

ZWOLLE MARKETING

PROJECT AANBODONTWIKKELING 2024

Versie 2.1

18 december 2023

Jaarplan LAB aanbodontwikkeling 2024

Om het **experimentele, creatieve en ondernemende karakter** van Zwolle nog meer tot uitdrukking te laten komen, moeten we de stad verder aantrekkelijk maken. Bijvoorbeeld door het aanbod voor specifieke doelgroepen te verbreden, versterken en vernieuwen. **Meer aantrekkelijke, experimentele, jaarrond en duurzame hotspots, culturele trekpleisters/belevenissen etc. creëren.** In de toeristische visie en aanpak staat omschreven dat dit vraagt om inzet op het behoud van de huidige kwaliteiten en iconen.

“Nieuw dag- en verblijfsaanbod dat ontwikkeld wordt, moet avontuurlijk, innovatief en onderscheidend zijn (voor de nieuwe doelgroep); om zo een spannende tegenstelling tussen oud en nieuw te creëren. Met duurzame (mobiliteits) oplossingen, persoonlijke gastvrijheid en de ontwikkeling van het juiste vrijetijdsaanbod verspreid over de stad, behouden we de balans tussen levendigheid en leefbaarheid en wordt er rekening gehouden met bereikbaarheid en duurzaamheid. Zo biedt Zwolle een gevarieerd en aantrekkelijk ecosysteem aan vrijetijdsvoorzieningen, die een unieke beleving creëert en werkt ze aan een stad waar je in 2030 nog steeds goed kunt – en wilt – wonen, werken en recreëren.”

Dit jaarplan geeft invulling aan het Leidraad bestemmingsontwikkeling NBTC, Zwolle Kompas, Toeristisch Perspectief en jaarplan Zwolle Marketing 2024.

De 5 basisprincipes uit het perspectief

1. Lusten en lasten in balans
2. Nederland overal aantrekkelijk
3. Toegankelijk en bereikbaar
4. Verduurzaming moet
5. Een gastvrije sector

Bestemmingsmanagement

LAB Aanbodontwikkeling is een project binnen het jaarplan van Zwolle Marketing. Het geeft invulling aan **Het Perspectief Bestemmingsmanagement van NBTC**, een leidraad voor toekomstbestendige bestemmingen.

Uit het jaarplan van Zwolle Marketing:

We willen in 2024 onze inspanningen voor bestemmingsontwikkeling voortzetten en versterken. We streven ernaar om Zwolle als bestemming nog aantrekkelijker te maken voor zowel toeristen als bewoners door mee te denken bij gebiedsontwikkelingen en aanbodontwikkeling aan te jagen. Naast de binnenstad kijken we, voor spreiding van bezoekers in ruimte en tijd, ook naar het aanbod in de wijken. Welk bestaand aanbod kunnen we meenemen op ons platform en waar kunnen we aanbod aanjagen? Is het aanbod in het buitengebied geschikt voor de doelgroepen van Zwolle of hoe kunnen we het eventueel met een kleine aanpassing geschikt maken. En hoe kunnen we het aanbod verbinden tussen stad en ommeland op een duurzame manier.



Bestemmingsmanagement

Op basis van het jaarplan en de Leidraad geven we invulling aan de zeven bouwstenen:

- We adviseren om de stap **analyse** komend jaar te verdiepen. Er is inzicht nodig in het huidige aanbod en wenselijke aanbod, vooral in de focuswijken. Een GAP analyse kan inzicht geven in huidig aanbod, ambitie en benodigd aanbod. Dit geeft richting om aanbod aan te jagen.
- De overall **ambitie** is vastgelegd in het Zwolle Kompas (de paraplu/het vertrekpunt). De hoofdactiviteiten van LAB aanbodontwikkeling geven vooral invulling aan de stap **ontwikkeldkader**
- We dragen binnen het project bij aan **bestemmingsontwikkeling** voor grotere opgaves. Door het aanjagen van gericht aanbod.
- We dragen hiermee bovendien bij aan **vraagsturing**. Ondersteund door de campagnes van Zwolle Marketing en partners.
- Daarnaast is **monitoring** een vaste activiteit om te kunnen bijsturen en evalueren.
- De **organisatie** borgen we binnen de regierol van Zwolle Marketing, in samenwerking met partners, ondernemers en experts en professionals.

Voorbeeldprojecten die meerdere aspecten raken zijn Kunst van de Korte Keten en Urban Campsite. Bovenstaande activiteiten worden voor 2024 verder uitgewerkt.

De 7 bouwstenen voor bestemmingsontwikkeling NBTC

1. Analyse
2. Ambitie
3. Ontwikkeldkader
4. Bestemmingsontwikkeling
5. Vraagsturing
6. Monitoring
7. Organisatie

Ambitie en urgentie

Om het experimentele, creatieve en ondernemende karakter van Zwolle nog meer tot uitdrukking te laten komen, moeten we de stad verder verlevendigen en het aanbod in voorzieningen en voor specifieke doelgroepen verbreden, versterken en vernieuwen. Meer aantrekkelijke, experimentele, jaarrond en duurzame hotspots, culturele trekpleisters/belevenissen etc. creëren. Er is een belangrijke urgentie om op in te spelen: verstedelijking vraagt de aandacht. Er komen meer bewoners en meer bezoekers bij gelijke of minder ruimte. Daarmee neemt de druk op de natuur en het landschap toe. De vraag naar vrijetijdsaanbod stijgt daarmee ook. **Vrijetijdseconomie zal in de toekomst een musthave zijn om aantrekkelijke en duurzame bestemmingen te ontwikkelen voor wonen, werken en recreëren.**

Spreiding in ruimte

- Ontwikkelen/sturen op aanbod aan de randen van de binnenstad
- Ontwikkelen/sturen op aanbod in aangrenzende wijken
- Ontwikkelen/sturen op aanbod in de buitengebieden

Spreiding in tijd

- Seizoensverbreding door bijvoorbeeld evenementen
- Andere tijden/periodes met campagne
- Ruimere openingstijden

De bloem die de binnenstad van Zwolle verbindt met de wijken en de regio's.



Doelen – wat willen we bereiken?

1. **ECO aanbodontwikkeling: Ondernemers en organisaties realiseren aanbodontwikkeling dat invulling geeft aan opgaves, kansen en behoeften.**
2. **Verbindingen realiseren tussen ondernemers, sectoren, de stad en woonwijken, Zwolle en de regio's en overige betrokkenen.**

KPI's

- Uitwerking van leidraad bestemmingsmanagement o.b.v. geprioriteerde wijken (focus op analyse, ontwikkelkader en bestemmingsontwikkeling)
 - Gezamenlijke prioritering binnen wijken: Assendorp en Diezerbrink hebben de focus. Holtenbroek en Kamperpoort zijn verkennend.
- 2 grotere projecten aangejaagd die stad en wijken en/of regio's verbinden
 - Thema's: stad, wijken en buitengebied (food/culinair), Hanze & water, urban & health
- 3 crossovers en nieuwe samenwerkingen
- 30 initiatieven verder geholpen
- 10 ideeën tot concrete projecten geholpen
- Bijdrage geleverd aan de realisatie van 1 iconisch project – reason to travel
- Stimuleringsregeling opzetten en uitvoeren
- 4 B2B blogs over dienstverlening en resultaten/successen
- Zwolle als voorbeeldstad met deze integrale aanpak in Overijssel
- Doorontwikkeling bestaande of op weg geholpen initiatieven



Doelgroep – op wie richten we?

LAB aanbodontwikkeling richt zich op **ondernemers/organisaties/bewonersinitiatieven** met **potentie, lef en ondernemerschap**.

We stimuleren partijen die out-of-the-box kijken en met vernieuwde ideeën een bijdrage kunnen leveren aan bestemmingsontwikkeling.

Framen van doelgroepetermen

Daarnaast richten we ons met oog op realisatie van aanbodontwikkeling ook op kansrijke doelgroepen. Het Zwolle Kompas benoemt de kenniswerker en pionier. Citymarketing richt zich op de kosmopoliet en postmoderne hedonist. Vanuit de leefstijlvinder sluit dit aan op de avontuurzoeker en stijlzoeker.

We hanteren de term kenniswerker en pionier in planvorming en in het werkveld gebruiken we avontuurzoeker en stijlzoeker.



Strategisch kader – wat is er nodig voor bestemmingsmanagement?



Focus – welke thema's richten we ons op?

1. Stad, wijken en buitengebied

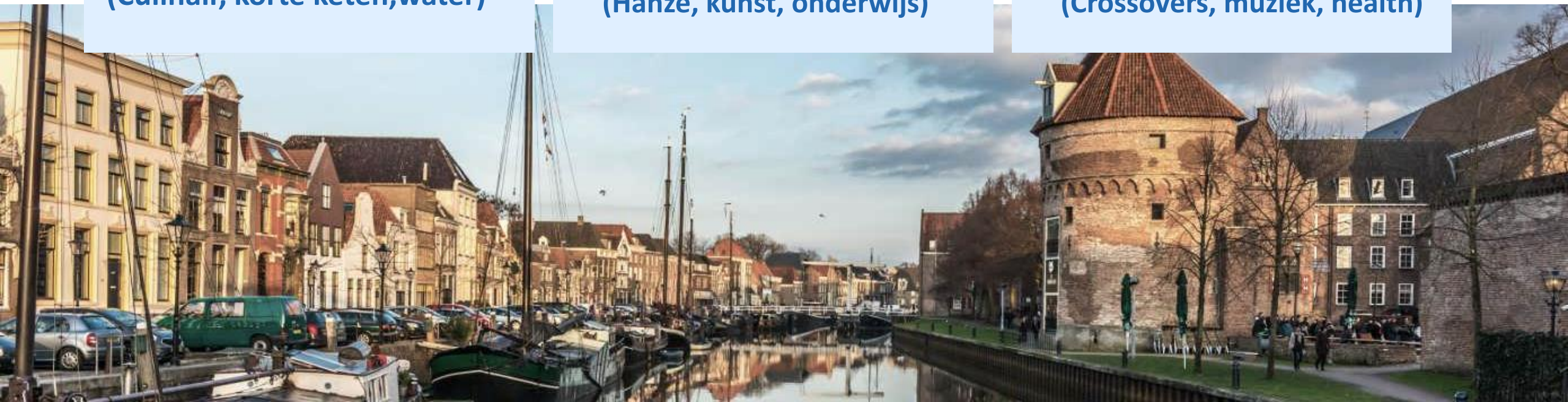
(Culinair, korte keten, water)

2. Cultuur & talent

(Hanze, kunst, onderwijs)

3. Urban & social impact

(Crossovers, muziek, health)



Aanpak – hoe pakken we dit aan?

1. Proactief en verbindend

Onze oren en ogen zijn altijd open. Komen ons goede ideeën ter oren? Wij benaderen de ondernemer en organisatie direct en denken mee vanuit ons verbindend vermogen!

2. Co-creatie en activatie

Creativiteit ontstaat door kruisbestuiving. Bij goede ideeën bieden we de tool 'denktank' aan. Vervolgens kunnen we het plan ook verder brengen met een impulsregeling. Wij realiseren activatie!

3. Van idee tot project

Wij zijn ook de regisseurs van grotere projecten. Bij sommige collectieve ideeën is een kartrekker nodig. Wij begeleiden van idee tot projectplan en uitvoering. We doen dit samen met een team van ondernemers en experts.



Doorkijk 2024

Op basis van bovenstaande informatie kunnen we een focus aanbrengen binnen LAB Aanbodontwikkeling. Het uitgangspunt van het project blijft hetzelfde, met meer aandacht voor verbinding tussen stad en de wijken en regisseursrol om grotere projecten tot stand te brengen.

Verbinding tussen urban karakter in de stad en woonwijken door creativiteit en duurzaamheid. Samenhang tussen historische stadscultuur en experimentele toekomst. Onderwerpen: meer vergroening en biodiversiteit, inzet creatief en innovatie, behoud cultuur en vergroten gezondheid. Het thema “hart voor Zwolle” laden met aanbodontwikkeling.

- Projecten stimuleren welzijn, sociale inclusie, duurzaamheid en leefbaarheid.
- Focusdoelgroep: bewoners en bezoekers (kosmopoliet en kenniswerkers)
- Effecten van de pilots als trekpleister voor bezoekers aan de stad.
- Jaarrond aanbod
- Verbinding stad & platteland met focus op Vechtdal, IJsseldelta en Hanzesteden (en?)
- Water als verbinding in de stad en tussen stad en regio's
- Voorbereiding internationale Hanzedagen en culturele hoofdstad



Activiteiten

1. Ondernemerscontact, relatiebeheer en netwerkvorming

We onderhouden contacten en verbreden het netwerk in de drie kansrijke wijken. Ondernemerscontact is van belang om te weten wat er speelt en vraagstukken proactief verder te brengen. Collega's van stakeholdermanagement vervullen hierin een belangrijke verkennende rol voor kansen en ideeën en leggen de verbinding met collega's van LAB Aanbodontwikkeling als het gaat om concrete opvolging.

2. Creathons / denktanks

De kruisbestuiving tussen de creatieve sector en vrijetijdseconomie vinden o.a. plaats d.m.v. creatieve sessies. We onderscheiden twee vormen:

- Vanuit grotere opgaves i.r.t. regio's en Zwolle en de stad en de wijken, zijn **creathons** passende werkvormen om verbindingen te leggen, behoeften en ideeën op te halen en initiatieven in gang te zetten.
- **Denktanks** zijn bedoeld om met concrete vraagstukken van ondernemers / organisaties aan de slag te gaan en zodoende kansen, ideeën en acties in kaart te brengen. Het schaalniveau is hierbij kleiner dan bij een creathon.

De uren voor organisatie zijn inbreng vanuit LAB Aanbodontwikkeling en de financiële middelen voor out of pocket kosten worden gedragen door gemeente Zwolle en i.s.m. partners zoals Creative Works.

3. Stimuleringsregeling

Een regeling voor ontwikkelvraagstukken van ondernemers en organisaties helpt om van idee tot realisatie te komen en initiatieven in wijken en gericht op thema's aan te jagen. In 2023 heeft de Hanzeregeling positief uitgekend en zijn er veel partijen geholpen. We willen dit continueren. Een stimuleringsregeling helpt projecten te realiseren en is een goede tool om ondernemers verder te helpen en optimaal resultaat te boeken met onze dienstverlening. In bijlage IV een verdere uitwerking.

4. Projectontwikkeling en regie

De ervaring leert dat er voor projectontwikkeling op grotere schaal vaak een onafhankelijke projectaanjager en – regisseur nodig is, om ondernemers te mobiliseren en activeren. Kunst van de Korte Keten is daar een goed voorbeeld voor. LAB Aanbodontwikkeling gaat enkele grotere projecten definiëren en zal dit van A tot Z coördineren. De ervaring leert dat zonder deze rol de projecten niet van de grond komen. Urban Campsite kan hier een voorbeeld voor zijn, waarbij lokale ondernemers en externe specialisten ingezet worden. Vanuit deze activiteit zoeken we ook de samenwerking met wijken en/of regio's.

Organisatie

Team LAB Aanbodontwikkeling

Het project is onderdeel van Zwolle Marketing.

Projectleider is Alida Hilberdink.

In het projectteam geven Anieke van Wijnen en Guido Wapstra dagelijkse uitvoering aan werkzaamheden.

Anieke richt zich vooral op het **aanjagen en regisseren** van ondernemers en projecten.

Guido pakt verdiepende vraagstukken op vanuit **onderzoeksperspectief, data en financiering**.

Als het binnen een project nodig is, dan worden collega's van MarketingOost en/of de flexibele schil met externe specialisten ingezet om expertise toe te voegen.

Begroting

De totale projectinkomsten vanuit gemeente Zwolle bedragen in 2024: €48.000.

De te ontwikkelen projecten hebben eigen begrotingen. Hieronder staan enkel de reguliere middelen.

Kostensoort		Inzet
Uren voor inzet:	Alida Hilberdink	50
	Anieke van Wijnen	230
	Guido Wapstra	210
	Meike Wilbrink	40
Out of pocket middelen		Ongeveer €2.500

Vanuit de rol voor projectontwikkeling en regie wordt er tevens ingezet om externe / aanvullende projectgelden te werven.

Let op: aanvullend onderzoek zoals een GAP analyse, is niet opgenomen.

Er volgt een interne uitwerking van het activiteitenplan en daarbij horende ureninzet.



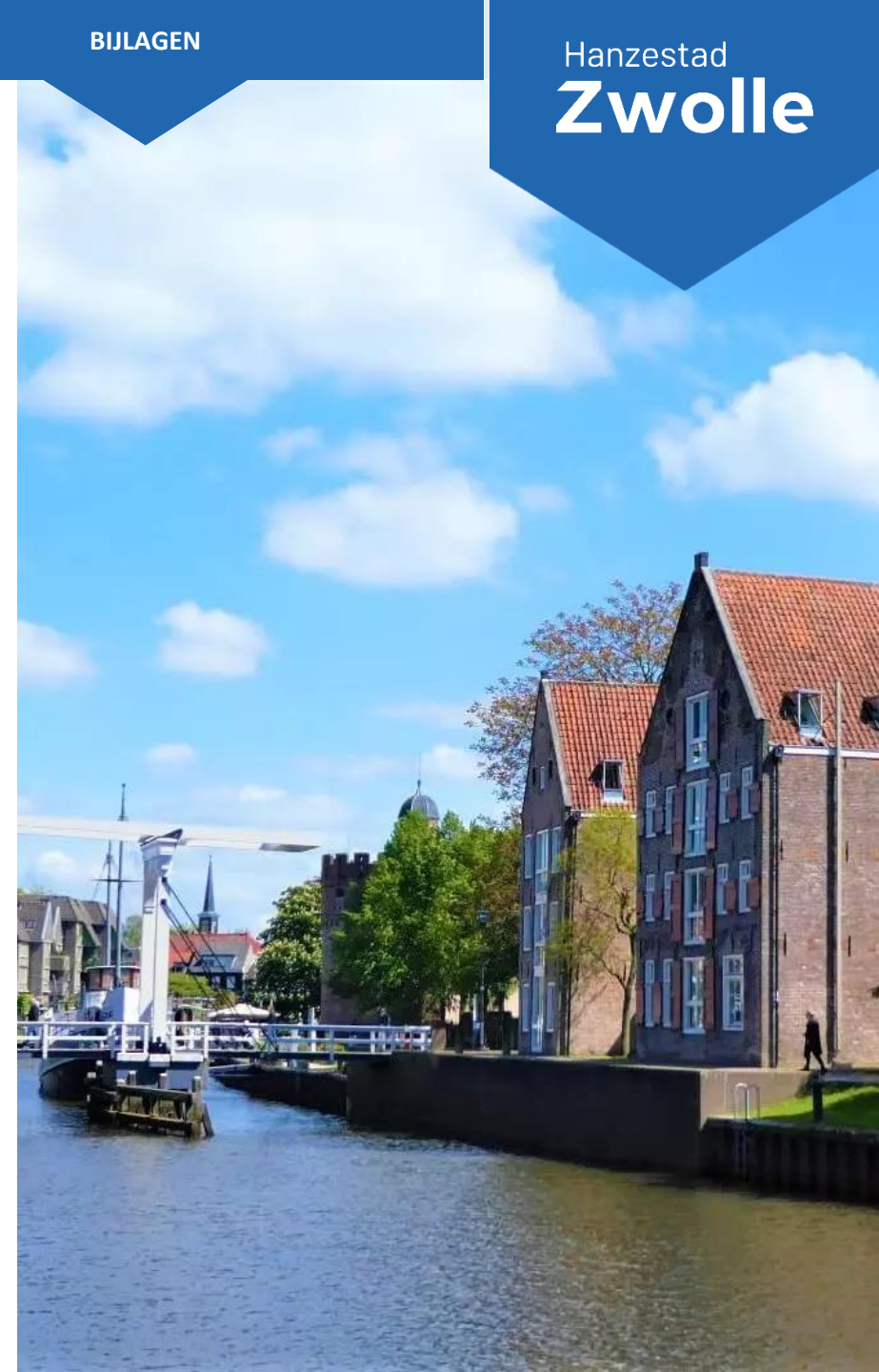
BIJLAGE I

Analyse en leringen 2023

Analyse van leringen

In 2022 en 2023 heeft Zwolle Marketing uitvoering gegeven aan het meerjarenplan LAB Aanbodontwikkeling.

- De projectintroductie in de stad kostte tijd. Ondernemers nemen zelf niet snel initiatief voor een afspraak.
- Proactieve aanpak heeft ervoor gezorgd dat we aan tafel kwamen.
- Als we eenmaal aan tafel zaten, konden we van toegevoegde waarde zijn.
- Positief: subsidie hulp, denktanks, netwerk, kennis en schakelfunctie tussen overheid/ondernemers.
- De samenwerking met de Hanzeregeling gaf een impuls om de dienstverlening van LAB aanbodontwikkeling effectief in te zetten.
- De doelen zijn in 2023 daarom ruim overtroffen.
- Het aanjagen, opzetten en regisseren van concrete projecten zoals Kunst van de Korte Keten laat zien dat dit type projecten noodzakelijk zijn om met ondernemers tot dit type aanbod te komen. Er is een kartrekker nodig die op collectieve schaal opereert.
- Zonder LAB Aanbodontwikkeling zouden vele initiatieven niet over vertraagd gerealiseerd zijn.
- Leidraad bestemmingsmanagement geeft een basis om vanaf 2024 nog meer in te zetten op verbinding met sociaal maatschappelijke thema's, spreiding etc.



BIJLAGE II

Proactieve verbinding Stadshart met focus wijken

Stadshart als toegangspoort naar beleefwijken

Kansen en ideeën

- Thema urban versterken / uitrollen
- Buitenexposities en streetart, verbinding centrum en wijken door een verhaallijn centraal te zetten
- Internationale festivals en events (cultuur, culinair & kunst)
- Openluchttheater met jonge makers en talenten, tour door Zwolle
- Duurzame waterrecreatie met verbindende functie, hop on hop of (?)
- Uniek overnachtingsaanbod > Urban Campsite met broedplaats in centrum
- (deel)mobiliteit
- Stadslandbouw om de stad te voeden, samenwerking inwoners en ketenpartijen (Zwolse Stadslanderijen, horeca, MKB)
- Netwerk lokale gidsen / ambassadeurs – wijkentour (i.c.m. branding)
- Wijksafari's met De Meisjes van Plezier en de Zwolse [verhalenbus](#) van ANNO
- Programma Zwols gastheerschap i.s.m. onderwijs en HCA agenda (leven lang leren)

Drie focus wijken als pilot

1. Assendorp

- Archeologisch is het gebied van hoge waarde omdat er sporen van bewoning uit de Prehistorie en Middeleeuwen aanwezig zullen zijn
- Destijds gebouwd met als doel sociale woningbouw toe te passen
- Rond 1900 was Assendorp een belangrijke spoorwegwijk waar vele arbeiders woonden
- Vervolgens is er door de Tweede Wereldoorlog veel verpaupering ontstaan
- In 1660 begint de opleving. Begin 21e eeuw is Assendorp een redelijk welvarende volkswijk, zonder grote sociale problemen, populair onder studenten, kunstenaars en vele diverse bevolkingsgroepen.
- Herman Brood is geboren in Assendorp
- Sociaal-Culturele Vereniging Eureka is een broedplaats geweest voor grote namen als Rico (Opgezwolle) en Anneke Wilbrink (atelierhoudster, Koninklijke Prijs voor Vrije Schilderkunst 2006)



Drie focus wijken als pilot

1. Assendorp

Huidige identiteit

- Nieuwe denkers en doeners wonen en werken in Assendorp
- Kunst en cultuur als inspiratiebron voor authentiek en creatief karakter.
- Eureka als historische broedplaats
- Verbinding vergroening en stadslandbouw, platform 50 tinten groen voor duurzaam leven (welkom@50tintengroenassendorp.nl)
- Hotspot: Assendorperplein met muziektent, De Nieuwe Keuken en sociaal- en cultureel centrum [Eureka](#) (creatief, theater, kunst events, eten)
- Potentieel aanbod: La Terra (recent diner onder de Spoorbrug), Lisa's Deli, Harry's kringloop, Mien Ruys Tuin (2024 jubileumjaar, verbinding Vechtdal/Zwolle), B&B in het Assendorpje.
- Uit onderzoek blijkt dat Stadshagen en Assendorp de meest kansrijke afzetmarkten zijn voor streekproducten. Een initiatief uit het verleden: [Urban Farming](#) (info@urbanfarmingzwolle.nl)

Perspectief

- Vanuit sociale en maatschappelijke invalshoeken VTE inzetten als aanjager voor beter welzijn en leefbaarheid
- Urban Campsite – base camp in hartje Zwolle en pop up locaties in de woonwijken
- Streetart
- Groenprojecten
- Samenwerking Eureka, jonge kunstenaars en ervaren professionals

Drie focus wijken als pilot

2. Diezerbrink

- Al sinds de Middeleeuwen werd hier, net buiten de stadspoorten van Zwolle een levendige handel gedreven. Agrarische producten als melk, kaas en vlees werden hier verkocht. Ook werd hier lange tijd een paardenmarkt gehouden. Uit die tijd resteert nog een deel van de paardentram en het 18e eeuwse Rijksmonument de Smederij.
- Winkelcentrum Diezerpoort bestaat uit een winkelcentrum, kantoren en een parkeergarage. Het is in de jaren 1990 gebouwd als overdekt winkelcentrum.
- Winkelgebied Diezerbrink in Zwolle gaat de komende weken verder verbouwd worden. Hiermee is er meer aandacht voor fietsers & wandelaars in het gebied. De afgelopen jaren is er al zeer veel verbouwd en is de wijk aantrekkelijker geworden.



Drie focus wijken als pilot

2. Diezerbrink

Huidige identiteit

- Multiculturele woonwijk / winkelgebied. Veel huishoudens hebben een laag inkomen.
- Dieze-West is een levendige volksbuurt met een actief verenigingsleven en een prettige balans tussen het stads- en het dorpsgevoel. Winkelcentrum Diezerpoort is belangrijk voor de wijk en het noordelijke deel van stad.
- In Diezerpoort wonen wel mensen die extra zorg en aandacht nodig hebben. In deze wijk vallen sociale en financiële problemen vaak samen.
- Binnen Diezerpoort wonen ook relatief veel studenten.

Perspectief

- Mogelijkheden tot het benutten van de grote diversiteit aan culturen / winkels.
- De straten in de Diezerbrink krijgen een nieuw ontwerp en de Vechtstraat wordt éénrichtingsverkeer. Ook wordt er meer ruimte voor fietsers en voetgangers gecreëerd en komt er meer groen.
- Het Noorderkwartier wordt een nieuwe trekpleister in het centrum voor Zwollenaren en bezoekers. De nieuwe gebiedsvisie biedt mogelijkheden tot doorontwikkeling. Het Noorderkwartier is straks de brug tussen Diezerpoort en de binnenstad. De Diezerpoort gaat hierin als mobiliteitshub fungeren voor de rest van Zwolle.
- Aanbodontwikkeling kan hand-in-hand gaan met de doorontwikkeling van het Noorderkwartier.
- Mogelijkheden tot doorontwikkeling en het 'herbeleven' van urban doormiddel van Placemaking.
- Mogelijkheden tot pop-up locaties door het huidige placemaking traject.

BIJLAGE III

Potentiële concepten voor aanbodontwikkeling

Potentie aanbodontwikkeling

Om Zwolle aantrekkelijker te maken voor avontuurzoekers, kunnen de volgende nieuwe vrijetijdsconcepten worden overwogen:

1. Outdoor adventure park: Een outdoor adventure park zou kunnen worden opgezet op een geschikte locatie nabij Zwolle. Dit park kan verschillende outdoor activiteiten aanbieden zoals ziplining, bungeejumping, klimmen, abseilen, mountainbiken en kanoën.
2. Urban exploring tours: Zwolle heeft een rijke geschiedenis en beschikt over een groot aantal historische gebouwen en straten. Een urban exploring tour kan worden ontwikkeld om avontuurzoekers de kans te geven om de stad te verkennen op een avontuurlijke en spannende manier. Dit kan bijvoorbeeld door het organiseren van tours waarbij je door de oude straatjes loopt en op zoek gaat naar verborgen plekken en geheime passages.
3. High-tech escape rooms: Escape rooms zijn populair onder avontuurzoekers en er zijn tal van mogelijkheden om dit concept uit te breiden met behulp van technologie. High-tech escape rooms kunnen worden ontwikkeld met behulp van virtual reality, augmented reality en andere innovatieve technologieën om een unieke en spannende ervaring te bieden aan avontuurzoekers.
4. Survival- en bushcraftcursussen: Avontuurzoekers zijn vaak op zoek naar uitdagingen en willen leren hoe ze zichzelf kunnen redden in het wild. Een survival- en bushcraftcursus kan worden georganiseerd om mensen de kans te geven om deze vaardigheden te ontwikkelen. Dit kan variëren van basiscursussen tot geavanceerde cursussen waarin mensen leren hoe ze moeten overleven in extreme omstandigheden.
5. Adventure sports clinics: Zwolle biedt verschillende sportieve activiteiten aan zoals roeien, wielrennen, atletiek, rugby en voetbal. Door middel van adventure sports clinics kan Zwolle avontuurzoekers de kans geven om deze sporten op een nieuwe en uitdagende manier te ervaren. Bijvoorbeeld door het organiseren van mountainbiketochten, beach rugbytoernooien of trailruns.

Door het ontwikkelen van deze nieuwe vrijetijdsconcepten kan Zwolle zich aantrekkelijker maken voor avontuurzoekers en zo een nieuwe doelgroep aanspreken. Het is belangrijk om deze activiteiten op een duurzame en verantwoorde manier te ontwikkelen en te organiseren om de natuur en het erfgoed van Zwolle te behouden.

Potentie aanbodontwikkeling

Zwolle kan zich aantrekkelijker maken voor kenniswerkers en pioniers door het ontwikkelen van nieuwe vrijetijdsconcepten die inspelen op hun behoeften en interesses. Hieronder volgen enkele voorbeelden van ideeën die hieraan kunnen bijdragen:

1. Co-working spaces met een sociale component: Veel kenniswerkers en pioniers werken vanuit huis of kleine kantoren, maar hebben behoefte aan interactie en sociale contacten. Zwolle zou co-working spaces kunnen ontwikkelen met een sociale component, waarbij de nadruk ligt op samenwerking en netwerken. Stadskamer 2.0.
2. Innovatieve pop-up evenementen: Zwolle zou kunnen investeren in het ontwikkelen van innovatieve pop-up evenementen die aansluiten bij de interesses van kenniswerkers en pioniers. Dit kunnen bijvoorbeeld tijdelijke kunstinstallaties, tentoonstellingen of (food)festivals zijn die de nieuwste technologieën en trends in de kijker zetten.
3. Duurzame en gezonde vrijetijdsbesteding: Veel kenniswerkers en pioniers hechten waarde aan een gezonde levensstijl en duurzaamheid. Zwolle zou daarom kunnen investeren in duurzame en gezonde vrijetijdsbesteding, zoals een fietspadennetwerk, groene parken of stadslandbouw.
4. Interactieve stadswandelingen: Zwolle zou interactieve stadswandelingen kunnen ontwikkelen die kenniswerkers en pioniers op een leuke en informatieve manier laten kennismaken met de geschiedenis, cultuur en innovaties van de stad. Deze wandelingen kunnen bijvoorbeeld gebruik maken van augmented reality technologieën om de ervaring nog interactiever te maken.

Door het ontwikkelen van deze nieuwe vrijetijdsconcepten kan Zwolle zich positioneren als een aantrekkelijke stad voor kenniswerkers en pioniers, die niet alleen hoogwaardige werkgelegenheid biedt, maar ook aantrekkelijke vrijetijds mogelijkheden en een stimulerende omgeving om te innoveren en te groeien.

BIJLAGE IV

Opzet stimuleringsregeling

Opzet stimuleringsregeling

In het [Zwolle Kompas](#) kan je lezen hoe Zwolle zichzelf gaat profileren en manifesteren als een toekomstbestendige en economische topstad. Om hier invulling aan te geven zetten wij Zwolle op de kaart als Experimentele, Creatieve en Ondernemende stad. Binnen Lab aanbodontwikkeling stimuleren we ondernemers om aan de slag te gaan met innovatief, creatief aanbod.

Voor wie

Partijen die nieuw, creatief, experimenteel aanbod willen realiseren in Zwolle. Het maakt niet uit wat de rechtsvorm van de betreffende aanvrager is.

Wat

De regeling bestaat uit twee delen:

1. Ontwikkelbudget: subsidie voor onderzoek, planvorming en pilots om haalbaarheid in kaart te brengen (voorbereidingsfase).
2. Realisatiebudget: subsidie voor het realiseren van nieuw vrijetijdsaanbod binnen de grenzen van de gemeente Zwolle.

De aanvrager:

- Is gevestigd in Nederland.
- Is ingeschreven bij de KvK.
- Werkt ten minste samen met één andere partij om het idee te realiseren.

Opzet stimuleringsregeling

De activiteiten

- Zijn nog niet gestart voor de aanvraag
- Vinden plaats in de gemeente Zwolle
- Zijn gericht op bewoners en bezoekers; Kenniswerkers en Pioniers
- Geven een invulling aan het [Zwolle Kompas](#) (experimenteel, creatief en gericht op doelgroepen die Zwolle aan wil trekken).
- Zijn een samenwerking van ten minste twee partijen, waarbij één partij gevestigd is in Zwolle.

De subsidiabele kosten

Kosten voor zowel de *voorbereiding* als de *realisatie* van het nieuw te realiseren project. Kosten voor reguliere activiteiten zijn niet subsidiabel.

Verplichte bijlagen

- [Een begroting en dekkingsplan.](#)
- Een ondertekende machtiging als u dit formulier invult als gemachtigde.
- [Een projectplan.](#)

Maximale bijdrage

Ontwikkelbudget: maximaal 30% van de kosten die voor subsidie in aanmerking komen met een maximaal bedrag van €2.500.

Realisatiebudget: maximaal 50% van de kosten die voor subsidie in aanmerking komen met een maximaal bedrag van €5.000.

Indieningsprocedure

Aanvragen kunnen worden verstuurd naar avanwijnen@marketingoost.nl. Aanvragen worden binnen 4 weken beoordeeld. Het subsidieplafond voor de indieningstermijn 2024 bedraagt €x. Aanvragen worden afgehandeld in volgorde van ontvangst van volledige aanvragen.