zijn voor de stad. Blurring is altijd ondersteunend aan de hoofdfunctie.

- In het centrumgebied betreft de omvang van de horeca in een winkel maximaal 20% van het vloeroppervlak of maximaal 75m².
- Buiten het centrumgebied betreft de omvang maximaal 10% van het vloeroppervlak of maximaal 100m².
- Voor leisure en stadslanderijen zijn mengvormen mogelijk wanneer horeca ondergeschikt is, dezelfde ingang gebruikt wordt als de hoofdfunctie, dezelfde openingstijden gelden als de hoofdfunctie, en er geen aparte reclame gemaakt wordt.

Landelijke regelgeving bepaalt dat blurring concepten geen alcohol mogen schenken. De gemeente Zwolle volgt deze wetgeving.

4.6

Wijken en bedrijventerreinen

Voor woonwijken geldt dat de toevoeging van horeca beperkt mogelijk is.

- Cafetaria's kunnen worden toegevoegd totdat de landelijke norm is bereikt.
- Buurtrestaurants met sociale functies worden gestimuleerd. In wijken en buurten draagt dit bij aan sociale cohesie en de algemene leefbaarheid en waardering voor de wijk.

Voor bedrijventerreinen geldt dat de toevoeging van horeca mogelijk is zolang de maximum omvang niet groter is dan 100m² VVO en het concept gericht is op het bedrijventerrein als verzorgingsgebied. Toevoeging van fastfood is niet aan de orde.

Hotels

Het toeristisch bezoek aan Zwolle stijgt en daarmee ook de vraag naar hotelovernachtingen. Van Spronsen heeft onderzoek gedaan naar de huidige marktsituatie en de marktruimte in de logiesector. Dit onderzoek is te vinden in bijlage 2. Op dit moment zijn er 614 hotelkamers in Zwolle, waarvan 90% onder de ketenhotels vallen. Het blijkt dat het aantal kamers per 10.000 arbeidsplaatsen relatief zeer laag is vergeleken met vergelijkbare gemeenten (Amersfoort, Leiden, Leeuwarden): 66 (Zwolle) om 110 (vergelijkbare gemeenten). Het aantal 3- en 4-sterren hotelkamers per 10.000 arbeidsplaatsen (59) en tevens relatief zeer laag ten opzichte van vergelijkbare gemeenten (101). De vraag naar hotels in Nederland is overwegend seizoensgebonden. Zakelijk verblijf vindt voornamelijk plaats in de perioden februari t/m juni en september t/m november. Toeristisch verblijf concentreert zich in de lente- en zomermaanden. Een soortgelijke spreiding bestaat op weekbasis. Zakelijk verblijf vindt met name plaats van maandag t/m donderdag. Toeristisch verblijf (buiten Amsterdam) vindt met name plaats op vrijdag en zaterdag. In verband met de seizoens- en weekinvloeden is een gebalanceerde verdeling van segmenten noodzakelijk om een gezonde bezetting te halen.

Het uitbreidingspotentieel van het aantal kamers tot 2023 is ongeveer 200 kamers, met een bandbreedte van 10%. Indien een concept aantoonbaar meer additionele markt trekt (nieuwe doelgroepen) dan dient specifiek gekeken te worden naar de mate waarin het kameraantal ten laste valt van de uitbreidingsruimte. Een voorbeeld is Van der Valk, die voor een groot gedeelte een eigen doelgroep trekt.

5.1

Toetsingskader nieuwe initiatieven

In het algemeen gelden voor toevoeging van logies de volgende kaders. Ieder initiatief, groot, klein, Spoorzone, Zwarte Water zone of binnenstad worden op basis hiervan beoordeeld. Voor Spoorzone en Zwartewaterzone wordt gedacht aan een grotere hotelontwikkeling. Hoe Zwolle wil omgaan met de realisatie van 200 kamers in 5 jaar en hoe de hotelconcepten in Spoorzone en Zwartewaterzone bij moeten dragen aan de identiteit van het gebied staat in Bijlage 3. Voor logies bij een eventuele nieuwe indoor evenementenlocatie vindt een apart haalbaarheidsonderzoek plaats en zal sprake zijn van een maatwerkbeoordeling.

De ambitie is om vernieuwende concepten in het centrumgebied te faciliteren. Daarvoor hanteren we een toetsingskader/hotelladder. Sommige criteria kunnen als harde eisen (voorzien van *) worden gesteld en andere criteria als een meer 'softe' voorwaarde/pluspunt. Aan de hand van de toets kan bepaald worden of een plan valt binnen de gestelde ambities en derhalve doorgang kan vinden.

1. Voegt het hotel iets toe aan bestaand aanbod?
 - I. Worden er nieuwe doelgroepen bediend?
 - II. Valt het beoogde niveau binnen de segmenten waarvoor ruimte is vastgesteld?*
 - III. Zorgt het initiatief voor een kwaliteitsimpuls van directe omgeving (veiligheid, openbare functies, fysieke pandverbetering etc)?
2. Is er sprake van transformatie?
 - I. Krijgt een bestaand gebouw een nieuwe functie of wordt een gebouw gesloopt en komt er nieuwbouw voor terug?
3. Voldoet initiatief aan ruimtelijke criteria?
 - I. Zijn er OV verbindingen in directe omgeving of zorgt hotel zelf voor vervoer? Hotel aan snelweg wordt met name door automobilisten bezocht.
 - II. Leidt de verkeersaantrekkende werking niet tot problemen en zijn de parkeervoorzieningen in orde in relatie tot parkeerdruk?*

- III. Past het initiatief binnen milieu wet- en regelgeving?*
- IV. Past de maat en schaal binnen de ruimtelijke omgeving (geen grote bouwvolumes in woonwijk of natuurgebied)?*
- 4. Voldoet initiatief aan kwalitatieve en economische criteria?
 - I. Heeft het initiatief een hoogwaardige bedrijfsfilosofie m.b.t. duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen?
 - II. Is er aantoonbare financiële haalbaarheid?*
 - III. Is er een financier/eindbelegger/exploitant?*

6 Overkoepelende thema's

Een aantal overkoepelende thema's en ambities van de gemeente Zwolle hebben een relatie met de horecavisie, omdat de horecasector een belang heeft of een bijdrage kan leveren in het realiseren van de ambitie. In het actieplan dat bij het advies hoort staan actiepunten en stakeholders. Onderstaande thema's zullen worden aangejaagd in overleg met het bestuur van de KHN, al dan niet in samenwerking met andere partners in de stad. De KHN heeft zelf een belangrijke verantwoordelijkheid, in veel gevallen zal de horecasector zelf het grootste belang hebben. De KHN kan een eerste aanzet geven of agenderen tijdens bestuurlijke overleggen. Daarna kan de gemeente faciliteren.

6.1 Gezondheid

Gezondheid is een belangrijk thema. Zwolle heeft ambitie om een gezonde leefomgeving te creëren voor al haar inwoners. Horeca kan een bijdrage leveren in de bewustwording rond gezond eten, een gezonde levensstijl en alcoholgebruik en –misbruik. De gemeente Zwolle gaat niet actief sturen op het thema gezondheid bij nieuwe horeconcepten, maar concepten die bijdragen aan een gezonde levensstijl worden actief gefaciliteerd.

6.2 Human Capital Agenda

Het personeelstekort in de horecasector is groot. Tegelijkertijd komen veel mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt niet aan het werk. De Human Capital Agenda van de gemeente Zwolle zet in op het verkleinen van de afstand tussen werkzoekenden en werkgevers.

Tiem (uitvoeringsorganisatie Participatiewet voor gemeente Zwolle) werkt in de Regio Zwolle met UWV en andere gemeenten samen onder de naam Werkgeversservicepunt Regio Zwolle. (WSP/ internetsite <https://wspregiozwolle.nl/>)

Door met de horecasector kansen te creëren voor kandidaten met een afstand tot de arbeidsmarkt kan een gedeelte van het personeelstekort worden ingelost. Deze samenwerking kan rechtstreeks tussen de horeca-ondernemer en het WSP, maar ook met de KHN wordt gewerkt aan plannen.

Ook het onderwijs werkt mee aan deze aanpak. Deltion bijvoorbeeld zoekt binnen de horeca richting naar maatwerk om mensen om te scholen ten behoeve van werken in de horeca.

Enkele concrete acties:

- KHN organiseert, samen met alle partners, op de Nationale dag van de horeca een werkmiddag om mensen te interesseren voor werken in de horeca
- Tiem heeft in samenwerking met Albron een arbeidsontwikkelproject aan de Lingenstraat opgezet waarbij kandidaten richting horeca & catering zich kunnen scholen op werknemersvaardigheden en vakvaardigheden en middels een stage en uiteindelijk een diploma doorstromen naar reguliere banen bij werkgevers in de sector.

6.3

Mobiliteit

De ambitie van de gemeente Zwolle is een autoluwe binnenstad. Dagelijks rijden vele vrachtwagens en bestelbusjes de binnenstad in om goederen te bezorgen. In het kader van de pilot Stadslogistiek wordt onderzocht of en hoe deze stroom aan vervoer slimmer kunnen organiseren. Doel is om de overlast van verkeer te verminderen, geluidsoverlast te verminderen en om de uitstoot van CO2 in de binnenstad omlaag te krijgen. Leveranciers en ondernemers worden hier actief bij betrokken. De KHN is partner bij de pilot stadslogistiek.

6.4

Duurzaamheid

Duurzaamheid is een belangrijk thema voor veel ondernemers in de binnenstad, in de breedste zin van het woord. Op bedrijfsniveau gebeurt er al veel, bijvoorbeeld door de inkoop van lokale en duurzame producten en groene energie. Ook in de samenwerking tussen bedrijven gebeurt er veel, bijvoorbeeld het delen van bezorgfietsen. Initiatieven op het gebied van duurzaamheid worden gestimuleerd door de gemeente Zwolle.

7 Sturing

7.1 Organisatie

De gemeente Zwolle heeft de verantwoordelijkheid uitvoering te geven aan in deze visie benoemde kaders de horeca in Zwolle. Het College beslist over de vestiging van nieuwe horeca-initiatieven wanneer een initiatief niet binnen het bestemmingsplan past. Om nieuwe initiatieven optimaal te laten aansluiten bij de horecavisie, is contact met de initiatiefnemers in een vroeg stadium noodzakelijk. In een gesprek tussen gemeente (accounthouder horeca) en initiatiefnemer wordt kennis uit de onderzoeken voor de horecavisie gedeeld en wordt geënthousiasmeerd en gestimuleerd om bij te dragen aan de richting van de horecavisie.

Er vindt op regelmatige basis een gesprek plaats tussen de KHN en de gemeente. Dit overleg is de regiegroep voor de horeca. Uitgangspunt is dat in die gesprekken op open en transparante wijze de voortgang rond de visie wordt besproken. Daarnaast kunnen deze gesprekken worden benut om in samenwerking acties te organiseren om de kwaliteit en innovatie in de sector te stimuleren en de acquisitie van nieuwe concepten voor Zwolle vorm te geven. Bij lastige keuzes zal de regiegroep worden ingeschakeld om te bepalen wat wel/niet een parel is.