

Informatievoorziening

Telefoon 14038
postbus@zwolle.nl

Bijlage voor Toeristische Visie

Onderzoeken en data

Opdrachtgever	Marjan Willems
Opdrachtnemer	Janine Meijerink
Versie	1
Datum	21 januari 2021

Datum 21 januari 2021
Titel Bijlage voor Toeristische Visie

Inhoud

1	Hoofdstuk 1: Inleiding	4
1.1	Aanleiding	4
1.2	Aanpak	4
1.2.1	De impact van corona:	4
2	Het profiel van de Zwolse bezoeker	4
2.1	Demografische gegevens	4
2.1.1	Geslacht en leeftijd Zwolse bezoekers 2019	4
2.1.2	Herkomst Zwolse bezoekers naar Nederlandse provincies 2019	5
2.2	Gegevens over het bezoek	5
2.2.1	Aantal <i>bezoekers</i> en <i>bezoeken</i> aan Zwolle x 1.000	5
2.2.2	Meest bezochte steden in Nederland 2019	6
2.2.3	Bezoekdag 2019	7
2.2.4	Bezoekduur 2019	7
2.2.5	Belangrijkste reden voor bezoek	8
2.2.6	Ondernomen activiteiten	8
2.2.7	Gemiddelde besteding per persoon per bezoek aan Zwolle t.o.v. Nederland	9
2.2.8	Totale bestedingen in Zwolle	9
3	Toeristisch perspectief in Zwolle: 5 prioriteiten	10
3.1	Doelgroep	10
3.1.1	Aanbod Zwolle voor verschillende leefstijlen	10
3.1.2	Inwoners Zwolle (127.492) leefstijlverdeling	11
3.1.3	Leefstijl dagrecreatief aanbod Zwolle	11
3.1.4	Leefstijl verblijfaanbod Zwolle	12
3.2	Lusten en lasten in balans	13
3.2.1	Ervaringen van inwoners met toerisme	13
3.2.2	Lusten	13
3.2.3	<i>Trots zijn</i>	13
3.2.4	<i>Ervaren positieve impact van toerisme</i>	14
3.2.5	Lasten	14
3.2.6	<i>Ervaren negatieve impact van toerisme</i>	14
3.3	Nederland overal aantrekkelijk – “Zwolle overal aantrekkelijk”	15
3.3.1	Het aanbod van Zwolle afgezet tegen benchmark steden	15
3.3.2	<i>Aantal horecabedrijven per 10.000 inwoners in 2018</i>	15
3.3.3	<i>Aanbod per 100.000 inwoners</i>	16
3.3.4	<i>Bioscoopbezoekers/aantal inwoners</i>	17
3.3.5	<i>Aantal publieksevenementen 2018 grootste gemeenten in Overijssel</i>	17
3.3.6	<i>Leisure aanbod Zwolle in vergelijking met Apeldoorn en Amersfoort: kwalitatieve toelichting</i>	18
3.3.7	Net Promotor Score	18

Datum 21 januari 2021
Titel Bijlage voor Toeristische Visie

3.3.8	Trekkracht dagrecreatief aanbod Zwolle en overige gemeenten in het Vechtdal (Staphorst, Dalfsen, Ommen en Hardenberg)	19
3.3.9	Vitaliteit dagrecreatieve sector van gemeenten in het Vechtdal (Staphorst, Dalfsen, Ommen en Hardenberg)	20
3.3.10	Vitaliteit dagrecreatieve sector van Zwolle	20
3.3.11	Overall toeristisch imago Zwolle (ten opzichte van 16 andere middelgrote steden)	21
3.4	Toegankelijk en bereikbaar	22
3.4.1	Bereikbaarheid Zwolle	22
3.4.2	Vervoersmiddel waarmee Zwolle wordt bezocht	22
3.4.3	Vervoersmiddel waarmee Zwolle wordt bezocht in vergelijking met andere steden, 2019	23
3.5	Verduurzaming	23
3.5.1	Duurzaamheid vrijetijdssector	23
3.5.2	Mate van duurzaam ondernemen van 22 Zwolse aanbieders	24
3.5.3	Fietsverplaatsingen in Zwolle	25
3.5.4	Fietsveiligheid in Zwolle	25
3.6	Gastvrije sector	26
3.6.1	Ongastvrij (1) of gastvrij (7)	26
3.6.2	Ongezellig (1) of gezellig (7)	27
3.6.3	Hotel-en overige logiesovernachtingen Zwolle 2013-2019	28
3.6.4	Logiesovernachtingen 2013-2018 uitgesplitst	28
4	Benodigde inzet voor een toeristisch perspectief 2030: 3 randvoorwaarden	29
4.1	Het belang van beleidsaandacht	29
4.1.1	Fte gemeente Zwolle voor toerisme	29
4.1.2	Bijdrage van de gemeente Zwolle in toerisme	29
4.2	De waarde van een actie- en investeringsagenda voor toerisme	30
4.2.1	Bijdrage gemeente Zwolle in vergelijking met benchmarksteden	30
4.2.2	Evenementensubsidie gemeente Zwolle in vergelijking met benchmarksteden	30
4.2.3	Toerisme als investering	30
4.3	Inzet op kennis en data	32

1 Hoofdstuk 1: Inleiding

1.1 Aanleiding

Het onderbouwen van de Toeristische Visie voor Zwolle met bestaande onderzoeken en data.

1.2 Aanpak

Deze databijlage bestaat uit drie onderdelen. In het eerste deel wordt het profiel van de Zwolse bezoeker gepresenteerd. In het tweede deel wordt de data getoond waardoor de vijf centrale prioriteiten in de Toeristische Visie in context geplaatst kunnen worden. Tot slot wordt data gepresenteerd bij de randvoorwaarden die nodig zijn om de ambities van Zwolle te kunnen verwezenlijken zoals geschetst is in de Toeristische Visie.

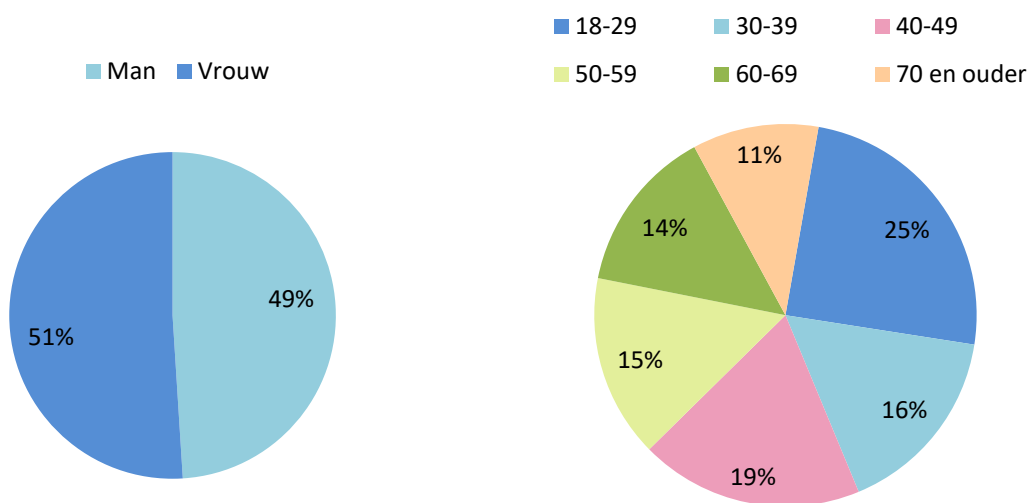
1.2.1 De impact van corona:

Het (internationaal) toerisme is in 2020 hard getroffen door het coronavirus en het einde is nog niet in zicht. Ook op ondernemers in de gemeente Zwolle is de impact van het virus groot. Voor deze versie van de databijlage waren er (nog) geen cijfers beschikbaar die wat zeggen over de daadwerkelijke consequenties van het virus op de Zwolse toerismebranche. In een volgende editie zullen we hier verder op in gaan.

2 Het profiel van de Zwolse bezoeker

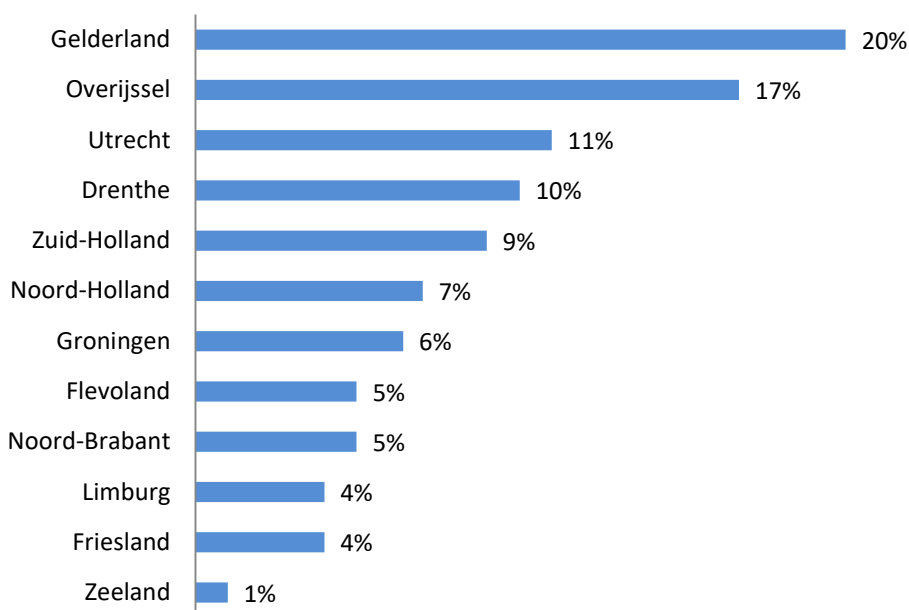
2.1 Demografische gegevens

2.1.1 Geslacht en leeftijd Zwolse bezoekers 2019



Bron: Onderzoek toeristisch bezoek aan steden 2019 (NBTC*NIPO)

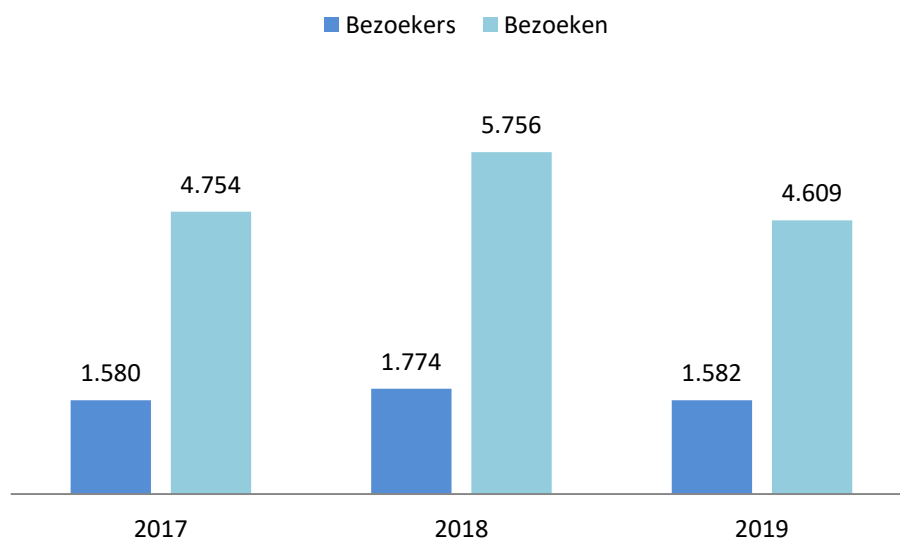
2.1.2 Herkomst Zwolse bezoekers naar Nederlandse provincies 2019



Bron: Onderzoek toeristisch bezoek aan steden 2019 (NBTC*NIPO)

2.2 Gegevens over het bezoek

2.2.1 Aantal bezoekers en bezoeken aan Zwolle x 1.000



Bron: Onderzoek toeristisch bezoek aan steden 2017, 2018, 2019 (NBTC*NIPO)

Datum 21 januari 2021
Titel Bijlage voor Toeristische Visie

In 2019 waren de wat lagere bezoekersaantallen een landelijke trend. Dat is enerzijds te verklaren door de slechtere zomer ten opzichte van 2018 en anderzijds door verschillen in uitkomsten door een relatief kleine steekproef.

2.2.2 Meest bezochte steden in Nederland 2019

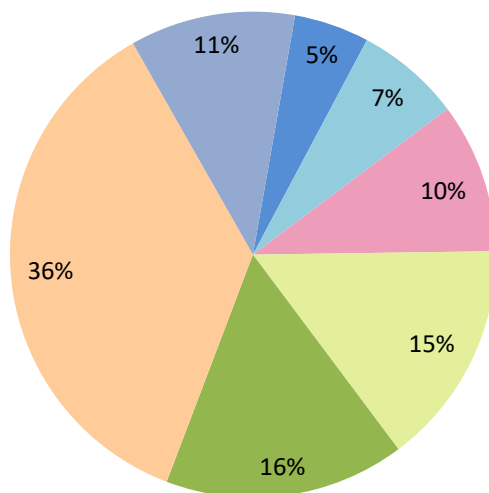
Steden	Aantal bezoekers x 1.000
1. Amsterdam	4.381
2. Den Haag	3.171
3. Rotterdam	3.036
4. Utrecht	2.957
5. Den Bosch	2.038
6. Breda	1.749
7. Amersfoort	1.674
8. Maastricht	1.629
9. Zwolle	1.582
10. Haarlem	1.359
11. Groningen	1.341
12. Apeldoorn	1.213
13. Alkmaar	1.198
14. Delft	1.125
15. Leiden	1.101

Bron: Onderzoek toeristisch bezoek aan steden 2019 (NBTC*NIPO)

Datum 21 januari 2021
Titel Bijlage voor Toeristische Visie

2.2.3 Bezoekdag 2019

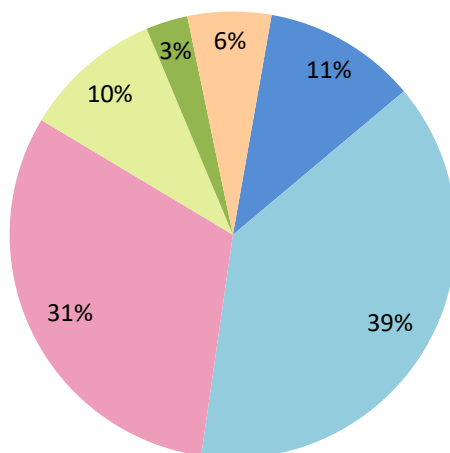
■ Maandag ■ Dinsdag ■ Woensdag ■ Donderdag ■ Vrijdag ■ Zaterdag ■ Zondag



Bron: Onderzoek toeristisch bezoek aan steden 2019 (NBTC*NIPO)

2.2.4 Bezoekduur 2019

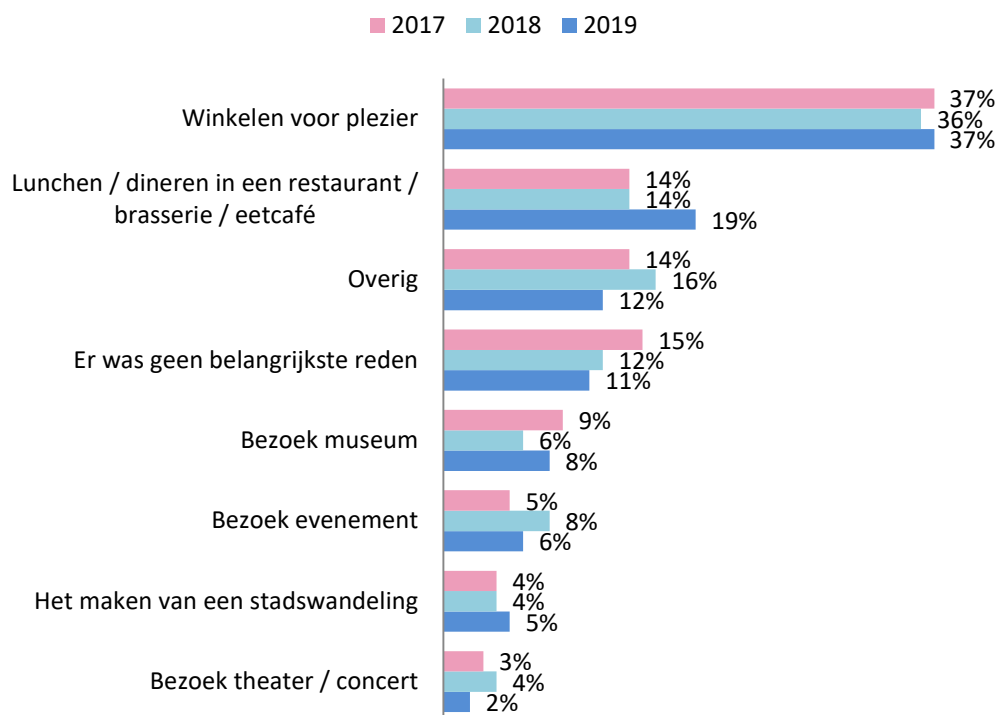
■ 0 tot 2 uur ■ 2 tot 4 uur
■ 4 tot 6 uur ■ 6 tot 8 uur
■ 8 uur over langer ■ Meerdaags verblijf (>1 overnachting)



Bron: Onderzoek toeristisch bezoek aan steden 2019 (NBTC*NIPO)

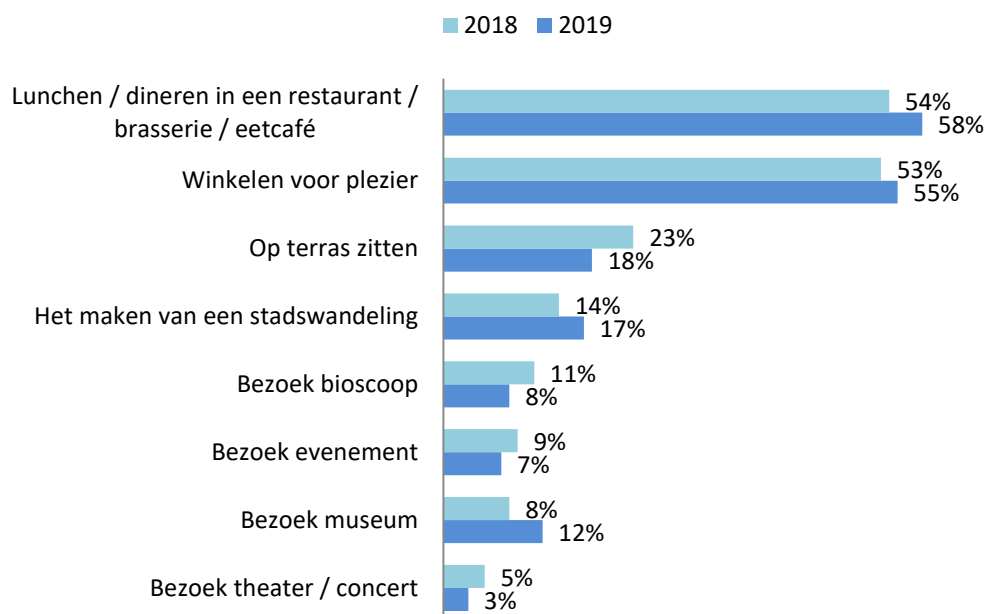
Datum 21 januari 2021
 Titel Bijlage voor Toeristische Visie

2.2.5 Belangrijkste reden voor bezoek



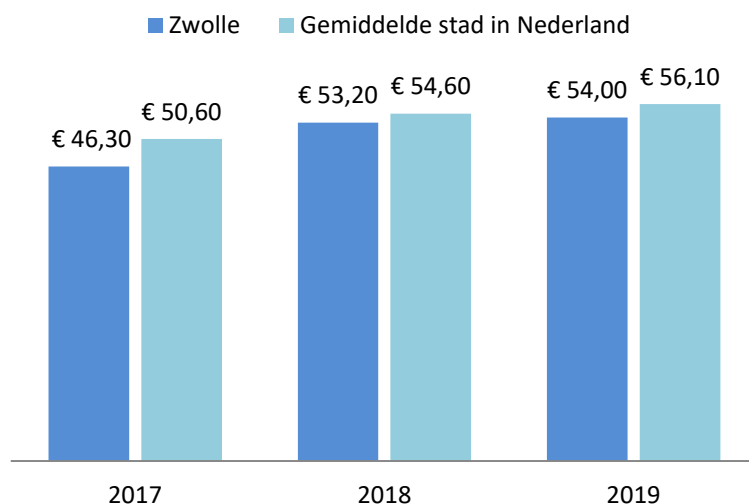
Bron: Onderzoek toeristisch bezoek aan steden 2017, 2018, 2019 (NBTC*NIPO)

2.2.6 Ondernomen activiteiten



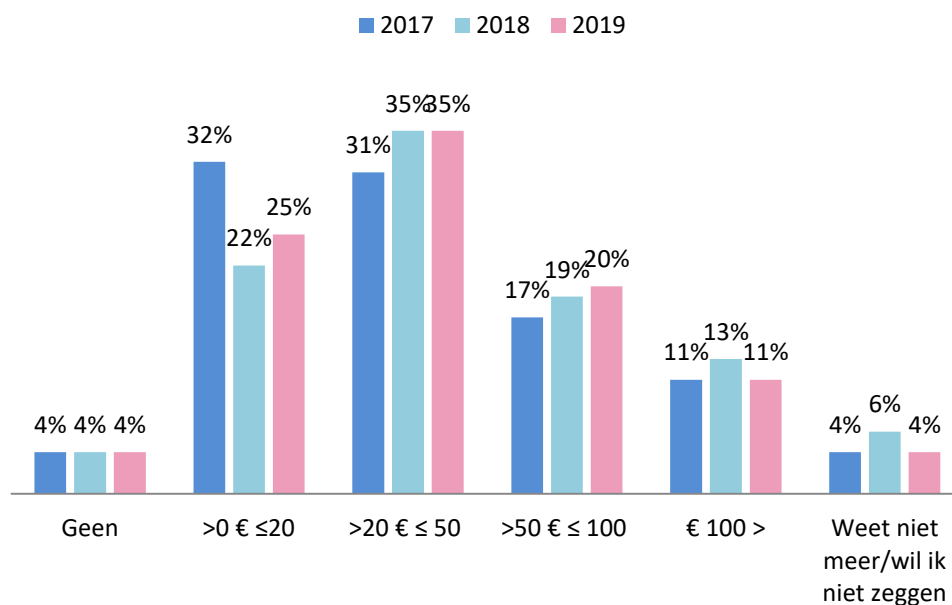
Bron: Onderzoek toeristisch bezoek aan steden 2018, 2019 (NBTC*NIPO)

2.2.7 Gemiddelde besteding per persoon per bezoek aan Zwolle t.o.v. Nederland



Bron: Onderzoek toeristisch bezoek aan steden 2017, 2018, 2019 (NBTC*NIPO)

2.2.8 Totale bestedingen in Zwolle



Bron: Onderzoek toeristisch bezoek aan steden 2017, 2018, 2019 (NBTC*NIPO)

Uit bovenstaande grafieken blijkt dat Zwolse bezoekers wat meer geld zijn gaan uitgeven in Zwolle in de afgelopen jaren. In 2017 gaven de meeste bezoekers nog tussen de 0 en 20 euro uit tijdens hun stedenbezoek, terwijl in 2018 en 2019 de meeste bezoekers tussen de 20 en 50 euro besteedden aan hun Zwolse bezoek.

3 Toeristisch perspectief in Zwolle: 5 prioriteiten

3.1 Doelgroep

3.1.1 Aanbod Zwolle voor verschillende leefstijlen

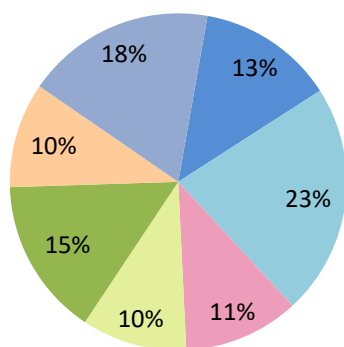
Om doelgroepen te analyseren, wordt er gebruik gemaakt van de Leefstijlvinder. Dit model bestaat uit zeven leefstijlen die de Nederlandse recreant beschrijven. Hieronder staat kort beschreven wat de betekenis is van deze zeven leefstijlen.

- **Avontuurzoeker:** Deze avontuurlijke en creatieve recreanten zijn voor veel in, zolang het een nieuwe ervaring is of bijdraagt aan hun zelfontwikkeling. Ze zijn intelligent en ondernemend en willen het 'echte' leven ervaren, bijvoorbeeld in een museum, natuur of een andere verrassende locatie waar ze nieuwe ervaringen kunnen opdoen.
- **Stijlzoeker:** Stijlzoekers zijn zelfverzekerd en doelgericht. Het zijn mensen met een ondernemend en sterk karakter die ervoor gaan. Op hun vakantie houden ze van luxe en comfort en exclusiviteit. Het sociale aspect is ook belangrijk, bijvoorbeeld om te netwerken. Het liefst hebben stijlzoekers dezelfde type mensen die op dezelfde golflengte zitten om zich heen.
- **Inzichtzoeker:** Willen dingen leren en ervaren, in de natuur en met culturele activiteiten.
- **Rustzoeker:** Houden recreatie graag letterlijk en figuurlijk dicht bij huis. Ze zijn het liefst in de eigen, vertrouwde omgeving.
- **Verbindingszoeker:** Zetten zich graag in voor anderen. Daarnaast genieten ze van natuur en knusse sfeer.
- **Harmoniezoeker:** Vrije tijd is tijd voor het gezin, de familie of vrienden. Zijn pas echt blij, als iedereen in het gezelschap tevreden is.
- **Plezierzoeker:** Houden van feesten en op pad gaan met vrienden. Een dag niet gelachen, is een dag niet geleefd.

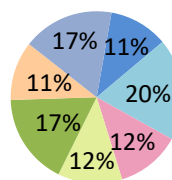
Datum
Titel

21 januari 2021
Bijlage voor Toeristische Visie

3.1.2 Inwoners Zwolle (127.492) leefstijlverdeling



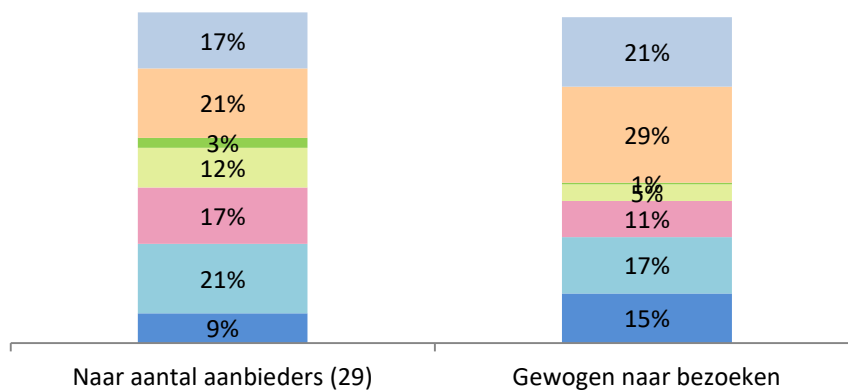
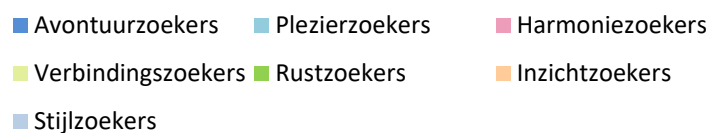
Nederland



Bron: Vitaliteit dagrecreatie sector in het Vechtdal 2019 (ZKA)

In Zwolle wonen dus relatief veel Avontuurzoekers, Plezierzoekers en Stijlzoekers.

3.1.3 Leefstijl dagrecreatief aanbod Zwolle

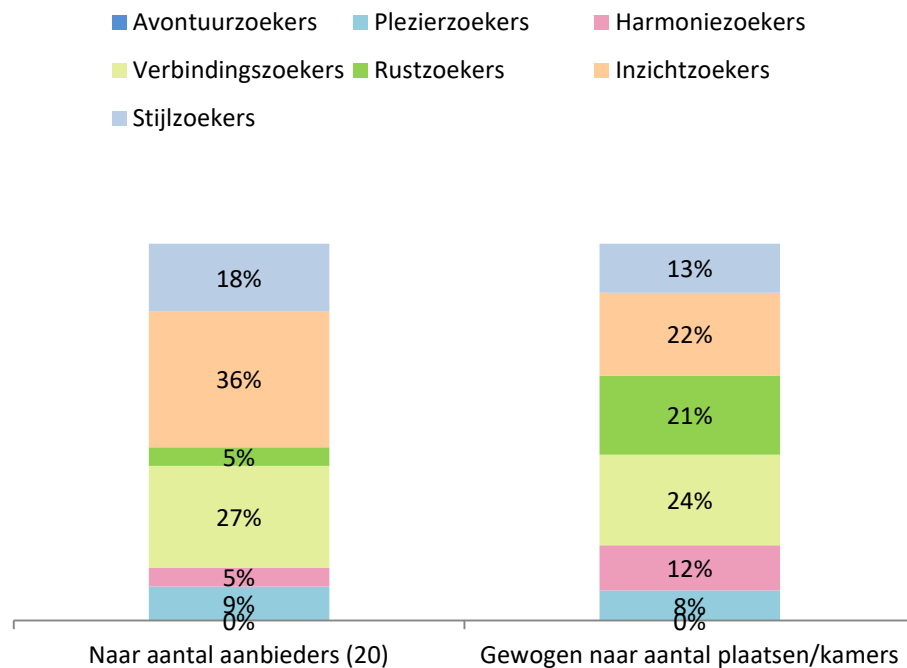


Bron: Vitaliteit dagrecreatie sector in het Vechtdal 2019 (ZKA)

Bijna de helft van het dagrecreatieve aanbod in Zwolle is aantrekkelijk voor de Plezier- en Inzichtzoekers. Ook voor de Stijlzoekers en Harmoniezoekers is er veel aanbod in

Zwolle. Kijken we naar het aantal bezoeken per aanbieder, dan zien we met name dat de Inzicht-, Avontuur- en Stijlzoekers op het aanbod afkomen. We kunnen dus concluderen dat er relatief veel vraag is naar aanbod dat interessant is voor deze drie leefstijlen. In Zwolle zien we dat er met name voor de Avontuurzoeker relatief weinig dagrecreatief aanbod is, al is dat al wel een stuk meer in vergelijking met de overige gemeenten in het Vechtdal (Staphorst, Dalfsen, Ommen en Hardenberg). Dit komt met name door het culturele aanbod en aanbod aan theaters/poppodia in Zwolle.

3.1.4 Leefstijl verblijfaanbod Zwolle



Bron: Vitaliteit dagrecreatie sector in het Vechtdal 2019 (ZKA)

Zwolle heeft een ander verblijfsaanbod dan de overige gemeenten in het Vechtdal (Staphorst, Dalfsen, Ommen en Hardenberg). In Zwolle domineren hotels en B&B's het beeld terwijl in de overige gemeenten veel meer vakantieparken, (mini)campings en tweedewoningparken te vinden zijn. Dit trekt ook een ander publiek. Het aanbod in Zwolle is met name aantrekkelijk voor de Inzichtzoekers en ook de Stijlzoekers vinden we hier terug: gasten die graag een stad bezoeken en daarbij graag een kwalitatief goed en modern hotel zoeken met daarbij een goed restaurant. Daarnaast is het aanbod geschikt voor de Verbindingszoekers (B&B's). De Rustzoekers komen qua aantal plaatsen ook aan hun trekken omdat er twee grote campings zijn die aan hun wensen voldoen. Opvallend is dat er geen aanbod is dat uitgesproken interessant is voor de Avontuurzoekers, terwijl dit een groep is die graag een stad bezoekt en daar verblijft.

Datum
Titel

21 januari 2021
Bijlage voor Toeristische Visie

Wanneer we dus kijken naar dagrecreatief- en verblijfsaanbod in Zwolle, en dit vergelijken met het type inwoners van Zwolle (54% behoort tot de leefstijlgroepen plezierzoeker, stijlzoeker en avontuurzoeker) en de leefstijl van mensen die op het aanbod afkomen, is het interessant om te zien of het huidige aanbod uitgebreid kan worden met avontuurlijk dag- en verblijfsaanbod.

3.2 Lusten en lasten in balans

3.2.1 Ervaringen van inwoners met toerisme

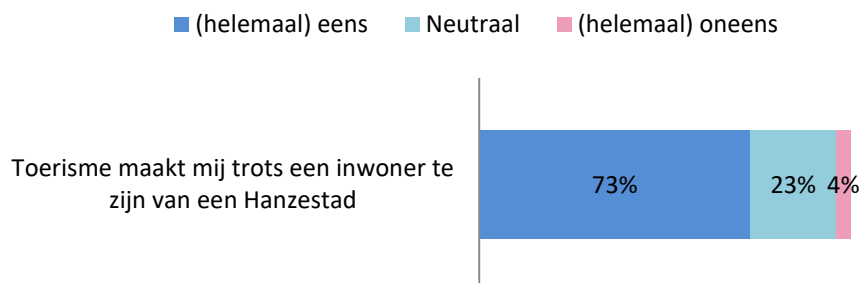
Een hogere score is beter, behalve voor het thema 'negatieve impact'.

Thema (schaal van 1-5)	Totaal Hanzesteden	Zwolle
Trots zijn op stad	3,9	3,8
Steunen toerisme	3,8	3,8
Ervaren positieve impact	3,6	3,7
Sociale verbondenheid door toerisme	3,4	3,4
Ervaren negatieve impact	2,9	3,0
Betrokkenheid hebben bij toeristische ontwikkelingen in stad	2,7	2,8
Persoonlijk economisch voordeel	1,8	1,8

Bron: Bewonersonderzoek Hanzesteden 2020 (Hanzesteden Marketing)

3.2.2 Lusten

3.2.3 *Trots zijn*

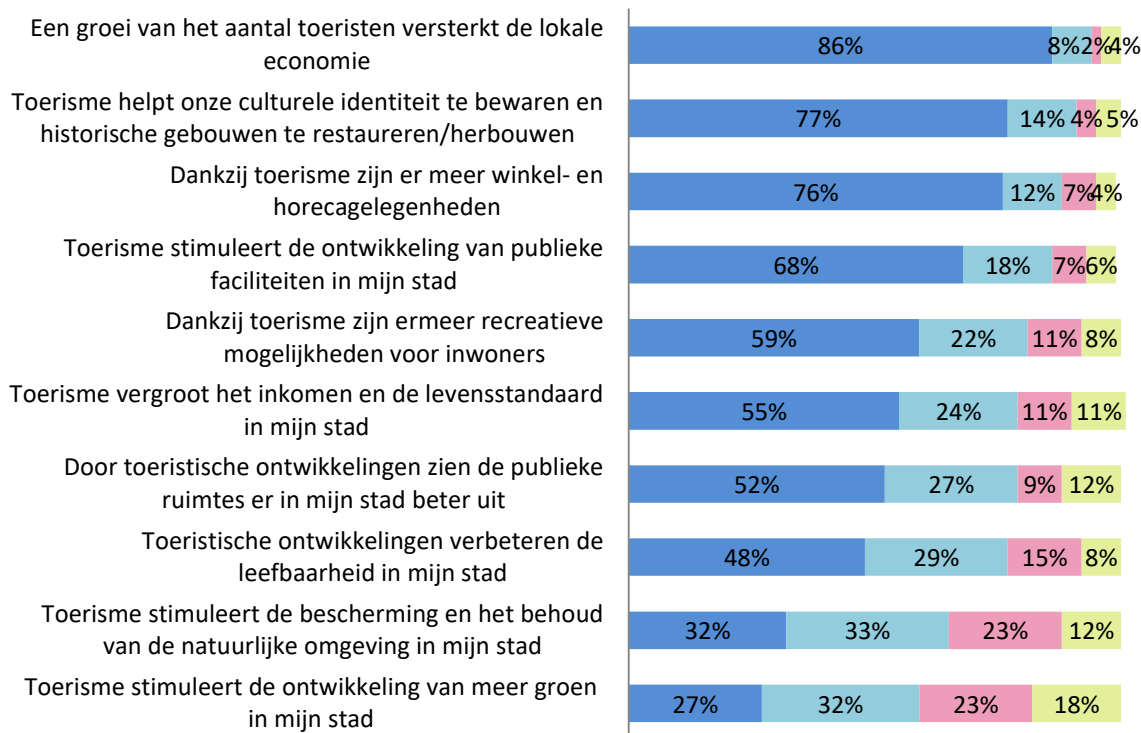


Bron: Bewonersonderzoek Hanzesteden 2020 (Hanzesteden Marketing)

Datum 21 januari 2021
Titel Bijlage voor Toeristische Visie

3.2.4 *Ervaren positieve impact van toerisme*

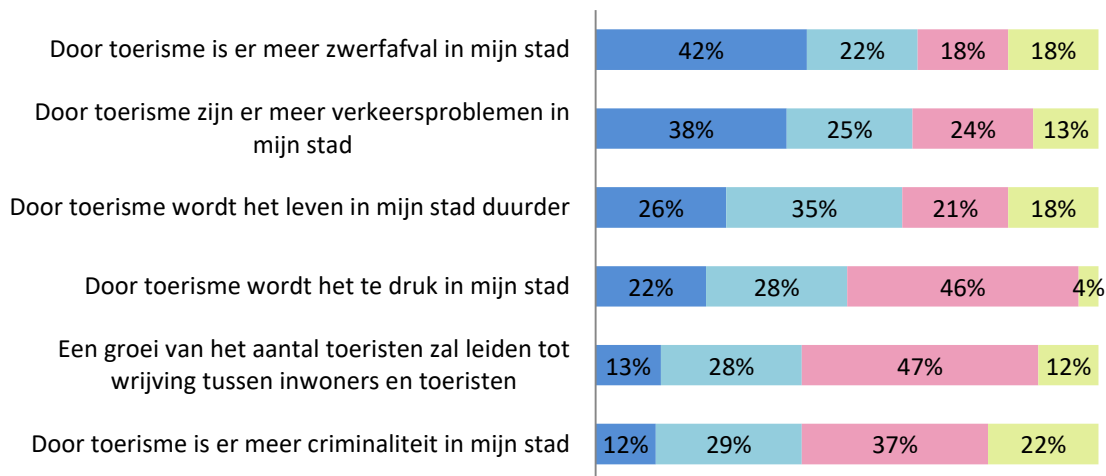
■ (helemaal) eens ■ Neutraal ■ (helemaal) oneens ■ Weet ik niet



3.2.5 Lasten

3.2.6 *Ervaren negatieve impact van toerisme*

■ (helemaal) eens ■ Neutraal ■ (helemaal) oneens ■ Weet ik niet

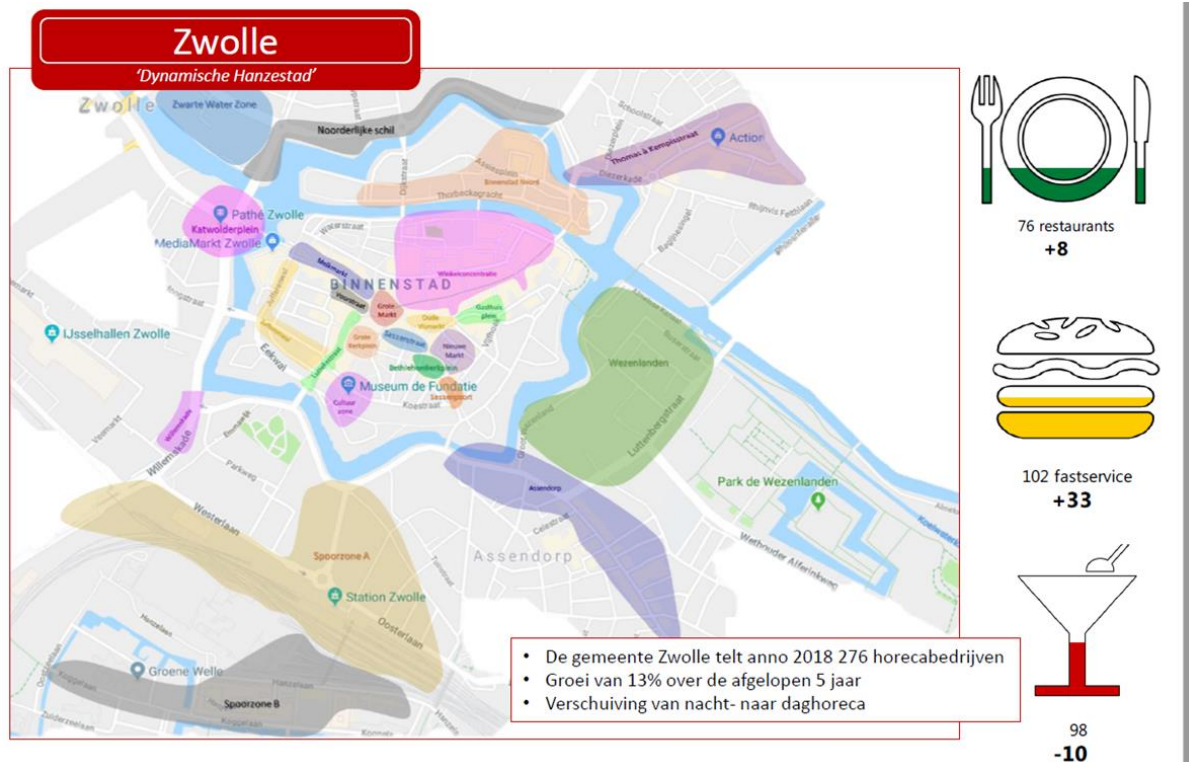
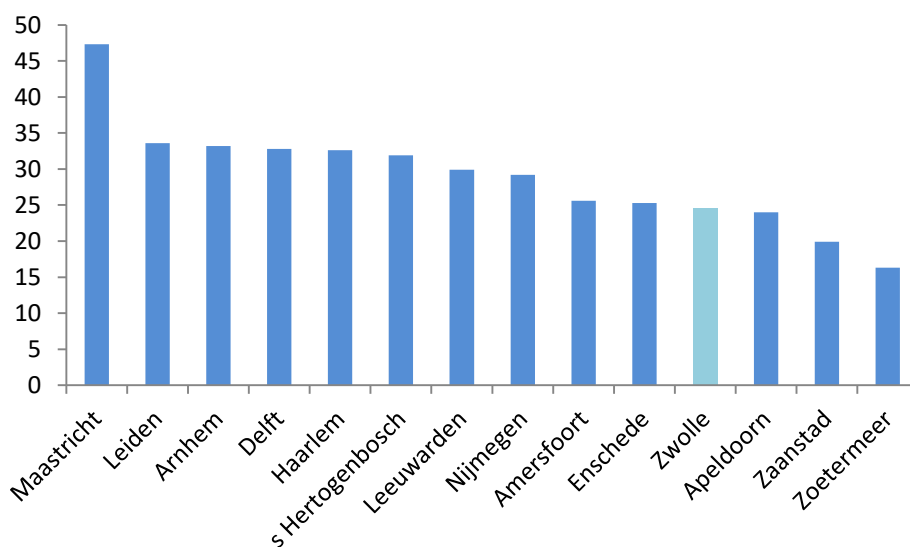


Bron: Bewonersonderzoek Hanzesteden 2020 (Hanzesteden Marketing)

3.3 Nederland overal aantrekkelijk – “Zwolle overal aantrekkelijk”

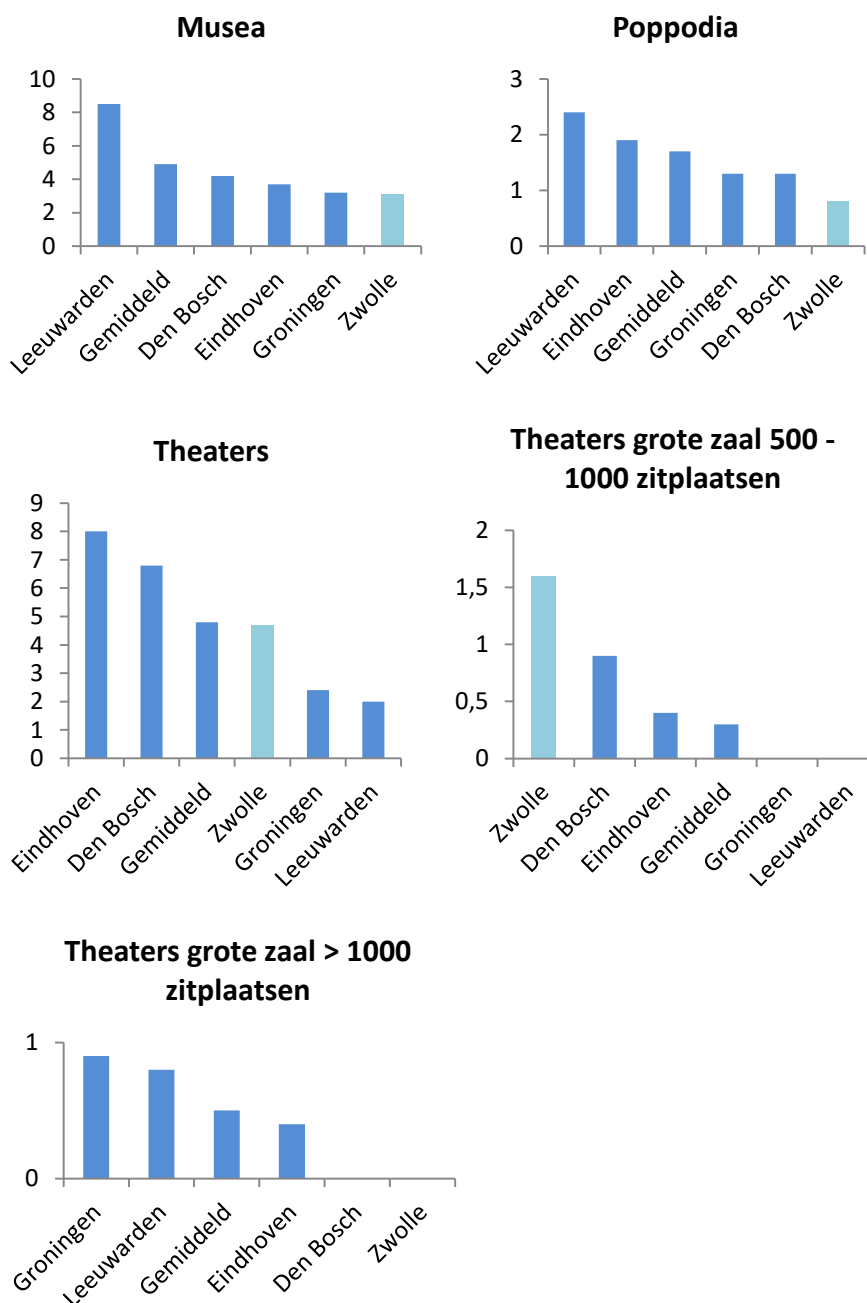
3.3.1 Het aanbod van Zwolle afgezet tegen benchmark steden

3.3.2 Aantal horecabedrijven per 10.000 inwoners in 2018



Bron: Horeca + Advies (Van Spronsen & Partners)

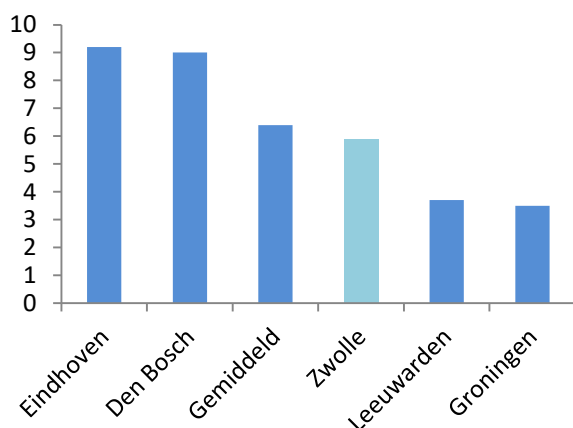
3.3.3 Aanbod per 100.000 inwoners



Bron: Verkenning accommodaties culturele en creatieve sectoren Zwolle 2020 (HEVO)

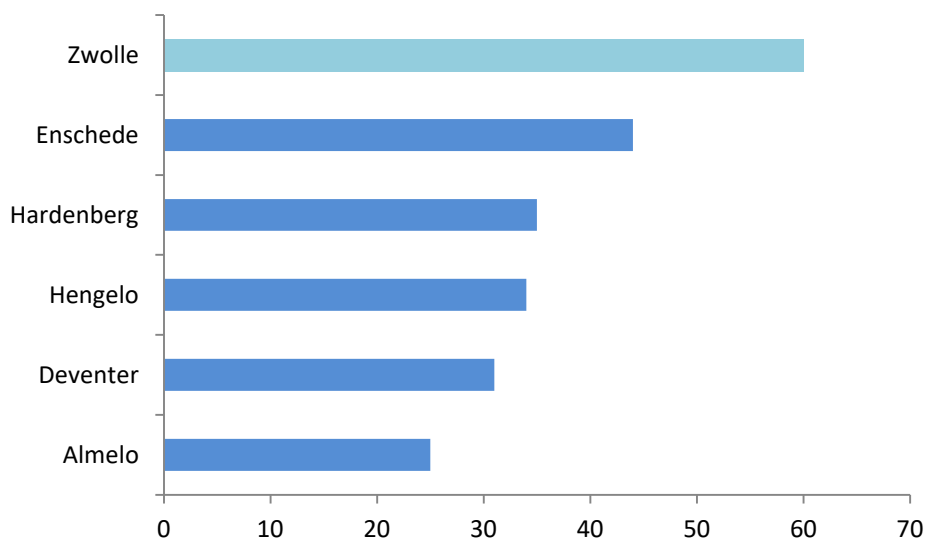
Het aantal culturele accommodaties in Zwolle is lager dan in de benchmarksteden, met als uitzondering het aantal middelgrote theaters. Het beperkte culturele aanbod kan een reden zijn voor toeristen om geen langdurig bezoek aan Zwolle te brengen: zo blijft maar 6% van toeristen in Zwolle voor een meerdaags verblijf. Zwolle heeft dus meer cultureel aanbod nodig (zowel iconen als cultuurhistorie).

3.3.4 *Bioscoopbezoekers/aantal inwoners*



Bron: Verkenning accommodaties culturele en creatieve sectoren Zwolle 2020 (HEVO)

3.3.5 *Aantal publieksevenementen 2018 grootste gemeenten in Overijssel*



Bron: Aanpak doorontwikkeling evenementen Zwolle 2020 (Respons)

Met 60 jaarlijkse evenementen scoort Zwolle het beste van de steden in de regio Overijssel en staat Zwolle op plek 12 van alle Nederlandse gemeenten (G50 Evenementen Monitor Ranglijst van Respons, 2019). Er zijn echter in Zwolle veel kleine tot middelgrote evenementen en weinig grote evenementen die veel publiek trekken en media-aandacht genereren. Daarnaast zijn er te weinig evenementen voor jongeren en studenten. De Zwolse evenementensubsidie ligt ook lager dan dat van Benchmarksteden als 's Hertogenbosch, Groningen en Deventer. Uit het Imago Onderzoek van La Group bleek bovendien dat een derde van de bezoekers aan Zwolle niet bekend is met het evenementenaanbod en dat gold zelfs voor de helft van de niet-bezoekers.

3.3.6 ***Leisure aanbod Zwolle in vergelijking met Apeldoorn en Amersfoort: kwalitatieve toelichting***

“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”.

Uit: rapport actualisering en evaluatie leisurebeleid gemeente Zwolle (ZKA)

3.3.7 **Net Promotor Score**

De Net Promotor score (NPS) is een middel om klanttevredenheid te bepalen. Om de NPS per stad te bepalen is de volgende vraag gesteld:

“Hoe waarschijnlijk is het dat u stad x voor een toeristisch bezoek zult aanbevelen aan familie, vrienden of collega's op een schaal van 0 (zeer niet) tot 10 (zeer wel)?”.

De NPS wordt uiterekend door het percentage criticasters af te trekken van het percentage promotors van een stad.

- Bezoekers die het cijfer van 0 tot 5 geven vallen onder de criticasters
- Bezoekers die een score geven van 6 o 7 vallen onder passieven
- Bezoekers die ene 8 of hoger geven zijn de promotors.

De waarden van de NPS kunnen sterk verschillen per sector. In dit geval geeft een NPS van 35 tot 45 een positief signaal af.

Net Promotor Score (NPS)	
Den Bosch	72
Haarlem	68
Groningen	63
Deventer	61

Datum
Titel

21 januari 2021
Bijlage voor Toeristische Visie

Zutpen	56
Alkmaar	56
Leiden	55
Breda	55
Dordrecht	53
Nijmegen	51
Zwolle	45
Apeldoorn	36
Arnhem	35
Eindhoven	15
Assen	5
Purmerend	-12
Helmond	-17

Bron: Toeristisch imago-onderzoek 2018 (La Group)

3.3.8

Trekkraft dagrecreatief aanbod Zwolle en overige gemeenten in het Vechtdal (Staphorst, Dalfsen, Ommen en Hardenberg)

	Zwolle	Overige gemeenten
Trekker	8%	2%
Vasthouder	15%	35%
Basisvoorziening	69%	49%
Niche (trekker)	8%	14%

Bron: Vitaliteit dagrecreatie sector in het Vechtdal 2019 (ZKA)

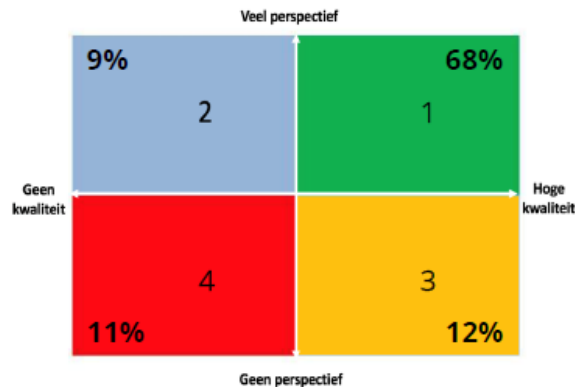
Definities:

- **Trekker:** Dit aanbod vormt voor een groot deel van het bezoek de reden om de regio te bezoeken. In Zwolle zijn meer trekkers te vinden (o.m. Museum de Fundatie, Waanders in de Broeren, Dinoland) dan in de andere gemeenten (o.m. Attractiepark Slagharen).
- **Vasthouder:** De aanbieders hebben te weinig autonome trekkraft, maar dragen bij aan een aangenaam verblijf voor gasten en bieden vaak ook voldoende voor de inwoner. Er zijn relatief minder vasthouders in Zwolle (o.m. Het Zwolse Balletjeshuis) dan in de overige gemeenten (o.m. Tuinen Mien Ruys, Rederij Peters)
- **Basisvoorziening:** gericht op eigen inwoners (bijv. schouwburgen, poppodia, bioscopen, indoor speelhallen) óf omdat het dermate weinig bezoeken trekt dat het geen langer verblijf van een gast (bijv. zeer kleinschalige musea en bezienswaardigheden).
- **Niche:** richt zich op een bepaalde niche en weet hiermee minstens bovenregionaal (dag-)bezoek aan te trekken. Dit gaat om aanbieders met grote bekendheid (o.m. De Librije), maar ook om minder bekende aanbieders. Vaak trekken de aanbieders relatief bescheiden aantallen bezoeken, maar zijn onderscheidend binnen de regio en daarbuiten;

Datum
Titel

21 januari 2021
Bijlage voor Toeristische Visie

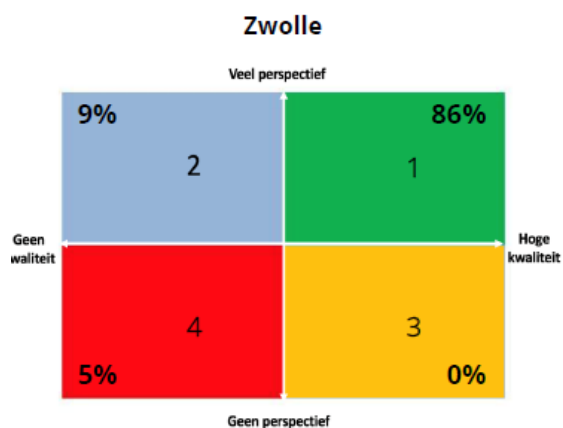
3.3.9 Vitaliteit dagrecreatieve sector van gemeenten in het Vechtdal (Staphorst, Dalfsen, Ommen en Hardenberg)



Bron: Vitaliteit dagrecreatie sector in het Vechtdal 2019 (ZKA)

- 80% van de aanbieders bevindt zich in het groene of gele kwadrant. Dit houdt in dat bij 80% van het dagrecreatief aanbod de toeristisch-recreatieve kwaliteit van het aanbod in voldoende mate aansluit bij de wensen van de consument;
- 9% van de aanbieders eindigt in het blauwe kwadrant. Deze aanbieders beschikken op basis van bijvoorbeeld het type aanbod of locatie over voldoende perspectief, maar bieden te weinig (bijvoorbeeld door te weinig investeringen in het concept) om een kwalitatief sterke toeristische ervaring te bieden;
- 11% van de aanbieders eindigt in het rode kwadrant. Het toeristisch-recreatieve aanbod is kwalitatief te mager en ook is er bijvoorbeeld door organisatorische beperkingen weinig perspectief op verbetering

3.3.10 Vitaliteit dagrecreatieve sector van Zwolle



Bron: Vitaliteit dagrecreatie sector in het Vechtdal 2019 (ZKA)

Wanneer we kijken naar Zwolle alleen, bevindt 86% van de aanbieders zich in het groene kwadrant.

Datum 21 januari 2021
Titel Bijlage voor Toeristische Visie

3.3.11 Overall toeristisch imago Zwolle (ten opzichte van 16 andere middelgrote steden)

Steden	Rapportcijfer
1. Den Bosch	7,4
2. Nijmegen	7,3
2. Leiden	7,3
4. Haarlem	7,2
5. Groningen	7,1
6. Deventer	7
6. Breda	7
6. Arnhem	7
9. Zwolle	6,9
9. Alkmaar	6,9
11. Apeldoorn	6,8
12. Eindhoven	6,6
12. Zutphen	6,6
12. Dordrecht	6,6
15. Assen	6,2
16. Helmond	5,8
17. Purmerend	5,6

Bron: Toeristisch imago-onderzoek 2018 (La Group)

Dit totaalbeeld van het toeristisch imago van steden is bepaald op basis van de scores van de sfeeraspecten van de stad (bijvoorbeeld de mate van gezelligheid, drukte en aantrekkelijkheid) en de scores van het voorzieningenaanbod- en niveau (bijvoorbeeld winkelaanbod en het culturele aanbod).

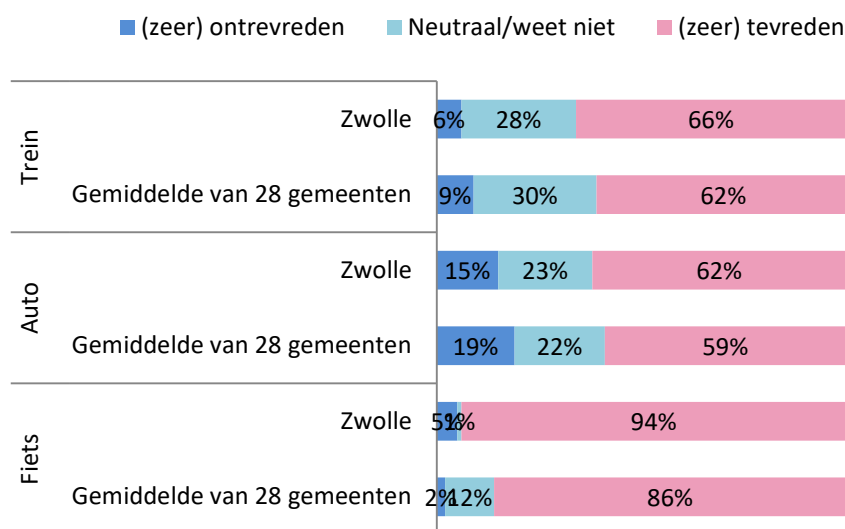
Zwolle staat op alle sfeer en aanbodaspecten tussen plek 5 en 11 van de 17 deelnemende steden. Opvallend is dat Zwolle het hoogste scoort op het gebied van “moderne architectuur” (**plek 5**), “kunstmusea” (**plek 5**) en “kunstgaleries” (**plek 6**). De laagste plek (11) wordt gehaald op het sfeeraspect “Rustig vs druk” (dus Zwolle wordt relatief als rustig gezien) en op de aanbodaspecten “aantrekkelijk aanbod van cafés en bars”, “aanwezigheid van attracties/dierentuinen”, “Aanbod cultuurhistorie” en “AirBnB en B&B’s”.

Bron: Toeristisch imago-onderzoek 2018 (La Group)

3.4 Toegankelijk en bereikbaar

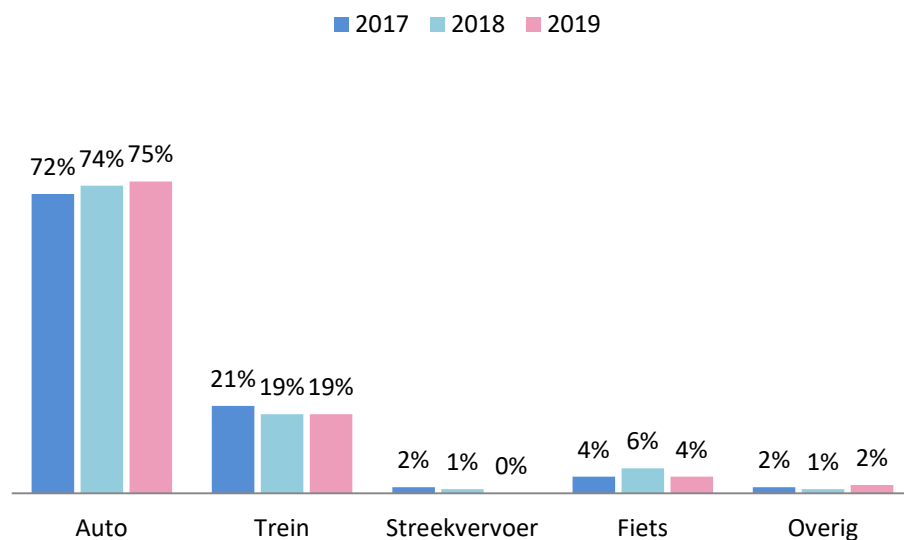
3.4.1 Bereikbaarheid Zwolle

Hoe tevreden ben je over het gemak waarmee je jouw stad in en uit kunt met verschillende vervoersmiddelen?



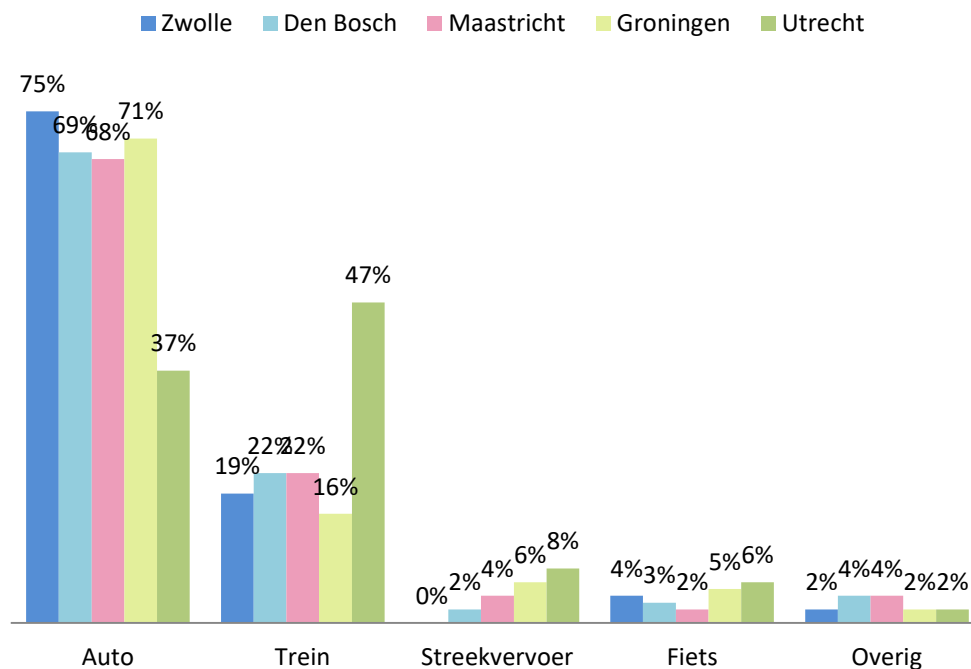
Bron: Online onderzoek ANWB 2018

3.4.2 Vervoersmiddel waarmee Zwolle wordt bezocht



Bron: Onderzoek toeristisch bezoek aan steden 2017, 2018, 2019 (NBTC*NIPO)

3.4.3 Vervoersmiddel waarmee Zwolle wordt bezocht in vergelijking met andere steden, 2019



Bron: Onderzoek toeristisch bezoek aan steden 2019 (NBTC*NIPO)

Van deze steden wordt alleen Utrecht vaker met de trein bezocht dan met de auto. Waarschijnlijk spelen het aantal parkeerplekken en parkeertarieven hierbij een rol.

3.5 Verduurzaming

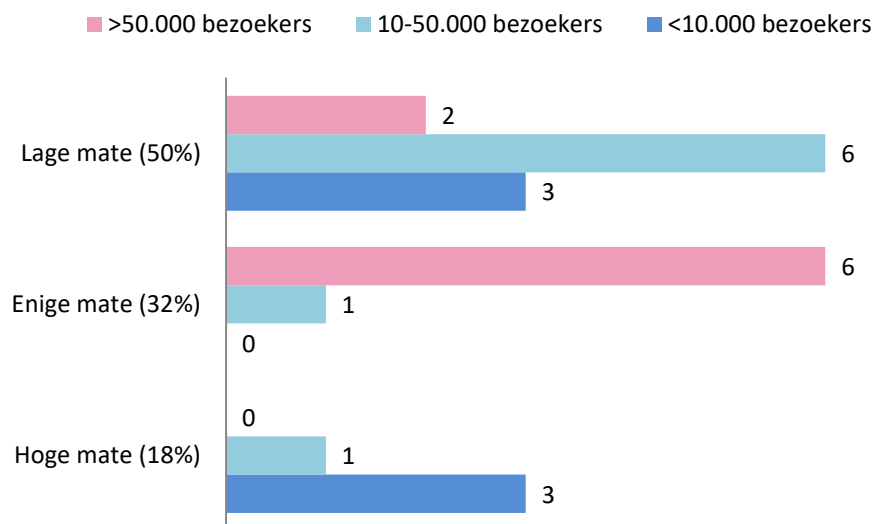
3.5.1 Duurzaamheid vrijetijdssector

Het EKO-keurmerk voor horeca is voor één restaurant toegekend: Bistro de Stadshoeve. Het EKO-keurmerk is gebaseerd op het percentage biologische inkopen op de totale inkoopwaarde aan voedsel.

Één van de 8 hotels in Zwolle draagt het Green Key-Keurmerk: het Bilderberg Grand Hotel Wientjes (goed voor ongeveer 10% van de totale hotelcapaciteit). Green Key is een internationaal keurmerk voor duurzame bedrijven in de recreatie- en vrijetijdsbranche en zakelijke markt. Bedrijven met een Green Key keurmerk doen er alles aan om het milieu te sparen, zonder dat hun gasten inleveren op comfort en kwaliteit. Zij gaan daarbij een stap verder dan de normale wet- en regelgeving vereist.

3.5.2 Mate van duurzaam ondernemen van 22 Zwolse aanbieders

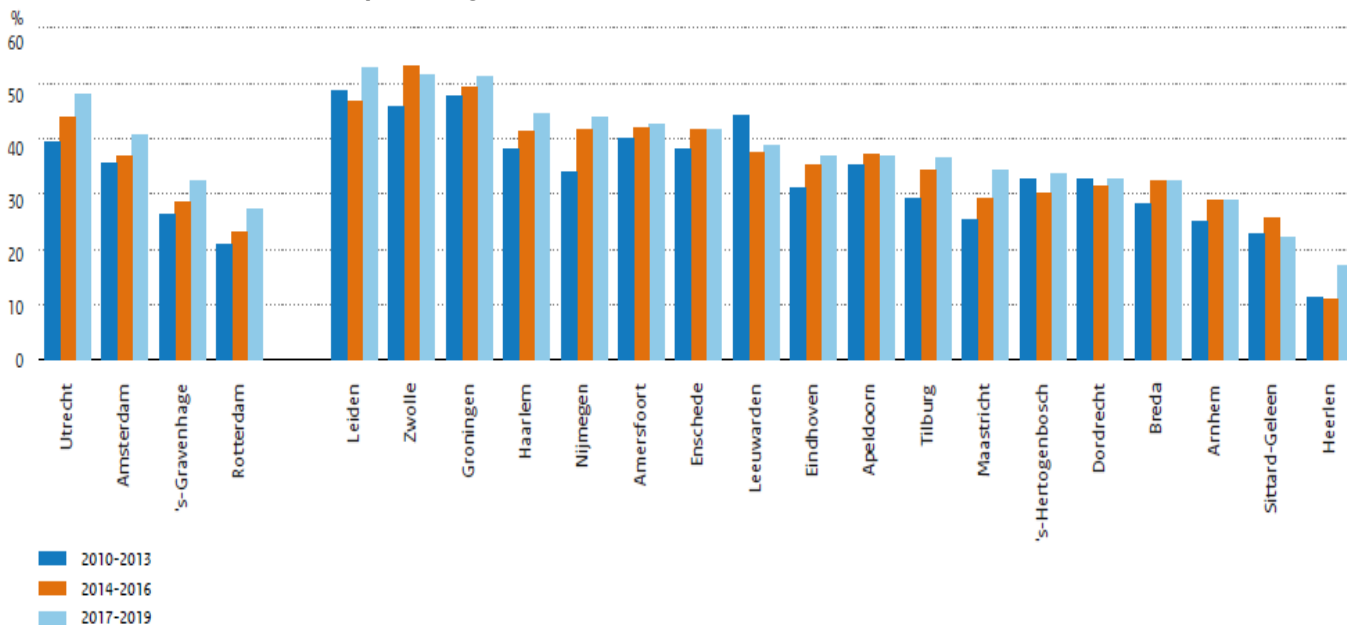
In welke mate bent u bezig met duurzaamheid/maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo)?



Bron: Eindrapport Impact gemeentelijke bijdrage in toersime 2020/ Vitaliteit dagrecreatie sector in het Vechtdal 2019 (ZKA)

Drie van de vier aanbieders die aangeven zich er in hoge mate mee bezig te houden, zijn kleinschalige locaties die tot 10.000 bezoeken per jaar trekken. Onder de grotere publiekstrekkingen (50.000 bezoeken of meer), zijn er geen aanbieders die aangeven zich in grote mate met duurzaamheid bezig te houden. Deze aanbieders houden zich er grotendeels in enige mate mee bezig.

3.5.3 Fietsverplaatsingen in Zwolle

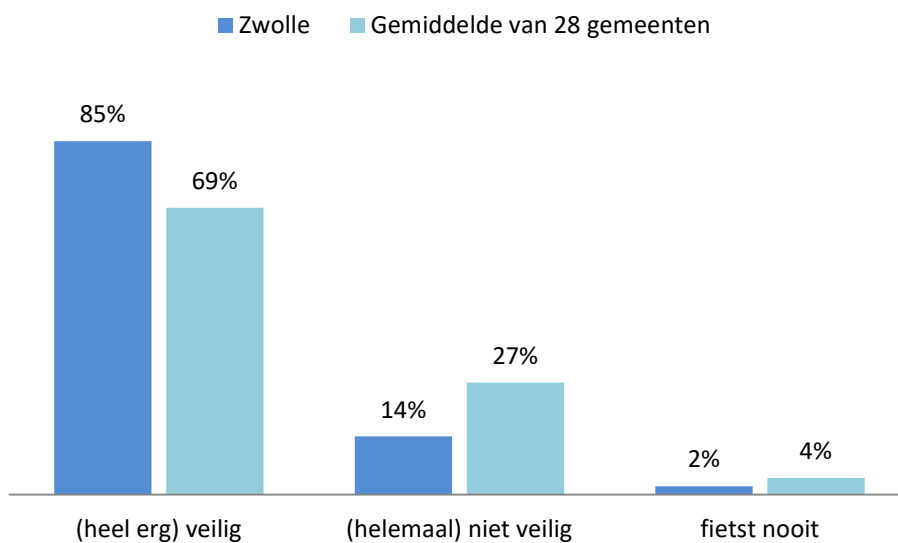


Bron: CBS, OViN 2010 t/m 2017 en ODIN 2018/2019

Zwolle staat dus sinds 2017 op plek 2 van de steden in Nederland waar de meeste fietsverplaatsingen zijn.

3.5.4 Fietsveiligheid in Zwolle

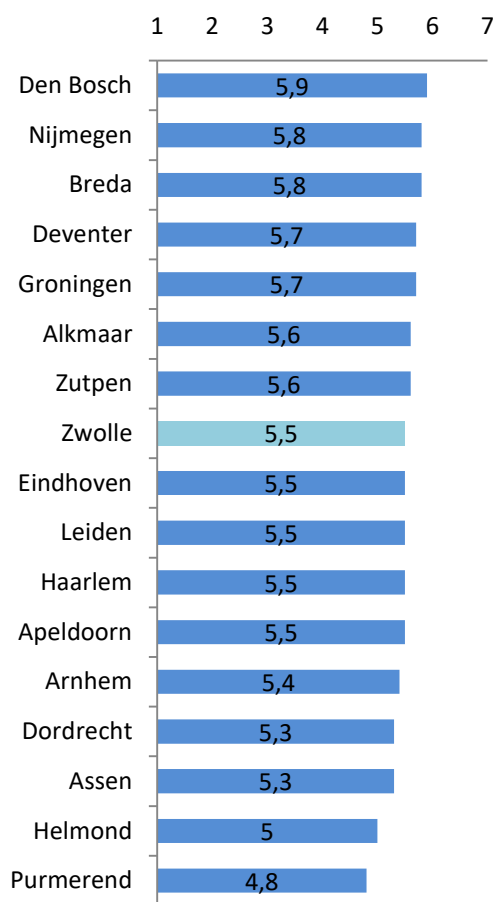
Hoe veilig voel jij je op de fiets in het verkeer in jouw gemeente?



Bron: Online onderzoek ANWB 2018

3.6 Gastvrije sector

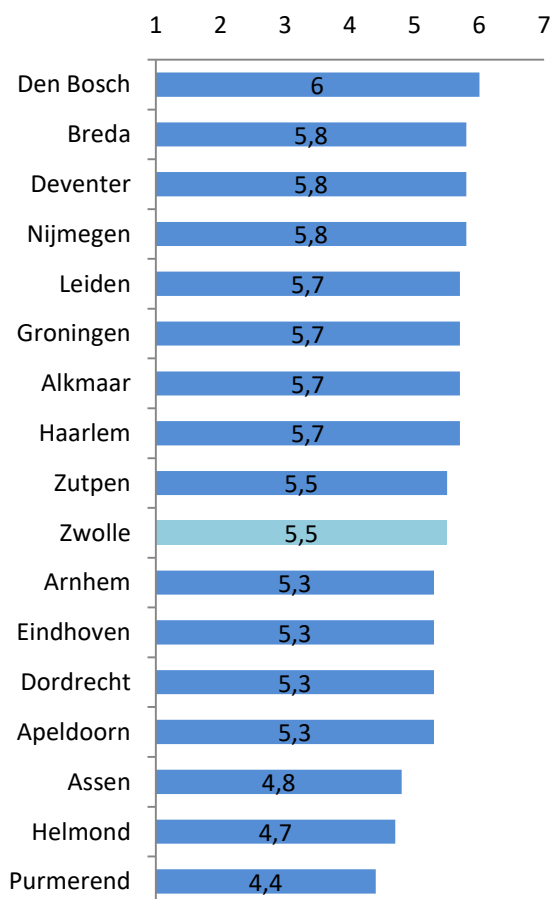
3.6.1 Ongastvrij (1) of gastvrij (7)



Bron: Toeristisch imago-onderzoek 2018 (La Group)

Zwolle wordt als redelijk gastvrij gezien, maar behoort tot de middenmoot in vergelijking met andere steden.

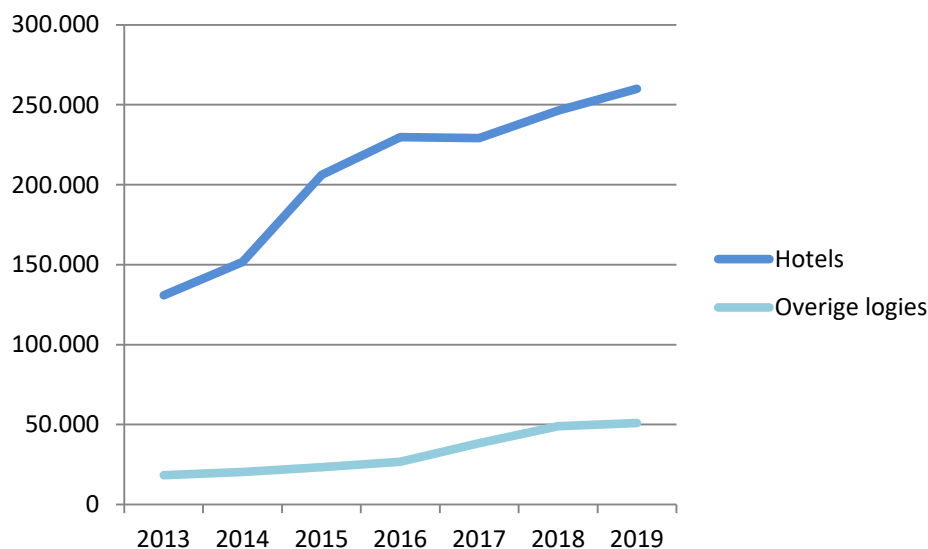
3.6.2 Ongezellig (1) of gezellig (7)



Zwolle wordt als redelijk gezellig gezien en komt met deze score wederom in de middenmoot uit.

Bron: Toeristisch imago-onderzoek 2018 (La Group)

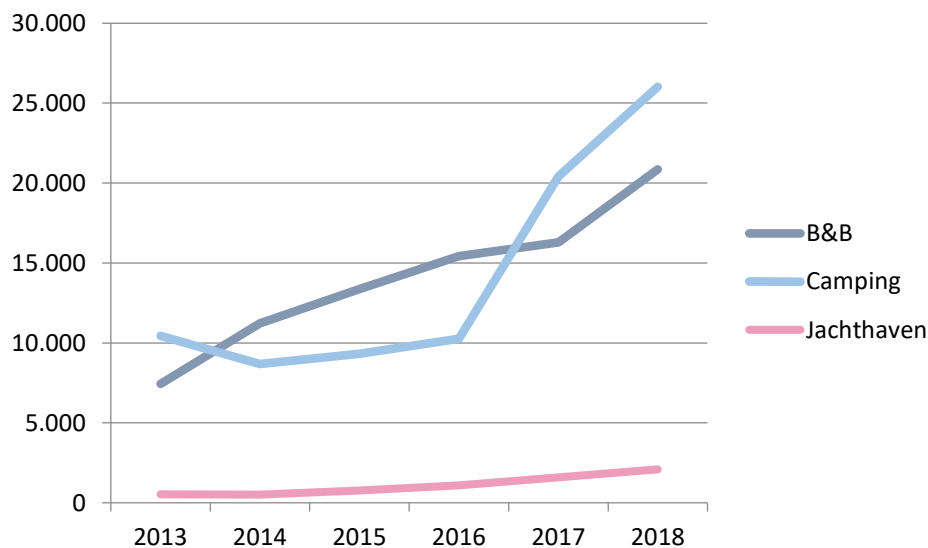
3.6.3 Hotel-en overige logiesovernachtingen Zwolle 2013-2019



Bron: Toeristenbelasting gemeente Zwolle

Het aantal hotel- en logiesovernachtingen is gestegen tussen 2013 en 2019.

3.6.4 Logiesovernachtingen 2013-2018 uitgesplitst



Bron: Toeristenbelasting gemeente Zwolle

Het aantal overnachtingen op campings is toegenomen tussen 2013 en 2018 en is met name sterk gestegen sinds 2016. We zien ook een stijgende lijn wat betreft het aantal overnachtingen in B&B's. Het aantal overnachtingen op jachthavens is ook gestegen, maar blijft (ver) achter bij de overige logies.

4 Benodigde inzet voor een toeristisch perspectief 2030: 3 randvoorwaarden

4.1 Het belang van beleidsaandacht

4.1.1 Fte gemeente Zwolle voor toerisme

- In de gemeentelijke organisatie Zwolle is 0,6 fte beschikbaar voor taken rondom *strategische positionering, (city-)marketing, horeca, leisure en toerisme*.
- In de gemeentelijke organisatie is circa 5,0 fte toe te wijzen aan *evenementen*, met o.m. coördinatie, vergunningen, handhaving, openbare orde en veiligheid. Daarnaast zijn er out-of-pocket costs rondom openbare orde en schoonmaak etc.
- In de gemeentelijke organisatie is circa 2,5 fte actief op het gebied van cultuur. Ongeveer 1 fte daarvan is toe te wijzen aan de *culturele instellingen en projecten* die een toeristisch bezoek (kunnen) genereren.
- In de gemeente organisatie is circa 1 fte toe te wijzen aan *erfgoed en activiteiten* die toeristische bezoeken kunnen genereren.
- In de gemeentelijke organisatie is circa 0,7 fte toe te wijzen aan taken rondom *detailhandel*.

Bron: Eindrapport impact gemeentelijke bijdrage in toerisme 2020 (ZKA)

4.1.2 Bijdrage van de gemeente Zwolle in toerisme

	Brede definitie	Enge definitie	(city) marketing
Toerisme	€ 488.000	€ 488.000	€ 402.000
Evenementen	€ 735.900	€ 227.800	-
Cultuur	€ 6.809.300	€ 2.666.800	-
Erfgoed	€ 248.500	€ 67.700	-
Overig economie	€ 401.100	€ 137.600	-
Totaal	€ 8.681.800	€ 3.587.900	€ 402.000

Bron: Eindrapport impact gemeentelijke bijdrage in toerisme 2020 (ZKA)

Er zijn drie definities toegepast in het bepalen van de bijdrage van de gemeente Zwolle:

- Brede definitie: hiertoe worden alle uitgaven en subsidies aan voorzieningen, beleid en gemeentelijke werkgelegenheid die zijn weerslag hebben op het toeristisch potentieel van een stad in beeld gebracht, ook als toerisme maar een bescheiden onderdeel is in de exploitatie;

- Enge definitie: hiertoe wordt het deel van de uitgaven en subsidies aan voorzieningen, beleid en gemeentelijke werkgelegenheid geraamd waarmee toeristische bezoeken en overnachtingen worden gegenereerd;
- (City-)marketing: hiertoe worden de gemeentelijke uitgaven en subsidies die direct te relateren zijn aan marketinginspanningen van daarvoor verantwoordelijke organisaties, zowel lokaal als regionaal en zowel recreatief als zakelijk in kaart gebracht. Het gaat hier om alle facetten van marketing en promotie: destinatie-/toeristische marketing, marketing voor congressen en events, en citymarketing ten behoeve van de brede positionering van een stad.

4.2 De waarde van een actie- en investeringsagenda voor toerisme

4.2.1 Bijdrage gemeente Zwolle in vergelijking met benchmarksteden

	Brede definitie (absoluut)	Brede definitie (per inwoner)	Enge definitie	(city) marketing
Maastricht	€ 12.500.100	€ 103	€ 5.374.600	€ 1.181.900
Den Bosch	€ 11.021.900	€ 71	€ 5.753.900	€ 386.100
Eindhoven	-	-	-	€ 700.000
Zwolle	€ 8.681.800	€ 68	€ 3.587.900	€ 402.000

Bron: Eindrapport impact gemeentelijke bijdrage in toerisme 2020 (ZKA)

Zwolle blijft qua bijdrage op de meeste vlakken achter op de benchmarksteden Maastricht, 's-Hertogenbosch en Eindhoven.

4.2.2 Evenementensubsidie gemeente Zwolle in vergelijking met benchmarksteden

	Zwolle	Den Bosch	Deventer	Groningen
Evenementensubsidie	€ 3,45/inw	€3,87/inw	€ 6,62/inw	€ 4,53/inw

4.2.3 Toerisme als investering

Uit: Eindrapport impact gemeentelijke bijdrage in toerisme 2020 (ZKA)

“Welke outcome levert de bijdrage aan toerisme op voor Zwolle?

- Het verblijfstoerisme in de gemeente Zwolle is in recente jaren fors toegenomen, van ongeveer 150.000 overnachtingen in 2013 naar bijna 310.000 overnachtingen in 2019. Dit leverde de gemeente in 2019 €0,2 mln. aan toeristenbelasting op (zie tabel hieronder). Door aanpassingen in het tarief kan dit bedrag in 2022 bij gelijkblijvende overnachtingen oplopen tot €0,6 mln. per jaar;

Datum
Titel

21 januari 2021
Bijlage voor Toeristische Visie

	Zwolle	Maastricht	Den Bosch
Toeristenbelasting	€ 0,2	€ 4,6	€ 1,1
Parkeergelden	€ 10,6	€ 20,2	€ 13,9

•Het aantal dagbezoeken in 2019 was ruim 4 miljoen. Het belangrijkste bezoekmotief was winkelen en horecabezoek, maar ook Museum de Fundatie (met 211.000 bezoeken in Zwolle) en de Zwolse evenementen (ca. 900.000 bezoeken in totaliteit, 280.000 bezoeken van niet-inwoners) droegen hieraan bij;

•Vanuit de diverse bezoekgroepen waren de toeristisch-recreatieve bestedingen in Zwolle in 2019 circa €271 miljoen (zie tabel hieronder). Naar verwachting wordt ongeveer €10 mln. hiervan besteed aan parkeergelden. De mate waarin de gemeente hiervan profiteert hangt af van gemeentelijk bezit van parkeergarages en het gebruik hiervan, alsmede de kosten die gemaakt worden voor de exploitatie;

		Zwolle	Maastricht	Den Bosch
Verblijf	Hotels	€ 30	€ 154	€ 31
	Overige logies	€ 4	€ 11	€ 9
Dag	Binnenlands	€ 227	€ 233	€ 379
	Buitenlands	€ 5	€ 77	€ 14
Evenementen		€ 4	€ 13	€ 8
Totaal		€ 271	€ 487	€ 440

Bron: Eindrapport impact gemeentelijke bijdrage in toerisme 2020 (ZKA)

De totale bestedingen vanuit verblijfstoerisme, dagbezoeken en evenementen zijn in Maastricht en Den Bosch veel hoger dan in Zwolle. Daar zijn een aantal redenen voor te geven:

1. Verblijfstoerisme (bezoek van meerdere dagen) genereert per bezoek de hoogste bestedingen, met name door hotels. In Maastricht is er veel meer verblijfstoerisme dan in Zwolle en Den Bosch.
2. Den Bosch trekt veel binnenlandse dagbezoeken door de centrale ligging, dus daardoor zijn er veel meer bestedingen in die stad.
3. Maastricht trekt veel buitenlandse stedenbezoekers. Dat is een type bezoeker die relatief veel uitgeeft tijdens een bezoek.

•**Toerisme draagt ook bij aan het voorzieningenaanbod waarvan de eigen inwoners profiteren:**

•Ongeveer een derde van de bestedingen in de niet-dagelijkse detailhandel is te relateren aan bezoekers die niet uit Zwolle komen. Zonder dag-en

verblijfstoerisme zou het aanbod in de binnenstad dus minder omvangrijk en divers zijn;

- Ook de horeca profiteert van het dag-en verblijfsbezoek aan Zwolle: ruim 40% van de bestedingen is hieraan te relateren;
- Naast kwantificeerbare economische effecten draagt toerisme doorgaans ook bij aan het imago van de stad. Op toeristisch vlak heeft Zwolle bij bezoekers én niet-bezoekers een neutraal imago. Op economisch vlak is de positionering duidelijker, Zwolle geldt als één van ons lands economische toplocaties. De koers die is ingezet (Zwolle als dynamische, experimentele Hanzestad, met spannende mix tussen nieuw en oud, interessant cultureel en culinair aanbod) komt zo gezien toeristisch nog niet helemaal uit de verf. Ook de Zwolse evenementen dragen nog relatief weinig bij aan het imago van de stad en het aantrekken van bezoekers van verder weg”.

4.3 Inzet op kennis en data

Gemeente Zwolle verzameld al jaren data en trends op het gebied van toerisme en de vrijetijdseconomie om de toeristische strategie van Zwolle te bepalen. Deze onderzoeken zijn nu voor het eerst gebundeld in de databijlage die nu voor u ligt.