Hilversum
Mediastad

Centrum Hilversum



Centrumvisie

Hilversum Mediastad

Centrumvisie

Voorwoord

Een centrum om van te houden

Stelt u zich eens voor dat het centrum van Hilversum zo aantrekkelijk is dat mensen uit Utrecht, Amsterdam en verder er graag een dagje komen om te shoppen of te genieten van de (jonge) bouwkunst. Dat de terrassen op mooie dagen gevuld zijn met Hilversummers en toeristen. Dat de verschillende (media) evenementen aantrekkingskracht uitoefenen op een breed publiek. Dat de bioscoop, het Filmtheater, het poppodium en de restaurants geliefde plekken zijn.

Stelt u zich eens voor dat het Marktplein landelijk als een voorbeeld geldt van een aantrekkelijk stadsplein. Dat het Gooilandplein de groene uitstraling heeft die bij de Tuinstad hoort, en samen met de monumentale Sint-Vituskerk, en het Theater Gooiland een mooie entree naar het centrum vormt. Dat de Kerkbrink obstakel- en busvrij het oude dorpskarakter van Hilversum weer terug doet komen. Dat het centrum zowel overdag als 's-nachts veilig en gezellig is. Dat je overal het gevoel hebt dat het centrum van Hilversum het centrum is van de Mediastad.

Voor u ligt de centrumvisie van de gemeente Hilversum. Een document waarin wij vastleggen hoe wij aankijken tegen ons centrum, wat de kansen, uitdagingen en ontwikkelingen zijn waar wij de komende jaren mee om dienen te gaan.

Het centrum is een van de vijf thema's waarop het college van B&W het verschil wil maken. Wij worden geconfronteerd met een aantal uitdagingen, met name op het gebied van beeldkwaliteit, leegstand en bereikbaarheid. Door deze uitdagingen gericht het hoofd te bieden, willen wij bijdragen aan het verbeteren en het versterken van ons centrum.

Een gevarieerd cultureel aanbod, aantrekkelijk winkelbestand en goede uitgaansvoorzieningen. Dat is wat Hilversummers belangrijk vinden. Door te investeren in pleinen, groen, bereikbaarheid en het beter beschermen van de karakteristieke panden en gebieden die het centrum kent, zorgen wij ervoor dat ons centrum de uitdagingen van deze tijd het hoofd kan bieden zónder haar unieke karakter te verliezen.

Wij bekijken ons centrum vanuit diverse perspectieven (pleinen, brinken, gebouwen, winkels, horeca, cultuur, wonen, bereikbaarheid en bruikbaarheid), maar realiseren ons terdege dat dit geenszins een alomvattend werk is, of kan zijn.

We willen een visie op het centrum neerzetten, waarbij keuzes niet geschuwd worden, maar juist focus wordt aangebracht. Niet alle belangen van betrokkenen komen met elkaar overeen. Tegelijkertijd is het streven naar een aantrekkelijk centrum een thema waarop ieder zich kan verenigen.

Het centrum staat niet los van de rest van de stad, of zelfs de regio. Wij realiseren ons terdege dat de keuzes die wij nu maken ook effect hebben op de omgeving. Een aantrekkelijk centrum heeft evenwel een positief effect op de aantrekkelijkheid en leefbaarheid van heel Hilversum en de regio.

Wij kunnen deze visie als gemeente natuurlijk niet alleen realiseren.
De centrumvisie is mede tot stand gekomen door vanaf de start nadrukkelijk bewoners, ondernemers, culturele organisaties, vastgoedeigenaren en diverse belangenorganisaties te betrekken. Met en voor hen zullen wij deze ontwikkelingen de komende jaren mogelijk maken.

Nut en noodzaak van het werken aan het centrum worden door eenieder gedeeld. Het draagvlak is er. Ook politiek. De gemeente en andere partijen zijn bereid om te investeren en staan te popelen om te beginnen. Daarom is het goed dat dit stuk leesbaar, enthousiasmerend en relatief beknopt is. Er is genoeg gepraat, nagedacht en gefilosofeerd over het centrum.We gaan aan de slag!

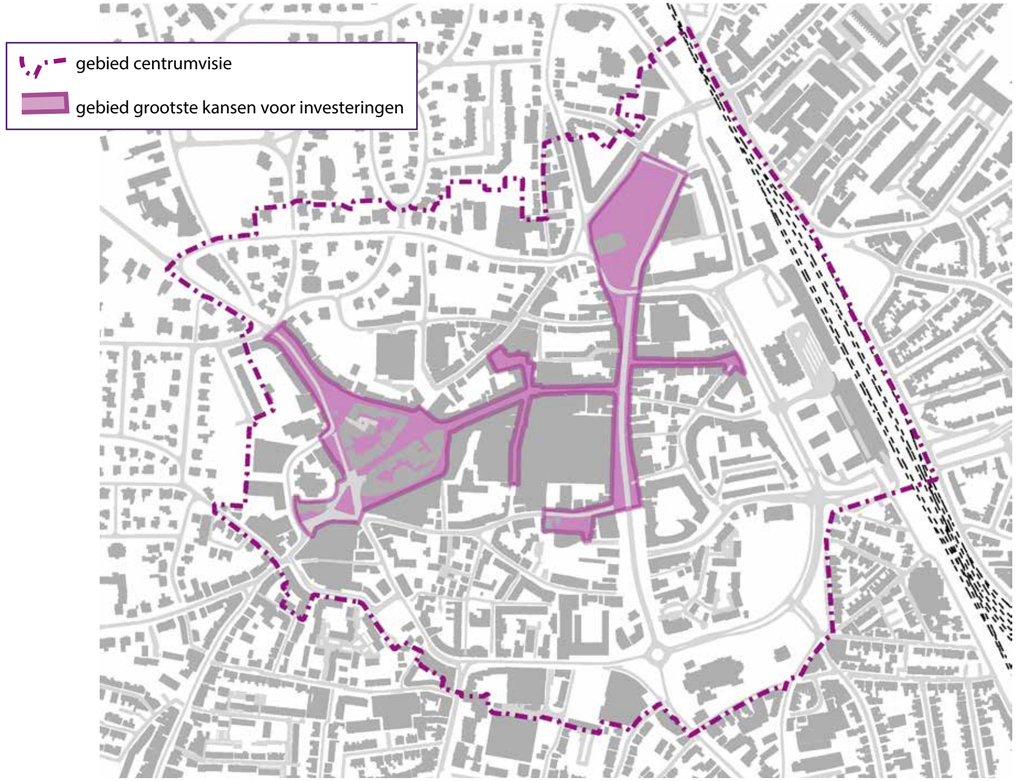
Maart 2015

Floris Voorink
Wethouder Centrum

Inhoud

1. Inleiding 9
2. Identiteit 11
3. Pleinen, brinken en straten 13
4. Gebouwen 17
5. Winkelen, markt en uitgaan 21
6. Cultuur en evenementen 25
7. Media: toepassingen en festivals 29
8. Wonen 31
9. OV, fiets en auto 35
10. Organisatie 39

Bijlage 40



1. Inleiding

De huiskamer van Hilversum

In het centrum komen veel voorzieningen bij elkaar. Het gaat dan onder meer om winkels, de markt, restaurants, cafés, evenementen, bioscoop, filmtheater en het museum. Het centrum is echter ook 'gewoon' een van de wijken van Hilversum. Met daarbinnen verschillende buurten. Er wordt gewoond en gewerkt. Het Stationsgebied is een knooppunt voor bus, trein en auto en vormt een belangrijke entree naar het centrum.

Centra staan onder druk

Van oudsher heeft het centrum een lokale en (boven-)regionale functie. Door allerlei ontwikkelingen staat deze positie echter onder druk. Dat is niet uniek. Ook andere centrumgebieden hebben te maken met afnemende bezoekersaantallen, een teruglopende vraag naar vastgoed en als gevolg hiervan leegstand in winkels (en kantoren). Vooral voor centra als dat van Hilversum, met een fors voorzieningenniveau, maar gelegen tussen grote steden als Amsterdam en Utrecht, ligt het risico op de loer dat het tij niet kan worden gekeerd.

Ambitie

Een stevige aanpak is nodig. De ambitie is een aantrekkelijk centrum te realiseren dat aansluit bij de identiteit van Hilversum. Een centrum dat:

- aantrekkelijk is om te bezoeken voor Hilversummers, bezoekers uit de regio en van daarbuiten;
- aantrekkelijk is om er te ondernemen en culturele initiatieven te ontplooien;
- aantrekkelijk is om er te wonen.

Dit kan worden bereikt door de kwaliteit en met name het onderscheidend vermogen van het centrum te verhogen. Onder het centrum verstaan we het gebied binnen de Centrumring (aan beide zijden), aangevuld met het Stationsplein en het Marktplein.

We hebben geen glazen bol

Hoe realiseren we een aantrekkelijk centrum? En wat is over tien jaar aantrekkelijk? De toekomst voorspellen is lastig. Wie had bijna honderd jaar geleden kunnen voorspellen dat Hilversum zou uitgroeien tot de Mediastad? En wie had tien jaar geleden kunnen voorspellen dat we tegenwoordig zoveel producten online kunnen kopen? Hoe verbonden we zijn via allerlei social media? Of de ontwikkeling van drones kunnen voorzien? Nu tien jaar vooruit kijken is lastig. Wat betekent 3D printing voor de detailhandel? Hoe ontwikkelt het autobezit zich onder invloed van de deeleconomie? Hoe ontwikkelt zich het aantal alleenstaanden (jongeren en ouderen) met een andere kijk op wonen? Wat betekent virtuele realiteit voor het straatbeeld van de toekomst? In dit continu veranderende speelveld moet het centrum zichzelf steeds opnieuw uitvinden. De voortdurende verandering is de uitdaging van de toekomst. Dat Hilversum mee kan in deze veranderingen heeft de Mediastad afgelopen honderd jaar bewezen.

Wendbaar en aanpasbaar

Het is van belang bewust te zijn van veranderingen en daar tijdig op in te spelen. Voor een deel kan dat. Monitoren en het volgen van ontwikkelingen is onontbeerlijk. Zo kunnen inspanningen op het gebied van marketing en evenementen geregeld worden bijgesteld. Een plein richten we echter niet in voor een paar jaar, maar voor decennia. Net als dat een ondernemer niet elk jaar zijn concept en inrichting compleet vernieuwt. Dit betekent dat een plein niet te 'trendy' moet worden, maar zodanige kwaliteit moet hebben dat verschillend gebruik plaats kan vinden zonder dat het karakter van het plein wordt aangetast. Een bestemmingsplan maken we voor tien jaar. Dit vraagt een vooruitziende blik en flexibiliteit in bestemmingsplannen, verordeningen en beleid. Ruimte om te ondernemen, wendbaarheid en aanpasbaarheid zijn daarbij sleutelbegrippen.

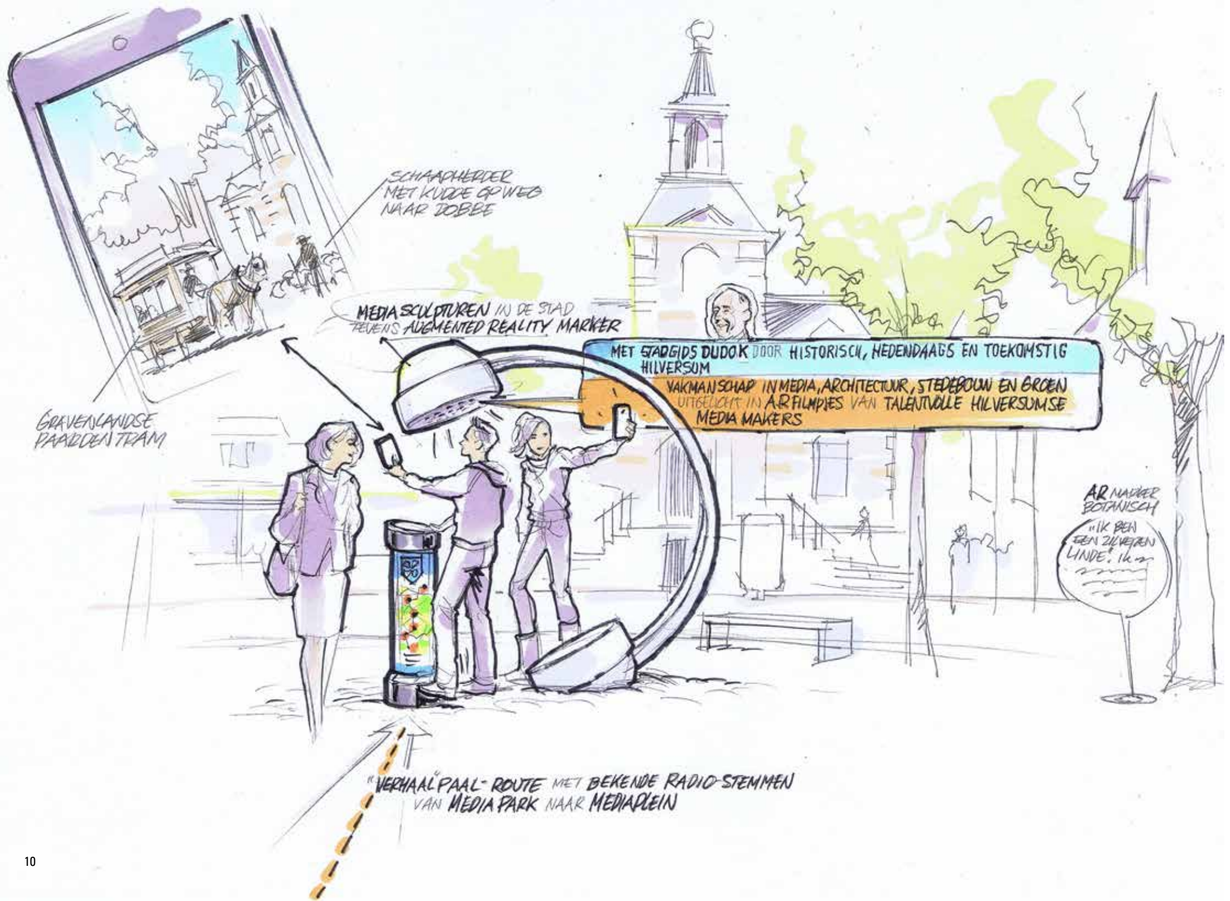
Richting en focus

Deze integrale visie geeft de toekomstrichting aan voor het centrum met de identiteit (vernieuwend vakmanschap en verscheidenheid) als belangrijke uitgangspunten. Een stip aan de horizon schept duidelijkheid en zekerheid voor bewoners, ondernemers, culturele organisaties, belangenorganisaties en vastgoedeigenaren. Focus wordt aangebracht en keuzes worden gemaakt. Lang niet alle wensen kunnen of moeten immers gehonoreerd worden. De visie is sterk uitvoeringsgericht. Deze aanpak werkt alleen wanneer deze consequent, langjarig wordt ingezet en uitgevoerd. Tegelijkertijd draait de wereld door en is het succes voor een belangrijk deel afhankelijk van de samenwerking met en inzet van partners (winkels, horeca, cultuur, bewoners, vastgoedeigenaren) en het inspelen op de kansen die zich voordoen.

Leeswijzer

In deze centrumvisie komen achtereenvolgens de volgende onderwerpen aan de orde.

- De identiteit van Hilversum en in het bijzonder die van het centrum met vernieuwend vakmanschap in media, architectuur, stedebouw en groen.
- De ruimtelijke structuur met de verscheidenheid aan karakteristieken (verschillende bouwperioden, het dorpse en het stedelijke) dat terug te zien is in pleinen, brinken, straten en gebouwen.
- De functionele structuur met winkelen, de markt en uitgaan, cultuur en evenementen, media, wonen en bereikbaarheid (OV, fiets en auto).
- De organisatie.



2. Identiteit

Beleving van identiteit in sfeer en karakter

Hoe het centrum nu en in de toekomst beleefd wordt hangt, naast ligging, aanbod en bereikbaarheid, af van het gevoel je erin thuis te voelen, je erin te herkennen en er iets van je gading te vinden. Dat gevoel van herkenning en 'thuis voelen' komt voort uit een gedeelde beleving van identiteit in sfeer en karakter.

Altijd al een aantrekkelijke plek

Vanuit historisch perspectief is Hilversum, centraal in de Gooi en Vechtstreek, altijd al een aantrekkelijke plek geweest om te wonen en te werken. Dat begon al in de tijd van de Erfgooiers waar onafhankelijke, kleinschalige boeren zich in een collectief verenigden en vanuit een centrale gemeenschap de omliggende gronden exploiteerden. Hieruit ontwikkelde zich kleinschalige thuisarbeid, later geprofessionaliseerd tot kleine industrieën, vooral gespecialiseerd in de textiel en tapijtnijverheid.

Klein stedelijk karakter

In het kielzog van rijke Amsterdammers die vanaf de 17e eeuw landhuizen stichtten in 's-Graveland om er in de zomer te verpozen als het in de stad te benauwd en vies was, werden langs lommerrijke uitvalswegen rondom het centrum eveneens landgoederen en zomerresidenties gerealiseerd. Vanaf de 19e eeuw kwam zo een bloeiend zomertoerisme op gang. Gestimuleerd door snelle vervoersmogelijkheden van en naar de omliggende steden kwam daarna het forensenverkeer tot ontwikkeling en ontstond een meer permanent woonklimaat rond het centrum. Als gevolg hiervan nam de dienstverlening en kleinschalige handel toe. Door de bevolkingstoename transformeerde de voorheen agrarische dorpskern zich naar een centrum gericht op handel, dienstverlening en winkelnering. Verdichting en schaalvergroting gaven de aanzet voor het klein stedelijke karakter van Hilversum.

Vakmanschap in media

De combinatie van een goede woonomgeving, hoogwaardige dienstverlening, uitgebreide faciliteiten en goedkope grond en arbeid stimuleerde industrie en vakmanschap. De geschiedenis van Hilversum als Mediastad begint bij de opkomst van het radiotoestel en de start van de Nederlandse Seintoestellenfabriek (NSF) in 1918 aan de Naarderstraat. Omroepen vestigden hun studio's en kantoren in Hilversum om dure telefoonkosten uit te sparen. In 1951 volgt de eerste TV-uitzending en in 1961 wordt de eerste paal geslagen voor het Omroepkwartier, later omgedoopt tot Media Park.

Heden ten dage zien we grote organisaties met internationaal bereik, een breed palet van, vaak kleinschalige, productiebedrijven, instellingen als Beeld en Geluid en een beroepsbevolking die voor maar liefst een derde in creatieve beroepen werkzaam is.

Vakmanschap in architectuur, stedebouw en groen

Ongebreidelde groei leidde in het begin van de 20e eeuw tot een ongewenste stedelijke en sociale situatie. Met de aanstelling van W.M. Dudok als gemeentearchitect werd voor kwaliteit en vakmanschap gekozen. Ingegeven door een sociaal bewustzijn werd voor alle lagen van de bevolking een kwalitatief goede woonomgeving gemaakt, ingebed in een architectonische en stedenbouwkundige samenhang. Integratie van stad en omliggende natuur speelde een belangrijke rol bij zijn plannen aan de rand van de stad, waar toen nog heidevelden lagen. De laanstructuren en de grote diversiteit van het bomenbestand worden ook nu nog gekoesterd. In het centrum is hij er, ondanks zijn vernieuwende ideeën zo pal na de oorlog, niet in geslaagd om zijn stempel te drukken op de structuur van het centrum. Er zijn naast het C&A–gebouw slechts enkele portiekflats en woonwinkelcomplexen van zijn hand gerealiseerd.

Dorp en stad

Het diverse karakter van enerzijds kwalitatief goede en groene zogenaamde arbeiders-, middenstands- en villawijken en anderzijds een hoogwaardig ontwikkeld, kleinschalig ondernemerschap kenmerkt tot op de dag van vandaag de Hilversumse identiteit. In het centrum bevinden stad en dorp zich naast elkaar, groot en klein, oud en modern, intiem en robuust. Deze diversiteit is het gevolg van (steeds weer) nieuwe plannen die slechts ten dele werden uitgevoerd. De verschillende sferen zijn karakteristiek voor Hilversum, maar worden op dit moment nauwelijks als herkenbaar en waardevol ervaren. Juist de erkenning van deze verschillen en het versterken van de verscheidenheid draagt bij aan verbetering van de ruimtelijke kwaliteit en van het verblijf in het centrum.

De rode draad

De rode draad is helder. Op korte afstand van de grote steden, centraal in de Gooi en Vechtstreek, gedijt het vernieuwend vakmanschap (media, architectuur/stedebouw, groen) goed. Zo goed dat het het Hilversums karakter is gaan uitademen. Ook de verscheidenheid in sferen is karakteristiek. In het centrum is het dorpse (kleinschalig, aangenaam, intiem, overzichtelijk) en het stedelijke (kwaliteitsniveau van aanbod, levendig, verrassend, de Mediastad) te ervaren. Dit karakter, deze identiteit, is nog onvoldoende terug te zien in de stad als geheel en het centrum in het bijzonder.

Het centraal stellen van de identiteit in deze centrumvisie zorgt voor samenhang. Het maakt dat Hilversummers, maar ook bezoekers van elders, zich in het centrum thuis gaan voelen.

Vernieuwend vakmanschap en verscheidend staan centraal

In het centrum wordt de gelegenheid tot ontmoeting en verbinding tussen inwoners van Hilversum en bezoekers vanuit de Gooi en Vechtstreek en daarbuiten gestimuleerd. Vanuit de historische context wordt kwaliteit van vakmanschap terug gebracht in het centrum.
Dit vernieuwend vakmanschap wordt beleefd:

- in het aanbod aan winkels, markt, horeca, kunst, cultuur, evenementen;
- in de media;
- in de ruimtelijke kwaliteit van panden;
- in de hoogwaardige (groene) inrichting van pleinen, brinken en straten.

Daarbij gebruikmakend van:

- de kracht van de verscheidenheid;
- de combinatie van het dorpse en stadse;
- intieme groene pleinen en brinken waar het aangenaam vertoeven is met zicht op media(kunst);
- stoere, levendige plekken vol aangename beelden en geluiden.

3. Pleinen, brinken en straten

Verscheidenheid is kenmerkend

De gegroeide stad met haar verschillende karakteristieken is kenmerkend voor Hilversum en voor het centrum in het bijzonder. Het oude dorp is vanaf de 19e eeuw door de explosieve bevolkingsgroei en onder invloed van verschillende plannen in de afgelopen 70 jaar getransformeerd naar een verstedelijkt centrum.

Stadsplattegrond

Opvallend is dat de transformatie van het centrum zich grotendeels heeft afgespeeld binnen de context van het historische stratenplan. Met uitzondering van de Centrumring, die deels nieuw is aangelegd en deels de bestaande wegen volgt, zijn het historische stratenpatroon en de historische brinken nog grotendeels intact. De structuur van het oude dorp met de verschillende brinkjes om het vee te verzamelen, is met de verstedelijking vanaf het eind van de 19e eeuw in de stad geïncorporeerd. Met de aanleg van de spoorlijn en de bouw van het station in 1874, maar zeker naar aanleiding van het Kernplan uit 1971 en het Binnenstadsplan uit 1992, is het oostelijke deel van het centrum flink veranderd en verdicht met grote schaalsprongen. Verder is het stratenpatroon op de oudste kadastrale kaart uit 1832 nog herkenbaar in de huidige plattegrond.

Dorp en stad

Bij herinrichting van pleinen, brinken en straten staat hoogwaardig vakmanschap centraal. Dit vakmanschap komt tot uitdrukking in het ontwerp en in de keuze van bestrating, groen en meubilair. De verscheidenheid, de combinatie van het dorpse en stadse, wordt versterkt door onderscheid te maken in gebieden die de sfeer van het ‘oude dorp’ uitstralen, zoals het gebied Kerkbrink - ’s-Gravelandseweg – Keiplein - Schoutenstraat – C&A-plein en meer stedelijke gebieden, zoals het Stationsgebied, het Marktplein en het Gooilandplein.

Groen

Hilversum is omringd door natuur. Deze is voor elke inwoner op korte afstand te bereiken. Groen in het stedelijk gebied is schaars vergeleken met andere gemeenten, terwijl dit met het oog op bijvoorbeeld klimaatverandering steeds belangrijker wordt. Hilversum telt wel veel bomen en variatie in bomen. In totaal 700 soorten bomen. Deze variatie wordt in het centrum onvoldoende ervaren. Het aantal groene plekken in en rond het centrum is beperkt. Naast de Oude Haven zijn er het Dudokpark en de begraafplaats ‘Gedenkt te sterven’ en in de toekomst het Vitushof. Gestreefd wordt naar een versterking van het groene karakter en het verhogen van de verblijfswaarde, door:

- de hoogwaardige inrichting van het Vitushof als groene verblijfsplek in het centrum. Het Vitushof krijgt een openbaar karakter en blijft herkenbaar als voormalige begraafplaats;
- vergroenen van het Gooilandplein;
- de aanplant van (extra) bomen op het Marktplein en op de Kerkbrink;
- de aanplant van extra bomen langs de Centrumring (Stationsplein) en op andere strategische plekken in het centrum;
- het versterken van het groene karakter van de as Gooilandplein – Groest – Marktplein - de Vorstin door het doorzetten en op termijn vernieuwen van de bomenstructuur.

Het groene karakter van het centrum kan ook worden versterkt door realisatie van verticale tuinen en daktuinen.

Brinken

De herinrichting van het Keiplein en het C&A-plein hebben de oude brinken een nieuwe, dorpsuitstraling gegeven, terwijl de gele straatstenen een herkenbare verwijzing zijn naar het karakteristieke gele zand waaruit de brinken vroeger bestonden. Met het vernieuwen van de bloemenkiosk aan het C&A-plein wordt de herinrichting van deze brink afgerond. Het is wenselijk de vormentaal van beide brinken door te zetten naar andere, historische brinken (de Kerkbrink en de brink in de Herenstraat-Veerstraat) om zo de relatie tussen de verschillende brinken te versterken.

Kerkbrink

Veel wordt verwacht van de herinrichting van de Kerkbrink. Uit verkennende gesprekken met verschillende partijen rond de Kerkbrink is een gedeeld toekomstbeeld ontstaan. De Kerkbrink zal door het laten vervallen van de busroute en een deel van de fietsroutes transformeren van een verkeersplein naar een aantrekkelijk, obstakelvrij verblijfsgebied. Qua profiel is de toekomstige Kerkbrink te typeren als culinair en cultureel, waarbij het Museum Hilversum veel meer dan nu naar buiten zal treden met media (kunst), zowel op pleinen als in leegstaande panden. Vastgoedeigenaren zullen bij invulling van panden rond de Kerkbrink aansluiten op het geschetste profiel. In het ontwerp zal de kracht van beide zijden van de Kerkbrink (rustig en druk) worden benut. In dit beeld is geen ruimte voor de muziektent. Hiervoor is mogelijk elders, bijvoorbeeld in het Dudokpark, een meer passende plek te vinden.

Marktplein

Het ontwerp voor het Marktplein is inmiddels vastgesteld. Het Marktplein wordt vormgegeven als een ruim stads-, markt- en evenementenplein met een eigen identiteit en vormgeving, die de bijzondere stedenbouwkundige situatie en functie benadrukken. De sfeer is die van het Lange Voorhout. Behoud van de te restaureren oude Eurobioscoop zorgt met een nieuwe functie en historisch uitstraling voor een



attractief element op het grote plein. Dit gebouw markeert een geleidelijke overgang tussen het nieuwe grote stedelijke stadsplein naar de dorpse sfeer van de kop van de Groest. Mocht de Eurobioscoop behouden blijven dan is aan de noordzijde ruimte voor passende bebouwing. Het plein wordt omzoomd door bomenrijen. De vanuit de Groest door te trekken bomenrijen, het doorzetten van bestrating van het Marktplein naar de kop van de Groest en vooral het omleggen van de Centrumring om de markt heen in plaats van door de Stationsstraat, zorgen voor een aantrekkelijke voetgangersverbinding vanaf de Groest ter hoogte van het Herenplein tot en met het Marktplein. Hier ontstaat één doorlopend voetgangersgebied.

Stationsplein

Het Stationsplein is de belangrijkste entree van het centrum. Een knooppunt voor trein, bus, taxi, fiets en voetganger. Het gebied is op dit moment weinig aantrekkelijk, wordt ervaren als onveilig en de relatie met het centrum is zwak. Een goede balans tussen vervoersfuncties en verblijfsfuncties ontbreekt. Daarbij is de route richting centrum zowel te voet als te fiets onvoldoende herkenbaar. Gesprekken die gevoerd worden met partijen, zoals NS, ProRail en diverse vastgoedeigenaren kunnen leiden tot een vergaande integrale benadering voor het gebied van Beatrixtunnel tot en met de Kleine spoorbomen. Uitgangspunt is dat het Stationsgebied een aantrekkelijke, veilige entree wordt richting centrum en te voet en op de fiets een logische verbinding tussen oost en west. Daarnaast wordt het er prettiger om er te komen en er te verblijven. Het plein moet bezoekers verwelkomen. Er liggen ook mogelijkheden om te voorzien in ruimte voor zakelijke (korte) ontmoetingen, afhaalpunten, productpresentaties, e.d. Voortbordurend op de schaal van de hier aanwezige grotere gebouwen, krijgt het plein de allure van een open groene ruimte met heldere wandelroutes van het station naar het centrum. Deze routes zijn zowel via de Leeuwenstraat als via de Stationsstraat, die door het omleggen van de Centrumring verandert in een voetgangersgebied met fietsroute en bomen. Door het beter benutten van de fietsparkeerkelder en het meer afschermen van fietsenstallingen met groen zijn de gestalde fietsen minder prominent aanwezig.

Straten

De bestrating in het hele kernwinkelgebied bestaat uit rode penterklinkers. Deze bestrating gaat nog geruime tijd mee, maar bij herinrichting van pleinen en brinken, zoals de Kerkbrink, het Marktplein en het Stationsplein krijgen deze plekken hun eigen karakteristiek met passende bestrating en meubilair. Straten als de Biersteeg en omgeving en het Historisch Buurtje behouden hun huidige, dorpse bestrating. Tussen de kop van de Groest en de Bussumerstraat begint nu ook een ‘historisch buurtje’ te ontstaan. De Kerkstraat, Schoutenstraat, Leeuwenstraat en Stationsstraat behouden of krijgen het beeld van de rode lopers, de verbindingsstraten tussen de pleinen en brinken in het centrum. Voor de route Zeedijk - Herenstraat - Herenplein - Groest worden particuliere initiatieven die tot verbetering leiden gesteund.

Groest

De Groest, althans tussen Herenstraat en Marktplein, behoudt zijn belangrijke rol als verblijfsfunctie, uitgaansgebied, flaneerzone met terrassen en bomenrijen. De Groest verbindt het Gooilandplein met het Herenplein en het Marktplein. Om de Groest meer een eigen identiteit te geven als historisch belangrijke plek centraal in het centrum volgt op termijn herinrichting. De voortgang van de kastanjebloedingsziekte is medebepalend voor het moment waarop. Bij herinrichting worden nieuwe bomen geplaatst die verder uit elkaar geplaatst zullen worden om meer licht te krijgen. Er komt daarnaast meer ruimte voor terrassen en voetgangers en een minder brede goed herkenbare fietsroute. Fietsparkeren wordt bij voorkeur opgelost in gebouwde voorzieningen. Het zuidelijke deel van de Groest krijgt in het verlengde van de Emmastraat (tweerichtingsverkeer) – Gooilandplein een verkeersfunctie van en naar de parkeergarage Hilvertshof en zal als herkenbare verkeersweg worden heringericht. Daarbij is aandacht nodig voor verbetering van de ingang van de parkeergarage Hilvertshof.

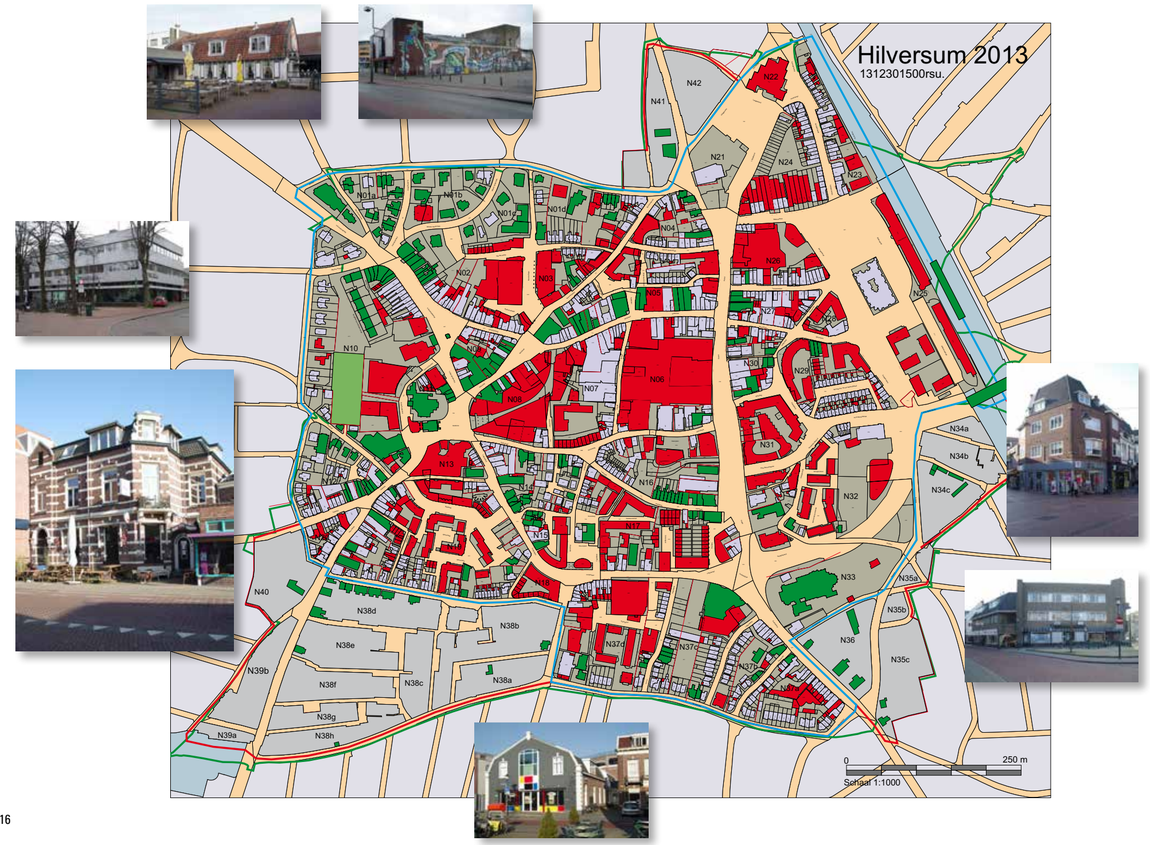
Beheer en onderhoud

Bij een hoogwaardige inrichting hoort een goed niveau van beheer en onderhoud. Op dit en andere gebieden liggen er kansen in de vorm van participatiebanen. Het mes snijdt daarbij aan twee kanten. Mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt doen ervaring op en het centrum wordt aantrekkelijker. De uitgangspunten voor beheer en onderhoud zijn opgenomen in de handboeken Inrichting en Beheer Hilversum Buiten. Deze handboeken zullen worden geactualiseerd. Mutaties van afgelopen jaren worden verwerkt en inhoudelijke en financiële kaders voor de komende jaren worden vastgelegd. Voor groen (schoon en heel) en voor verharding geldt voor het centrum het niveau goed als uitgangspunt. Aandachtspunten zijn graffiti en kauwgom.

Programma

De gemeente Hilversum draagt komende jaren op verschillende manieren bij aan aantrekkelijke pleinen, brinken en straten.

- Vernieuwen van de kiosk C&A-plein
- Realisatie van het Vitushof en vergroenen van het Gooilandplein
- Aanplant van extra bomen langs de Centrumring (Stationsplein) en op strategische locaties in het centrum
- Herinrichting van het Marktplein inclusief de kop van de Groest en dit deel van de Stationsstraat
- Herinrichting van de Kerkbrink
- Ondersteunen van particuliere initiatieven op de route Zeedijk - Herenstraat - Herenplein - Groest
- Actualisatie van de handboeken Inrichting en Beheer Hilversum Buiten



4. Gebouwen

Diversiteit in bebouwing

In tegenstelling tot het stratenplan is de bebouwing in de loop van de jaren op veel plekken aangepast en vernieuwd. De open verkaveling met losse, vrijstaande dorpsbebouwing is getransformeerd naar aaneengesloten bouwblokken met dichte gevelwanden. Deze ontwikkeling heeft zich vanaf het eind van de 19e eeuw in verschillende fasen afgespeeld. Hierdoor zijn in het centrum verschillende typen bebouwing te vinden.

Verschillende bouwperioden

Karakteristieke, individuele winkel-woonhuizen van omstreeks 1900 staan naast rijen winkelwoonhuizen in een massieve baksteenarchitectuur met opvallende hoekaccenten uit de periode van de interbellum. De periode na het Kernplan van 1971 laat een schaalsprong zien met bebouwing die zich, zoals in die periode gangbaar was, in vormgeving en materiaal weinig van de omgeving lijkt aan te trekken. Hierna volgde het Binnenstadsplan uit 1994 waarin in het Stationsgebied en de Langestraat ruimte kwam voor hogere bouw. Tussendoor bevindt zich verspreid over het centrum nog enige kleinschalige (deels nieuwe) dorpsbebouwing en nieuwe kleinschalige nieuwbouw in onder andere de Kampstraat, rond de Bussumerstraat en de Herenstraat. Een belangrijke metamorfose van het centrum was de realisatie van de Gooische Brink, die in de jaren 90 van de vorige eeuw zowel functioneel als ruimtelijk veel betekende op deze oudste plek van het dorp. Karakteristiek in het centrum zijn ook de kwalitatief meestal fraaie hoekpanden of hoekensembles. In het centrum zijn er daar heel veel van. Voorbeelden zijn de panden van Oldenhof, Douglas, Lorenzo en Flinders, maar ook de hoeken 's-Gravelandseweg - Oude Enghweg - Albertus Perkstraat en de hoek Schapenkamp-Spoorstraat.

Veel kwaliteit vanuit een hoge mate van vakmanschap

Op dit moment worden de verschillen nauwelijks als waardevol ervaren. De sfeer van het oude dorp wordt gewaardeerd. Het vakmanschap dat in de periode van Dudok in de rest van Hilversum is gerealiseerd wordt in het centrum gemist. De nieuwbouw wordt als te groot ervaren en veel gebouwen als neutraal of weinig bijzonder gezien. Toch blijkt uit onderzoek dat architectonische kwaliteit en identiteit niet tot één periode beperkt is. De agrarische en vroeg-industriële bebouwing geven het centrum zijn dorpse identiteit. De invloed van de chique Gooische villawijken is terug te vinden in de rijke detaillering van veel winkelpanden. De groeispurt van Hilversum en de tuinstedelijke ontwikkeling zijn herkenbaar in krachtige bakstenen gevels, de opvallende hoekaccenten en hoge kappen. In het kielzog van Dudok is de aanzet gegeven voor het modernisme, die vervolgens door andere architecten in de naoorlogse periode is opgepakt.

Kwaliteit niet goed herkenbaar

De verschillende kwaliteiten zijn vaak niet meer goed herkenbaar, door soms opzichtige reclame, pragmatische wijzigingen (winkelpuien die niet passen bij de bovenbouw), toepassing van goedkope materialen en verwijdering van ornamenten in de loop van de tijd. Ook andere inzichten in welstandsbeleid en architectuurstromen hebben hier en daar geleid tot gebouwen die destijds fraai gevonden werden (zoals het voormalig UWV-pand en de bankgebouwen aan de Oude Torenstraat en de 's-Gravelandseweg) maar vandaag de dag als storend ervaren worden.

Zeven karakteristieken

Uit verschillende perioden zijn kenmerkende gebouwen te vinden.
Er zijn zeven karakteristieken te onderscheiden:

- agrarische bebouwing;
- industrieel erfgoed;
- villa-achtige winkel/woonhuizen;
- het interbellum;
- na-oorlogse bebouwing;
- panden uit de periode van de expansie;
- contemporain.

Deze karakteristieken zijn in het hele centrum verspreid terug te vinden, maar soms overheerst één van deze karakteristieken.

- Zo hebben de winkel-woonhuizen aan de 's-Gravelandseweg, Schoutenstraat en de Kerkstraat nabij de Kerkbrink een overwegend verticaal en villa-achtige karakter, passend bij de bebouwing van de omliggende villawijken.
- De bebouwing rondom de Herenstraat, Leeuwenstraat en de Kerkstraat nabij Groest is daarentegen weer meer uitgevoerd in horizontale baksteenarchitectuur uit de periode van het interbellum, aansluitend op de bebouwing van de wijk Over 't Spoor.
- De Groest heeft een diversiteit van stijlen en kwaliteiten. Prachtige gebouwen zoals de Rex en het voormalige pand van de Gooi- en Eemlander worden afgewisseld met grofschalige appartementengebouwen en panden met een zeer matige uitstraling zoals dat van Xenos.
- De bebouwing langs de Centrumring-oost is overwegend stedelijk van karakter.
- De gebieden rondom de Biersteeg en het Historisch buurtje hebben juist een kleinschalig en dorps karakter.

Waardering en acceptatie voor verscheidenheid

De verscheidenheid van verschillende perioden, bouwstijlen, groottes en sferen naast elkaar is een karakteristiek van het centrum van Hilversum die niet kan

worden teruggedraaid. Het oude dorp zal niet terugkomen en het dorp zal ook nooit een echte stad worden. Door de verscheidenheid als een kenmerkende eigenschap van Hilversum te zien, en waar mogelijk gebouwen met een goede architectuur te stimuleren zal de waardering en acceptatie van het centrum toenemen. Als de gemene deler kwaliteit in vormgeving, materiaal en detaillering wordt, dan kan een bijzonder mix van gebouwen ontstaan die de herkenbaarheid en beleefbaarheid van het centrum kan vergroten. In het centrum zijn recent nieuwe bouwplannen gerealiseerd, die door bezoekers van het centrum gewaardeerd worden, zoals woningen in de Herenstraat, het Aloysius College, het Filmtheater en de JT Bioscoop. Het centrum verandert niet van de ene op de andere dag. Transformatie van gebouwen is een langdurig proces, waar vastgoedeigenaren een hoofdrol in hebben. Voor de gemeente ligt er een belangrijke taak om de kwaliteit van de openbare ruimte op een hoog niveau te brengen. Hierdoor worden vastgoedeigenaren gestimuleerd om hun panden op te knappen.

Herstel bestaande architectuur zorgt voor kwaliteitsslag

De verschillende karakteristieken kunnen versterkt worden door per (cluster van) karakteristieken de kenmerken en kwaliteiten te benoemen en als uitgangspunt te nemen voor herstel en/of nieuwbouw. Herstel van de oorspronkelijke architectuur betekent al een aanzienlijke kwaliteitsslag. Door verdwenen ornamenten en gevelelementen te herstellen worden de verschillende karakteristieken weer zichtbaar. Ook inzet van media (bijvoorbeeld augmented reality) draagt bij. Het terugbrengen van oude reclame, vervangen van dichte rolluiken, het aanlichten van panden en het nemen van duurzaamheidsmaatregelen draagt bij aan de kwaliteit van panden. Een stimuleringsregeling (gevelherstelfonds) zal eigenaren helpen dit ook daadwerkelijk te laten uitvoeren. De focus van het gevelfonds zal liggen op het kerngebied, te weten Leeuwenstraat, Groest, Langgewenst, Kerkstraat, Schoutenstraat, Kerkbrink en 's-Gravelandseweg. Uitgangspunt is een pilot van 2 jaar met een plafondbedrag van 100.000 euro per jaar. Maximaal 50% van een investering en maximaal 10.000 euro per pand zal worden vergoed.

Eurobioscoop

Voor de voormalige Eurobioscoop liggen kansen voor verschillende invullingen, ook in combinatie met nieuwbouw aan de noordzijde. Uitgangspunt is dat de functie levendigheid creëert gedurende de dag en de (vroege) avonduren. Een horecafunctie, in combinatie met bijvoorbeeld detailhandel, ambacht of cultuur, ligt dan voor de hand.

Oorspronkelijke karakteristieken als uitgangspunt

Op het gebied van ruimtelijke kwaliteit heeft de gemeente een taak in regelgeving en toezicht. Het belangrijkste middel hierin is welstandstoezicht en de welstandsnota.

De welstandscriteria voor het centrum zijn nu sterk gericht op de verschillen van schaal en ontwikkelingssnelheid van deelgebieden in het centrum. Hierbij wordt de diversiteit van bebouwing als gegeven beschouwd, zonder dat onderscheid gemaakt wordt in de kwaliteit van de architectuur en karakteristieken. De nieuw te formuleren criteria moeten erop gericht zijn oorspronkelijke karakteristieken terug te brengen. Van aanwezige en oorspronkelijke kenmerken zal een analyse worden gemaakt, die vervolgens gewaardeerd worden en als uitgangspunt dienen voor herontwikkeling, verbouwing en/of nieuwbouw. Maatwerk en plaatsgebondenheid zijn belangrijk. Nieuwe ontwikkelingen moeten passend zijn bij maat, schaal en karakter van de omgeving.

Meer aandacht voor reclame

Bij een kwalitatief hoogwaardige uitstraling past meer aandacht voor reclame-uitingen. In het centrum bevindt zich een grote verscheidenheid aan (soms opzichtige) reclame-elementen, zoals lichtbakken, uithangborden, rolluiken, banners, vlaggen en vuilnisbakken. Dit komt de kwaliteit van het centrum niet ten goede. Reclamebeleid waarbij een eenheid in reclame-uitingen wordt nagestreefd (losse reclameletters i.p.v. lichtbakken, dichte rolluiken, e.d.), passend bij de stijl van het gebouw, zal de kwaliteit van het centrum doen verbeteren. Dat geldt ook voor het vervangen van bijvoorbeeld de Ecobin afvalbakken. Bij het formuleren van nieuw reclamebeleid, als onderdeel van de welstandsnota, wordt gezocht naar een balans tussen een kwalitatief hoogwaardige uitstraling en ruimte voor ondernemerschap.

Aanwijzen monumenten

Verspreid over het centrum bevinden zich historische gebouwen die geen monumenten zijn, maar die wel kenmerkend zijn voor de verschillende karakteristieken in het centrum. Door deze bebouwing als gemeentelijk monument aan te wijzen wordt voorkomen dat ze verloren gaan. Behoud ervan maakt de ontwikkelingsgeschiedenis van het centrum zichtbaar en beleefbaar en versterkt de identiteit van het centrum. Het gaat om circa 50 panden.

Bouwhoogtes en voorkomen van plotselinge sloop

In het centrum dienen bij nieuwbouwplannen de bouwhoogtes en karakteristieken zoveel mogelijk aan te sluiten op de bestaande bouwhoogtes en waardevolle karakteristieken. In het nieuw op te stellen bestemmingsplan zullen bouwhoogtes (van nog aan te wijzen) monumentale, waardevolle en karakteristieke panden en ensembles beperkt worden en worden teruggebracht tot de huidige (feitelijke) hoogten. Daarnaast dienen karakteristieke, beeld/sfeerbepalende (niet-monumentale) oude panden en ensembles in het centrum zoveel mogelijk beschermd te worden tegen plotselinge sloop. In het nieuw op te stellen bestemmingsplan zullen hiervoor regels worden opgenomen.

Programma

De gemeente Hilversum investeert komende jaren op verschillende manieren in de ruimtelijke kwaliteit van het centrum.

- Opstellen van een nieuwe paragraaf in de Welstandsnota voor het centrum, waarbij de 7 karakteristieken uitgangspunt vormen en waar reclamebeleid onderdeel is
- Realiseren van een subsidie voor gevelverbetering (gevelherstelfonds)
- Aanwijzen van monumenten (circa 50 panden)
- Besluitvorming over de Eurobioscoop
- In het nieuw op te stellen bestemmingsplan zullen bouwhoogtes (van nog aan te wijzen) monumentale, waardevolle en karakteristieke panden en ensembles beperkt worden en worden teruggebracht tot de huidige (feitelijke) hoogten.
- In het nieuw op te stellen bestemmingsplan zullen regels worden opgenomen om karakteristieke, beeld/sfeerbepalende (niet-monumentale) oude panden en ensembles zoveel mogelijk te beschermen tegen plotselinge sloop.



5. Winkelen, markt en uitgaan

Centrum als verlengde huiskamer

Winkelen vormt van oudsher het belangrijkste motief voor een bezoek aan het centrum. Zo is de wekelijkse markt al sinds 1823 een regionale trekker. Winkelen is tegenwoordig minder gericht op de aankoop van producten, dat kan immers ook via internet en meer op oriëntatie. Daarnaast worden andere motieven belangrijker. Denk aan ontmoeting, eten en drinken, werken, kunst en cultuur en evenementen. Het centrum wordt steeds meer een verlengde van de huiskamer. Dit stelt hoge eisen aan kwaliteit, uitstraling, veiligheid, toegankelijkheid (ook voor mensen met een beperking) en functionaliteit van het centrum, het kloppend hart van Hilversum.

Omvangrijk aanbod met regionale uitstraling

Het centrum van Hilversum heeft een omvangrijk winkel- en horeca aanbod met van oudsher een regionale uitstraling. Qua omvang te typeren als binnenstad (1 van de 17 grootste centra in Nederland, gerekend naar aantal winkels), wordt een bezoek aan het centrum door Hilversummers zelf vaak aangeduid als ‘ik ga even naar het dorp’. Ook hier dus het beeld van dorp en stad.

Nieuwe toekomst voor het randgebied

In de afgelopen jaren zien we een compacter kernwinkelgebied ontstaan. Al in 2008 werd geconstateerd dat straten rond het centrum functioneel geen deel meer uitmaken van het centrum. Winkelleegstand heeft hier, bijvoorbeeld in de Havenstraat, structurele vormen aangenomen. Als entrees naar het centrum zijn de straten van belang. De toekomst is voor de meeste straten echter een andere dan die als winkelstraat. Factoren, zoals de ligging ten opzichte van het kernwinkelgebied, de ligging ten opzichte van bronpunten (parkeergarages, station) en de mogelijkheden voor circuitvorming bepalen het toekomstperspectief. De gemeente kiest voor compact met perspectief voor het randgebied. Via deelname aan het experiment ‘Aangename Aanloopstraten’ van Platform31 wordt het toekomstperspectief van de straten in het randgebied bepaald. In veel gevallen zal dat minder winkels en horeca en meer ruimte om te wonen betekenen. Dat zijn lastige beslissingen, maar wel noodzakelijke. Bestaande initiatieven worden hierin uiteraard betrokken. De visie wordt gevolgd door een aanpak per straat. Vergaande maatregelen, zoals het weg bestemmen van detailhandel en horeca, stedelijke herverkaveling en actieve verplaatsing worden op voorhand niet uitgesloten. De leegstand in de Emmastraat is minimaal. Gelet hierop is het niet de bedoeling de winkelfunctie daar af te bouwen.

Kernwinkelgebied

De kernwinkelstructuur omvat de as van het Marktplein naar Groest tot aan de Herenstraat, de as van het Stationsplein via de Leeuwenstraat en de Kerkstraat naar het C&A-plein en de Kerkbrink en de route Gooische Brink, Kerkbrink via de 's-Gravelandseweg naar het Keiplein en via de Schoutenstraat terug naar het C&A-plein. Straten en pleinen als de Zeedijk, de Bussumerstraat, het Wagenmakersplein, de Herenstraat en de Stationsstraat kunnen met specialistisch aanbod en vernieuwend vakmanschap bijdragen aan het onderscheidende karakter van Hilversum, maar zorgen vooral voor de ontsluiting van het kernwinkelgebied, te voet, met de fiets, per OV en auto. De gemeente legt de focus op de kernwinkelstructuur. Investeringen in panden, pleinen, brinken en straten worden in dit gebied gedaan. Hier wordt door inzet van een acquisiteur leegstand tegengegaan. De investering van vastgoedeigenaar Kroonenberg in de Hilvertshof is daarbij een belangrijke impuls en onderstreept het vertrouwen van grote beleggers in het centrum van Hilversum. Door het verbeteren van het winkel- en horeca aanbod, de uitstraling en de routing krijgt Hilvertshof een stevige uitgangspositie voor de toekomst. Verbetering van de uitstraling van bijvoorbeeld de hoek Kerkstraat/Zeedijk is daarbij nog een aandachtspunt.

Horecaconcentratiegebieden

Het centrum telt drie horecaconcentratiegebieden, te weten het Groestkwartier, de Restaurantzone en het zogenoemde Kernwinkelgebied met winkelondersteunende horeca.

- De restaurantzone is groot ('s-Gravelandseweg, Kerkbrink, Vaartweg, Havenstraat, Langestraat). Als gevolg hiervan zijn de restaurants verspreid gelegen en mist Hilversum een herkenbaar, compact gebied met restaurants. Concentratie in het centrum levert meer uitstraling en daardoor kracht op.
- Het karakter van de Groest verandert. Aan jongeren tot 18 jaar mag geen alcohol meer worden geschonken. Er wordt volop geïnvesteerd in veilig uitgaan. Diverse cafés maken plaats voor restaurants.
- In de winkelstraten neemt de vraag van winkels naar het mogen voeren van horeca als onderdeel van de detailhandel toe. Concepten waarbij detailhandel, horeca, ambacht, e.d. zijn geïntegreerd vormen de toekomst, maar worden nu nog, ter bescherming van de horeca, beperkt door bestaande regelgeving zoals een maximumstelsel (maximaal 10 winkels mogen ondersteunende horeca voeren).

Te weinig vernieuwing

Door het onzekere beeld van de afgelopen jaren zijn de horeca en detailhandel als geheel te weinig actief. Te weinig ondernemers kijken verder dan hun eigen zaak. Ook ontbreekt het aan vernieuwing. Gelukkig zijn er wel positieve uitzonderingen. Denk aan de initiatieven van de Stichting Uitgaan Groest en HierHilversum. In de horeca zijn verder goede voorbeelden te noemen van innovatie, zoals Wijnbar Vintage, Vida, Doppio en Burgers en het toekomstige restaurant de Stadstuin op de kop van de Groest. Onderscheidende ondernemers in de detailhandel zijn

bijvoorbeeld Oldenhof, Dille&Kamille, spellenwinkel Vendetta, Mevrouw Groen, Van Schijndel Schoenen, Van der Lee stoffen, de Danswinkel en Platenzaak Het Oor.

Fysieke winkels blijven bestaan

Ondanks internet wordt er ook in de toekomst nog steeds in fysieke winkels in het centrum gekocht. In het centrum:

- staan ondernemers direct in contact met hun klanten;
- is er een combinatie tussen aanbod dat men verwacht en aanbod dat verrast;
- kunnen bezoekers producten zien en voelen;
- is sprake van (on)verwachte ontmoetingen of verbinding op basis van gedeelde interesses;
- zijn er aangename plekken om te verblijven, die door de identiteit fungeren als bindmiddel in een gemeenschap.

De eisen die worden gesteld aan het centrum nemen daarbij wel toe. Gastvrijheid staat centraal. Denk aan rust- en zitplekken, toiletvoorzieningen (ook voor minder validen), bagagelockers, babyverschoonruimten, kinderopvang, valetparking, bewegwijzering en stadsplattegronden. Andere winkeltijden (zoals donderdag tot en met zaterdag open tot 19 uur, in plaats van de huidige koopavond en maandag) passen hierbij. Ook door het gebruik van licht, geluid en geur kunnen bezoekers zich prettig en ontspannen voelen. Zo wordt de muziek tijdens de TOP2000 erg gewaardeerd door bezoekers.

Verschillende winkels en kanalen

Conceptstores waar de beleving een integraal onderdeel is, superspecialisten, discounters met snel wisselend assortiment en mixformules sluiten aan op de eisen van deze tijd. Veel ondernemers zijn daarbij via verschillende kanalen (fysiek en online) en op verschillende manieren (zoals workshops, kinderfeestjes, product-presentaties, signeersessies, winkelen op afspraak, muziekoptredens) actief. Ook integratie tussen verschillende sectoren, zoals detailhandel, horeca, diensten, zorg, ambachten en cultuur is tegenwoordig gebruikelijk. Ondernemers die niet voldoen aan de eisen van de consument, verdwijnen vanzelf uit het straatbeeld.

Dynamiek neemt toe

De dynamiek neemt alleen maar toe. Pop-up winkels, ook als onderdeel van reguliere winkels en pop-up horeca worden een gangbaar verschijnsel. Dit soort concepten zal een substantieel deel van het aanbod gaan uitmaken. Voorspellingen gaan uit van circa 25%. In Hilversum zijn reeds diverse pop-up winkels neergestreken. Met het grote aantal creatieven in Hilversum een logische ontwikkeling. Het stimuleren en programmeren van deze concepten zorgt voor verrassing en beleving. Met het sluiten van een convenant voor tijdelijke invulling van leegstaande panden worden de rand-voorwaarden geschapen.

Meer ruimte voor ondernemerschap

Vernieuwing wordt beperkt door (onnodige) regels. De regelgeving rond het gebruik van de openbare ruimte in het centrum zal tegen het licht worden gehouden. Denk aan uitstallingen, braderieën, standplaatsen, terrassen, venstertijden, reclame, e.d. Gezocht wordt naar de balans tussen kwaliteit en ruimte voor ondernemerschap. Daarbij is er ruimte om te experimenteren in een regelvrije zone en worden regels die integratie tussen bijvoorbeeld detailhandel en horeca beperken afgeschaft. Samen met ondernemers worden regels anders toegepast, verbeterd of geschrapt. Ondernemerschap wordt ook gestimuleerd door:

- het ondersteunen van starters via bijvoorbeeld meestergezelconstructies;
- samenwerking met het onderwijs, zoals het ROC;
- begeleiding bij overname en financiering (via bijvoorbeeld crowdfunding, microfinanciering, kredietunies, vermogende Hilversummers).

Meer focus op food

Het centrum kent veel dagelijks aanbod. Vooral de vier supermarkten (deels op slechte plekken) valt op. Maar er zijn ook diverse specialisten te vinden. Consumenten hechten steeds meer waarde aan producten, die puur, eerlijk, vers en biologisch zijn. Hierop inspelen kan door middel van een integraal concept, zoals ‘voor nu’ (het nuttigen van eten in het centrum), ‘voor straks’ (meenemen) en ‘voor later’ (producten om thuis te bereiden). Hilversummers en inwoners uit omliggende gemeenten staan meer dan gemiddeld open voor dit soort concepten. Ondernemers als saladebar VERS, Goody Foods, Biologische Slagerij Hilversum, Vishandel Hilvertshof, Toko Mee Sin, il diVino en Delicatezze Italiane spelen hier al op in.

De markt kan profiteren

Ook de markt kan hier, zeker wanneer kooplui uit verschillende branches samenwerken, profijt van trekken. De markt is een beleving in geur en kleur. In de foodsector komt meer de nadruk te liggen op exotische, biologische en streekproducten. De ontmoetingsfunctie van de markt krijgt steeds meer vorm door een centraal pleintje met gezellige terrasjes en aansluiting bij bestaande horeca. Ook wordt verbinding gezocht met kleinere evenementen in samenwerking met de promotiecommissie van de markt. Verder zal de markt meer kunnen aansluiten bij de vraag van de consument, door verschuiving van de openingstijden en een meer herkenbare indeling, met de bloemenkramen als entree.

Meer verrassing en beleving

Bezoekers willen verrast worden. Ze willen proeven en ruiken. Ze willen gastvrij ontvangen worden, deskundig advies krijgen en iets beleven dat betekenis heeft. Ondernemers moeten hier met hun eigen bedrijf op inspelen, maar kunnen daarbij juist ook profiteren van elkaar. Een goede samenwerking tussen horeca, winkeliers, markt en culturele organisaties is cruciaal. Een mooi voorbeeld is de Rabobank die in de vestiging op de Kerkstraat sociale ondernemers letterlijk in de etalage zet. Ook themamarkten kunnen hier, mits passend bij de identiteit van Hilversum en gedragen door de centrumpartijen zelf, een goede bijdrage aan leveren.

Gebiedsprofielen

Met de metamorfose van Hilvertshof ontstaat hier en in de Kerkstraat (tot aan het C&A-plein) een groot aanbod aan bekende ketens voor een brede doelgroep. De andere straten, zoals de Leeuwenstraat, de Groest, de Kerkstraat (C&A-plein tot Kerkbrink), de Gooische Brink, de Kerkbrink, de ’s-Gravelandseweg, het Keiplein en de Schoutenstraat kunnen hierop aanvullen met een helder en onderscheidend profiel. Ook een straat als de Bussumerstraat met een accent op biologisch en groen kan meerwaarde bieden. Samen met ondernemers, vastgoedeigenaren en makelaars worden gebiedsprofielen opgesteld. Een door de gemeente in te zetten acquisiteur draagt door het aandragen van passende ondernemers bij aan het profiel van de verschillende gebieden. Met lancering van een pandenbank, waarin (tijdelijk) beschikbare panden in het centrum overzichtelijk bijeengebracht worden, worden de randvoorwaarden geschapen voor een actieve aanpak van leegstand.

Uitgangspunten detailhandelsbeleid

Het detailhandelsbeleid uit 2008 zal worden herijkt. De volgende uitgangspunten kunnen worden geformuleerd.

- Ingezet wordt op een compacte winkelstructuur in het centrum.
- Binnen dit gebied is volop ruimte om te vernieuwen en te ondernemen. Onnodig beperkende regels worden aangepast.
- Voor de verschillende straten/gebieden worden profielen opgesteld. Vastgoedeigenaren en makelaars worden uitgedaagd hierbij passende ondernemers te interesseren.
- Door gezamenlijke marketing, bijvoorbeeld door het beter in de markt zetten van de cadeaubon van HierHilversum, introductie van de Gooise Gulden of andere ‘koop lokaal’ initiatieven kan het draagvlak onder Hilversummers worden vergroot.
- Door inzet van marktmeester en marktcommissie past de markt zich aan veranderende consumentenvoorkeuren aan en zoekt daarbij heel nadrukkelijk de samenwerking met andere partijen in het centrum.
- Voor gebieden buiten het centrum is afbouw van de winkelfunctie uitgangspunt.
- Inzet op centrummanagement, waaronder een acquisiteur die zorgt voor extra slagkracht. De acquisiteur bevordert, samen met vastgoedeigenaren en makelaars, de levendigheid door actieve werving van nieuwe of te verplaatsen ondernemers. De leegstand in het kernwinkelgebied zal hierdoor in de komende jaren substantieel afnemen.

Uitgangspunten horecabeleid

Het horecabeleid uit 1998, met actualisaties in 2003 en 2008, zal worden herijkt. De volgende uitgangspunten kunnen worden geformuleerd.

- Ingezet wordt op sterke horecabedrijven en structuren in het centrum.
- Verschillende leeftijdsgroepen moeten zich thuis voelen in het centrum.
- De kwaliteiten van horecabedrijven (bijvoorbeeld restaurants) kunnen via gezamenlijke marketing en bijvoorbeeld via een lokaal of regionaal Gilde (een samenwerking tussen de beste restaurants, naar voorbeeld van Brabant) meer voor het voetlicht worden gebracht.
- Profiel en omvang van de bestaande horecaconcentratiegebieden wordt tegen het licht gehouden.
- Versterken van de Kerkbrink als culinair plein.
- Binnen de horeca ontstaat volop ruimte om te vernieuwen en te ondernemen. Onnodig beperkende regels worden aangepast.
- De gemeente staat ook open voor meer (kleinschalige) overnachtingsmogelijkheden in en rond het centrum.
- Inzet is (waar landelijke wetgeving dat toelaat) een gelijk speelveld tussen verschillende sectoren, zoals tussen horeca en detailhandel.
- Samenwerking binnen de horeca, maar ook met cultuur, winkels en markt is een voorwaarde voor succes.

Het nieuwe detailhandels- en horecabeleid zal, naast ander beleid, worden verwerkt in een nieuw bestemmingsplan centrum.

Programma

De gemeente Hilversum draagt op verschillende manieren bij aan een aantrekkelijk klimaat voor winkels, de markt en horecabedrijven in het centrum.

- Aanstellen van een acquisiteur, inclusief realisatie pandenbank en convenant voor (invulling van) tijdelijke leegstand
- Herijking van het detailhandelsbeleid met gebiedsprofielen en vernieuwing van de markt
- Herijking van het horecabeleid met gebiedsprofielen
- Herijking van de regelgeving rond het gebruik van de openbare ruimte
- Realisatie van een nieuw bestemmingsplan



6. Cultuur en evenementen

Identiteit als inspiratiebron

Hilversum is de stad van contrasten. Stad en dorp, groot en klein, oud en modern, intiem en robuust bevinden zich naast elkaar. De spanning die deze verschillen met zich meebrengen kan Hilversum inzetten om vernieuwing, creativiteit en dynamiek te stimuleren. Hiervoor kan Hilversum putten uit een rijke historie met vernieuwend vakmanschap in media en muziek en architectuur.

Belang van kunst en cultuur

De kracht van kunst en cultuur is dat het identiteit en traditie met vernieuwing en dynamiek verbindt. Kunst en cultuur zijn belangrijk voor de beleving van de identiteit van de stad. Het doorlopende culturele aanbod door amateur- en professionele organisaties en de sfeer moeten aansluiten op de kern van de stad. Vanuit de ontwikkeling van Hilversum zijn er drie duidelijke pijlers , waarin Hilversum zich onderscheidt van andere plaatsen in Nederland. Inhoudelijke dragers zijn media (nieuwe media/film/fotografie), muziek (van klassiek tot jazz, pop en nieuwe muziekstijlen) en architectuur (stedenbouw, monumenten en de groene kwaliteit van de Tuinstad). Een flexibele programmering op alle kunstvormen voegt daaraan levendigheid, kwaliteit en dynamiek toe. Kunst en cultuur worden zoveel mogelijk in het centrum gepresenteerd. De programmering in het centrum trekt meer bezoekers die langer blijven, meer besteden en vaker terugkomen; het hart van de stad wordt dankzij cultuur en evenementen doorlopend gevoed.

On demand versus beleving

Het cultureel aanbod ondervindt concurrentie van andere vormen van vrijetijdsbesteding en merkt de effecten van digitalisering. Twee bewegingen zijn zichtbaar. Enerzijds willen mensen steeds meer onafhankelijk van plaats en tijd van culturele uitingen genieten via verschillende media. Anderzijds neemt de behoefte aan beleving toe; het ervaren van een culturele beleving op een passende locatie. Het centrum is daar in combinatie met de modernste digitale omgeving met de diverse culturele instellingen, de mix van functies en de verscheidenheid in pleinen en brinken bij uitstek voor geschikt. Een aantrekkelijk centrum met toekomst heeft culturele trekkers nodig om de gewenste beleving te creëren. Zo er is altijd wat te doen.

Stevige culturele instellingen verbonden met de stad

De gemeente kiest voor versterking van de identiteit van de stad en de cultuurfuncties die daarbij passen in de nieuwe cultuurnota is het toekomstbeeld uitgewerkt. Inzet is een levendig cultureel klimaat. Er zijn meerdere professionele kunstorganisaties in het centrum gevestigd. Zij ontwikkelen zich vanuit de bestaande identiteit verder tot stevige organisaties. Daarbij verbinden ze zich met de andere partijen in het centrum.

- Poppodium de Vorstin levert naast een omvangrijk muziekaanbod ook een flinke bijdrage aan de verlevendiging van het centrum met muzikale evenementen op het Marktplein en andere pleinen. Daartoe zal het poppodium samenwerken met alle amateurgezelschappen, met Globe en het MCO.
- Theater Gooiland laat na verbouwing van de evenementenlocatie een groeiend aantal bezoekers zien (187.000 bezoekers in 2014). Gooiland kiest voor het brede kunst en cultuuraanbod, waardoor voor alle Hilversummers en bezoekers uit de regio gedurende het gehele jaar een gevarieerd en toegankelijk aanbod geleverd wordt. Gooiland, dat met zijn architectonische statuur de oude luister van de Mediastad uitdraagt, kan opnieuw tot een aantrekkelijke plaats voor professionele podiumkunsten uitgroeien. Tweerichtingsverkeer op de Emmastraat maakt Theater Gooiland aanzienlijk beter bereikbaar.
- Museum Hilversum aan de Kerkbrink verbeeldt het belang van de media voor Hilversum, geeft een blik op de lokale mediageschiedenis en op de kunstzinnige kant van de media met mediakunst. Bestaande verbindingen met Beeld en Geluid en het Filmtheater kunnen worden versterkt. Het Museum heeft de ambitie daarbij naar buiten te treden, met name op de Kerkbrink. Ook in het gebruik van tijdelijk leegstaande panden liggen kansen voor het museum en andere instellingen.
- Rondom het Filmtheater, dat met zijn omvangrijke en hoogstaande filmaanbod al jaren op continue bezoekersstromen mag rekenen, kan een kleinschalig cultuurplein ontstaan, waar kunst en cultuurevenementen plaatsvinden. Deze ontstaan vanuit een mix van professionele en amateurkunstuitingen. Het is het plein waar de culturele Hilversummer zich thuis voelt. De nieuwe gebruikers van de voormalige bioscoop kunnen hieraan een goede bijdrage leveren.
- Ook de bibliotheek, gevestigd (net) buiten het centrum, behoort tot de basisinfrastructuur. De aantrekkingskracht van de bibliotheek zou meer waarde hebben op de Kerkbrink.
- De amateurverenigingen repeteren grotendeels buiten het centrum. Optredens en voorstellingen van amateurorganisaties, zowel in de openbare ruimte als op podia in de stad worden zoveel mogelijk georganiseerd in het centrum.

Evenementen in het centrum

Er komt meer ruimte voor evenementen die de identiteit van Hilversum versterken. Na herinrichting van het Marktplein kunnen evenementen (met uitzondering van de kermis) gelijktijdig met de markt op het Marktplein plaatsvinden. Ook andere pleinen en brinken, zoals Kerkbrink, Herenplein, Biersteeg, Wagenmakersplein, Keiplein, C&A-plein, Stationsplein en het Oosterspoorplein zijn beschikbaar. Verschillende bestaande en nieuwe evenementen dragen bij aan de identiteit.



- Kleinschalige kwaliteitsevenementen op de cultuurpleinen. Een goed voorbeeld is Rondje35. De kracht zit in het brede, maar kleinschalige entertainment. Van theater tot beeldende kunst, van klassieke muziek tot cabaret gecombineerd met lekker eten en drinken. Daarmee weet het een nieuwe doelgroep (30-plus) op zaterdagavond het centrum in te krijgen.
- Er ontstaat meer ruimte voor kleinschalige muziekevenementen binnen of buiten. Een mooi voorbeeld is de Popronde waar Hilversum in 2015 voor het eerst aan deelneemt.
- Binnen de pijler architectuur/stedenbouw wordt een herkenbaar programma vorm gegeven met vaste waarden (Dag van de Architectuur, Monumentendag, routes, rondleidingen) en (kleinschalige) evenementen, zoals een concert op de Raadhuisvijver. Van juli 2015 tot juli 2016 worden in het kader van het Dudokjaar extra activiteiten georganiseerd.

Natuurlijk staan er naast deze evenementen ook volksfeesten, zoals Koningsdag, 5 mei, Sinterklaas, Hilversum Alive en Oud en Nieuw op het programma en vaste waarden als de Hilversum City Run. Tevens is er ruimte in het centrum voor passende eigen initiatieven of aansluiting bij landelijke en regionale cultuurroutes zoals bijvoorbeeld de Week van de Amateurkunst, beeldende kunst- en theaterevenementen. De gemeente coördineert een goed gebalanceerd cultureel jaarprogramma vol met evenementen, zodat het hart van onze start het hele jaar door gevoed wordt en daarmee gezond blijft.

Uitgangspunten evenementenkader

Voor het realiseren van een stevig evenementenprogramma stelt de gemeente meer geld beschikbaar. Met de wens de middelen gericht in te zetten wordt een nieuw evenementenkader opgesteld. Hiervoor kunnen de volgende uitgangspunten worden geformuleerd.

- De beschikbare structurele middelen worden gericht ingezet voor het centrum en binnen de drie pijlers, te weten media, muziek en architectuur.
- Subsidies van de gemeente voor incidentele (culturele) activiteiten zijn een aanvulling op het bestaande aanbod.
- Daarnaast omvat het evenementenprogramma volksfeesten en vaste waarden, zoals de Hilversum City Run.
- De evenementen zijn voor een breed publiek geschikt en openbaar toegankelijk. Maar kennen elk een eigen kwaliteitsprofiel en doelgroep.
- De evenementen zijn evenwichtig(er) over het jaar en over locaties in het centrum verspreid via een stevige jaarprogrammering.
- Bij de programmering wordt aangesloten op de verschillende sferen van brinken en pleinen.
- De gemeente faciliteert de coördinatie van evenementen en bewaakt het profiel.
- Het centrummanagement krijgt een belangrijke rol bij het initiëren en realiseren van het evenementenprogramma in het centrum.

Kermis

De kermis is een van de vaste waarden. Met de pachtgelden worden de volksfeesten gefinancierd. Mogelijk wordt de kermis vanaf 2017 ingekort (beperking aantal dagen) en gesitueerd op het Marktplein. Daarmee zouden de randvoorwaarden worden geschapen voor een kwaliteitsslag. De kermis krijgt daardoor de kans de (regionale) kracht die het nu mist te realiseren. Consequentie van de kermis op het Marktplein is dat er in die periode minder of geen plek is voor de markt en andere reguliere activiteiten.

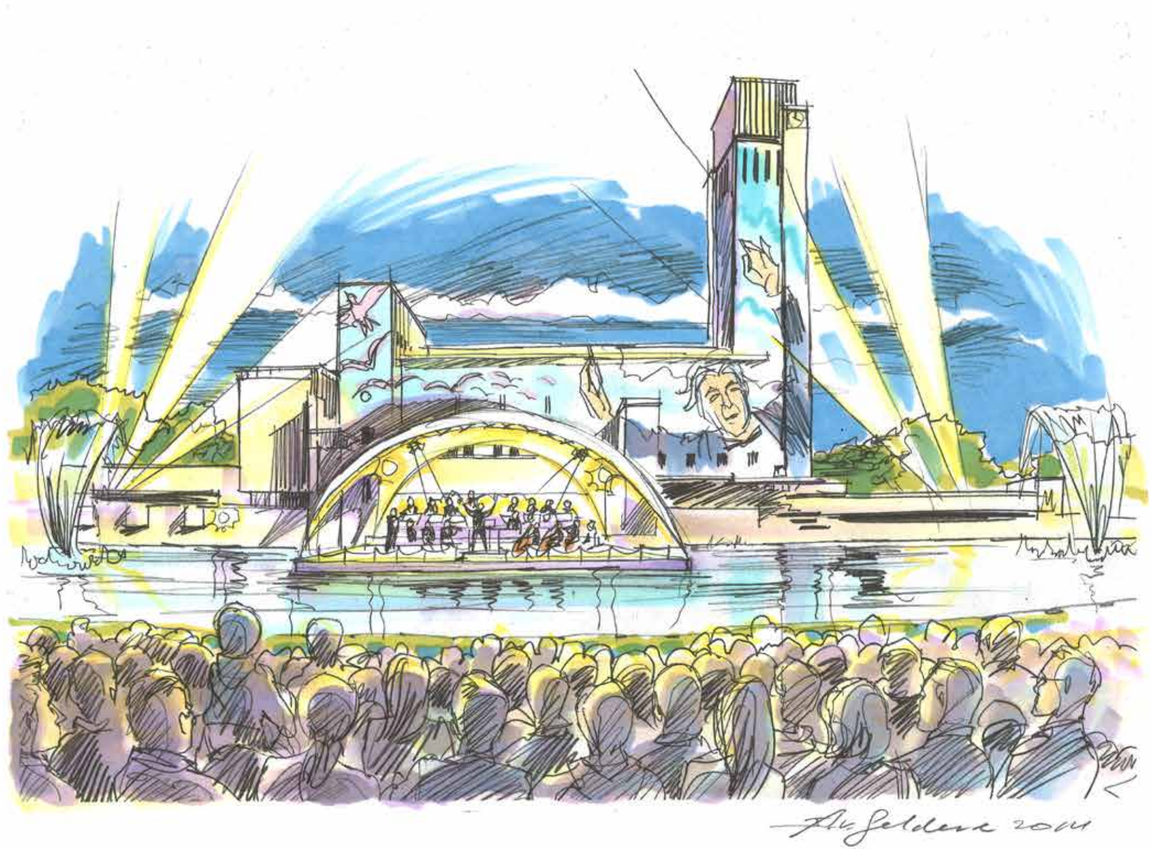
Stevige marketing

De informatieverstrekking over wat er te beleven valt in het centrum van Hilversum is versnipperd. Verschillende partijen, zoals het Regionaal Bureau voor Toerisme (VVV), Bibliotheek, gemeente, HierHilversum, cultuurplatform en individuele culturele organisaties en evenementenorganisatoren vervullen een rol. De informatie is nergens volledig en geregeld wordt door meerdere partijen hetzelfde werk gedaan. Dat kan beter. Ambitie is het realiseren van een samenwerking, waarbij alle partners op dezelfde wijze alle relevante content verwerken. Van daaruit kan Hilversum Mediastad zich profileren via onder meer website(s), (online) televisie kanalen, beeldschermen in de openbare ruimte, widgets, (online) nieuwsbrieven, (online) magazines en meer. Waarbij ook een redactie is voorzien. Een eerste proeve, onder de noemer Cityhub, is beschikbaar. Lokale partijen, zoals ook de lokale omroep, kunnen aansluiten. Door herijking van de relatie met het Regionaal Bureau voor Toerisme, maar bijvoorbeeld ook die met de bibliotheek wordt realisatie van de Cultuurhub concreet en is het een belangrijke aanjager voor de doorontwikkeling van de marketing van het centrum. De marketing richt zich op lokale, regionale en (boven-)regionale bezoekers. De bovenregionale bezoeker heeft bezoekmotieven die vooral toeristisch-recreatief van aard zijn. Om deze bezoekers te trekken moet het centrum zich onderscheiden. De identiteit (media, muziek architectuur/stedebouw) biedt daarvoor goede aanknopingspunten.

Programma

De gemeente Hilversum draagt op verschillende manieren bij aan een aantrekkelijk klimaat voor cultuur en evenementen.

- Realisatie van de nieuwe Cultuurnota
- Realisatie van een nieuw Evenementenkader met coördinatie van een stevige jaarprogrammering
- Realisatie van de Cityhub in combinatie met de doorontwikkeling van de marketing van het centrum
- Herijken van de relatie met het Regionaal Bureau voor Toerisme (RBT)



7. Media: toepassingen en festivals

Het belang van zichtbare media

De creatieve sector, en dan met name media en entertainment, is een belangrijke economische pijler voor Hilversum. De economische structuur kenmerkt zich door een beperkt aantal grote mediabedrijven met een internationaal bereik in combinatie met veel kleine bedrijven en ZZP-ers. Op dit moment heeft slechts een kwart van de ondernemers in het centrum het gevoel te ondernemen in de Mediastad. Dat moet anders, want ook de beleving in de Mediastad te wonen blijft achter terwijl Hilversum relatief veel “creatieve” inwoners heeft, dat wil zeggen actief in creatieve beroepen en omgevingen. Ter illustratie: in Hilversum wonen meer musici per 1.000 inwoners dan waar ook in West-Europa. Om het mediaklimaat in de stad te versterken worden mogelijkheden gecreëerd voor bedrijven, (culturele) organisaties en inwoners om zich te presenteren: via interactieve en innovatieve technologie. Daarnaast wordt geïnvesteerd in festivals met een duidelijk mediakarakter. Door het zichtbaar en beleefbaar maken van de media in het centrum benut Hilversum haar onderscheidend vermogen.

Toepassingen

In de Mediastad is het vanzelfsprekend dat mediatoepassingen zichtbaar zijn in de openbare ruimte. Het is onderdeel van het meubilair van de stad. Met realisatie van interactieve beeldschermen in het centrum (Kerkbrink en Stationsplein) en op het Media Park worden de eerste stappen gezet. Bewoners, bezoekers, reizigers en mediaprofessionals krijgen content voorgeschoteld, die informeert en inspireert, waar ze zelf deel van zijn én invloed op hebben. De content, wat er te zien is, wordt geproduceerd door een combinatie van mediamakers die elkaar vinden in een Stadsredactie. Bijvoorbeeld RTi Hilversum, Beeld en Geluid, mediabedrijven, Dichtbij.nl, HilversumsNieuws en centrumpartijen dragen bij aan de redactie. Inwoners kunnen eveneens een bijdrage leveren. De stadsredactie kan in het centrum worden gehuisvest op een zichtbare plek.

Naast schermen kunnen andere toepassingen volgen, te denken valt aan een Walk of fame met augmented reality techniek: beroemde mediagezichten krijgen een plek in de stad en via je smartphone wordt meer informatie zichtbaar. Televisiedecors en rekwisieten, ingezet als inspiratiebron voor kunstenaars om projecten in het centrum te ontwikkelen, maken de geschiedenis van de Mediastad beleefbaar voor een breed publiek. Muziek en radio zijn onderdeel van de beleving van het centrum. Er zijn mogelijkheden voor interactieve bewegwijzering die informatie geeft over wat er op het gekozen tijdstip te doen is in de stad.

Deelname aan het onderzoeksprogramma OBSERVE levert waardevolle inzichten. Dit onderzoeksprogramma van Hogeschool Saxion heeft ten doel kennis, software en instrumenten te ontwikkelen ten behoeve van publieksvriendelijke beeldschermen in de openbare ruimte. De beschikbaarheid van een basisinfrastructuur in het centrum, zoals WiFi en Beacons, is voor veel toepassingen een randvoorwaarde.

Festivals met impact

Mediafestivals hebben een landelijk bereik en versterken het profiel van de Mediastad. Ze leggen de verbinding tussen Media Park en centrum, en tussen mediamakers en mediaconsumenten. De Open Studiodagen (OSD) is een goed voorbeeld van een groot publieksevenement voor het hele gezin waar de magie van de media toegankelijk wordt gemaakt. Via workshops, kijkjes achter de schermen en live ontmoetingen met bekende Nederlanders waar je dagelijks via beeld en geluid mee in aanraking komt. Hilversum heeft orkesten van wereldformaat (Metropole Orkest, Radio Filharmonisch Orkest en Groot Omroepkoor) in huis, gevestigd in het Muziekcentrum van de Omroep en direct verbonden met radio en televisie. Zij kunnen een stevige bijdrage leveren aan de kwaliteit en uitstraling van de programmering. Het is nadrukkelijk het streven deze voor Hilversum belangrijke activiteiten en organisaties (meer) in het centrum te laten zien. Voor de verschillende mediafestivals gelden de volgende uitgangspunten.

- Met ingang van 2015 worden de OSD verbreed met een programma in het centrum en er worden arrangementen (cultuur, horeca) ontwikkeld waardoor het aantrekkelijk is na het Media Park ook het centrum te bezoeken.
- NPO Radio 2 Top2000 en Route 2000 nemen de stad over. De inzet is de 25.000 bezoekers (uit 11 miljoen luisteraars) in 2014 te doen toenemen door combinaties met (culturele) activiteiten, winkelen en verblijven in de stad. Top 2000 is volgens luisteraars een vaste waarde in feestdagenbeleving. Een bezoek aan de makers van het programma en de stad kan daarbij horen.
- Er zal een nieuw festival worden ontwikkeld, gericht op ontmoeting en presentatie van mediatalent en innovaties. Dit zal plaatsvinden in het voorjaar. Inspiratie is de Dutch Design Week die jaarlijks in Eindhoven wordt georganiseerd en zich heeft ontwikkeld tot een week waarin de hele stad is ondergedompeld in design. Combinaties met de Media Future Week en het Scenecs Filmfestival zijn mogelijk.
- In 2015 zal worden verkend of Serious Request in 2017 naar Hilversum kan komen. Deze verkenning wordt in samenwerking met ondernemers en maatschappelijke (culturele) organisaties uitgevoerd.

Medialaboratorium

De mogelijkheden voor vestiging van een publiek toegankelijk medialaboratorium in het centrum zullen worden onderzocht. Dit is een ontmoetingsplek met hoogstaande faciliteiten en presentatiemogelijkheden waar studenten, makers en publiek elkaar vinden. In het medialab gaat het voortdurend over de toekomstmogelijkheden van nieuwe media, beeld en geluid, creativiteit, kunst en technologie. Een dergelijk laboratorium, waarvoor bijvoorbeeld ARS Electronica in Oostenrijk als voorbeeld kan dienen, zal het centrum een innovatieve impuls geven. Voor mediaprofessionals en studenten een ontmoetingsplek. Voor centrum ondernemers een plek om nieuwe toepassingen onder de knie te krijgen. Voor de gemeente een inspiratiebron voor diensteninnovatie. Voor bezoekers een bezoek meer dan waard.

Programma

- Media herkenbaar en beleefbaar maken via het Programma Mediastad met als eerste stap de realisatie van beeldschermen in de openbare ruimte
- Onderzoek naar de mogelijkheden voor realisatie van WIFI en Beacons in het centrum als randvoorwaarde voor veel mediatoepassingen
- Bundelen van bestaande en nieuwe content van meerdere partijen in één redactie die schermen en andere toepassingen programmeert
- Ontwikkelen van jaarlijks terugkerende mediafestivals met een landelijke uitstraling en bereik waarin Mediapark en centrum verbonden worden
- Verkenning van Serious Request Hilversum in 2017
- Onderzoek naar de mogelijkheden voor een medialaboratorium in het centrum

8. Wonen

Centrum als woonwijk

Het centrum kent een regionaal voorzieningenaanbod, maar is ook ‘gewoon’ een woonwijk. De wijk Centrum telt vier buurten; Centrum, Havenstraatbuurt, Sint Vitusbuurt en Langgewenstbuurt. De buurt Centrum en de Langgewenstbuurt vormen grofweg het gebied dat in deze centrumvisie centraal staat.

Rode en gele leefstijl

Beide buurten samen hebben 4.250 inwoners, verdeeld over 2.350 woningen.
In meerderheid, maar zeker niet uitsluitend, gaat het om een- en tweepersoons-huishoudens. De bewoners zijn, op basis van het kwadrant leefstijlen, te typeren als rood (assertieve, energieke mensen) en geel (sociale, open mensen). Deze mensen waarderen de dynamiek die past bij wonen in het centrum.

Centrumstedelijk wonen is geliefd

Hilversum en omliggende regio Gooi en Vechtstreek kent een grote diversiteit aan woonmilieus. Centrumstedelijk wonen, zoals in het centrum van Hilversum, is geliefd. Jongeren, maar ook jonge gezinnen waarderen de dynamiek en nabijheid van voorzieningen. Het centrum kent dan ook relatief veel bewoners tussen de 15-25 en 25-45 jaar.

Toevoeging van woningen is wenselijk

Op de regionale woningmarkt zijn de kansen voor jongeren tot 30 jaar en jonge gezinnen (30-45 jaar) beperkt. Met name voor lagere en (midden)inkomens. Ook voor hogere inkomens en bijvoorbeeld senioren is het centrum, met alle voorzieningen in de buurt, aantrekkelijk. Meer centrumbewoners betekent meer draagvlak voor (dagelijkse) voorzieningen en ook meer ogen op straat. Zo vormt wonen boven winkels een welkome toevoeging waar het gaat om sociale veiligheid.

Verschillende projecten en initiatieven

Het centrum kent op dit moment enkele kleinschalige woningbouwprojecten, zoals Noordse Bosje, Veerstraat en de locatie op de hoek Langestraat en Brinkweg. Op deze laatste locatie wordt een corporatiehotel gerealiseerd.

Wonen boven winkels

Realisatie van woningen boven winkels is goed voor de sociale veiligheid en zorgt voor lagere huurprijsniveaus voor de winkel. Door het benutten van de bestaande parkeerbijdrageregeling zijn reeds diverse initiatieven mogelijk gemaakt. Meer plekken zijn interessant, zoals de etages boven de Rabobank op het C&A-plein.

Transformatie van kantoorpanden

De kansen van bestaand vastgoed worden inmiddels ontdekt. Door transformatie (of sloop en nieuwbouw) van voormalige kantoorpanden kan substantieel aanbod worden gerealiseerd. Bijkomend voordeel is dat een substantieel aantal kantoormeters uit de markt wordt gehaald en de kantorenmarkt in het centrum weer in balans komt.

Kwaliteit staat voorop

In het woningbeleid staat kwaliteit voorop. Niet alleen bebouwingskwaliteit, maar ook differentie in woonmilieus, het kunnen verbinden van wonen, werken en zorg aan huis en een kwalitatief hoogwaardige inrichting van de openbare ruimte met groen en mogelijkheden voor sport en spel. Voor het centrum wordt in het kader van een nieuwe lokale visie op wonen een woonprofiel opgesteld. Dit profiel geeft zicht op de behoefte (omvang, prijsniveau, karakter), waardoor het programma voor de komende jaren van naar verwachting zeker 250 woningen goed kan worden aangesloten op de gedifferentieerde vraag.

Centrumtafel

Bewoners in het centrum zijn (nog) niet georganiseerd. Contacten van bewoners met de gemeente zijn daardoor ad-hoc en doorgaans gericht op een concreet probleem. Tijdens een eerste Centrumtafel bewoners in januari 2015 is met een twintigtal bewoners gesproken over wonen in het centrum. De setting, informeel en (nu eens) niet in het kader van een concreet project of probleem werd gewaardeerd. Afgesproken is de centrumtafel bewoners vaker te organiseren en daarmee blijvend aandacht te schenken aan wonen in het centrum. Mogelijk groeit het initiatief uit tot een collectief van bewoners in het centrum.

Leefbaarheid en veiligheid

Tevredenheid over wonen in het centrum overheerst. Het grote aanbod aan winkels en horeca op steenworpafstand wordt gewaardeerd. En men is ook trots op de eigen straat en buurt. Toch zijn er ook zorgen over leefbaarheid (afval, overlast, weinig groen, leegstand) en veiligheid. Realisatie van het Integraal Veiligheidsplan, met thema's als sociale veiligheid, veilig uitgaan, veilige winkelgebieden, veilige evenementen, veilig Stationsgebied en jeugdoverlast draagt bij aan een aantrekkelijk centrum. Als onderdeel van het programma Buurten zal een buurtperspectief worden opgesteld. Dit perspectief geeft meer zicht op de opgaven die er liggen, bijvoorbeeld ook waar het gaat om buurt- en wijkvoorzieningen.



Ondergrondse afvalinzameling

Door het plaatsen van afvalbakken onder de grond behoren vuilniszakken op straat straks tot het verleden. De vervuiling door te vroeg geplaatste of kapotte zakken is een doorn in het oog van veel bewoners en ondernemers. Met de gescheiden afvalinzameling wordt ook bijgedragen aan de duurzaamheidsdoelstellingen van de gemeente. De focus van het project ligt in eerste instantie op bewoners, maar ondernemers kunnen aansluiten op dit systeem. Op termijn zal het scheiden van afval in openbare afvalbakken ook gangbaar worden.

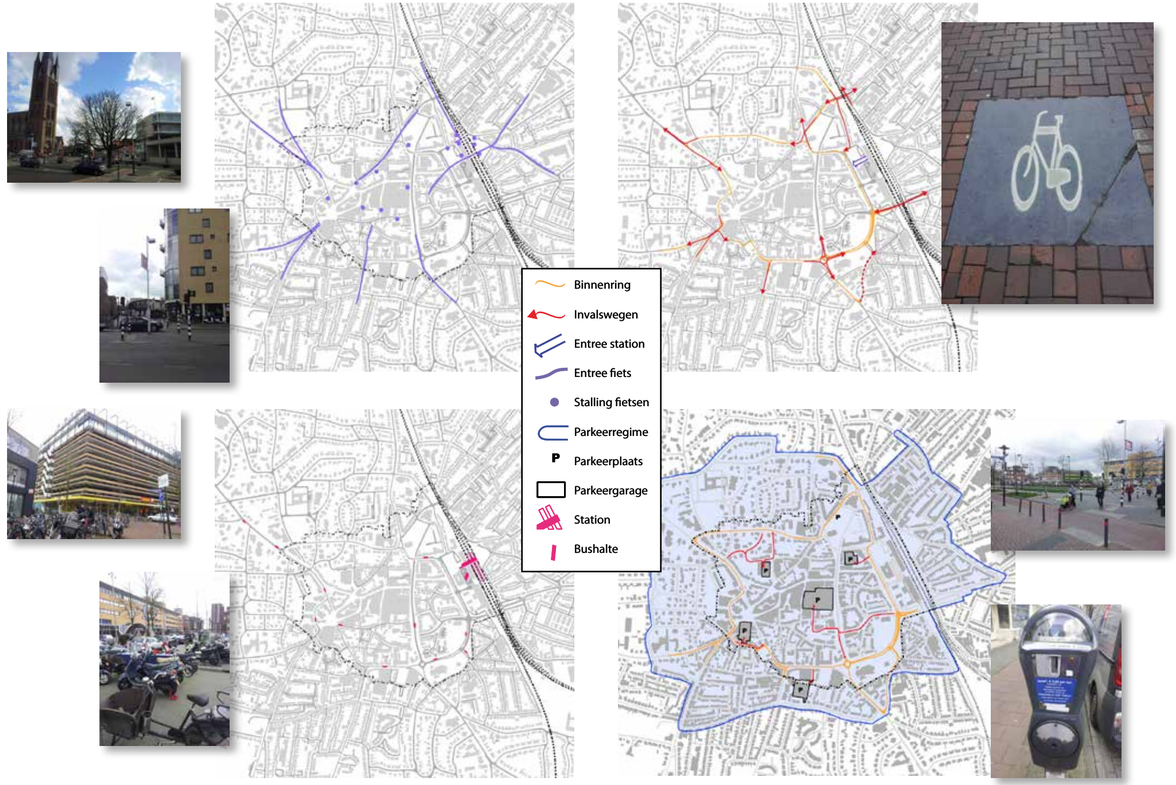
Energiebesparing

Naast afvalscheiding wordt ingezet op energiebesparing. Zo realiseert Kroonenberg WKO's (warmte koude opslag) ten behoeve van de Hilvertshof. Ook andere ondernemers kunnen worden gestimuleerd maatregelen te nemen. Als het gaat om particuliere woningverbetering dan zijn de vele VVE's in het centrum een interessante doelgroep. Er zal meer bekendheid worden gegeven aan de bestaande duurzaamheidsleningen. In het nieuwe Uitvoeringsprogramma Duurzaamheid zal het centrum een van de aandachtsgebieden zijn.

Programma

De gemeente Hilversum draagt op verschillende manieren bij aan een aantrekkelijke woon- en leefomgeving.

- Opstellen van een woonprofiel als onderdeel van een lokale woonvisie
- Het ondersteunen van wonen boven winkels en de transformatie van (voormalige kantoor)panden naar woningen waarbij differentiatie voorop staat
- Het ondersteunen van kleinschalige nieuwbouwprojecten zoals Noordse Bosje, Veerstraat en Langestraat
- Organiseren van centrumtafels voor bewoners
- Realisatie van het Integraal Veiligheidsplan
- Opstellen van een buurtperspectief als onderdeel van het programma Buurten
- Realisatie van afvalbakken onder de grond in het centrum
- Opstellen van een nieuw Uitvoeringsprogramma Duurzaamheid met het centrum als aandachtsgebied



9. OV, fiets en auto

Verdere verbeteringen wenselijk

Een bezoeker ervaart een centrum alleen als aantrekkelijk als hij of zij er gemakkelijk kan komen. Een goede bereikbaarheid te voet, per fiets, openbaar vervoer en auto is een randvoorwaarde. Net als het comfortabel parkeren van auto en fiets. Met de investeringen in de afgelopen jaren is de bereikbaarheid van Hilversum aantoonbaar verbeterd. Toch wordt dit niet altijd als zodanig ervaren. Er blijft op dit vlak nog het nodige te wensen over, zoals:

- een betere bereikbaarheid en toegankelijkheid voor autoverkeer;
- optimaliseren van de bewegwijzering naar en in het centrum;
- comfortabelere parkeervoorzieningen voor de auto met passend parkeerregime;
- kwalitatief goede fietsparkeervoorzieningen;
- beperken fietsverkeer door het voetgangersgebied;
- aantrekkelijkere wandel- en fietsroutes naar en in het centrum, toegankelijk voor iedereen;
- beperken van de omvang en de overlast van laad- en losverkeer.

Door realisatie van Hoogwaardig Openbaar Vervoer (HOV) ontstaan betere regionale busverbindingen met het station. Ook op het vlak van stedelijke distributie liggen er kansen.

Denkrichtingen autobereikbaarheid

De Centrumring is uitgevoerd als eenrichtingsverkeer tegen de klok in. De bereikbaarheid en toegankelijkheid van het centrum wordt hierdoor met name vanuit noordelijke en zuidelijke richting als matig ervaren. Met behoud van ruimte voor de fiets, een goede oversteekbaarheid en verkeersveiligheid wordt op onderdelen van de ring tweerichtingsverkeer teruggebracht.

In de Structuurvisie Hilversum 2030 is opgenomen dat:

- tweerichtingsverkeer in de Emmastraat wordt teruggebracht;
- tweerichtingsverkeer op de Schapenkamp wordt teruggebracht..

Om het Marktplein volwaardig deel te laten uitmaken van het centrum is in de structuurvisie opgenomen, dat:

- de Stationsstraat autoluw wordt door de Centrumring om het Marktplein heen te leggen.

Met deze verbeteringen wordt de Centrumring vanaf het Gooilandplein via de Schapenkamp en Koninginneweg om het Marktplein heen gelegd in twee richtingen. Belangrijke functies aan de ‘stedelijke kant’ van het centrum (station, Silverpoint, markt, JT bioscoop en Hilvertshof) worden daardoor beter bereikbaar via een heldere route, zonder dat het autoverkeer weer de hele Centrumring rond hoeft te gaan op de terugweg. In een onderzoek zijn de verkeerskundige consequenties uitgewerkt.

Tweerichtingsverkeer Emmastraat

Met het realiseren van tweerichtingsverkeer op de Emmastraat rijden bezoekers weer rechtstreeks via het Gooilandplein (in plaats van het Achterom) het centrum in naar de parkeergarage van Hilvertshof. Deze rechtstreekse ontsluiting maakt het centrum aan deze zijde beter toegankelijk. Bezoekers ervaren met deze entree tussen Gooiland en Sint-Vituskerk ook de pracht van Hilversum. Realisatie van tweerichtingsverkeer is mogelijk met inachtneming van een aantal randvoorwaarden.

- Herinrichting van het Gooilandplein om verkeer beter te laten doorstromen. Mogelijke maatregelen zijn een bypass voor rechts afslaand verkeer, herinrichting tot een kruising met verkeerslichten of herinrichting tot voorrangspleintje.
- Herinrichting van de Groest-Zuid tot aan de parkeergarage Hilvertshof, zodat een herkenbare, veilige route naar de parkeergarage ontstaat.
- Om tweerichtingsverkeer mogelijk te maken zal een parkeerstrook in de Emmastraat moeten vervallen.
- Realisatie van een kwaliteitsimpuls van deze entree naar het centrum door het toevoegen van groen.
- Realisatie van goede oversteekplaatsen voor de langzaam verkeersdeelnemers.
- Uitgangspunt is dat het huidige verkeersregime in het Achterom (50 km per uur) behouden blijft.

Tweerichtingsverkeer Schapenkamp

Met het terugbrengen van tweerichtingsverkeer op de Schapenkamp wordt het station met de auto eenvoudiger bereikbaar, net als de parkeergarage Silverpoint. Realisatie van tweerichtingsverkeer op de Schapenkamp is mogelijk met inachtneming van een aantal randvoorwaarden.

- Invoering van tweerichtingsverkeer betekent een substantiële toename van verkeer op de Koninginneweg. De geluidbelasting neemt toe met meer dan 5 dB. Wettelijk (Wet Geluidhinder) is daarbij compensatie verplicht in de nabije omgeving. Deze compensatie is mogelijk door het autoluw maken van de Stationsstraat. Herinrichting van de Schapenkamp kan daarmee niet los worden gezien van het omleggen van de Centrumring rond het Marktplein.
- De gewijzigde verkeersstromen en verkeerdruk rond de Beatrixtunnel maken herinrichting van de aansluiting Beatrixtunnel / Schapenkamp noodzakelijk.

Integrale visie op het Stationsgebied

Voor het uiteindelijk ontwerp van de Schapenkamp zijn ook de ontwikkelingen in het Stationsgebied relevant. Er lopen momenteel gesprekken met diverse partijen, zoals NS, ProRail en vastgoedeigenaren c.q. projectontwikkelaars, die kunnen leiden tot nieuwe inzichten voor het Stationsgebied. Uitgangspunt is dat het Stationsgebied een aantrekkelijke, veilige entree wordt richting centrum. Belangrijk thema is de relatie tussen Stationsgebied enerzijds en Leeuwenstraat en Stationsstraat anderzijds. Ook het verbeteren van de ruimtelijke kwaliteit, met minder blik (fietsen) en meer groen in de openbare ruimte is belangrijk. Opgave is een integrale visie te ontwikkelen op het hele gebied (van Beatrixtunnel tot en met Kleine spoorbomen).

Omleggen Centrumring

Het omleggen van de Centrumring om het Marktplein en daarmee autoluw maken van de Stationsstraat heeft effect op de Koninginneweg, de Schoolstraat en het Langgewenst. De verkeersdruk neemt hier toe. Doordat het verkeer afkomstig uit de richting van de Kleine spoorbomen voorrang moet krijgen op de Centrumring zouden zonder aanvullende maatregelen in de spitsuren lange wachtrijen ontstaan. De verkeersafwikkeling ter hoogte van de aansluiting Schoolstraat/Koninginneweg is daarmee een risicofactor. Reconstructie is noodzakelijk. Uit verkeerskundige optiek kan voor de Kleine spoorbomen gedacht worden aan het instellen van eenrichtingsverkeer (stad uit) of het geheel afsluiten van de Kleine spoorbomen voor gemotoriseerd verkeer. Ook sloop van panden, waardoor de aansluiting anders kan worden vormgegeven, wordt in dit stadium niet uitgesloten. Oplossingsrichtingen worden nader uitgewerkt. Daarbij behoort op termijn realisatie van een nieuwe parkeergarage onder het Marktplein tot de mogelijkheden.

Herinrichting Marktplein

Het Marktplein wordt in 2016 heringericht. In het ontwerp worden de kop van de Groest en het tussenliggende deel van de Stationsstraat al meegenomen. Dit betekent dat de auto voorlopig ‘te gast’ is in dit deel van de Stationsstraat.

Herinrichting Kerkbrink

De Kerkbrink kan op dit moment, door buslijn en fietsroutes, als niet anders dan een verkeersplein worden gekarakteriseerd. Sinds december 2014 rijden er al minder bussen over de Kerkbrink. De bussen naar het station rijden sinds die tijd over de Brinkweg. Zomer 2015 is de kruising Kerkbrink/Vaartweg/ Brinkweg eenvoudiger vormgegeven, waardoor het verkeer beter kan doorstromen. Voor de bussen van het station naar Loosdrecht en Kerkelanden worden alternatieve routes onderzocht. Bedoeling is om de Kerkbrink eind 2015 helemaal vrij van buslijnen te hebben, zodat herinrichting van de Kerkbrink, van verkeersplein naar verblijfsgebied, mogelijk wordt. Het toekomstig karakter van verblijfsgebied, betekent ook dat fietsroutes over de Kerkbrink anders worden vormgegeven.

Autoparkeren

Het parkeren van de auto moet eenvoudig en comfortabel zijn. Dat betekent een goede (digitale) geleiding naar de verschillende parkeergarages en -locaties, de modernste technieken zoals kentekenparkeren en mobielparkeren, sociaal veilige parkeergarages met comfortabele entrees en acceptabele tarieven en -tijden in de garages en op straat. Daarbij is het bijvoorbeeld logisch het Marktplein onderdeel te laten uitmaken van het parkeerregime centrumgebied. Het parkeerbeleid zal in de volle breedte worden herzien. Experimenteren mag. Ook de (ontheffingsmogelijkheden voor) parkeernormen bij bouwplannen maken deel uit van deze herziening. Aandachtspunten daarbij zijn woningen boven winkels en transformatielocaties (vaak omzetting van kantoor naar wonen). Deze ontwikkelingen zijn wenselijk maar de mogelijkheden om te voorzien in de eigen parkeerbehoefte zijn soms beperkt waardoor realisatie nu niet mogelijk blijkt. Maatwerk is hier vereist.

Fietsroutes

Steeds meer bezoekers pakken de fiets naar het centrum. Langs de centrumring liggen vrijliggende fietspaden. Ook door het centrum zelf wordt gefietst. Op plekken waar dat is toegestaan, bijvoorbeeld via de Herenstraat, de Bussumerstraat en de Groest, maar ook op plekken waar dit problemen geeft, zoals de Kerkstraat en Leeuwenstraat. Dat is onwenselijk. Met herinrichting van de Kerkbrink zullen fietsers worden gestimuleerd c.q. verleid via de Herenstraat te fietsen in plaats van de Kerkstraat. Ook het plaatsen van klapborden (fietsen afstappen) door ondernemers tijdens winkeltijden werkt goed in andere steden. In de Structuurvisie Verkeer en Vervoer is aandacht voor verdere verbetering van de fietsroutes van en naar het centrum.

Fietsparkeren Centrum

Het realiseren van fietsparkeervoorzieningen aan de rand van het kernwinkelgebied zal een belangrijke irritatie van bezoekers en ondernemers wegnemen. Rond het centrum zijn er op diverse locaties mogelijkheden om de fiets te stallen. Afgelopen twee jaar is op verschillende plekken bijgeplaatst. Bezoekers parkeren de fiets echter bij voorkeur direct voor de winkel. De behoefte aan fietsparkeervoorzieningen neemt naar verwachting ook nog verder toe. Handhaving is alleen reëel wanneer dat hand in hand gaat met een kwaliteitsslag en uitbreiding van de capaciteit, om tegemoet te kunnen komen aan de verwachte verdere groei van de behoefte. Wensbeeld is realisatie van bebouwde, gratis (eerste dag), bewaakte fietsparkeervoorzieningen. Hierbij zijn locaties in beeld rond respectievelijk Stationsstraat/Marktplein, Hilvertshof/Groest en Zeedijk/Gooische Brink.

Elders zouden fietsenstallingen in de openbare ruimte gehandhaafd kunnen blijven, bijvoorbeeld op het Keiplein, het Wagenmakersplein en het Noordse Bosje. Voor exploitatie van de fietsparkeervoorzieningen kunnen mogelijk participatiebanen worden gecreëerd.

Fietsparkeren Stationsgebied

Volgens ramingen is de capaciteit in het Stationsgebied voor de komende jaren nog voldoende. Het gebruik is echter onevenwichtig. Er is leegstand in de bewaakte stalling en Langs de Lijn. Elders rond het station zijn er overvolle stallingsplekken. Op langere termijn wordt een verdere groei van de behoefte verwacht en daarmee een tekort. Voor de korte termijn is het beter benutten van de (betaalde) fietsenstalling onder het station een belangrijk aandachtspunt. Mogelijk met een concept waarbij de eerste dag gratis is. Het Stationsgebied (beide zijden van het station) zou daarmee iets minder vol staan met gestalde fietsen. De ruimtelijke kwaliteit neemt hierdoor toe.

Programma

De gemeente Hilversum investeert op verschillende manieren in een goed bereikbaar centrum met comfortabele parkeervoorzieningen.

- Een alternatief realiseren voor de busroute over de Kerkbrink
- Realisatie van Hoogwaardig Openbaar Vervoer (HOV)
- Tweerichtingsverkeer Emmastraat, inclusief aanpassing rotonde Gooilandplein en herinrichting Groest-Zuid met verbetering entree parkeergarage Hilvertshof
- Omleggen van de Centrumring rond het Marktplein, inclusief het herinrichten van de Stationsstraat
- Integrale visie op het Stationsgebied (van Beatrixtunnel tot en met Kleine spoorbomen)
- Verbeteren fietsparkeren Centrum en Stationsgebied
- Herijking parkeerbeleid

10. Organisatie

Tal van projecten en activiteiten

De Centrumvisie geeft richting. Ambitie is het realiseren van een aantrekkelijk centrum voor bewoners, bezoekers, ondernemers en culturele organisaties.
Dat betekent een compact centrum:

- met pleinen, brinken, straten en gebouwen die de identiteit van Hilversum onderstrepen;
- met aanbod (winkels, markt, horeca, cultuur, evenementen) dat uitnodigend is voor Hilversummers en mensen vanuit de regio en daarbuiten;
- dat goed bereikbaar is voor alle bezoekers;
- en prettig is om te wonen

Tal van projecten en activiteiten dragen bij aan het realiseren van deze ambitie. De gemeente kan en gaat fors investeren in het centrum. Een aantrekkelijk centrum maak je samen. Ook andere partijen, zoals ondernemers, culturele instellingen en vastgoedeigenaren zullen naar vermogen bijdragen. Bewoners zijn (potentiële) ambassadeurs. Belangrijke opgave is om alle initiatieven die passen binnen de visie blijvend op elkaar af te stemmen. De gemeentelijke rol is kaderstellend, ondersteunend en verbindend.

Programma Centrum

In het uitvoeringsprogramma zijn projecten en activiteiten opgenomen die bijdragen aan een aantrekkelijk centrum. Dit uitvoeringsprogramma maakt deel uit van het Programma Centrum. Daarin worden jaarprogramma's opgesteld en wordt dekking van geld en capaciteit georganiseerd.

Programmasturing

Het Programma Centrum is een van de vijf thema's waarop de gemeente verschil wil maken. Een daadkrachtige programmaorganisatie (programmamanager en programmateam) is verantwoordelijk voor realisatie van de projecten en activiteiten binnen het programma. Het programmateam is aanspreekpunt voor alle partners; bewoners, ondernemers, culturele organisaties en vastgoedeigenaren.

Samenwerking

Een goede samenwerking met bewoners, ondernemers, culturele instellingen, vastgoedeigenaren, makelaars en andere betrokkenen is cruciaal voor het realiseren van de ambitie. Er zijn verschillende bestaande overlegstructuren (binnenstadsoverleg, horecaoverleg, cultuurplatform, marktoverleg). Met bewoners is, vanwege het ontbreken van een collectief, geen structureel overleg. Mogelijk dat de Centrumtafel uitgroeit tot een bewonerscollectief. Ook vastgoedeigenaren zijn (nog) niet georganiseerd.

In de aanloop naar deze visie is uitgebreid, en op nieuwe manieren, een start gemaakt om alle stakeholders nadrukkelijk te betrekken bij onze doelstellingen en ambities. Met bewoners, bedrijven, ondernemers en instellingen is veelvuldig overlegd, maar daarnaast hebben we ook een aantal raadsleden meegenomen in plannen en planning. Verder is met een aantal ervaren stedebouwkundigen een dag gekeken naar onze plannen en het huidige centrum. Doelstelling is om dit een meer structureel karakter te geven middels een bestuurlijke werkgroep. Na de zomer komen wij met een voorstel hoe we deze vruchtbare, en innovatieve werkwijze, gestalte kunnen geven.

Bestaande overlegstructuren zullen verbonden worden in een Platform Centrum waarin alle relevante partijen vertegenwoordigd zijn. Deze samenwerking zal niet vrijblijvend zijn. In een convenant kunnen afspraken gemaakt worden over rollen en verantwoordelijkheden. Het Stadsfonds kan ambities van ondernemers, culturele organisaties en vastgoedeigenaren financieel ondersteunen.

Centrummanagement zorgt voor verbinding

Samen met centrumpartijen heeft de gemeente een centrummanager aangesteld. Deze centrummanager zal bijdragen aan het leggen van verbindingen tussen winkels, horeca, markt, culturele instellingen, vastgoedeigenaren, bewoners en gemeente. Met partners in het centrum zal meer beleving, vermaak en verblijfskwaliteit worden georganiseerd. De centrummanager zorgt voor een goed evenementenprogramma en stevige marketing. De inzet van de centrummanager zal worden uitgebouwd tot een formele vorm van centrummanagement.

Monitor Centrum

Om vinger aan de pols te houden, het effect van de inspanningen te kunnen meten en op tijd te kunnen inspelen op ontwikkelingen die zich voordoen wordt een Monitor Centrum ontwikkeld. Daarvoor kunnen de omnibusenquête, het burgerpanel, bezoekersonderzoek, passantentellingen en ondernemersonderzoek worden ingezet. Daarbij staat de gemeente open voor nieuwe (digitale) toepassingen.

Communicatiestrategie

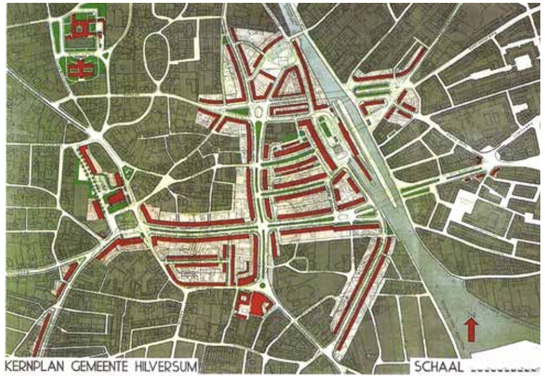
Met de realisatie van de website www.centrumhilversum.nl en de 12 uur van Centrum Hilversum zijn eerste stappen gezet voor wat betreft de communicatie over het programma centrum. De website wordt inmiddels goed gevonden. De opzet van de 12 uur op 24 juni werd erg gewaardeerd. Door het opstellen en realiseren van een communicatiestrategie wordt structureel en consequent gewerkt aan de beeldvorming, samen met de partners in het centrum.

Bijlage

Het centrum in drie plannen

In de loop van de tijd zijn verschillende plannen en visies gemaakt voor het centrum, die niet of slechts deels werden gerealiseerd, maar wel hun sporen nalieten, waardoor er tot op de dag van vandaag een grote diversiteit is te zien aan bebouwing, openbare ruimten en schaal.

Kernplan 1946



Dudok had voor het centrum een rigoureus en ambitieus plan gemaakt (Kernplan 1946), met grootschalige sloop van de oude dorpskern en met veel ruimte voor verkeerswegen (o.a. Groest, Herenstraat en Kerkbrink-verkeersplein) en tunnels onder het spoor door. Van dit plan is vrijwel niets uitgevoerd. Het zou toen al een flinke metamorfose en een totaal andere identiteit van het dorp Hilversum hebben betekend. Het groen was vooral geconcentreerd in de groene middenbermen van de verkeerwegen en op het grote rechthoekige Kerkbrinkplein (op de plek van de Oude Kerk). Hoewel Dudok in het centrum vrijwel niets heeft gebouwd (op het C&A gebouw na) zijn er in de loop van de tijd in verschillende tijdsperiodes door andere architecten panden en ensembles gerealiseerd van hoogstaande kwaliteit.

Plan voor de Kern 1971



In 1971 werd het Plan voor de Kern vastgesteld. Deze visie heeft ondanks de gedeeltelijke uitvoering daarvan, op veel plekken in het centrum een forse schaalsprong opgeleverd in het centrum. Van de grote ringweg om het centrum is alleen de Schapenkamp uitgevoerd. Maar grootschalige nieuwbouw in het Stationsgebied en de parkeergarage Noordse Bosje zijn logische ontwikkelingen vanuit die visie. Ook latere bouwplannen hebben op deze visie voortgeborduurd, zoals het voormalig UWV-kantoor, Silverpoint, de bankgebouwen bij de Oude Torenstraat en de flatbebouwing in de Langestraat.

Ook toen al koos men voor een compact centrum dat volledig voetgangersgebied zou moeten worden. Tegenover de Hilvertshof zou de Groest worden verbreed, zodat daar de markt gehouden zou kunnen worden in plaats van op het Langgewenst. De karakteristieke bebouwing in de Kerkstraat, Schoutenstraat en 's-Gravelandseweg bleef gespaard. Vrijwel alle andere bestaande (veelal kleinschalige) bebouwing zou moeten worden vervangen door grootschalige complexen.

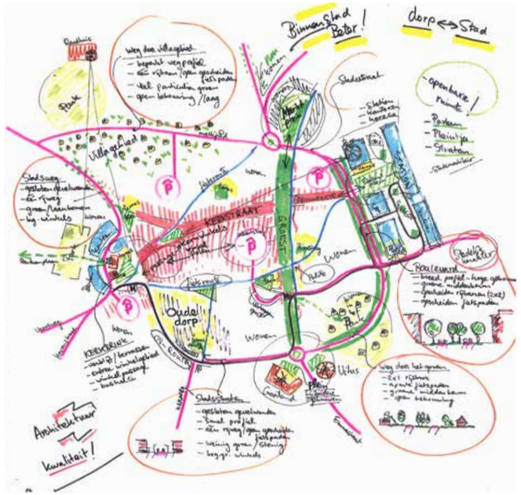
Het centrum moest goed vanuit de stad en de regio bereikbaar worden voor de auto middels een ruime rondweg met daarlangs verschillende parkeergarages en extra tunnels onder het spoor door. Het groen werd gesitueerd aan de zuid- west- en noordwestzijde van het centrum met ruime groene parken met wooncomplexen daarin, op een paar kleinere pleintjes en brinken in het centrum en in een deel van de Groest.

Binnenstadsplan 1992

In het Binnenstadsplan uit 1992 ('Binnenstad Beter in Beeld') is gekozen voor diversiteit en contrasten in het centrum: Dorp én Stad:

- De grote schaal langs de Schapenkamp, Gooilandplein en de Langestraat,
- en de 'dorpse' schaal in het centrum.

Binnenstad beter in Beeld 1992



- Het 'Historisch Buurtje' (Laanstraat en omgeving) werd herbouwd met oude ooit gesloopte pandjes en de Biersteeg e.o. werd ook ingericht als oud dorpserf.

Ook werden op basis hiervan de Kerkbrink, Keiplein, Kerkstraat, Groest en Leeuwenstraat als voetgangersgebied ingericht (kernwinkel- en verblijfsgebied).

- De Groest werd van doorgaande verkeersroute heringericht als voetgangersgebied met veel bomen.
- De vier pleinen aan de uiteinden van de assen Kerkstraat-Leeuwenstraat en Groest: Marktplein, Stationsplein, Gooilandplein en Kerkbrink, zouden alle een verschillende functie en identiteit krijgen

Het groen in het centrum is vooral te vinden in de Groest, langs het zuidelijke deel van het Schapenkamp en op de brinken en pleintjes in het centrum. Om het kernwinkelgebied te duiden is gekozen voor eenheid in materiaal, straatmeubilair en verlichting in het voetgangersgebied.

Het verkeer ging in twee richtingen om het centrum heen met insteken naar de verschillende parkeergarages en met een autoluwe Langestraat nabij het 'Oude Dorp'. Enige jaren later werd met het Verkeersplan 'Wegen' het eenrichtingsverkeer ingevoerd en werden de Langestraat en de Brinkweg onderdeel van de Centrumring. De autobereikbaarheid werd hierdoor duidelijk minder ten gunste van de fiets en het openbaar vervoer.

Lessen

In het verleden zijn slechts delen van visies gerealiseerd en waren visievorming en uitvoering onvoldoende gekoppeld. Niet gerealiseerd werden onder andere het Marktplein en tweerichtingsverkeer Centrumring. Daarnaast zijn de Brinkweg en de Langestraat toch onderdeel geworden van de Centrumring. Ook werden tal van compromissen gesloten. Voorbeelden hiervan zijn het invoeren van eenrichtingsverkeer op de Schapenkamp (links rijden), op de Kerkbrink en de Groest toch maar bussen en/of fietsen toelaten in plaats van te kiezen voor een aangenaam verblijfsklimaat voor voetgangers. Heldere keuzes worden gemaakt om aan vast te houden, ook al is lang niet alles op korte termijn te realiseren.