



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

Brandsheets Zwolle

De stad en 6 focusgebieden

25 februari 2022



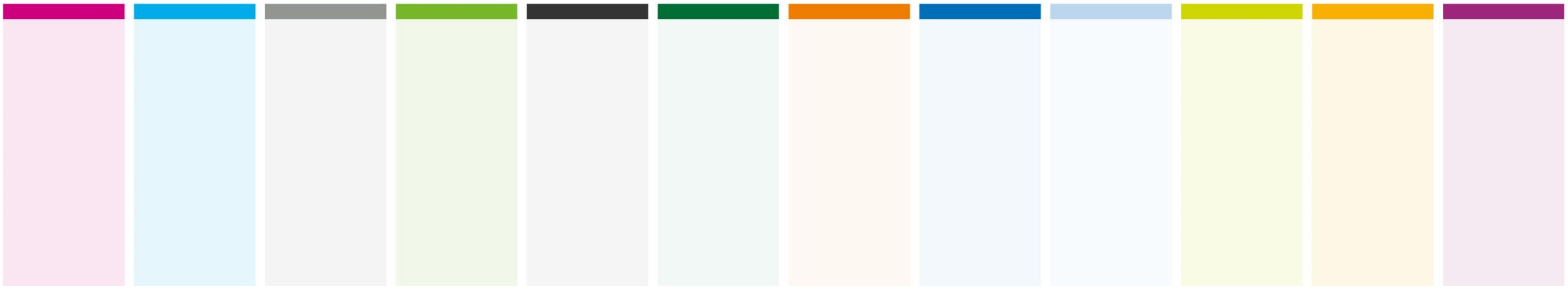
Inleiding

- Gemeente Zwolle wil graag regie voeren over de woningopgave. Hiervoor wil gemeente Zwolle inzicht in de kansrijke positionering van Zwolle als woonstad en de zes verschillende focusgebieden. Wat zijn de onderscheidende kwaliteiten? En welke doelgroepen passen daarbij?
- Op basis van desk studie, interviews en een positioneringsworkshop zijn de profielen in kaart gebracht. Dit heeft geresulteerd in 7 brandsheets.
- Tijdens het proces werd duidelijk dat in sommige focusgebieden een verdieping naar deelgebieden van toegevoegde waarde is. Daarom zijn ook de deelgebieden Nieuwe Veemarkt, Noorderkwartier en Zwartewaterzone toegevoegd in (beknopte) brandsheets.
- Op basis van de brandsheets zijn we tot een aantal conclusies en inzichten gekomen, die belangrijk zijn voor de regievoering.
- In deze presentatie staan de conclusies, inzichten en 7 brandsheets van de focusgebieden, alsook de 3 toegevoegde brandsheets van de deelgebieden.

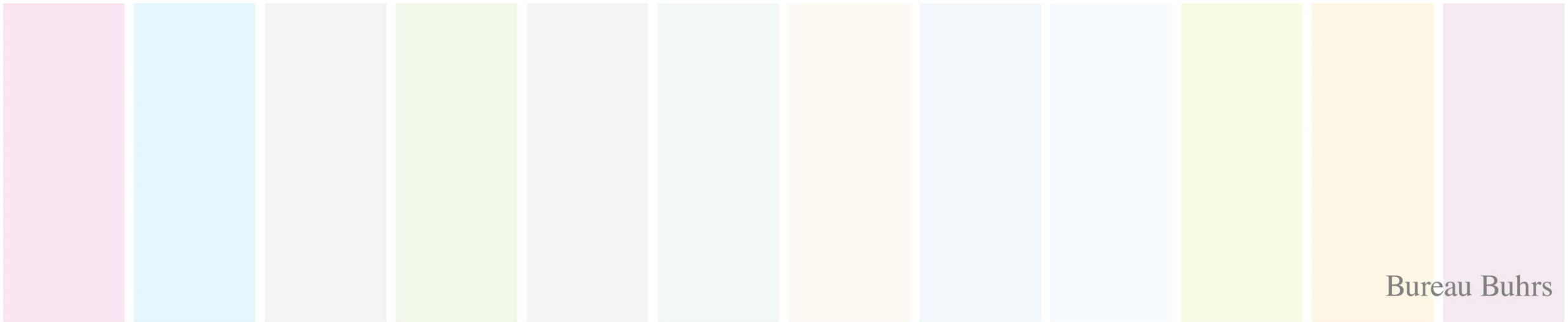


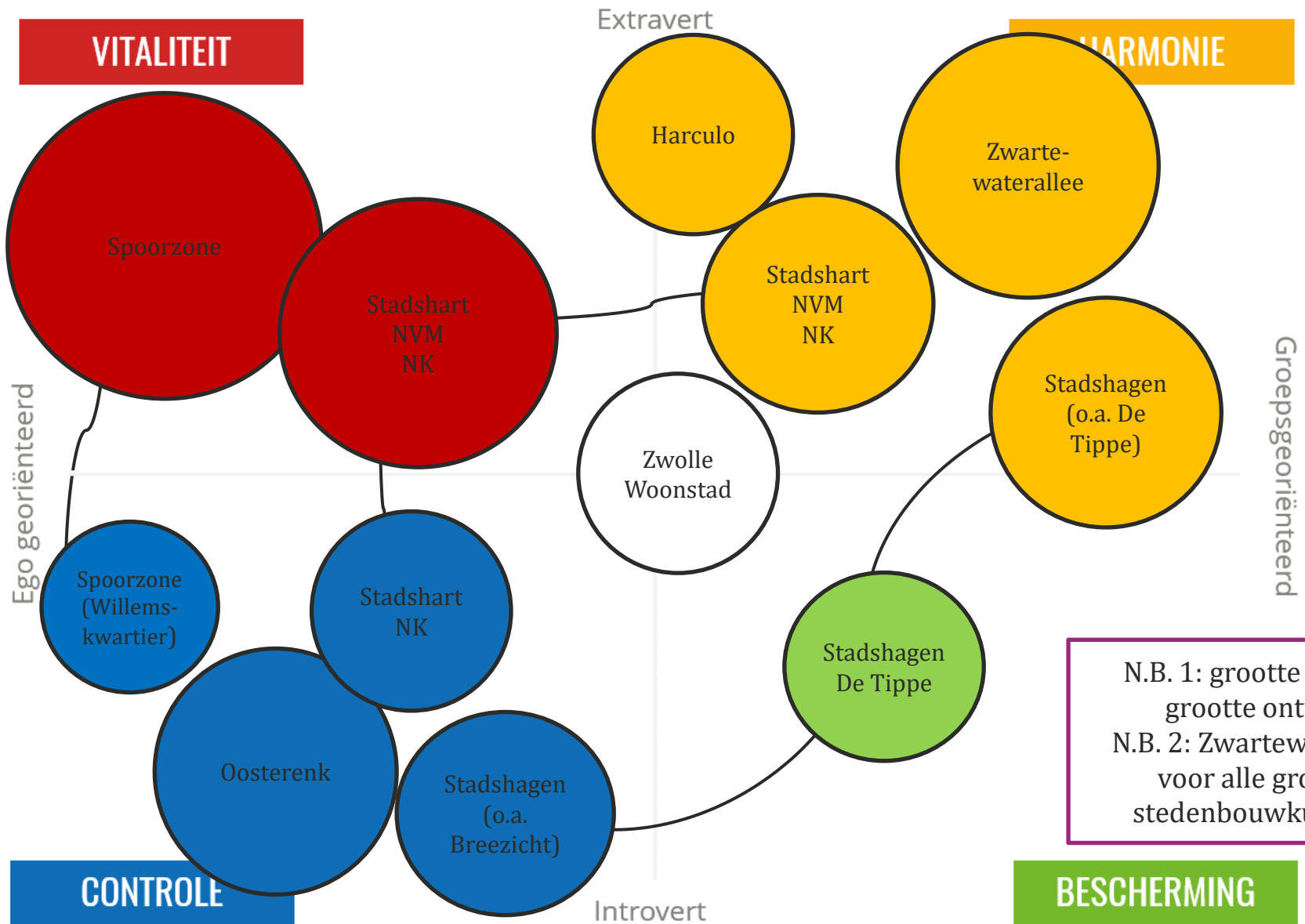
Inhoudsopgave

- Conclusies & inzichten
- De 7 brandsheets focusgebieden en 3 brandsheets deelgebieden, te weten:
 1. Zwolle als woonstad
 2. Spoorzone
 3. Stadshart
 - a) Noorderkwartier
 - b) Nieuwe Veemarkt
 4. Zwartewaterallee
 - a) Zwartewaterzone
 5. Stadshagen
 6. Oosterenk
 7. Harculo



Conclusies & inzichten





Gebieden in het BSR-grid (gewenste positionering)



Conclusies & inzichten

- De groene belevingswereld wordt minimaal bediend, maar kan zich ook thuis voelen in blauwe of gele buurten.
- Leefstijlen die nu aanwezig zijn in Zwolle worden (ook) bediend in de nieuwe plannen: wees dus niet terughoudend in het scherp sturen op wat nu nog niet aanwezig is, maar wel in lijn ligt met de ambities (rode belevingswereld, ECO, economisch programma).
- Profielen focusgebieden matchen niet altijd met overkoepelende verhaal Zwolle als woonstad.
- Parallele trajecten in de deelgebieden vragen om nadere afstemming
- In Harculo mogelijk spanning tussen dichtheid bebouwing en merkwaarden/ kernkwaliteiten.

Zwolle Woonstad

- Kernkwaliteiten: 10 minuten stad, historische binnenstad met uitgebreid vrijetijdsaanbod, compleet en divers woningaanbod, economisch sterke regio met veel werkgelegenheid en onderwijs, groene ommeland
- Merkwaarden: Experimenteel, Creatief, Ondernemend, Er voor elkaar zijn, Kwaliteit, Zwolse Maat



Spoorzone

Kernkwaliteiten

- Iconische architectuur
- Vernieuwende woonconcepten
- Stedelijke hotspot met internationale aantrekkingskracht
- Kwaliteit van leven*

Merkwaarden

- Rauw
- Creatief
- Innovatief
- Open community



Stadshart

Kernkwaliteiten

- Historische binnenstad met grachten en water
- Compacte binnenstad
- Functiemix
- Divers stedelijk woningaanbod

Merkwaarden

- Verwonderen
- Gezellig
- Schoonheid
- Compact



Zwartewaterallee

Kernkwaliteiten

- Functiemix
- Stedelijk groen
- Sociaal-Maatschappelijk netwerk
- Ligging nabij het Stadshart

Merkwaarden

- Kleurrijk
- Verbindend
- Dynamisch
- Compact



Stadshagen

Kernkwaliteiten

- Variatie woningaanbod
- Dichtbij natuur
- Hoogwaardige voorzieningen
- Recreatie-mogelijkheden

Merkwaarden

- Kwaliteit
- Levendig
- Comfort
- Betrokken



Oosterenk

Kernkwaliteiten

- Gemengde stadwijk met woon-, werk-, zorgfuncties
- Health campus
- Groene achterland
- Sportieve voorzieningen

Merkwaarden

- Groen
- Gezond
- Sportief
- Innovatief



Harculo

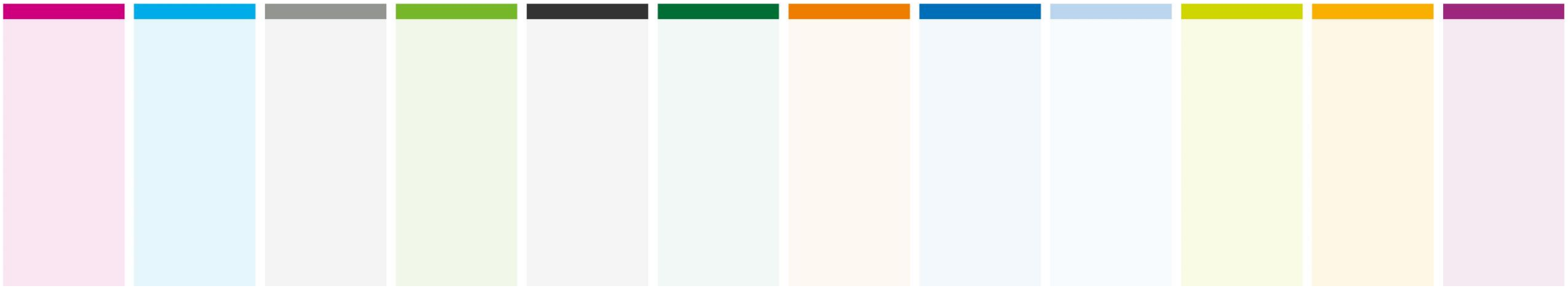
Kernkwaliteiten

- Historie
- Ligging aan de IJssel
- Recreatie rondom natuur
- Culturele hotspot
- Toekomstige pleisterplaats
- Ruimtelijke omgeving

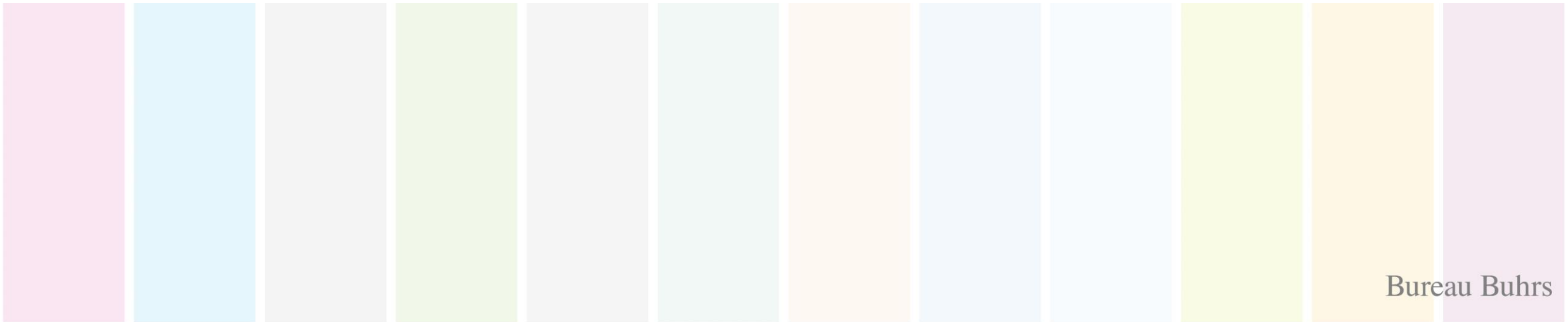
Merkwaarden

- Energiek
- Verbinding
- Ontspanning
- Kleinschalig

Overview brandsheets



Brandsheet Zwolle Woonstad



Positioneringsoverzicht		
KERNKWALITEITEN	DOELGROEPEN	MERKWAARDEN
• Centrale ligging → Uitstekende +rein, auto, fiets (10 minuten economie) Bereikbaarheid • Historische Binnenstad (kunst + cultuur) (Grachten) (Groet aanbod) • Economisch Sterke regio • Groene Ommeland	Hoogstedelijk woonmilieu	Innovatief - Creatief Duurzaam Dynamisch Verbinding kwaliteit



Kernkwaliteiten en merkwaaarden Woonstad Zwolle

Kernkwaliteiten:

- 10 minuten stad: bereikbare compacte stad, met trein, auto, fiets
- Historische binnenstad met uitgebreid vrijetijdsaanbod | Hanzestad
- Compleet en divers woningaanbod
- Economisch sterke regio met veel werkgelegenheid en onderwijs | o.a. in ICT, E-Commerce, Health en de Creatieve maakindustrie
- Het groene ommeland

Merkwaarden:

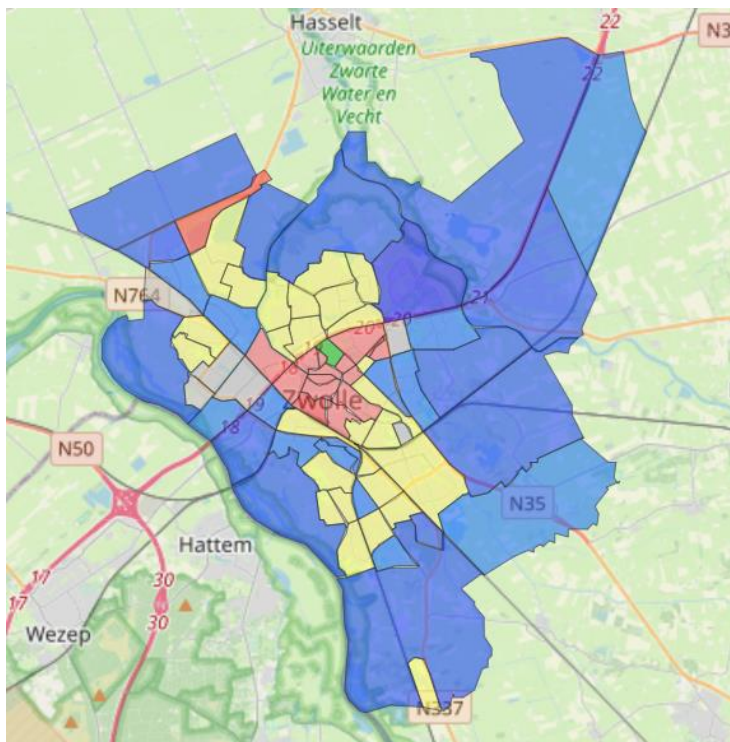
- Experimenteel | innovatief
- Creatief
- Ondernemend | dynamisch
- Er voor elkaar zijn | verbinding, betrokken, samen
- Kwaliteit
- Zwolse maat

Woonsfeer:

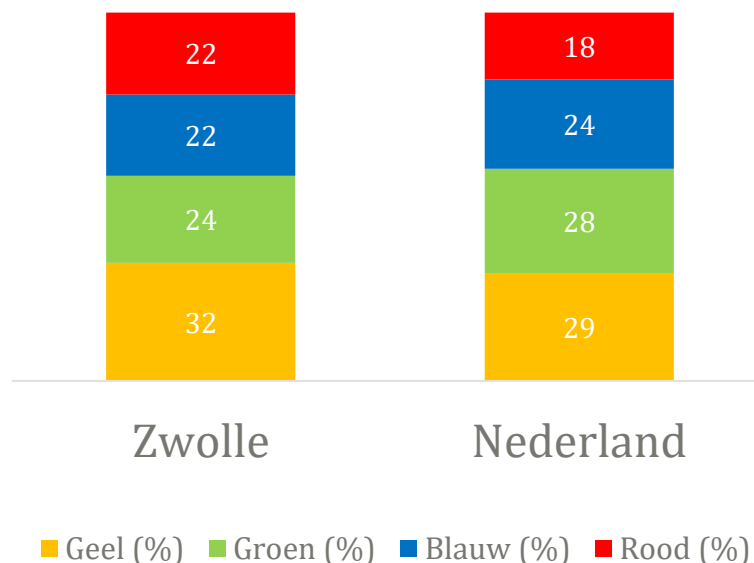
Stedelijk woonmilieu, met
groenstedelijke en hoogstedelijke gebieden

Doelgroepen Zwolle Woonstad – Huidige situatie

Het BSR-profiel van Zwolle is grotendeels vergelijkbaar met de Nederlandse gemiddelden. Zoals gebruikelijk is in grotere steden zien we iets meer rood en iets minder groen. De dominant rode wijken bevinden zich vooral in het Stadshart, de dominant blauwe wijken vooral in de periferie. Let op: grote 'vlakken' betekent vaak dat er weinig postcodes zijn in dit gebied.



BSR verdeling Zwolle / NL





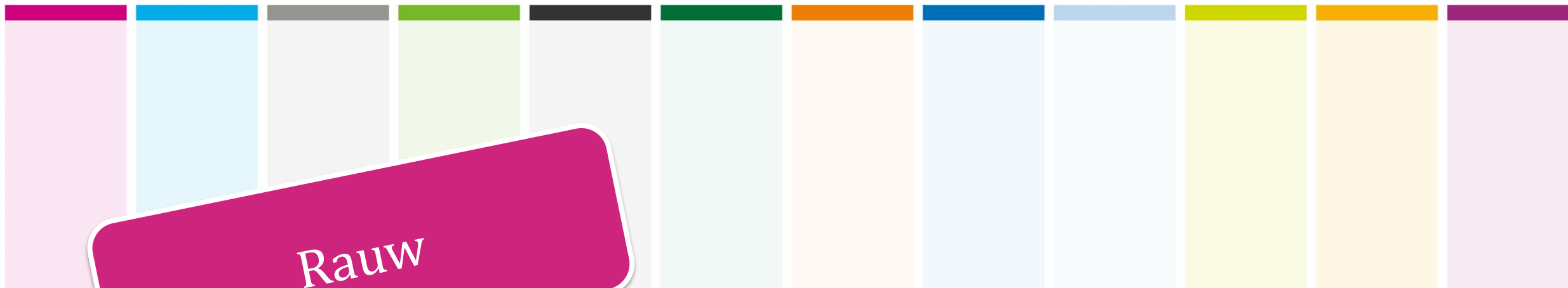
Doelgroepen Woonstad Zwolle

- Voorkeur: bouwen voor young potentials -> voldoet het aanbod nu?
- Kans: 75-plus
- BSR: Alle BSR-kleuren binnen heel Zwolle, binnen focusgebied keuze voor focuskleur
- Geografisch: Bouwen voor mensen van binnen én buiten Zwolle.



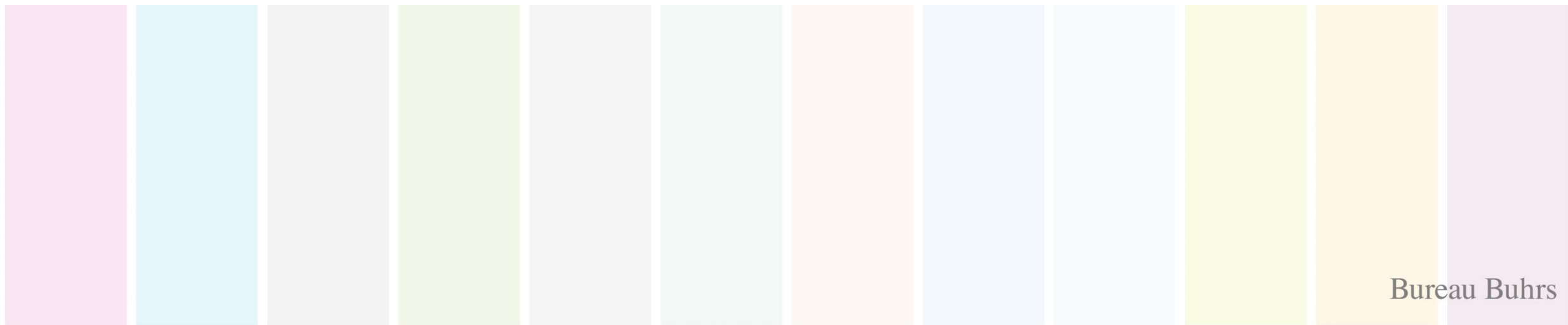
Kernpropositie Woonstad Zwolle

- Wonen in Zwolle is stedelijk wonen in een experimentele, creatieve, ondernemende en sociaal betrokken Hanzestad met een compleet en divers woningaanbod in een breed palet van woonmilieus. In deze compacte 10-minutenstad is de historische binnenstad met uitgebreid voorzieningenaanbod en het groene ommeland altijd dichtbij. Zwolle ligt in een economisch sterke regio op het gebied van ICT, E-Commerce, Health en de Creatieve maakindustrie, wat leidt tot veel werkgelegenheid dichtbij huis.

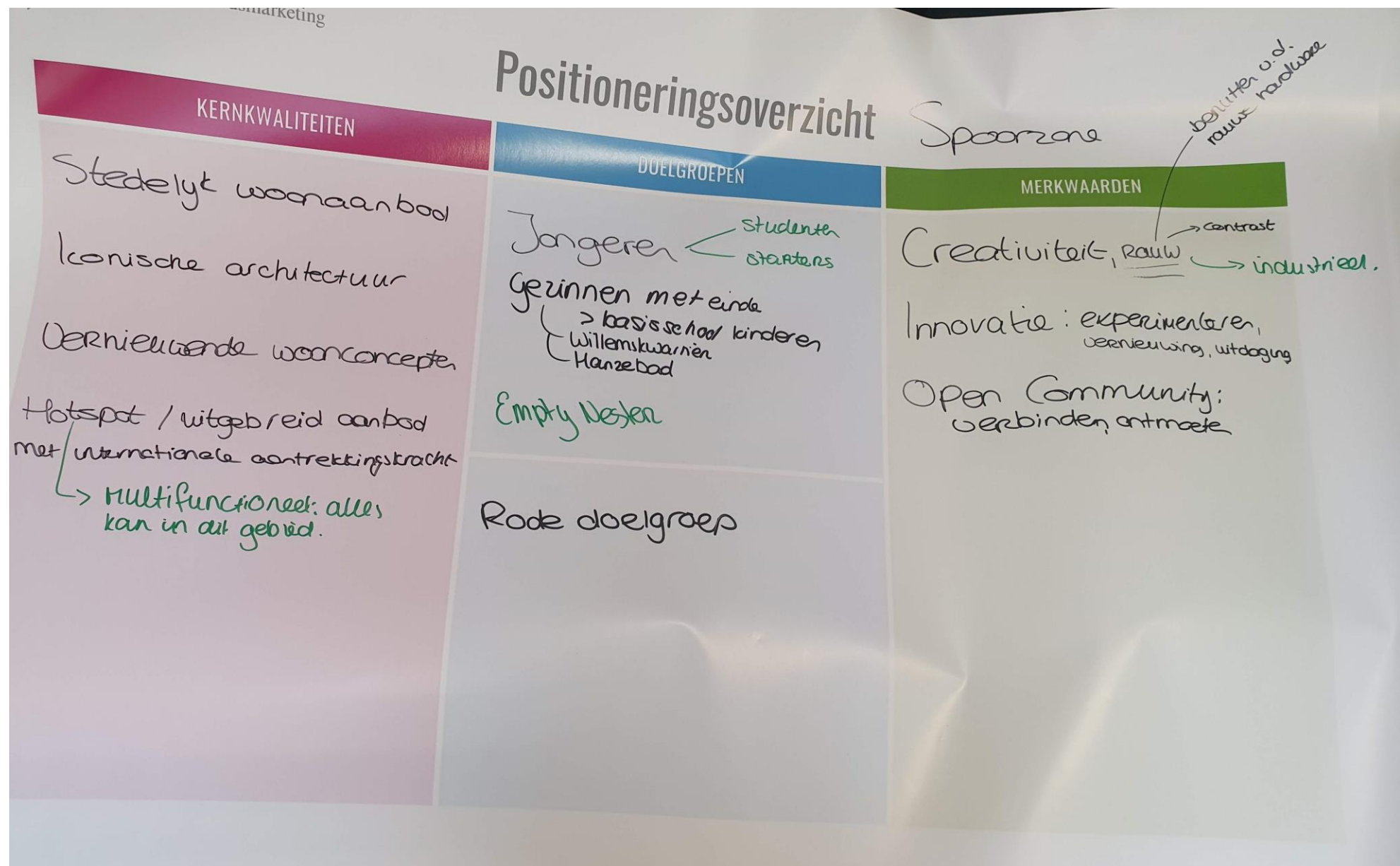


Rauw

Brandsheet Spoorzone



Bureau Buhrs



Ingevuld positioneringsvel Spoorzone



Kernkwaliteiten en merkwaarden Spoorzone

Kernkwaliteiten:

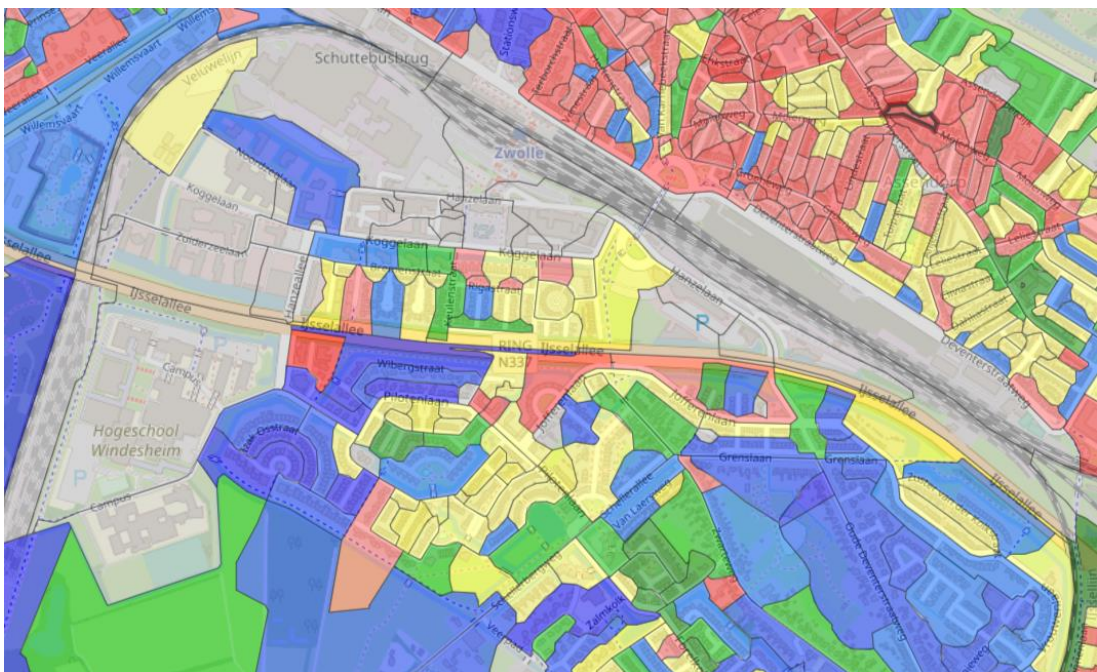
- Iconische architectuur
- Vernieuwende woonconcepten
- Stedelijke hotspot met internationale aantrekkingskracht | functiemix, OV-knoop.
- Kwaliteit van leven

Merkwaarden:

- Rauw | industrieel, contrast
- Creatief
- Innovatief | experimenteel, vernieuwing, uitdaging
- Open community | verbinden, ontmoeten, talent

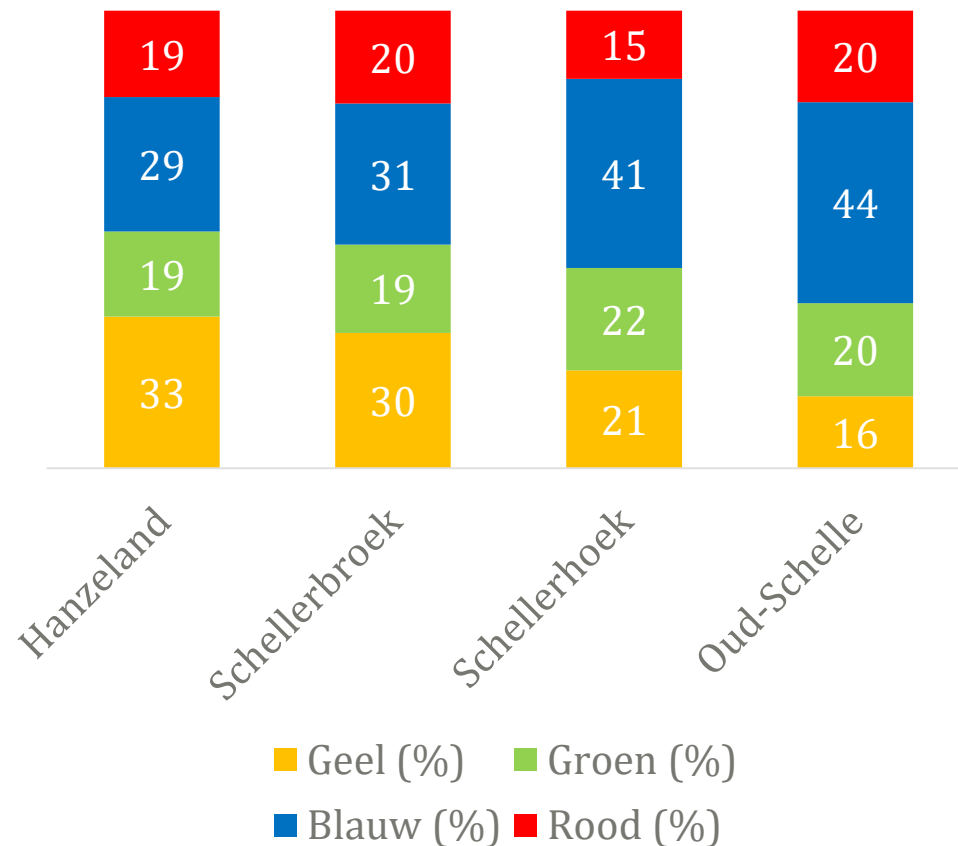
Woonsfeer:

Hoogstedelijk woonmilieu met
(inter)nationale aantrekkingskracht



Op dit moment wordt er nog weinig gewoond in de Spoorzone. In Hanzeland wonen op dit moment met name mensen met een gele of blauwe leefstijl. Rode bewoners zijn niet opvallend veel aanwezig. In de wijken ten zuiden van de Spoorzone is met name de blauwe leefstijl sterk vertegenwoordigd.

BSR verdeling Spoorzone



Doelgroepen Spoorzone – huidige situatie



Focus doelgroepen Spoorzone

- BSR: Rode doelgroep, met ruimte voor blauw (Willemskwartier)
- Demografisch: 1 á 2-persoonshuishoudens
 - Studenten
 - Starters
 - Empty nesters
- Demografisch: Gezinnen met oudere kinderen
 - Willemskwartier
 - Hanzebad



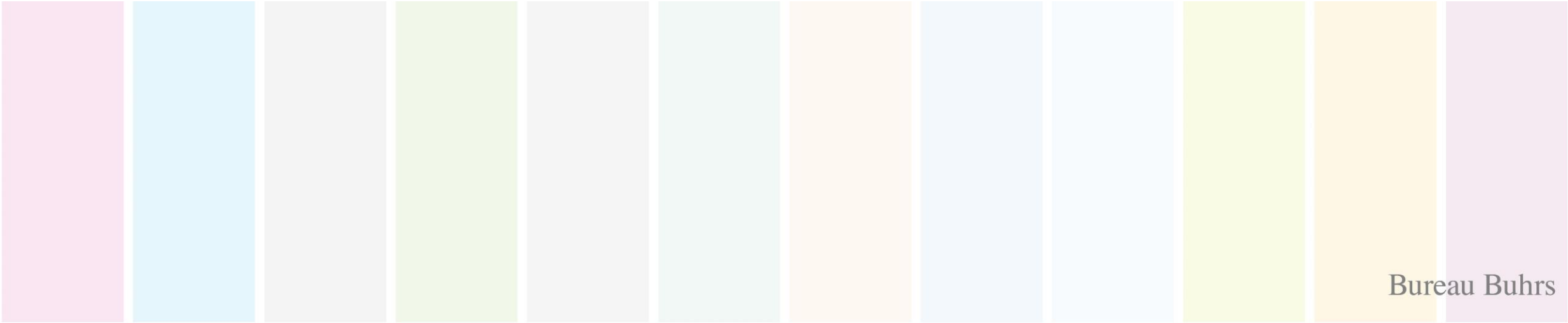
Kernpropositie Spoorzone

- Wonen in de Spoorzone staat voor wonen in een stedelijke hotspot met internationale aantrekkingskracht waar leven, werken, leren en ontmoeten samenkomt: iconische architectuur, vernieuwende woonconcepten en een hoge kwaliteit van leven in combinatie met het rauwe rafelrandje, maakt de Spoorzone dé plek voor een dynamisch binnenstedelijk woonmilieu.

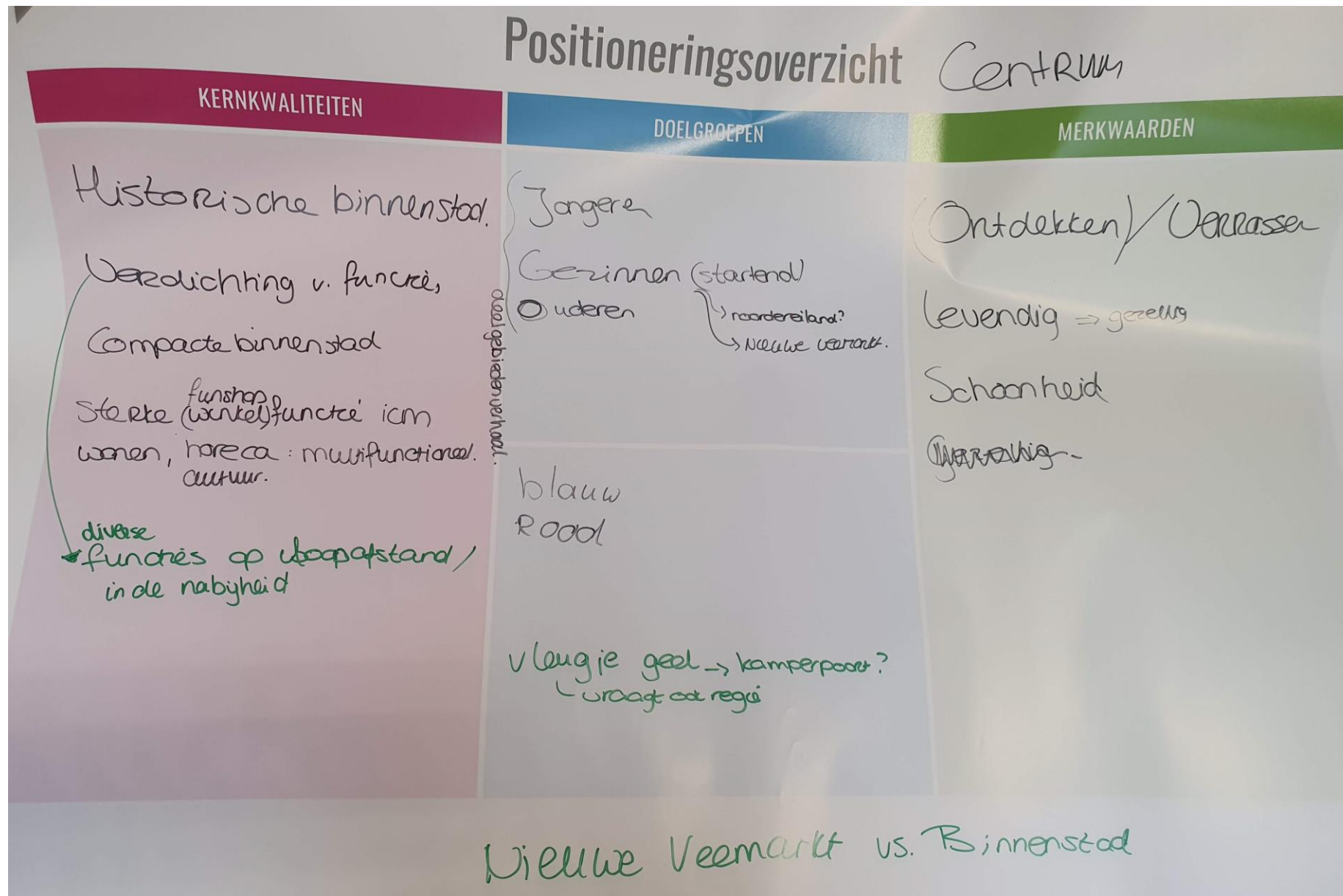


Levendig

Brandsheet Stadshart



Bureau Buhrs





Kernkwaliteiten en merkwaarden Stadshart

Kernkwaliteiten:

- Historische binnenstad met grachten & singel
- Compacte binnenstad | alles op loopafstand, verdichting van functies
- Functiemix: funshoppen, cultuur, horeca, wonen, werken
- Divers stedelijk woningaanbod

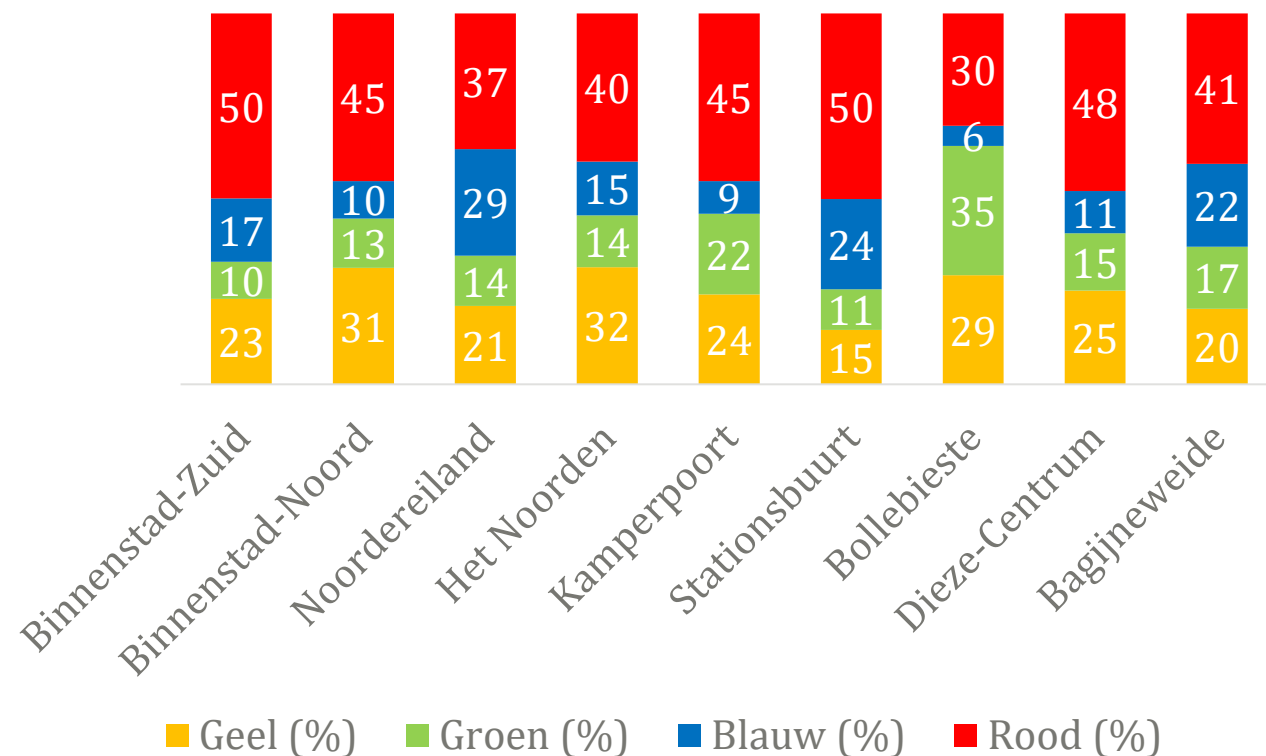
Merkwaarden:

- Verwonderen | ontdekken, verrassen
- Gezellig | levendig, ontmoeten
- Schoonheid | kwaliteit
- Compact | Zwolse maat

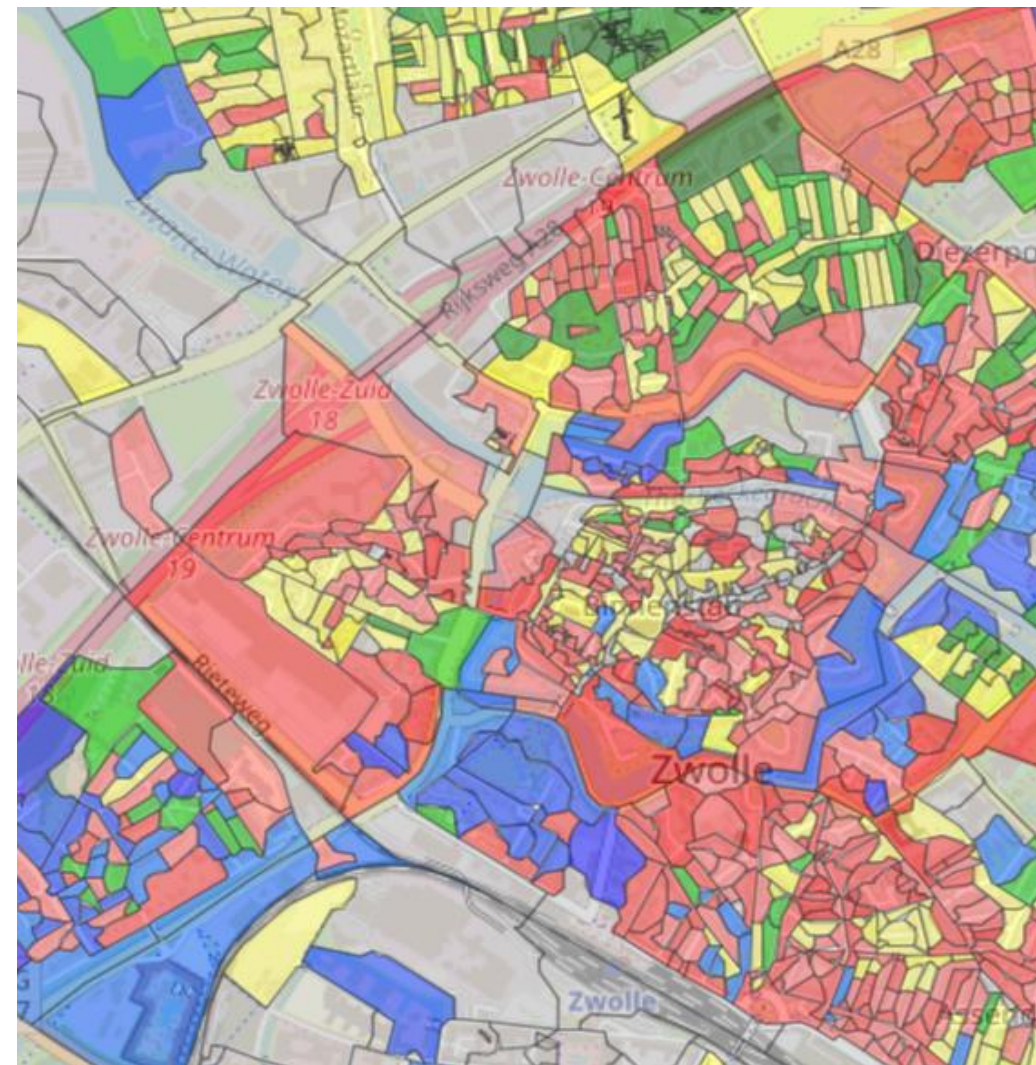
Woonsfeer:

Binnenstedelijk wonen

BSR verdeling Stadshart



Sterk rood profiel, over de hele linie. Sommige plekken iets meer blauw (Noordereiland, Stationsbuurt). Bollebieste grote uitzondering met voornamelijk groen.



Doelgroepen Stadshart – huidige situatie



Focus doelgroepen Stadshart

- BSR: Blauw + Rood + Geel
- Demografisch
 - Jongeren
 - Ouderen (75+)
 - Startende gezinnen in Noorderkwartier en Nieuwe Veemarkt



Kernpropositie Stadshart

- Wonen in het stadshart van Zwolle betekent wonen op een manier die bij jou past in een gezellige, levendige, historische (binnen)stad met alle voorzieningen op loopafstand. De compacte Zwolse maat, de schoonheid van de grachten en de historische architectuur en de functiemix doet bewoners van jong tot oud verwonderen en verrassen en stimuleert ontmoeting.



Comeback kid

Brandsheet Nieuwe Veemarkt

Positioneringsoverzicht

KERNKWALITEITEN

- Cultuur historisch verleden
- 5 minuten stad / ligging
- Stedelijk groen (incl. duurzaamheid)
natuur in de stad
- Patchwork / diversiteit
- Sociale samenhang

DOELGROEPEN

Rood
geel als focus.

Gerinnen
65+

MERKWAARDEN

Inclusief
Community
verbinden
elkaar onder

Eigenzinnig

Energiek
bezoeken

Veel-
kleurig /
zijdig

Creatief
antwoord

ontmoeten?
kanal bezien
formeel
behandelen
reuring

Resultaat workshop met
stakeholders
28 oktober 2021



Kernkwaliteiten en merkwaarden Nieuwe Veemarkt

Kernkwaliteiten:

- Cultuurhistorisch verleden | o.a. Veemarkt, IJsselhallen, Plek van ontmoeten, handel & reuring
- 5 minuten buurt | ligging nabij compacte binnenstad, station, A28, verbonden met de stad
- Stedelijk water en groen | letterlijk én figuurlijk (inclusief duurzaamheid)
- Diversiteit in leefomgevingen | patchwork, lappendeken aan buurtjes, wonen én andere voorzieningen

Merkwaarden:

- Er voor elkaar zijn* | inclusief, naar elkaar om kijken, community, samenredzaamheid, gastvrij
- Eigenzinnig* | authentiek, open minded, sterke persoonlijkheid, creatief, energiek, herkenbaar
- Comeback Kid | historie, iconisch, doorleefd, karakter, ondernemend, reuring, trots
- Veelkleurig | diversiteit aan mensen, buurtjes, functies
- Toekomstgericht | gezondheid, duurzaamheid, klimaatrobuust, vooruitstrevend, experimenteren

Woonsfeer: Karakteristieke stadsbuurt met een verhaal

* Nieuwe Veemarkt sluit aan op de merkwaarden van Kamperpoort, waarbij 2 merkwaarden expliciet tot leven komen in Nieuwe Veemarkt en daarom wordt de invulling hiervan extra toegelicht. Daarnaast heeft Nieuwe Veemarkt 3 buurtspecifieke waarden.

Bureau Buhrs



Duiding 'Comeback kid'

De essentie van de Comeback Kid:

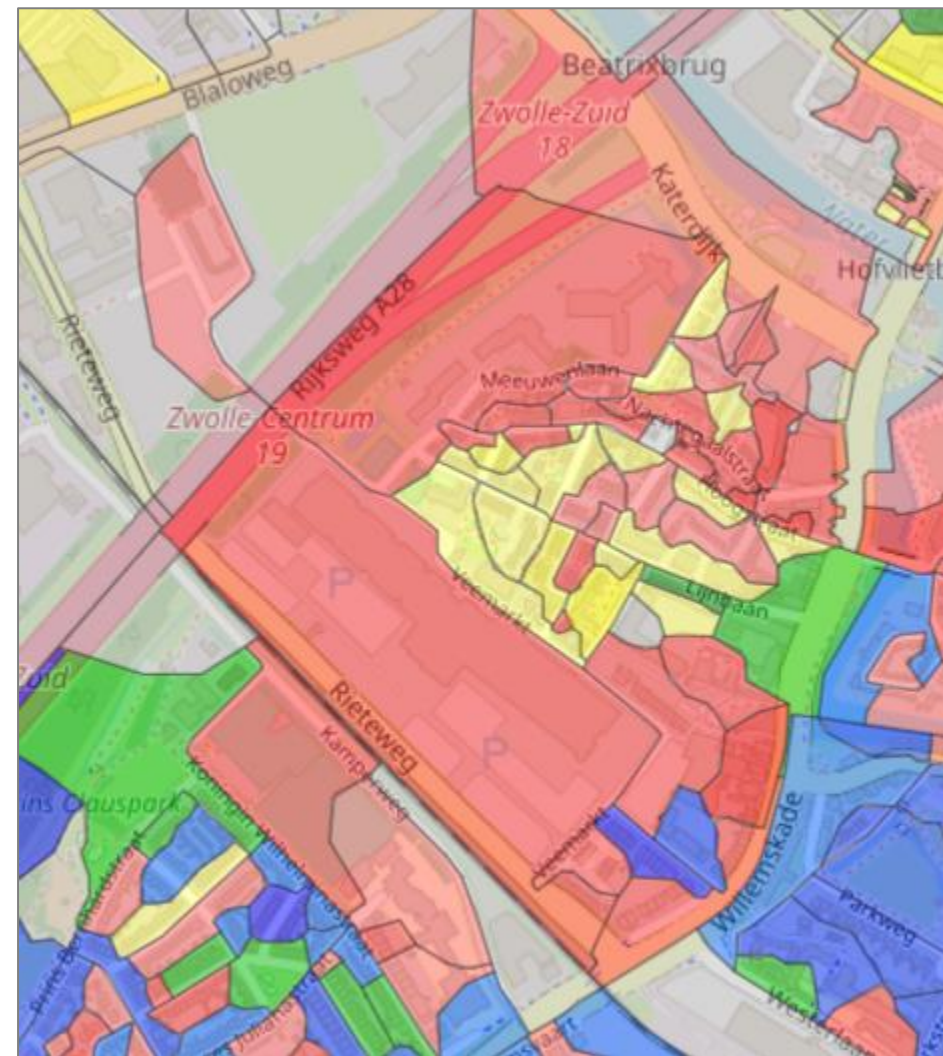
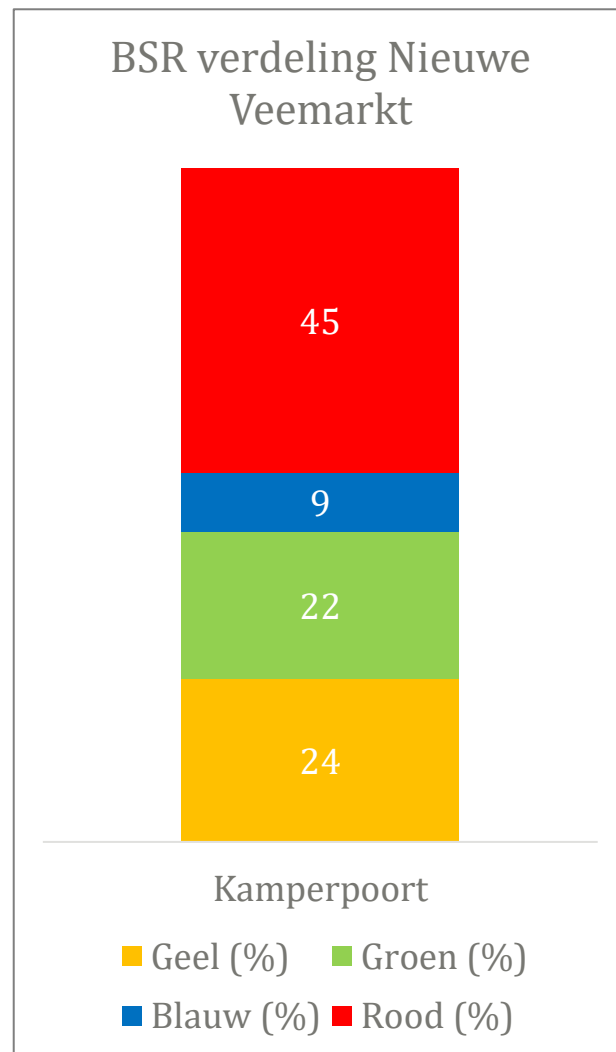
In de Nieuwe Veemarkt voel je de drive om de Nieuwe Veemarkt weer de plek van betekenis te geven die het vroeger had. En hiermee het bruisende verleden weer tot leven te brengen.

Alle ontwikkelingen zorgen er voor dat de Nieuwe Veemarkt haar positie van vroeger terugpakt en de allure van vroeger terugkrijgt: een eigenzinnige, kleurrijke, ondernemende wijk, waar alle Zwollenaren graag komen.

De ondernemende en eigenzinnige geest van vroeger is nooit weg geweest. De Nieuwe Veemarkt is geen nieuwbouw wijk zonder ziel. Het is een doorleefde stadsbuurt met een onderscheidend karakter. En dit wordt weer zichtbaar en voelbaar. Voor mensen binnen én buiten de Nieuwe Veemarkt.

Kortom: De Nieuwe Veemarkt brengt het iconische karakter uit het verleden terug en zet zich weer op de kaart als dé place to be in Zwolle.

Op de ontwikkellocatie van de Nieuwe Veemarkt wordt nu nog nauwelijks gewoond. In de Kamperpoort wonen vooral mensen met een rode leefstijl. Daarnaast zijn ook de gele en groene bewoners goed vertegenwoordigd. Blauwe bewoners zien we hier nauwelijks.



Doelgroepen Nieuwe Veemarkt – huidige situatie



Focus doelgroepen Nieuwe Veemarkt

- 3-generatiebuurt
 - Stadsmensen van alle leeftijden, met accent op starters, tweeverdieners met een jong/startend gezin, empty nesters en 75+'ers.
- ... met stedelijk georiënteerde mensen
- ... passend bij de BSR-kleuren rood en geel

Leven en laten leven

Van belang:

Vrijheid, eigen gang gaan, diversiteit, afwisseling, sfeer en jezelf durven/kunnen zijn.

Kiest zijn buurt bij voorkeur op:

De kwaliteit van de woning en de ligging t.o.v. de stad. Geen voorstander van allerlei verplichtingen, regels en afspraken.

Leefomgeving:

Levendig, gemengd en niet burgerlijk. Iconisch of karakteristiek. Heterogeniteit zowel fysiek als sociaal. Hoge mate van functiemenging. Stedelijk (of juist landelijk). Jezelf zijn.

Toegevoegde waarde voor Nieuwe Veemarkt:

Eigenzinnige bewoners. Aanjagers van creatief ondernemen en bouwen, open voor anderen (bezoekers en bewoners), geïnteresseerd in klimaatpositieve aanpassingen in de openbare ruimte.

Gezelligheid met buren

Van belang:

Sociaal contact, betrokkenheid, warmte, gezelligheid, vriendschap.

Kiest zijn buurt bij voorkeur op:

Het karakter: gezelligheid, pleintjes etc. Vindt het belangrijk dat de bewoners open staan voor elkaar en dat er ruimte is voor verbinding.

Leefomgeving:

Gezelligheid, saamhorigheid. Sociale contacten in de buurt. Kindvriendelijk. Woonwijk met verschillende gezinsfasen.

Toegevoegde waarde voor Nieuwe Veemarkt:

Zorgen voor de verbinding tussen het 'losse zand' van de eigenzinnige bewoners. Zorgen voor het gevoel van community, zijn geen voortrekkers van het creatieve proces maar staan wel open voor de uitwerking ervan. Vinden aanwezigheid van niet-bewoners in de wijk gezellig en positief. Wonen al veel in 'de oude' Kamperpoort en kunnen zo de Kamperpoortse een beetje meenemen naar de Nieuwe Veemarkt.



Kernpropositie Nieuwe Veemarkt

- De Nieuwe Veemarkt wordt een centraal gelegen, veelkleurige en eigenzinnige stadsbuurt met veel groen en water en een iconisch karakter, passend bij het cultuurhistorisch verleden. Van oudsher een plek van ontmoeten, reuring en handel, dat opnieuw tot leven wordt gebracht in deze toekomstgerichte stadsbuurt met een patchwork aan buurtjes met wonen en andere functies. Bestaande en nieuwe bewoners zijn hiervan trots onderdeel en ontvangen andere Zwollenaren gastvrij.



Levendig

Brandsheet Noorderkwartier



Brandsheet Noorderkwartier | beknopt

Kernkwaliteiten:

- Functiemix | wonen, werken, cultuur, winkels
- Mix van architectuur & stedenbouw | Historisch en modern erfgoed
- Singelstructuur | singelpark, monumentale bomen, singel en gracht
- Stedelijke lusten
- Gemengde woonsferen | Dieze en Noordereiland, twee woonsferen ontmoeten elkaar

Merkwaarden:

- Kwaliteit | Architectuur, voorzieningen, infrastructuur
- Genieten | Heerlijk wonen
- Dynamisch | Levendig, ontmoeten
- Verbinding | Verweving binnen de wijk, de stad en regio

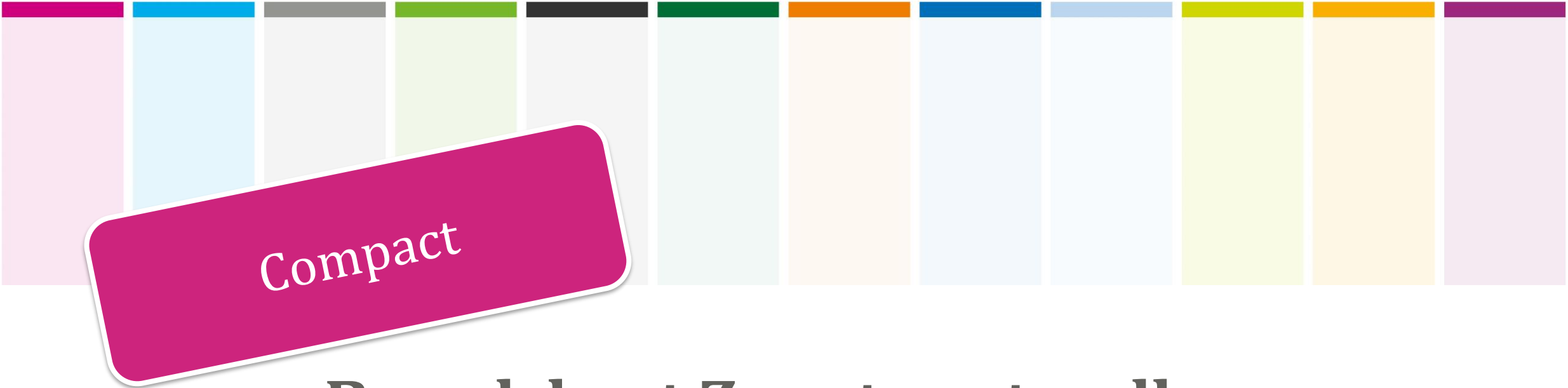
Woonsfeer:

Comfortabel wonen midden in de levendige stedelijke dynamiek

Doelgroepen:

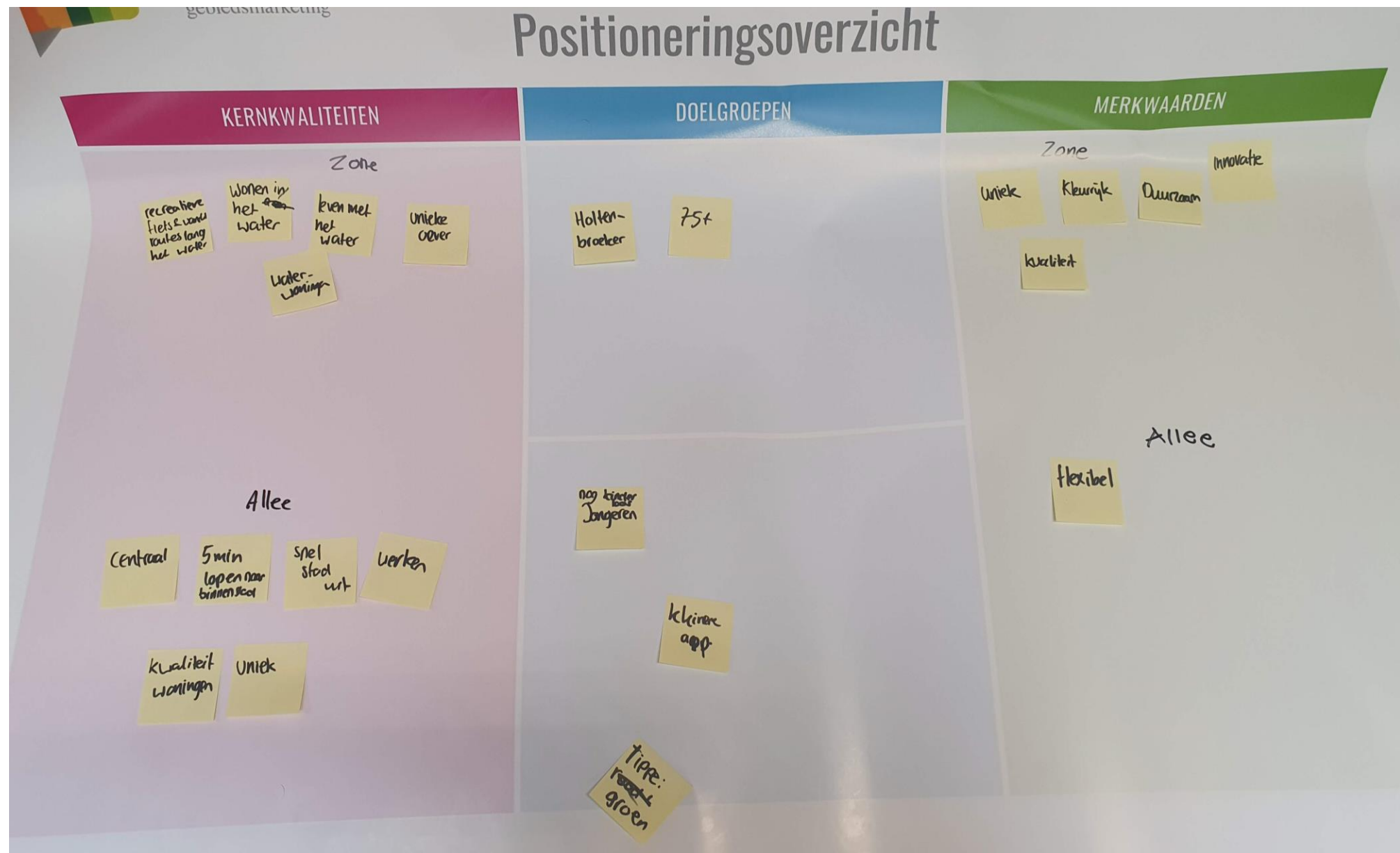
Demografisch gemengd: starters, jonge stellen, gezinnen, senioren.

BSR: Afwisseling van stijlen en sferen biedt ruimte voor blauw (nu veel aanwezig op Noordereiland), rood (grootste groep in centrum) en geel (grote groep in Dieze).



Compact

Brandsheet Zwartewaterallee



Ingevuld positioneringsvel Zwartewater zone / allee



Kernkwaliteiten en merkwaarden Zwartewaterallee

Kernkwaliteiten

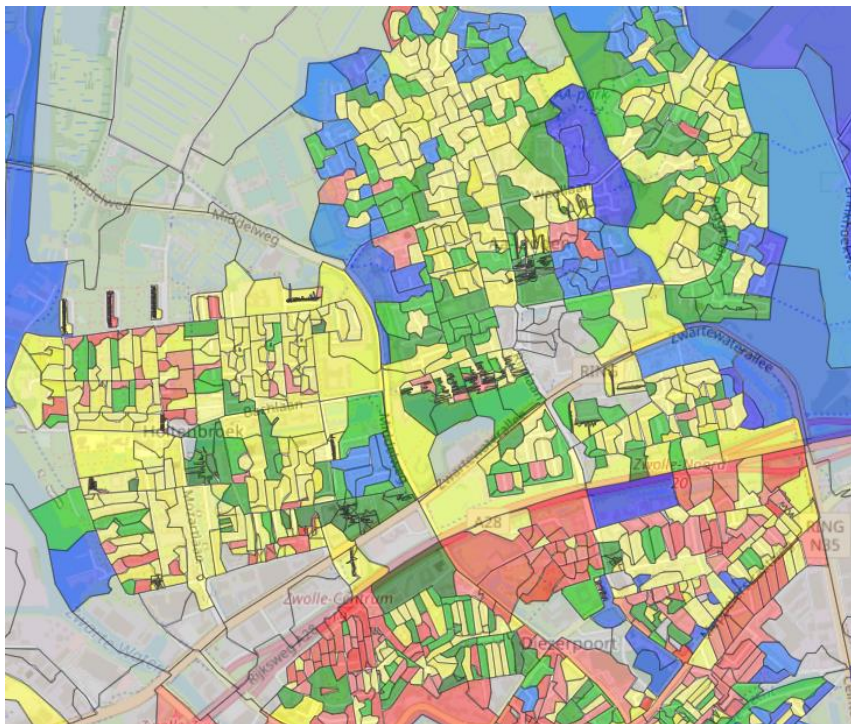
- Mixed use | gebied met wonen, kantoren en onderwijs
- Stedelijk groen | aangesloten op stad en landschap
- Sociaal-Maatschappelijk netwerk | onderwijsvoorzieningen, zorgvoorzieningen
- Ligging nabij het centrum

Merkwaarden

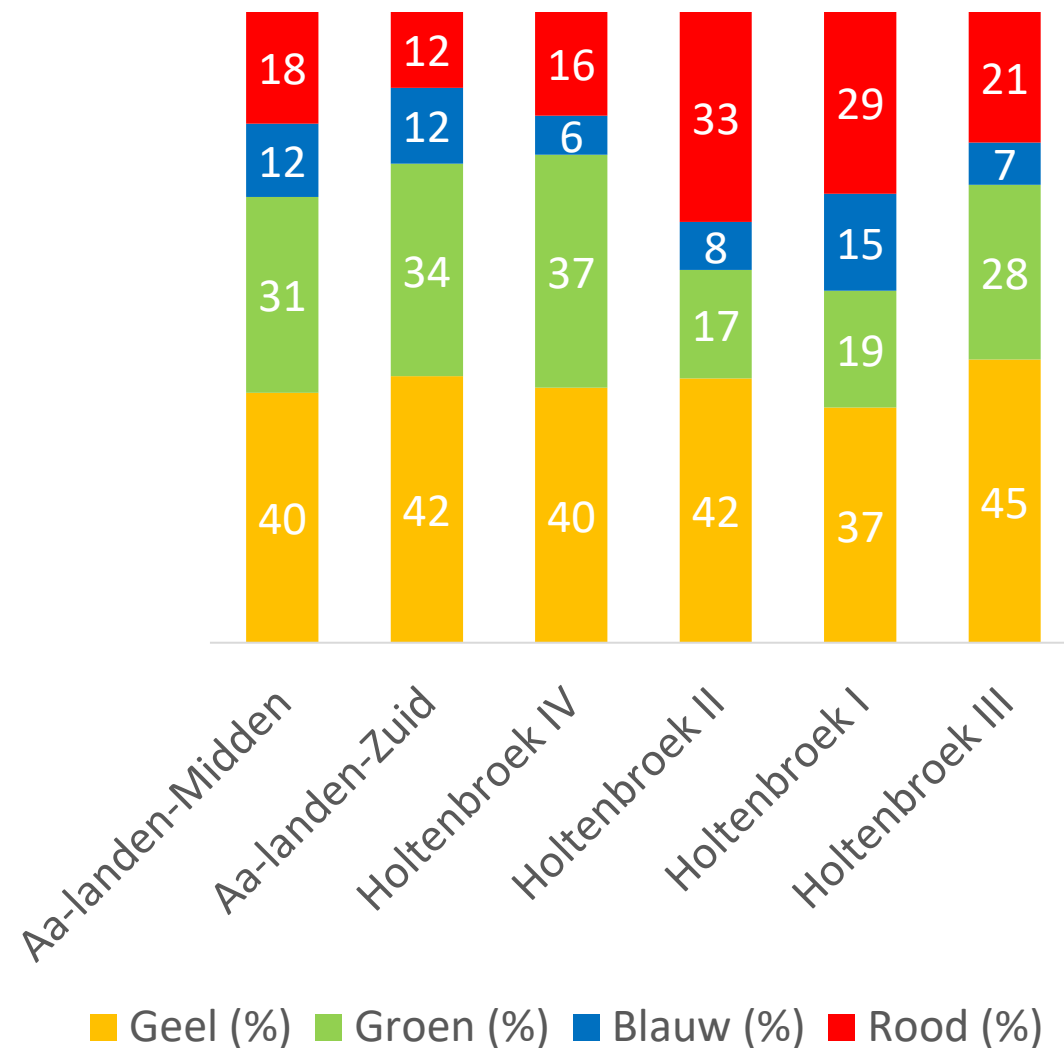
- Kleurrijk | diversiteit
- Verbindend | katalysator omgeving, doorstroom, adaptief, tussen bewoners en binnen de stad
- Dynamisch | levendig, ontmoeten
- Compact

Woonsfeer

Compact wonen in gemengde stadswijk met een levendige omgeving



In de buurten rondom de Zwartewaterzone en -allee wonen nu opvallend veel mensen met een gele leefstijl. Daarnaast zien we ook veel groene bewoners in Holtenbroek III, IV en Aa-landen Midden en Zuid, en veel rode bewoners in Holtenbroek I en II.



Doelgroepen Zwartewater – huidige situatie



Doelgroep Zwartewaterallee

Mensen van verschillende leeftijden & culturen, met focus op

- 1- en 2-persoonshuishoudens
- Starters en empty nesters
- Gele leefstijl, vanuit een open houding naar samenleven met veel verschillende mensen in verschillende levensfases. Daardoor zullen ook andere groepen (rood en groen) zich welkom voelen.
- Doorstromers vanuit Holtenbroek en Aa-landen
- Plus: scholieren, ondernemers, start-ups & grown-ups



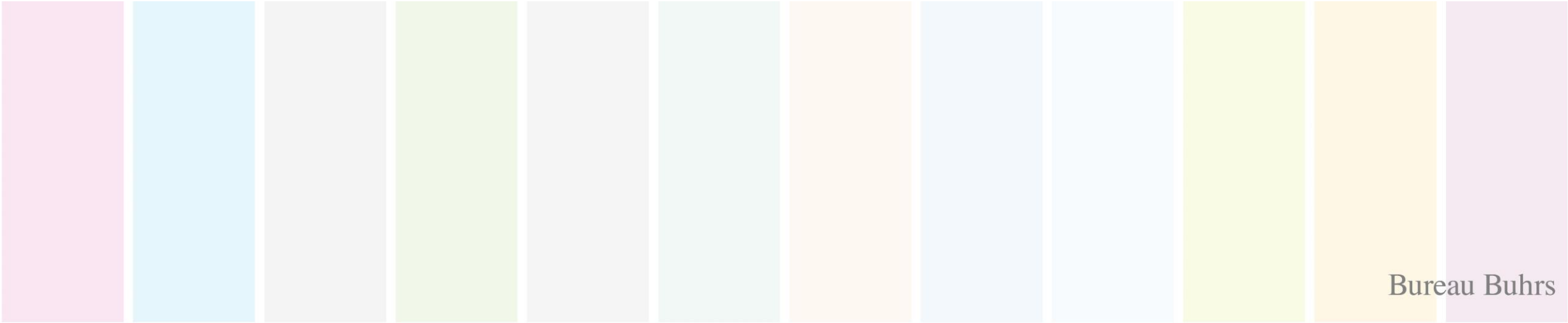
Kernpropositie Zwartewaterallee

- In de Zwartewaterallee is het compact stedelijk wonen in gestapelde woonmilieus met levendige plinten. Hier woon je midden in de stad en wordt het centrum, de omliggende woonwijken en haar diversiteit aan bewoners met elkaar verbonden. Het stedelijke groen en verschillende functies zorgen voor een gemengde stadswijk waar je elkaar ontmoet.



Werelds

Brandsheet Zwartewaterzone



Bureau Buhrs



Brandsheet Zwartewaterzone | beknopt

Kernkwaliteiten:

- Rijke historie | transportas in Hanzetijd/Gouden Eeuw, scheepstimmerwerven, houtzagerijen, boerderijen
- Wonen aan, met en in het water | waterwoningen
- Recreatieve fiets & wandelroutes langs het water
- De groene oevers

Merkwaarden:

- Uniek | innovatief
- Kwaliteit
- Verbinden(d)
- Werelds
- Duurzaam

Woonsfeer:

Innovatief wonen aan, met en in het water

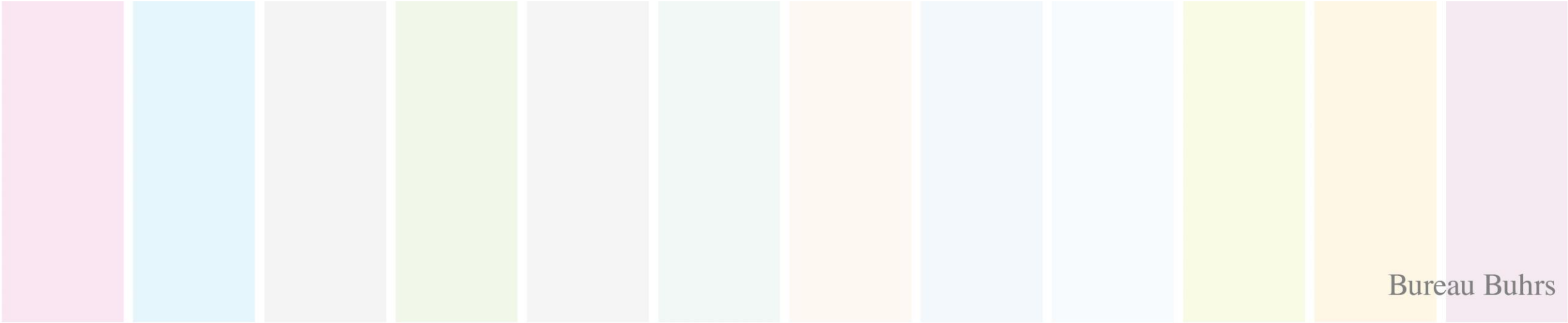
Doelgroep:

Op basis van stedenbouwkundig ontwikkelplan ruimte voor alle BSR-kleuren

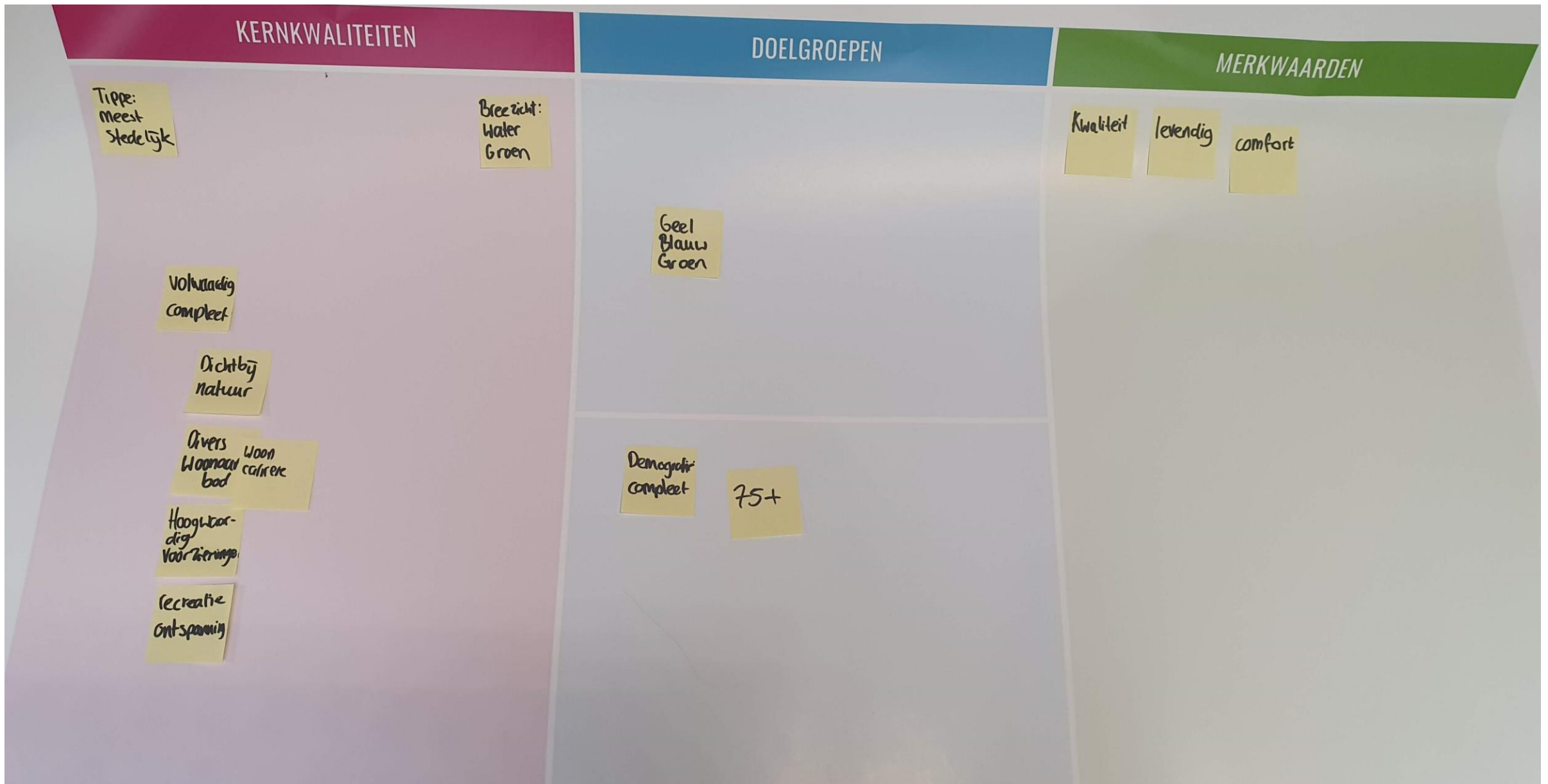


Comfortabel

Brandsheet Stadshagen



Bureau Buhrs



Ingevuld positioneringsvel Stadshagen



Kernkwaliteiten en merkwaarden Stadshagen

Kernkwaliteiten:

- Variatie in woningaanbod | wooncarrière maken
- Dichtbij natuur | water, groen
- Hoogwaardige voorzieningen
- Veel recreatiemogelijkheden | ruimte voor ontspanning, aanbod

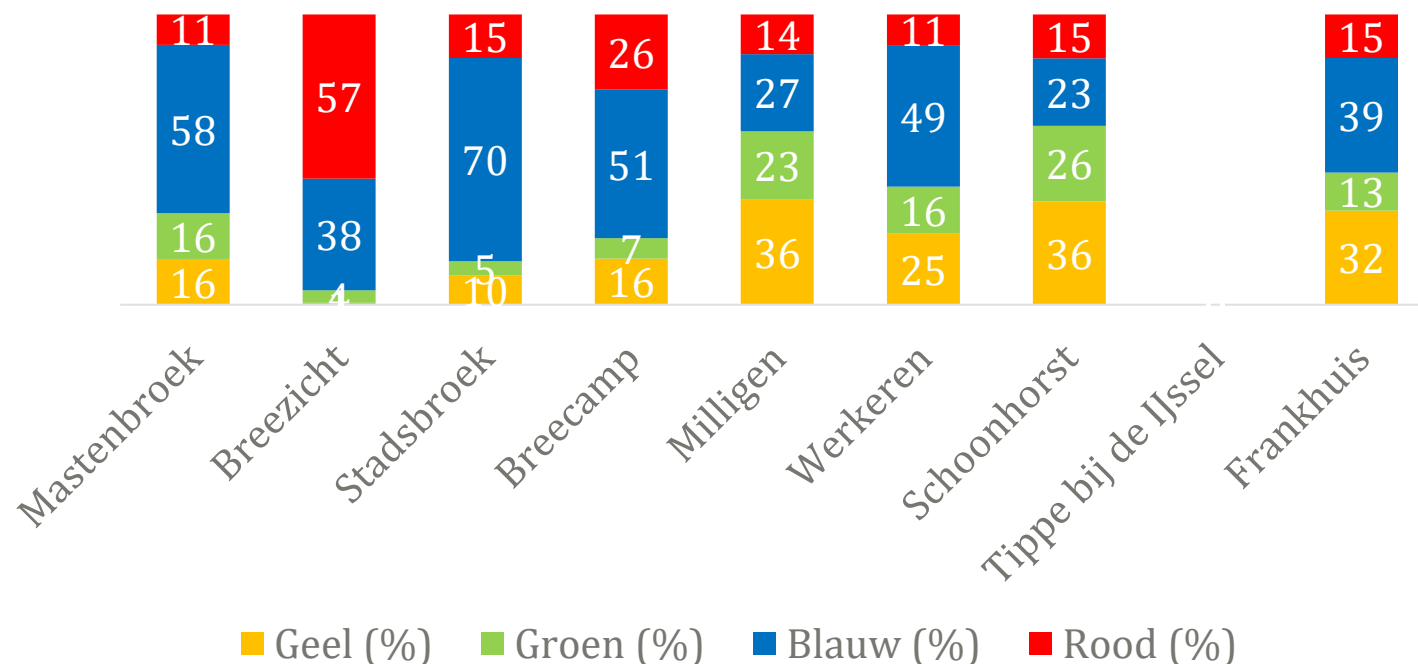
Merkwaarden:

- Kwaliteit
- Levendig
- Comfort
- Betrokken | actieve wijk

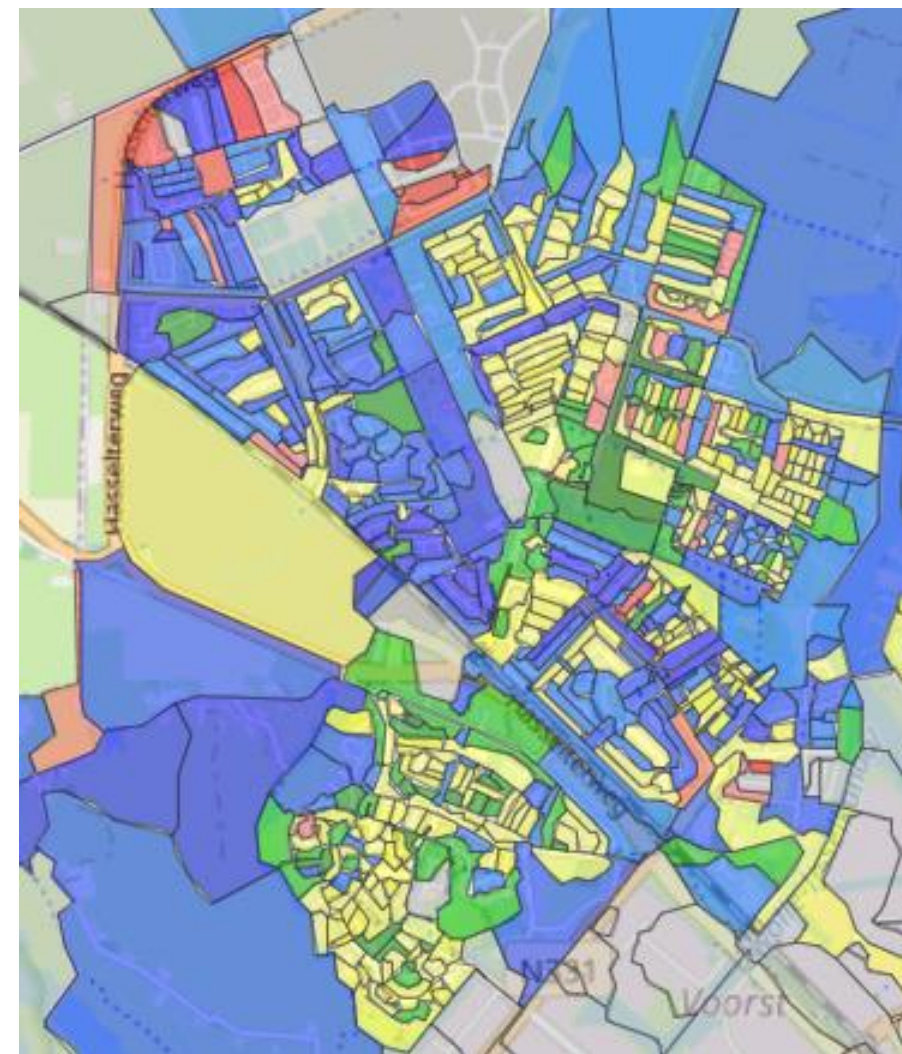
Woonsfeer:

Levendige woonwijk

BSR verdeling Stadshagen



In Stadshagen zien we veel buurten waar de blauwe leefstijl dominant is. Daarnaast vinden gele bewoners hun plek goed in Milligen en Schoonhorst. Breezicht valt op vanwege het grote aandeel rode bewoners. De Tippe is nog een onbeschreven blad.





Focus doelgroepen Stadshagen

- BSR: Geel + Blauw + Groen
 - Breezicht voor blauw
 - De Tippe voor groen
- Demografisch: primair gezinnen, ook ruimte voor empty nesters en 75-plussers



Kernpropositie Stadshagen

- Wonen in Stadshagen is wonen in een volwaardige, betrokken en levendige woonwijk. Met de hoogwaardige voorzieningen, nabijheid van natuur, de ruimte voor recreatie en ontspanning, en de variatie in woningaanbod is het hier comfortabel leven voor jong en oud.



Gezondheid

Brandsheet Oosterenk

	DOELGROEPEN	MERKWAARDEN
Gemengde stadswijk met woon-werkfuncties	Jonge stellen (tot 35 jr)	Groen
Groen openbaar gebied met ruimte voor ontmoeting en recreatie	Gerinnen ?	Gezond
Health Campus incl. sportieve voorzieningen	Ouderen ??	Sportief
	Blauwe doelgroep { sportief { stedelijke dynamiek { woon/werkfocus	
	Uleugje rood	



Kernkwaliteiten en merkwaaarden Oosterenk

Kernkwaliteiten:

- Gemengde stadswijk met woon-, werk- en zorgfuncties
- Health Campus, kenniscentrum voor zorginnovatie
- Ligging aan groen achterland, met ruimte voor ontmoeting en recreatie
- Sportieve voorzieningen

Merkwaarden:

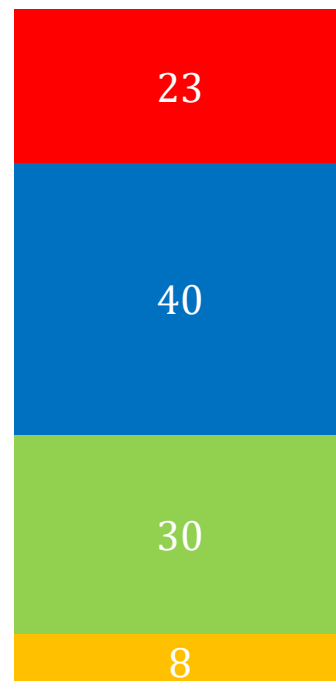
- Groen
- Gezond
- Sportief
- Innovatief

Woonsfeer:

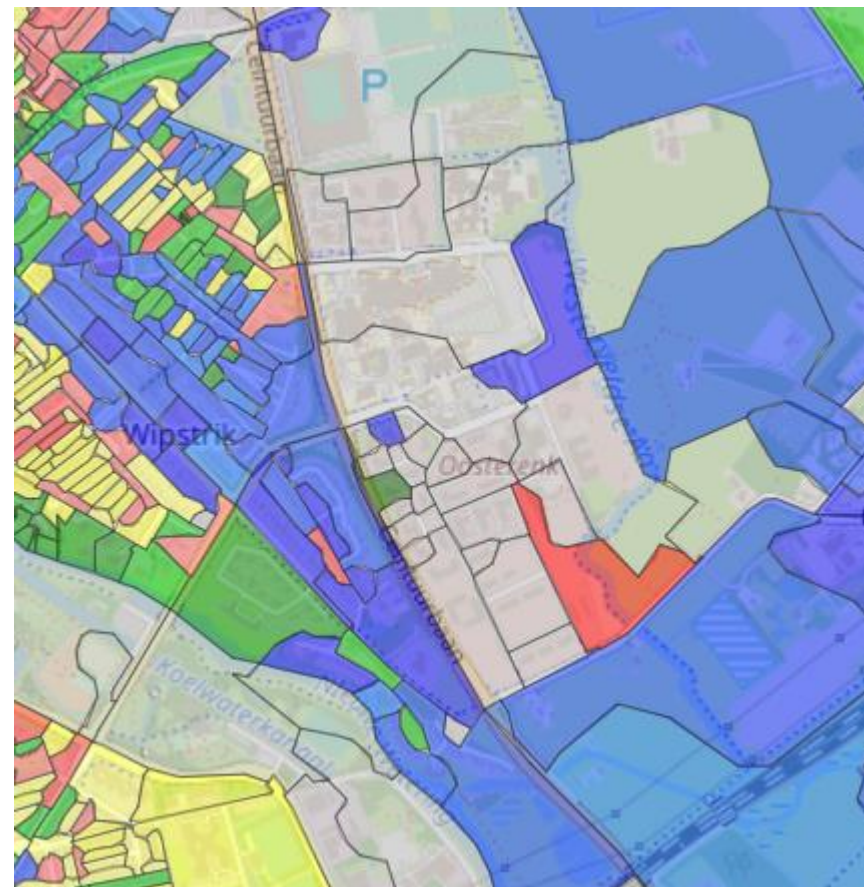
Dynamische stadswijk met woon-, werk- en zorgfuncties

In Oosterenk wordt nu nog relatief weinig gewoond – er zijn op dit moment 190 huishoudens in de wijk. 40% van deze huishoudens heeft een blauwe leefstijl, gevolgd door 30% groen en 23% rood. Gele bewoners zien we hier nauwelijks.

BSR verdeling Oosterenk



Kantorenterrein Oosterenk





Focus doelgroepen Oosterenk – BSR

- BSR Blauwe doelgroep
 - Deze groep past het beste bij Oosterenk door de focus op sportieve prestatie en innovatie, en de mogelijkheid van combineren van werk en wonen. Daarnaast is er op Oosterenk ruimte voor hoogwaardige appartementencomplexen met luxe extra's zoals een inpandige sportschool. Bovendien is er ruimte voor de auto en zijn er goede uitvalswegen naar de snelweg. Dat is voor de auto-gerichte Blauwe bewoner een sterk pluspunt, dat bij andere ontwikkelgebieden in Zwolle minder sterk aanwezig is.
 - Eerder is ook gesproken over de mogelijkheid van het richten op de oranje doelgroep in Oosterenk. Om deze doelgroep goed te bedienen, is het belangrijk dat er ruimte is voor gezelligheid, ontmoeting en verbondenheid. In de sterk bebouwde en stenige omgeving van Oosterenk moet er veel aangepast worden om deze doelgroep zich thuis te laten voelen, vooral in vergelijking met andere gebieden die gelijktijdig in Zwolle worden ontwikkeld zoals de Nieuwe Veemarkt.



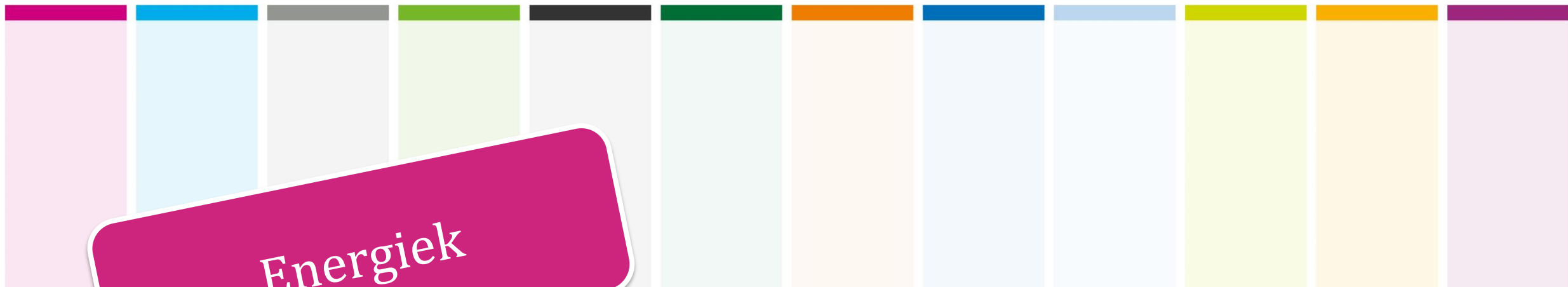
Focus doelgroepen Oosterenk – demografisch

- Demografisch:
 - Jonge stellen, tot 35 jaar
 - Gezinnen
 - Ouderen

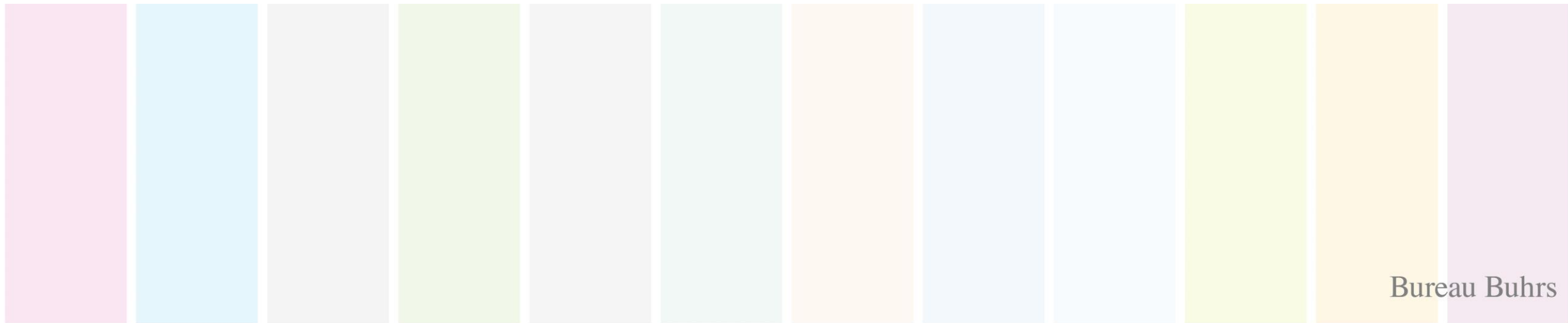


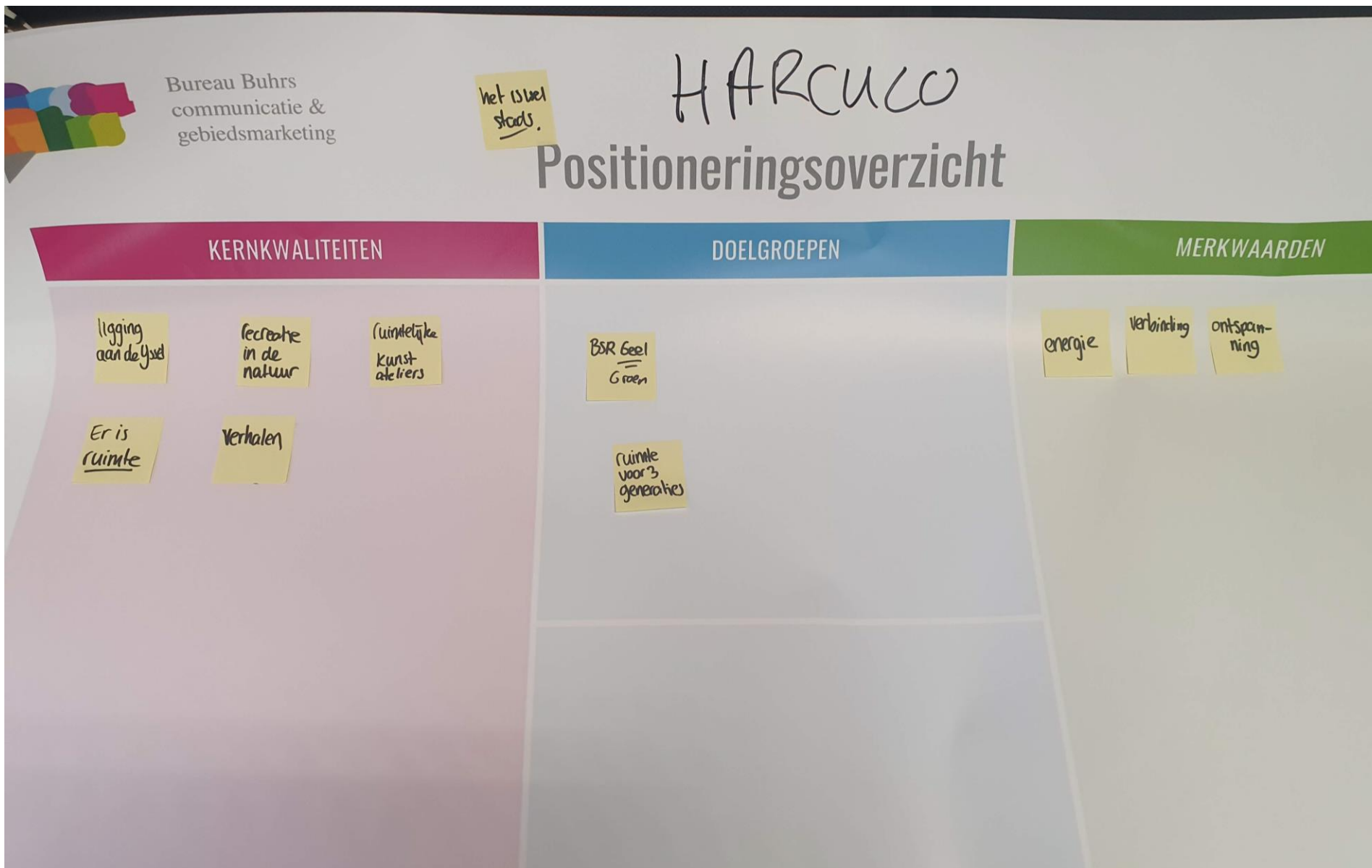
Kernpropositie Oostenrenk

- Wonen in Oostenrenk staat voor wonen in een gezonde, dynamische en innovatieve stadswijk met een mix aan woon-, werk- en zorgfuncties. De Health Campus en het groene achterland maakt Oostenrenk een leefomgeving waar sport, recreatie, gezondheid en innovatie centraal staan. In Oostenrenk heb je zicht op de stad en het groene landschap.



Brandsheet Harculo





Ingevuld positioneringsvel Harculo



Kernkwaliteiten en merkwaaarden Harculo

Kernkwaliteiten:

- Historie | energiecentrale, verhalen, hergebruik, leven op het erfgoed
- Ligging aan de IJssel
- Recreatie rondom natuur | natura 2000 gebied | toekomstige pleisterplaats
- Culturele hotspot
- Ruimtelijke omgeving

Merkwaarden:

- Energiek | creativiteit
- Verbinding | met mens en natuur
- Ontspanning | tot rust te komen in het groen
- Kleinschalig

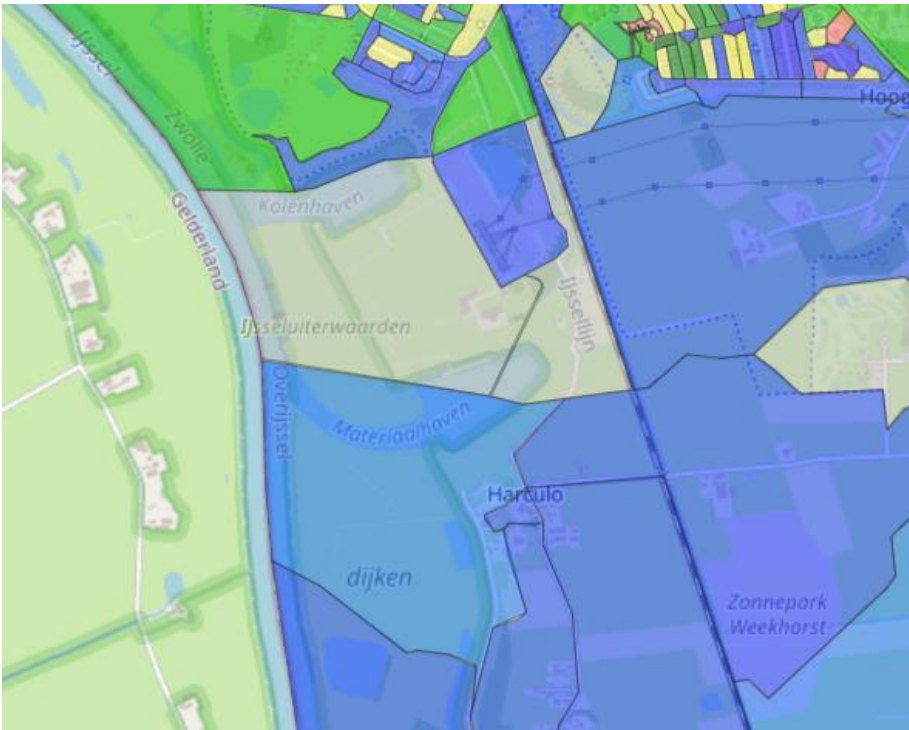
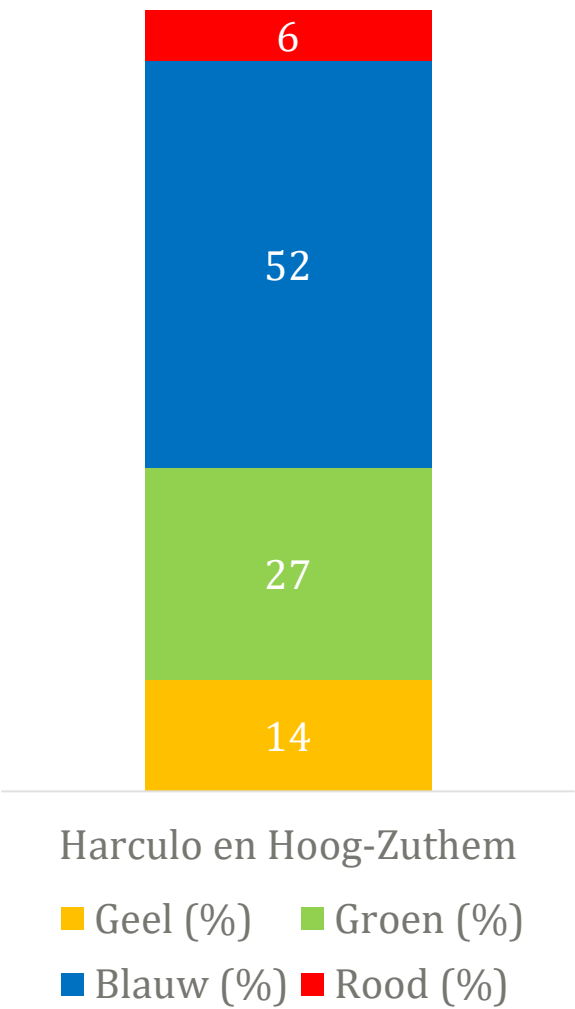
Woonsfeer:

Energieke stadswijk

Op de ontwikkellocatie van Harculo wordt nu nog niet gewoond.

De buurt ‘Harculo en Hoog-Zuthem’ kent een groot aandeel bewoners met een blauwe of groene leefstijl.

BSR verdeling Harculo





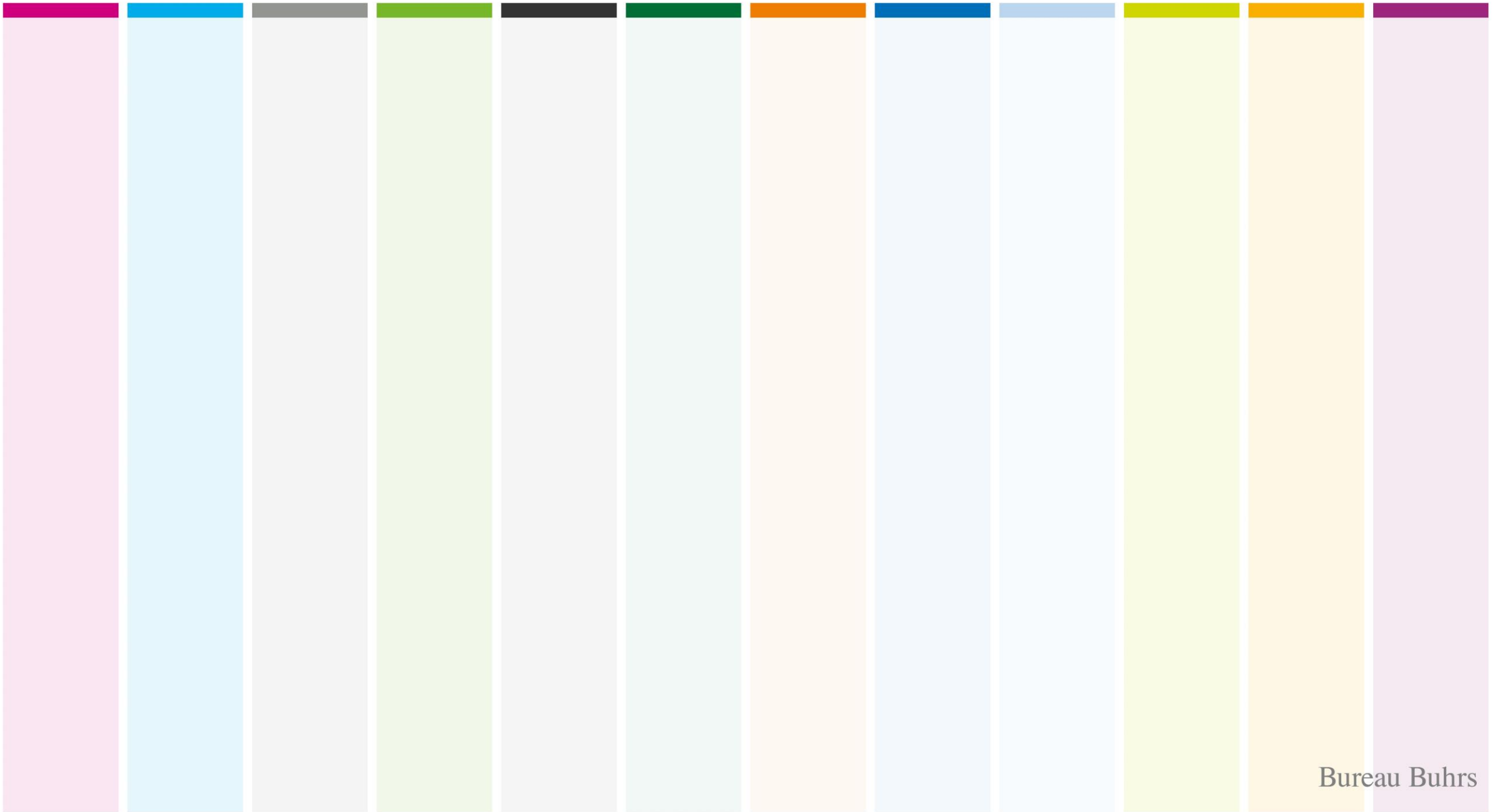
Doelgroepen Harculo

- BSR: Geel met vleugje rood
- Demografie: ruimte voor 3 generaties



Kernpropositie Harculo

- Wonen in Harculo is energiek wonen op een aantrekkelijke plek aan de IJssel, waar mens en natuur met elkaar worden verbonden. Op het erfgoed van de oude energiecentrale met haar verhalen, ontstaat een nieuw woonmilieu met kleinschalige buurtjes, in een culturele hotspot. Hier is ruimte voor ontmoeting, creativiteit, ontspanning en recreatie.



Bureau Buhrs