GEBIEDSAGENDA CENTRUM HILVERSUM

visie en uitvoeringsagenda

Hilversum
Mediastad

WELKOM IN HET KLOPPEND HART VAN DE MEDIASTAD!

Hilversum heeft een geweldig centrum. Een centrum waar onderscheidende winkels, geweldige culturele instellingen, leuke cafés en goede restaurants worden gecombineerd met prachtige architectuur en verrassende evenementen. Een centrum niet alleen van Hilversum, maar ook van onze regio. Een plek waar elke week duizenden mensen naartoe komen. Kortom: het hart van onze stad.

Maar dat bijzondere centrum heeft het niet makkelijk. Al lange tijd staat het onder druk. Online shoppen is al heel lang een concurrent die het onze winkeliers ontzettend lastig maakt en die trend gaat gestaag door. De vorige centrumvisie uit 2015 heeft ons centrum veel gebracht, maar twee lange coronajaren hebben het er, op zijn zachtst gezegd, niet eenvoudiger op gemaakt. En nu we corona eindelijk achter ons laten, dient de volgende crisis zich aan. Ik ben een zeer optimistisch mens en onze ondernemers hebben laten zien zeer veerkrachtig te zijn. Niettemin zorgen deze trends en ontwikkelingen er helaas voor dat de toekomst van ons centrum geen vanzelfsprekendheid is. Wij hebben ons centrum nodig. Maar het centrum heeft ons ook nodig.

Daarom hebben we opnieuw een agenda voor het centrum opgesteld. Een agenda die gaat over investeren in de toekomst. Over groen en evenementen. Over wonen en winkelen. Over verrast worden. Maar bovenal gaat deze agenda over het centrum van de Mediastad. Want dat is Hilversum. Bijna 600 jaar geleden ontstond Hilversum op de Kerkbrink in ons centrum als schapendorp. En hoewel dit altijd een stukje van ons DNA zal zijn, is Hilversum uitgegroeid tot dé Mediastad van Nederland. Het is niet alleen tijd dat we onze status als Mediastad opnieuw gaan omarmen, het is ook een enorme kans deze naar het centrum te brengen. Want wanneer je aan al die kwaliteiten die ons centrum al heeft, de kracht van de Mediastad toevoegt, ontstaat een unieke combinatie. Welkom in het kloppende hart van de Mediastad!

Arno Scheepers
Wethouder Economie

INHOUD

Samenvatting 4

1 Inleiding 6

1.1 Aanleiding & doel Gebiedsagenda 6

1.2 Participatietraject 7

2 Het kader voor de Gebiedsagenda 8

2.1 Ruimtelijk kader 8

2.2 De Gebiedsfoto 9

2.3 Aanvullingen Gebiedsfoto 10

2.4 Omgevingsvisie centrum 11

3 Visie centrum Hilversum 2030 12

3.1 Ontstaan van het centrum 12

3.2 Hilversum Mediastad als verhaal 13

3.3 Middelen Hilversum Mediastad 16

3.4 Samenwerking en organisatie 17

3.5 Visie en positionering als basis voor de speerpunten 18

4 Speerpunten voor het centrum 21

5 Uitvoering 41

5.1 Rol partners 41

5.2 De Uitvoeringsagenda 41

5.3 Monitoring 48

SAMENVATTING

De gemeente Hilversum heeft samen met haar partners de Gebiedsagenda Centrum opgesteld. Een centrum waar je voelt dat je in de Mediastad bent en waar het prettig is om te winkelen, recreëren, werken en wonen.

We begonnen niet bij 0

Met de Centrumvisie uit 2015 is de afgelopen jaren hard gewerkt aan het centrum. Het opknappen van het Marktplein, de komst van een aantal (horeca) zaken en het verbeteren van fietsparkeren heeft het centrum veel goed gedaan. Tegelijkertijd zagen we de afgelopen jaren dat het centrum kwetsbaar is: ondernemers hebben het moeilijk. De drukste straten kampen met leegstand. Het centrum is versteend, op sommige plekken rommelig en wordt daardoor niet altijd gewaardeerd.

De ingezette koers uit 2015 zetten we voort. Dat betekent dat we toewerken naar een compacter winkelgebied en zorgen dat er in het centrum meer is te doen dan winkelen. Maar bij het creëren van een toekomstbestendig centrum zijn meer onderwerpen waar we ruimte aan moeten bieden. Denk aan de energietransitie, meer biodiversiteit en klimaatbestendigheid (o.a. hittestress en wateroverlast).

Mediastad beleven

De rode draad bij het opstellen van deze Gebiedsagenda is de zoektocht naar het beleven van de eigen identiteit van het centrum. Hilversum Mediastad is een ijzersterk uitgangspunt, maar komt in het centrum onvoldoende naar voren. De komende jaren werken we aan het versterken van deze unieke positie. De komst van de bibliotheek en cultuurpartners naar de Gooische Brink, de herinrichting van de Kerkbrink en de ontwikkeling van het Stationsgebied dragen hieraan bij. Hilversum is ook de stad met een rijke historie en karakteristieke architectuur. Dit maken we nog beter zichtbaar.

Korte én lange termijn

In deze gebiedsagenda is aandacht voor de ontwikkeling van het centrum tot 2030. Hierbij hoort een uitvoeringsagenda voor de komende vier jaar. Zowel de visie als de concrete maatregelen zijn terug te vinden in deze Gebiedsagenda. Daarnaast is de Gebiedsagenda Centrum afgestemd op de Omgevingsvisie.

Speerpunten

De Gebiedsagenda Centrum is opgebouwd aan de hand van vijf speerpunten. Aan de hand hiervan willen we het centrum van dé Mediastad van Nederland beter op de kaart zetten. Deze speerpunten zijn generiek en staan aan de basis van elk goed functionerend centrum in Nederland. Het is vervolgens de kunst om deze speerpunten een Hilversumse draai te geven.

We streven naar:

- **Een compact centrum**: met aantrekkelijke hoofdwinkelstraten en entreegebieden. Bezoekers komen naar het centrum voor de winkels, de horeca, de warenmarkt, de culturele instellingen en de (creatieve) bedrijvigheid. In de hoofdwinkelstraten is de begane grond gevuld met winkels, horeca en cultuur. Rondom het compacte hoofdwinkelgebied liggen de entreegebie-

den. Hier zijn op de begane grond meer functies te vinden, zoals dienstverlening, maatschappelijke voorzieningen en kantoorachtige bedrijvigheid. Sterke winkels die verspreid liggen in Hilversum kunnen worden verplaatst naar de hoofdwinkel- en entreegebieden.

- **Aantrekkelijk & levendig**: we werken aan een sfeervolle openbare ruimte met een logische routing. In de hoofdwinkelstraten en entreegebieden komen op de verdiepingen meer woon- en werkfuncties. Dit vergroot de levendigheid en het bestedingspotentieel. Hiervoor werken we samen met vastgoedeigenaren. Ook kunnen we opnieuw een gevelherstelfonds inzetten. Op die manier maken we de historie van het centrum beter zichtbaar. Het is belangrijk dat het centrumgebied een sterke(re) samenhang gaat vertonen. Zo ontstaat een 'rondje centrum': een logische looproute die bezoekers langs het grootste deel van de winkels, horeca en cultuur leidt; van de Groest tot de Kerkbrink. Voor de herkenbaarheid krijgt het gebied een eenduidige basisbestrating en inrichtingselementen.
- **Fijne leefomgeving**: waar mensen graag winkelen, recreëren, wonen en werken. Het centrum fungeert als ontmoetingsplek, een huiskamer voor en van alle Hilversummers en bezoekers uit de regio. De komende jaren neemt het aantal woningen verder toe. Dit maakt dat een fijne leefomgeving prioriteit heeft. Daarom werken we aan een centrum dat schoon, verzorgd en veilig is, met een divers woonaanbod en de aanwezigheid van maatschappelijke voorzieningen, zoals de bibliotheek. In de openbare ruimte creëren we fysieke ontmoetingsplekken (bumping places).
- **Groen & duurzaam**: een groen karakter, met veel aandacht voor duurzaamheid. Het centrum is een van de plekken in Hilversum waar het in de zomer erg warm wordt. Daarom werken we aan een klimaatbestendige leefomgeving, die bestand is tegen hitte, extreme buien en droogte. Dat doen we bijvoorbeeld door de biodiversiteit te vergroten en te zorgen voor meer en verschillende planten, bloemen, bomen en dieren. Ook zetten we stappen om het centrum voor te bereiden op de energietransitie.
- **Toegankelijk & bereikbaar**: de nadruk ligt op een verkeersveilig centrum dat optimaal bereikbaar is voor voetgangers en fietsers, en toegankelijk voor iedereen. De auto is te gast in het centrum. We werken aan een autoluw gebied binnen de centrumring en betere faciliteiten voor fietsparkeren.

Op naar de uitvoering

In deze Gebiedsagenda staan de wensen en ambities voor investeringen in het centrum. De concrete maatregelen voor 2023-2026 staan in hoofdstuk 5. We kunnen de komende jaren al veel maatregelen uitvoeren. Voor grote fysieke investeringen in de openbare ruimte doen we aparte investeringsvoorstellen wanneer daar financiële ruimte voor is.

We doen het niet alleen

Bij het waarmaken van de ambities hebben alle betrokken partijen een rol. De gemeente heeft op onderdelen de regie en ook een rol vanuit het scheppen van de randvoorwaarden. Gebruikers (ondernemers, inwoners, cultuur etc.) en vastgoedeigenaren geven vervolgens invulling aan die randvoorwaarden. Voorop staat een optimale publiek-private samenwerking. Om hiertoe te komen, richten we een taskforce centrum op, bestaande uit een vertegenwoordiging van partijen die de uitvoering van de Gebiedsagenda bewaken.

Eind 2024 vindt een tussentijds evaluatiemoment plaats om te beoordelen of we het goede doen of dat bijsturing gewenst is. In 2026 vindt een eindevaluatie plaats. Op basis hiervan bouwen we weer verder aan een toekomstbestendig centrum van Hilversum.

Figuur 1 Muurschildering in het centrum van Hilversum. Bron gemeente Hilversum, 2023

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding & doel Gebiedsagenda

Het centrum van Hilversum vormt met zijn winkels, horeca, bioscoop, filmtheater, poppodium, museum en de warenmarkt een belangrijke plek voor Hilversummers en inwoners uit de regio. Helaas heeft het centrum van Hilversum ook last van de gevolgen van de coronacrisis én concurrentie van online winkelen en omliggende steden als Amersfoort, Almere, Utrecht en Amsterdam. De bezoekers en bestedingen nemen weer toe, maar zijn nog niet op het niveau van vóór de coronatijd.

Het opstellen van deze Gebiedsagenda voor het centrum is een van de maatregelen uit de Corona Herstelagenda Hilversum (7 oktober 2021 vastgesteld door de gemeenteraad). De recente ontwikkelingen van hoge inflatie en stijgende (energie)kosten zorgen voor een voortdurend grillig en onvoorspelbaar toekomstperspectief bij zowel ondernemers als inwoners.

De afgelopen jaren is hard gewerkt aan het centrum. Zo is het Marktplein aan het Langgewenst heringericht en zijn de parkeermogelijkheden voor fietsen verbeterd. Er zijn diverse plannen in ontwikkeling, zoals voor de Kerkbrink en het Stationsgebied. Ook komen er het komende decennium in het centrum naar verwachting circa 700 woningen bij, bestaande uit verschillende (inbreidings) plannen en verdere plannen voor wonen boven winkels. Tegelijkertijd spelen er nieuwe opgaven, zoals op het gebied van klimaatadaptatie en de energietransitie. De gemeente wil met deze verschillende opgaven aan de slag. Samen met bewoners, ondernemers, vastgoedeigenaren en maatschappelijke partners is daarom deze Gebiedsagenda Centrum opgesteld.

Doel van de Gebiedsagenda

Het doel van deze Gebiedsagenda is een visie op het centrum voor 2030 te formuleren, inclusief een uitvoeringsagenda op hoofdlijnen voor de periode 2023-2026.
De Gebiedsagenda is opgesplitst in twee fasen. Fase 1 betrof het vooronderzoek door middel van een Gebiedsfoto die een beeld van de huidige situatie geeft. In de startnotitie staan de aanpak en het proces voor de Gebiedsagenda beschreven. De startnotitie is op 9 maart 2022 door de gemeenteraad unaniem vastgesteld. De raad heeft van de Gebiedsfoto kennisgenomen.

1.2 Participatietraject

De Gebiedsagenda is tot stand gekomen vanuit een uitgebreid participatieproces met bewoners en andere stakeholders. Ook is er gebruikgemaakt van de input die is opgehaald voor de Gebiedsfoto (fase 1) en voor de Omgevingsvisie. Een overzicht van de participatie is te lezen in bijlage 1 en de verslagen van de participatie staan in bijlage 2. Voor de Gebiedsagenda hebben de volgende bijeenkomsten plaatsgevonden:

- Twee workshops met partners: Denk mee en Doe mee
- Bijeenkomst voor bezoekers en bewoners
- Gesprek met jongeren
- Werkatelier kindergemeenteraad
- Online forum

Eerdere participatie

Voorafgaand aan het opstellen van de Gebiedsagenda is er eerder al (digitaal) geparticipeerd. Zo zijn bij het opstellen van de Gebiedsagenda de opbrengsten die specifiek over het centrum gaan uit de participatie voor de Omgevingsvisie meegenomen. Ook de resultaten van de burgerpanelenquête over het centrum in november 2021 zijn opgenomen.

Hilversum Monitor 2021 en Programma Groen

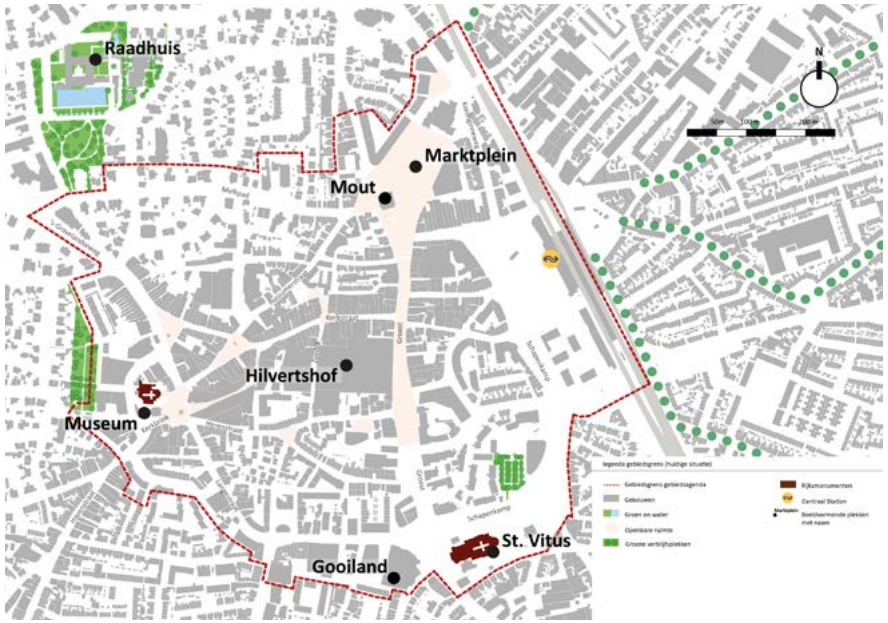
De ‘Hilversum Monitor’ is een enquête onder – een via een steekproef geselecteerd deel van de – inwoners, waarbij verschillende thema’s aan bod komen. De meest recente resultaten van deze peiling zijn gebruikt.
Voor het inmiddels vastgestelde Programma Groen is een peiling over groen in de gemeente uitgezet, met ruim 1.350 respondenten als resultaat.
Bijlage 3 bevat een overzicht van de gebruikte resultaten uit de Hilversum Monitor en het Programma Groen.

2. HET KADER VOOR DE GEBIEDSAGENDA

Dit hoofdstuk gaat in op het ruimtelijk kader van deze Gebiedsagenda (paragraaf 2.1) en de belangrijkste conclusies van de Gebiedsfoto (paragraaf 2.2). Ook bevat dit hoofdstuk aanvullende informatie op de Gebiedsfoto (paragraaf 2.3). Deze informatie is in de loop van 2022 gepubliceerd. Daarnaast gaat het hoofdstuk in op de Omgevingsvisie (paragraaf 2.4).

2.1 Ruimtelijk kader

Deze Gebiedsagenda gaat over het centrum van Hilversum. Hiermee bedoelen we het gebied zoals dat is aangegeven met de rode contouren op de kaart in Figuur 5. Dit gebied komt overeen met het gebied van de Centrumvisie 2015.



Figuur 2 Afbakening Gebiedsagenda Centrum

Bij het opstellen van de Gebiedsagenda Centrum zijn de volgende beleidskaders als uitgangspunten genomen:

- Centrumvisie 2015
- Detailhandelskader Hilversum 2017
- Horecakader 2017
- Regionale detailhandelsvisie 2019
- Economisch Perspectief 2040 Hilversum

2.2 De Gebiedsfoto

De inhoud van de Gebiedsfoto is samengevat in tabel 1 en 2.

Conclusies Gebiedsfoto
Insteek: De Gebiedsfoto is tot stand gekomen vanuit analyses en een participatie- en onderzoekstraject (waaronder raadpleging van het burgerpanel van de gemeente Hilversum).
Trends en ontwikkelingen: Tot 2030 moet rekening worden gehouden met een verdergaande concurrentie van online winkelen. Dit maakt beleving en de ontmoetingsfunctie steeds belangrijker voor fysieke centra. Van monofunctionele winkelgebieden moeten deze gebieden de omslag maken naar multifunctionele centrumgebieden waar mensen wonen, winkelen, werken en recreëren.
Evaluatie Centrumvisie 2015: De visie is: een sterker en compact centrumgebied.
Analyse huidige situatie centrum: zie Tabel 2.
Aandachtspunten: • Imago en identiteit • Compacter centrumgebied • Aantrekkelijker centrumgebied • Groei van het inwonertal • Mobiliteit • Klimaatadaptatie en energietransitie

Tabel 1 Inhoud Gebiedsfoto centrum Hilversum. Bron Gebiedsfoto, BRO, 2022

Sterktes	Zwaktes
• Relatief welvarende inwoners, sterke kooporiëntatie uit de gemeente en regio • Ruim en gevarieerd winkel- en horeca-aanbod • Ontwikkeling Stationsgebied en Gooische Brink/Kerkbrink vormen nieuwe impulsen	• Geen krachtig imago • Beperkt cultuuraanbod • Matige bereikbaarheid gemotoriseerd verkeer
Kansen	**Bedreigingen**
• Toenemende vraag naar centrummilieus als woonlocatie	• Toenemende concurrentie van online winkelen • Nabijheid grote steden • Crisissen zoals corona- en de energiecrisis.

Tabel 2 Samenvattende SWOT. Bron: Gebiedsfoto, BRO, 2022, bewerkt door Sweco

2.3 Aanvullingen Gebiedsfoto

Koopstromenonderzoek 2021

In de Gebiedsfoto zijn de koopstroomgegevens uit het Koopstromenonderzoek (KSO) 2018 gebruikt. Net na het uitkomen van de Gebiedsfoto zijn nieuwe koopstroomgegevens over het jaar 2021 gepubliceerd.

Op basis van het KSO 2021 (zie tabel 3) zijn dit de meest recente inzichten voor het centrum:

- De koopkrachtbinding – het deel van de totale bestedingen dat inwoners van Hilversum in het centrum besteden – is voor de meeste sectoren gelijk gebleven tussen 2016 en 2021. Gezien de opmars van online bestedingen en corona is dit een mooi resultaat.
- De oriëntatie op het centrum van inwoners van buiten de gemeente (toevloeiing) is 38%. Dat ligt iets hoger dan de benchmark . Dit aandeel is ten opzichte van 2018 ongeveer gelijk gebleven.
- De winkelgebieden in Hilversum weten de inwoners uit de eigen gemeente goed te binden. Bijna de helft van de consumentenbestedingen van Hilversummers in de recreatieve sector (zoals winkels in de branche mode & luxe) vond plaats in de winkelgebieden. Dit is hoger dan gemiddeld in Noord-Holland en de Randstad. De rest gebeurde via online kanalen of in winkelgebieden buiten de gemeente.
- Het belangrijkste motief van mensen om het centrum van Hilversum te bezoeken is de aanwezigheid van specifieke winkels (bezoekmotief voor 49%), gevolgd door de omvang van het winkelaanbod (44%) en de nabijheid vanaf de woning (43%). De sfeer en uitstraling (12%) vormen beduidend minder een bezoekersmotief dan voor winkelgebieden in de benchmark (24%).
- Kortere verblijfsduren (minder dan 60 minuten) komen in het centrum van Hilversum (54%) relatief vaker voor dan in de benchmark (40%). Het aandeel bezoekers dat met de fiets naar het winkelgebied komt is relatief hoog (42%) ten opzichte van de benchmark (36%).

Kooporiëntatie	2016	2018	2021
Koopkrachtbinding			
Dagelijkse sector	18%	18%	17%
Recreatieve sector	38%	42%	37%
Doelgerichte sector	21%	16%	13%
Totaal centrum	**77%**	**76%**	**67%**
Koopkrachttoevloeiing			
Dagelijkse sector	-	-	11%
Recreatieve sector	-	-	47%
Doelgerichte sector	-	-	45%
Totaal centrum	**-**	**-**	**38%**

Tabel 3 Kooporiëntatie centrum van Hilversum. Bron: KSO 2021, I&O, 2022

2.4 Omgevingsvisie centrum

Tijdens het opstellen van de Gebiedsagenda is parallel gewerkt aan de Omgevingsvisie, waarbij Hilversummers zijn gevraagd naar hun ideeën over de toekomst van Hilversum. Deze Gebiedsagenda en de Omgevingsvisie passen als het om het centrum gaat een-op-een op elkaar. Wel heeft de Omgevingsvisie 2040 als horizon, terwijl dat voor deze Gebiedsagenda 2030 is.

- Identiteit en te koesteren waarden. Inwoners waarderen Hilversum vooral om de volgende drie waarden: het groen in en om Hilversum, de karakteristieke architectuur van Dudok en het 'dorpse' karakter in combinatie met 'stadse' voorzieningen. Het dorpse zit hem in zaken als kleinschaligheid, de vriendelijke sfeer en in de betrokkenheid van inwoners en ondernemers. Het stedelijke zit hem vooral in goede voorzieningen: onderwijs, ziekenhuis, sport, winkels, uitgaan en cultuur naar ieders smaak. Dit 'beste van twee werelden' zien we terug in het centrum: het dorpse ontmoeten en betrokken ondernemers. Anderzijds is er de aanwezigheid van grote winkelketens, ambitieuze horeca en de komst van een moderne bibliotheek.
- Opgaven. Inwoners hebben in grote lijnen een vrij eensgezind beeld van de toekomst van Hilversum: groener, met behoud van het dorpse karakter en de stadse voorzieningen. Grote waarde wordt gehecht aan een goed evenwicht tussen rust en reuring, met ruimte voor spelen, ontmoeten en groen. Ook wordt belang gehecht aan een goed bereikbare stad met veel aandacht voor gezondheid en duurzaamheid, en ingericht op het veranderende klimaat en verbinding in de buurt. Een stad (of dorp) die het beste biedt van twee werelden, met een nog beter zichtbare identiteit.
- Nieuwe prioriteiten in de openbare ruimte. Er worden nieuwe prioriteiten gesteld aan de openbare ruimte met het oog op veiligheid, ontmoeting, gezondheid en klimaatadaptatie. Groen en water – een robuust ecosysteem – hebben de eerste prioriteit. Ontmoetingsplaatsen staan op twee, gevolgd door ruimte voor voetgangers, fietsers en deelvervoer. Ruimte voor de auto vormt het sluitstuk.

"Het is belangrijk dat de gemeente stuurt op een lange termijnvisie voor het centrum gericht op zekerheid en betrokkenheid met zicht op de belangen van ondernemers, investeerders en winkeliers. Dit betekent dat bijvoorbeeld bij de verplaatsing van de bibliotheek of de plannen voor de Gooische Brink en Kerkbrink, er rekening gehouden wordt met de impact op lokale ondernemers en winkeliers en er blijvend wordt gezocht naar mogelijkheden om hen te betrekken en te ondersteunen bij het realiseren van deze plannen. Dat doen wij ook als eigenaar en ontwikkelaar van de Gooische Brink. Op deze manier creëren we samen een duurzaam, toekomstbestendig en aantrekkelijk centrum!"

Marco van der Schoor

- **Ontwikkelaar Gooische Brink**

3. VISIE CENTRUM HILVERSUM 2030

Dit hoofdstuk geeft de visie voor het kloppend hart van de Mediastad weer (zie figuur 6). De visie voor 2030 is nader uitgewerkt in vijf speerpunten met bijbehorende ambities.

Eerst kijken we terug op het ontstaan van het centrum (paragraaf 3.1). Daarna vertellen we over de profilering van Hilversum als dé Mediastad van Nederland (paragraaf 3.2 en 3.3). Vervolgens gaan we in op samenwerking en organisatie, die randvoorwaarden vormen om de geformuleerde ambities waar te kunnen maken (paragraaf 3.4). Vervolgens vertalen we dit naar de speerpunten in hoofdstuk 4 (paragraaf 3.5).

3.1 Ontstaan van het centrum

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

Rijke Amsterdammers stichtten vanaf de 17e eeuw landhuizen in ’s-Graveland om er te verpozen in de zomer, als het in de stad te benauwd en vies was. In het kielzog daarvan 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 namen 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 kleinstedelijke karakter van Hilversum.

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 Seintoestellen Fabriek (NSF) in 1918 aan de Naarderstraat. Omroepen vestigden hun studio’s en kantoren in Hilversum om telefoonkosten uit te sparen. In 1951 volgt de eerste tv-uitzending en in 1961 werd de eerste paal geslagen voor het Omroepkwartier, later omgedoopt tot Media Park.

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

Sterke 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 gecreëerd, ingebed in een architectonische en stedenbouwkundige samenhang. Integratie van de stad en omliggende natuur speelde een belangrijke rol bij Dudoks 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. Ondanks zijn vernieuwende ideeën zo pal na de oorlog is Dudok er niet in geslaagd om zijn stempel te drukken op de structuur van het centrum. Naast het vroegere C&A-gebouw – waar tegenwoordig een boekhandel en appartementen zijn gevestigd – zijn er in het centrum slechts enkele portiekflats en woonwinkelcomplexen van zijn hand gerealiseerd.

De Hilversumse identiteit kenmerkt zich tot op de dag van vandaag door het diverse karakter. Enerzijds zijn er de zogenoemde arbeiders-, middenstands- en villawijken die kwalitatief goed en groen zijn, en anderzijds is er hoogwaardig ontwikkeld kleinschalig ondernemerschap. 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 dragen bij aan verbetering van de ruimtelijke kwaliteit en van het verblijf in het centrum. De rode draad is helder. Op korte afstand van de grote steden en centraal gelegen in de Gooi en Vechtstreek gedijt het vernieuwend vakmanschap (media, architectuur/stedenbouw, groen) goed. En zo is een eigen Hilversums karakter ontstaan.

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, dé Mediastad) te ervaren.

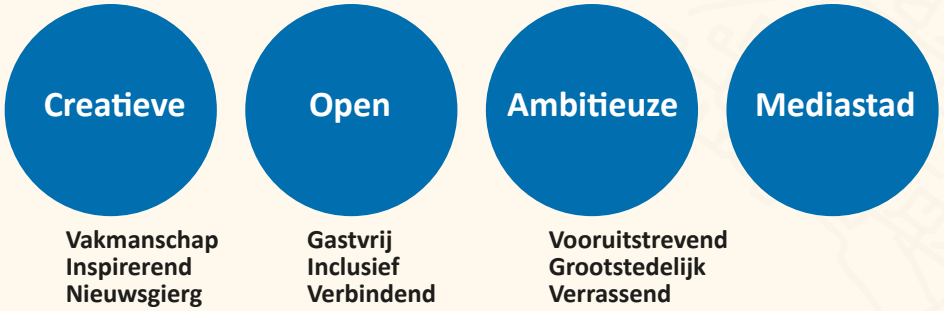
3.2 Hilversum Mediastad als verhaal

Hilversum is dé Mediastad. En als tuinstad heeft het beeldbepalende architectuur en een rijke historie. Hilversum onderscheidt zich daarmee wezenlijk van andere gemeenten. Het merkverhaal van Hilversum Marketing sluit daarbij aan, namelijk de creatieve, open en ambitieuze Mediastad (zie kader en figuur 3). Een goed functionerend centrum is daarbij levendig, gastvrij en toekomstbestendig. Dit zijn meer algemene randvoorwaarden die voor elk centrumgebied gelden.

- **Levendig:** een bruisend centrum van Hilversum waar mensen naartoe komen voor winkels, uitgaan, ontmoeting, werk en inspiratie. Een centrum waar volop activiteiten zijn en altijd wel iets te doen en te beleven is.
- **Gastvrij:** een sfeervol en aantrekkelijk centrum dat uitnodigend en toegankelijk is voor alle bezoekers en bewoners, en waar iedereen zich welkom voelt. Een gastvrij centrum is daarnaast een centrum dat goed bereikbaar is.
- **Toekomstbestendig:** Het centrum staat voor een transitie van een monofunctioneel winkelcentrum naar een multifunctioneel centrumgebied. In het centrum liggen kansen om door concentratie tot een compacter winkelgebied te komen. Dit is nodig om concurrentie van online winkelen en omliggende steden het hoofd te bieden en om onze regiopositie te behouden. Tegelijkertijd neemt het aantal woningen in het centrum toe. Het centrum wordt een gebied waar de functies winkelen, wonen, werken, cultuur, ontmoeten en verblijven samenkomen. Zo komen we tegemoet aan de uitdagingen in de detailhandel én andere opgaven zoals de woonbehoefte, klimaatadaptatie en de energietransitie.

De visie en de gewenste identiteit van het centrum zijn in vijf thema's uitgewerkt: de speerpunten. In hoofdstuk 4 volgt voor elk speerpunt een uitwerking. In dat hoofdstuk wordt voor elk speerpunt een toekomstbeeld op de kaart weergegeven. In de bijlagen is de huidige situatie van deze thematische kaartbeelden opgenomen.

Hilversum is een...



Merkverhaal 'Hilversum is Live'

Je bent welkom in Mediastad Hilversum, de plek waar de Nederlandse omroepgeschiedenis begon én waar we verder bouwen aan de toekomst van media.

Hilversum is een stad van creatieve makers met een ambitie om grenzen te verleggen. Daar staan we internationaal om bekend. Hilversum is een stad van verrassingen, midden in de Gooise natuur. Met unieke concept stores en ambachtelijke bakkers, wereldwijd bekende musea en architectonische hoogstandjes. Dit is een stad die leeft.

Hilversum is Live.

figuur 3 Merkverhaal Hilversum. Bron: Hilversum Marketing

In het centrum ervaar je nauwelijks het verhaal van Hilversum als Mediastad en tuinstad. Terwijl het een prominent onderdeel van de geschiedenis is. Het verhaal van Hilversum vraagt om verdieping en het inzetten van diverse middelen. Zo is het kansrijk om historische kwaliteiten in te zetten en daarbij ruimte te maken voor mediagerelateerde werk- en beleefplekken. Ook zijn er kansen om de verblijfskwaliteit van straten en brinken te vergroten door te vergroenen.

Dit zijn onze belangrijkste kernkwaliteiten:

- **Mediastad van Nederland:** Meer dan 230 mediabedrijven, 12.000 mediaprofessionals en 23 studio's.
- **Bruisende cultuursector:** Iconisch museum Beeld en Geluid, Museum Hilversum (mediakunst en fotografie), thuisbasis Zilveren Camera.
- **Prachtige natuur:** Stad omringd door bos, heide en water.
- **Architectuur:** Stad vol met werk van Dudok, Cuypers en Duiker en eigentijdse architectuur van René Zuuk, Neutelings Riedijk en MVRDV.
- **Uitgaan en winkelen:** Rijk aanbod van lokale winkels in combinatie met (inter)nationale ketens, culinair hart van de regio.

HET CENTRUM VAN HILVERSUM: KLOPPEND HART VAN DE MEDIASTAD IN 2030

COMPACT CENTRUM

Een compact en multifunctioneel centrumgebied met vitale entreegebieden

AANTREKKELIJK & LEVENDIG

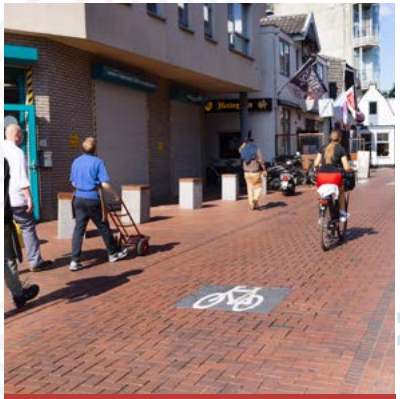
Bruisend rondje centrum, met een logische routing voor bezoekers

FIJNE LEEFOMGEVING

Een fijne plek om te winkelen, werken, wonen, ontmoeten en te recreëren

GROEN EN DUURZAAM

Een groen karakter en toonaangevend op het gebied van duurzaamheid



TOEGANKELIJK & BEREIKBAAR

Het centrum is voor iedereen toegankelijk, bereikbaar en verkeersveilig

SAMENWERKING & ORGANISATIE

Kernwaarden Hilversum Centrum

De kernwaarden voor het DNA van het centrum van Hilversum zijn:

- Het dorpse karakter. Hilversummers noemen een bezoek aan het centrum soms letterlijk een bezoek aan het dorp. Het dorpse zit hem in zaken als kleinschaligheid – alles is dichtbij – en laagbouw op veel plekken. Maar ook in de vriendelijke sfeer en in de betrokkenheid van inwoners en ondernemers. In de ambitie 'aantrekkelijk en levendig' (paragraaf 4.2) is de dorpse uitstraling vertaald naar een profilering van enkele pleinen en brinken in het centrum. Dit komt terug bij speerpunt 'Fijne leefomgeving' (paragraaf 4.3).
- De nabijheid van groen. Hilversum is een unieke tuinstad: een sociaal-economisch concept waar iedereen goed woont en werkt. En waar mensen elkaar kunnen ontmoeten in een gezonde en prettige leefomgeving met bijbehorende voorzieningen, waaronder een krachtig centrum. De mens en de menselijke maat staan centraal. Dudok heeft volgens de tuinstadgedachte aan Hilversum gewerkt. Dit komt terug bij het speerpunt 'Groen & duurzaam' (paragraaf 4.4).
- De karakteristieke architectuur. In het centrum van Hilversum is veel fraaie architectuur te vinden zoals oude winkelpanden, het voormalige C&A-pand van Dudok, de Sint Vituskerk van Cuypers en Gooiland van Duiker. In de volgende paragraaf gaan we in op de middelen om de karakteristieke architectuur zichtbaarder te maken.

3.3 Middelen Hilversum Mediastad

De kernwaarden van Hilversum zetten we de komende jaren in om het centrum krachtiger te positioneren. Dit doen we met de volgende middelen:

- Programmering op het gebied van media, cultuur en muziek, zoals uitzendingen bij Studio Voorhoeve, het LAB Mediaplein en – in de toekomst – de vernieuwde bibliotheek bij de Kerkbrink.
- Opstellen van een integraal verlichtingsplan om de verblijfskwaliteit en het gevoel van veiligheid te vergroten. Uitgangspunten hierbij zijn verlichting het jaar rond en een eenduidiger beeld, passend bij het concept Hilversum Mediastad.
- Het centrum als podium voor festivals en evenementen, zoals Hilversum 600 jaar in 2024 en de Dutch Media Week. We spelen met evenementen in op actualiteiten, zoals Live2000 tijdens de Top2000 en het cultuurfestival Open 035.
- Vertellen van verhalen over het centrum van Hilversum. Bijvoorbeeld verhalen over – en het zichtbaar maken van – de creatieve bedrijven en mediabedrijven die al in het centrum aanwezig zijn. Of verhalen over oude winkelpanden die duidelijk maken welke grandeur het centrum vroeger had. Hier ligt een rol voor Hilversum Marketing en de historische, erfgoed- en architectuurorganisaties. Maar ook poëzie kan hier een bijdrage aan leveren.
- Sturing op meer ruimte voor creatieve (media)bedrijvigheid.
- Het letterlijk zichtbaar maken van de historie, bijvoorbeeld door gevels te restaureren via een gevelherstelfonds. Dit is eerder succesvol toegepast in Hilversum.
- In het centrum zijn meerdere locaties en gebouwen te vinden die in Hilversum en de regio bekend zijn. Voorbeelden hiervan zijn: Boekhandel Voorhoeve, horecagelegenheden Mout en Meddens, poppodium De Vorstin, Kookwinkel Oldenhof, Biercafé De BarBier op de Groest, salon Jim James op de 's-Gravelandseweg, de Grote Kerk en Museum Hilversum (zie ook de iconische plekken op de kaart in figuur 9). Het is wenselijk om deze iconische plekken voor bezoekers en inwoners te koppelen aan de identiteit van Hilversum Mediastad. Daarbij is er vraag naar meer mediagerelateerde plekken in de openbare ruimte en in gebouwen in het centrum. Een betere

verbinding tussen de openbare ruimtes is mogelijk door die eenduidig en hoogwaardig in te richten zodat verbindingen duidelijk en veilig zijn.

- Uitingen van het concept 'Hilversum Mediastad' in de publieke ruimte. Met terugkerend materiaalgebruik in bestrating en elementen zoals bijvoorbeeld bankjes, planten, multimedia-kunstwerken, beelden en bebording.

Figuur 4 Sfeerbeelden profilering Hilversum Centrum

De pleinen en groene collectieve plekken krijgen een belangrijke functie in het centrum. Een voorbeeld is de Kerkbrink als cultuur- en horecaplein, doorlopend in de Gooische Brink als leer- en ontdekplek. De karakterisering van de plekken is verder uitgewerkt in paragraaf 4.2.

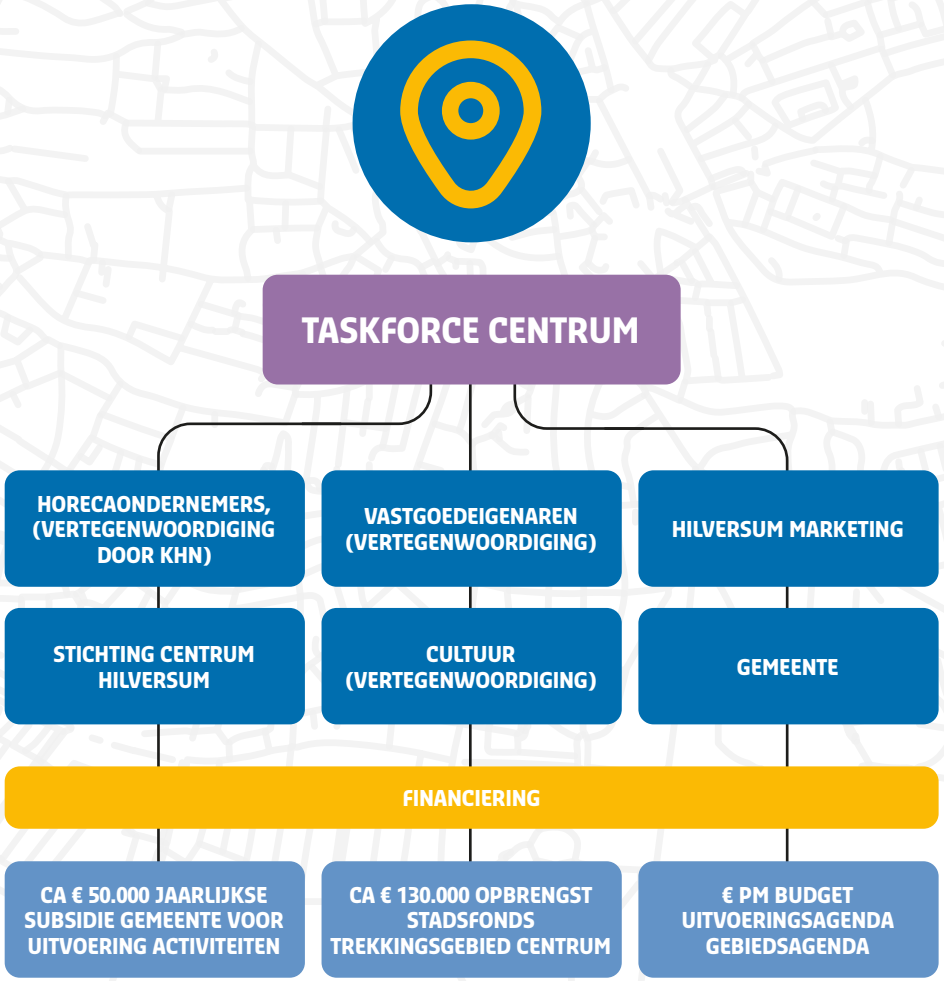
3.4 Samenwerking en organisatie

Een goede samenwerking tussen gebruikers (o.a. ondernemers, culturele organisaties, bewoners), vastgoedeigenaren en de gemeente is een voorwaarde voor het succesvol uitvoeren van de Gebiedsagenda.

De ondernemers in het centrum zijn georganiseerd vanuit verschillende samenwerkingsverbanden:

- Stichting Centrum Hilversum (sCH) is actief en heeft een centrummanager. Winkels en culturele voorzieningen zijn als sectoren vertegenwoordigd in het bestuur.
- De horeca heeft zich georganiseerd vanuit Koninklijke Horeca Nederland (KHN).

Niet alle winkeliers en horecaondernemers in het centrum zijn door deze organisaties vertegenwoordigd.



Figuur 5 Beoogd organisatiemodel centrum

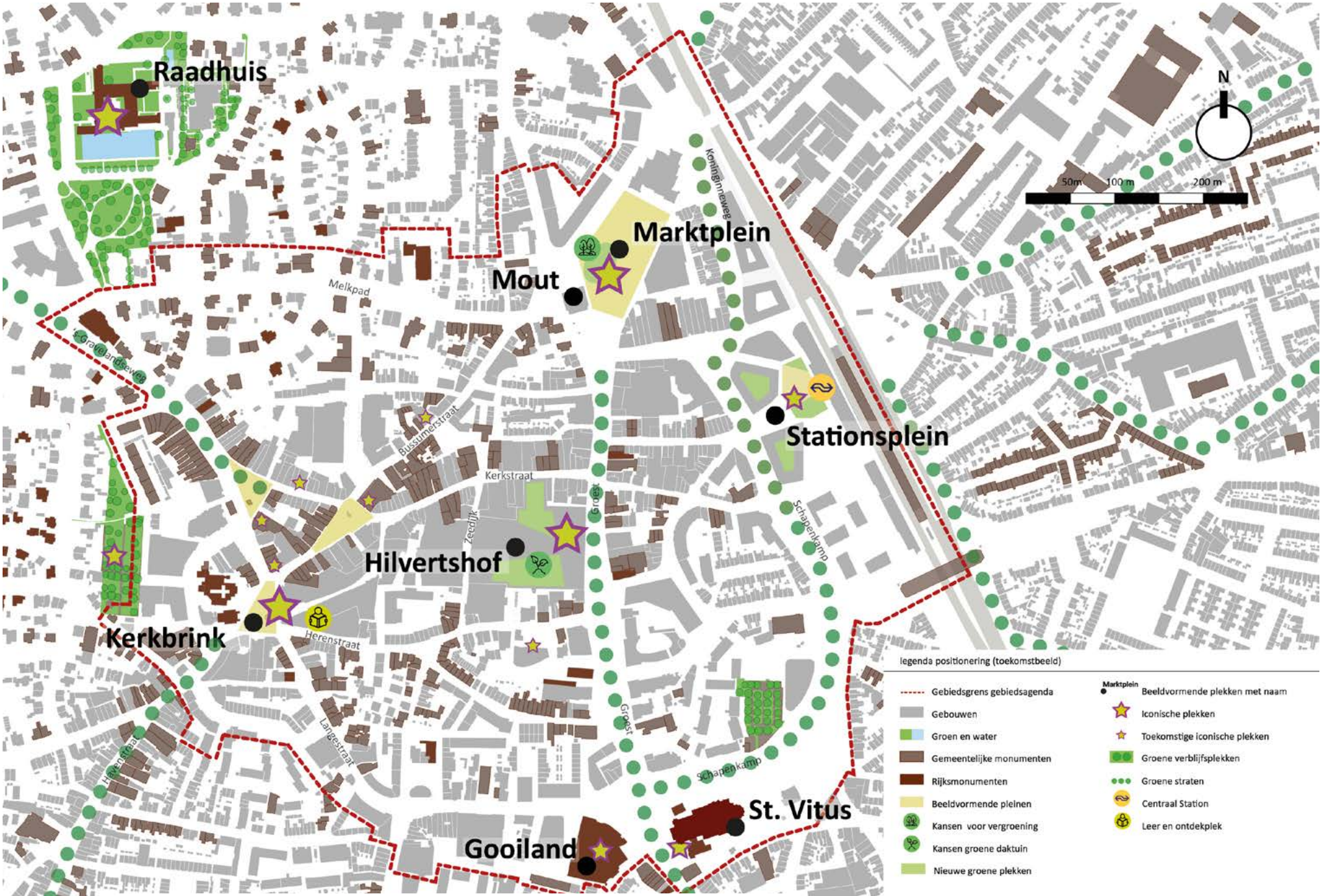
De verschillende partners in het centrum konden elkaar tijdens de coronapandemie en erna goed vinden. De partijen delen het gemeenschappelijk belang van een sterk centrum en kunnen gezamenlijk optrekken om de maatregelen van de Gebiedsagenda uit te voeren. Om te komen tot een krachtig samenwerkingsverband denken we aan de volgende insteek:

- Samenwerking verstevigen vanuit een taskforce. Het doel van de taskforce is het bewaken van de uitvoering van de Gebiedsagenda Centrum.
- Alle betrokken partijen komen in de taskforce samen: een bestuurslid en de centrummanager namens de sCH, een Hilversumse vertegenwoordiging van KHN, vastgoedeigenaren, Hilversum Marketing, vertegenwoordiging vanuit het cultuurnetwerk en een afvaardiging van bewoners. De gemeente treedt op als penvoerder, waarbij de wethouder samen met een ambtenaar aanwezig is bij de bijeenkomsten.
- Inzet van het Stadsfonds, het bestaande ondernemersfonds in Hilversum. Het budget wordt momenteel voornamelijk ingezet voor activiteiten vanuit sCH.

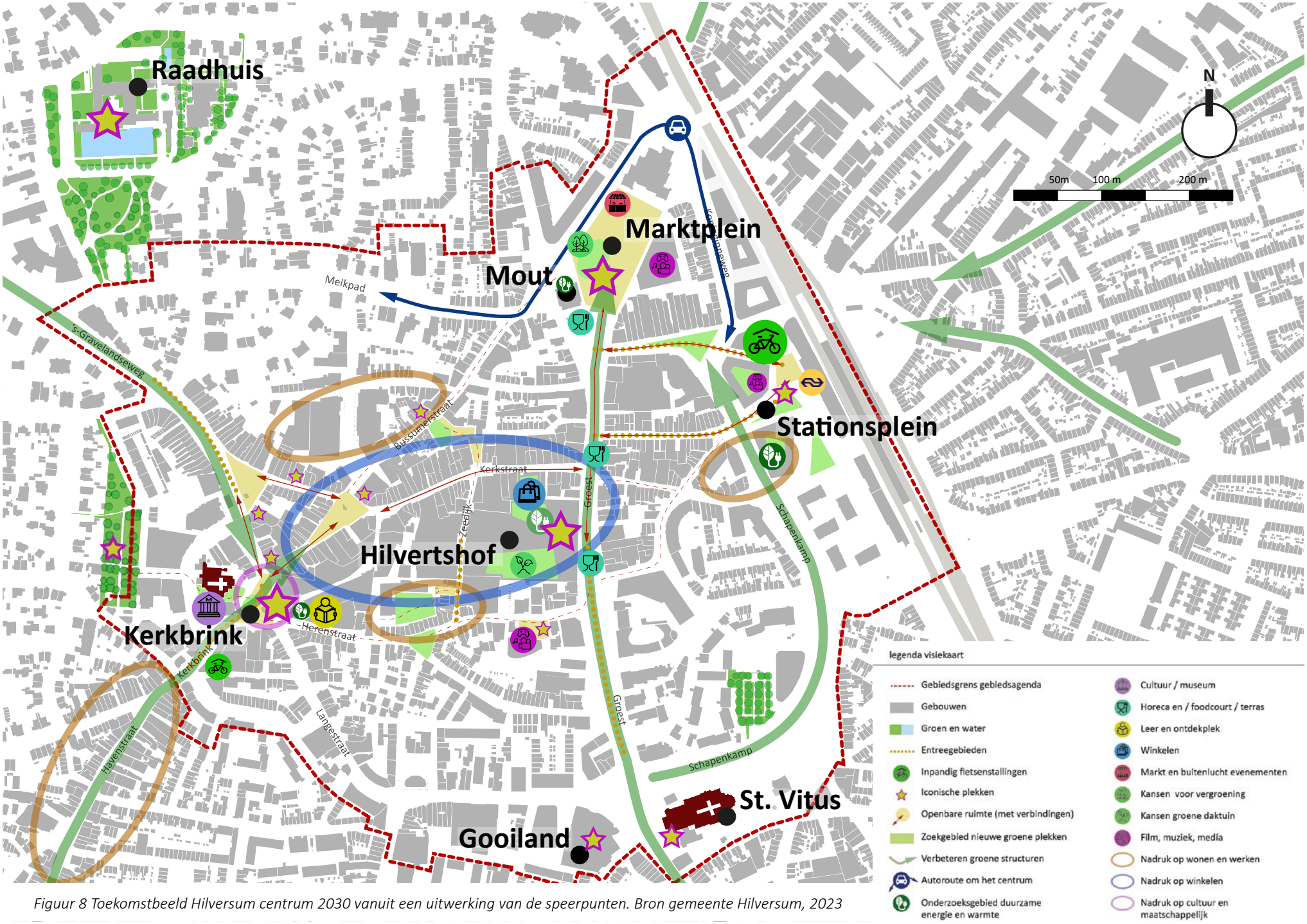
In de toekomst is het opzetten van andere samenwerkingsvormen voor het centrum mogelijk. Eerder was er voldoende draagvlak voor het instellen van een BIZ, maar dit is gestrand op juridische gronden. Een BIZ heeft zich op de Gijsbrecht en op andere plekken in Nederland bewezen als succesvolle regeling. Het draagvlak voor het instellen van deze regeling kan in Hilversum opnieuw worden onderzocht. Het initiatief ligt hiervoor bij de ondernemers.

3.5 Visie en positionering als basis voor de speerpunten

De visie en de gewenste identiteit dienen als basis voor de speerpunten. In hoofdstuk 4 volgt voor elk speerpunt een nadere uitwerking. Elk speerpunt wordt gevisualiseerd in een thematisch toekomstbeeld. In de bijlagen zijn de thematische kaartbeelden van de huidige situatie opgenomen.



Figuur 6 Toekomstbeeld positionering Hilversum centrum. Bron gemeente Hilversum, 2023



Figuur 8 Toekomstbeeld Hilversum centrum 2030 vanuit een uitwerking van de speerpunten. Bron gemeente Hilversum, 2023

4. SPEERPUNTEN VOOR HET CENTRUM

In dit hoofdstuk zijn de vijf speerpunten en bijbehorende ambities uiteengezet. Daarbij zijn de ruimtelijke consequenties en keuzes per speerpunt nader belicht.

4.1 COMPACT CENTRUM

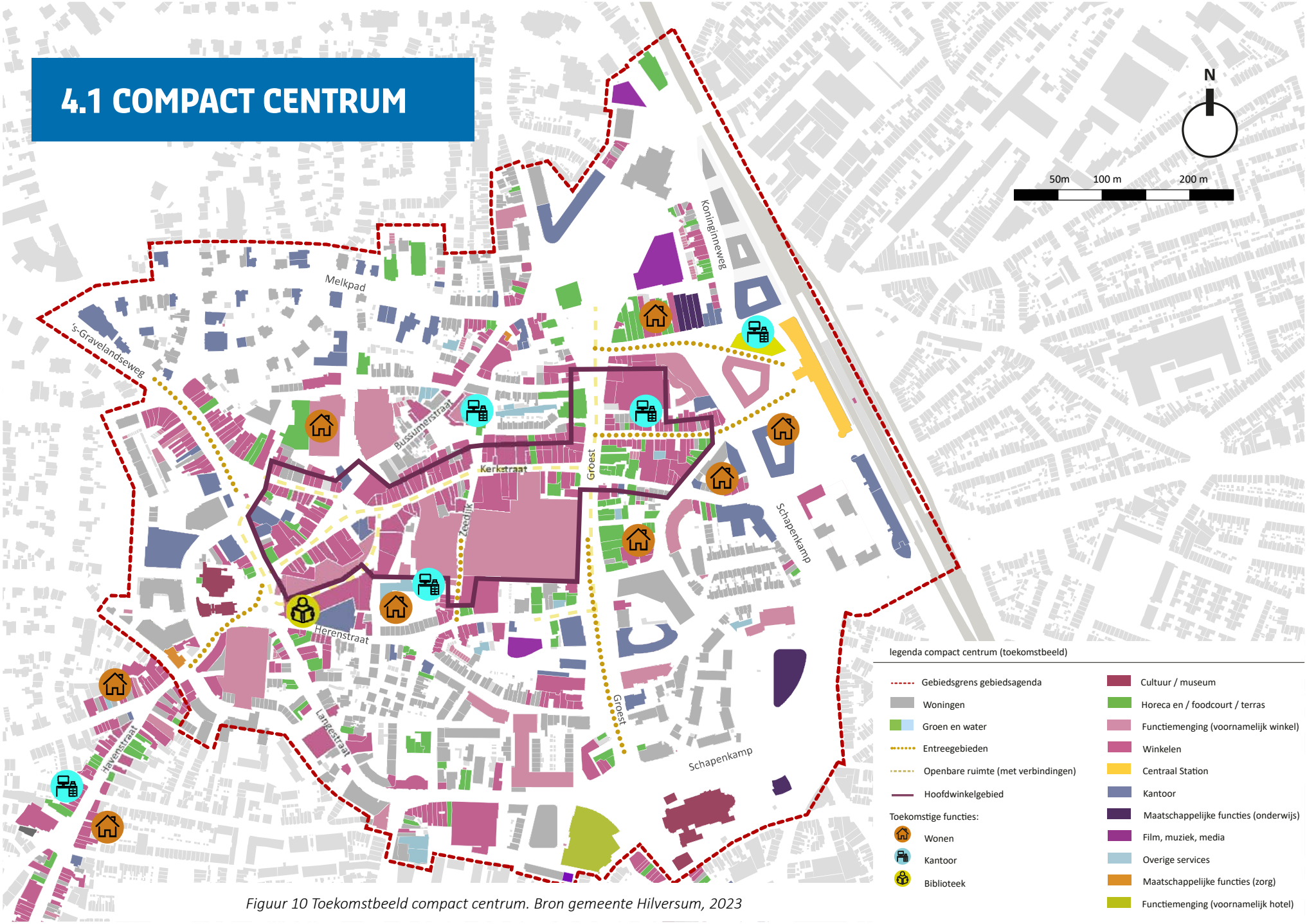
4.2 AANTREKKELIJK & LEVENDIG

4.3 FIJNE LEEFOMGEVING

4.4 GROEN EN DUURZAAM

4.5 TOEGANKELIJK & BEREIKBAAR

4.1 COMPACT CENTRUM



Figuur 10 Toekomstbeeld compact centrum. Bron gemeente Hilversum, 2023

Ambitie: in 2030 is er een compact centrumgebied met een multifunctioneel karakter en vitale entreegebieden.

Het centrum van Hilversum, met een groot aandeel winkels in de recreatieve sector, staat onder druk. Momenteel staat in het centrum 12% van de verkooppunten en 13% van het aantal m² winkelvloeroppervlakte leeg. Daarmee ligt de leegstand onder het Nederlands gemiddelde. Enige mate van leegstand is nodig om te komen tot een goede doorstroom en om nieuwe ondernemers een kans te geven. Hiervoor volstaat 3% leegstand. De huidige leegstand ligt ruim boven dat percentage en kan bezoekers een gevoel van verloedering geven. Voor de aantrekkingskracht van het centrum is het belangrijk om de leegstand omlaag te brengen. Dat kan door het compacter maken van het centrumgebied.

De afgelopen jaren is een aantal zaken verplaatst van de rand van het centrumgebied naar de kern van het centrum. Een voorbeeld hiervan is de biologische slager die naar de Groest is verhuisd. Deze beweging willen we de komende jaren verder stimuleren.

Toekomstig hoofdwinkelgebied

Op de kaart in figuur 13 is de begrenzing van het toekomstige centrumgebied aangegeven (zie rode stippellijn). Het centrumgebied bestaat uit het hoofdwinkelgebied, de levensvatbare entreegebieden (aanloopstraten) en enkele woon-werkgebieden. Het hoofdwinkelgebied (paarse doorgetrokken lijn) en de entreegebieden samen vormen het toekomstige vitale winkelgebied van het centrum van Hilversum, oftewel het gebied met een optimale gebruiks-, belevings-, en toekomstwaarde. Het gebied is bepaald op basis van de contouren van de Centrumvisie 2015 en de Gebiedsfoto, in combinatie met de marktmogelijkheden en de creatie van een logische looproute.

Voor het goed functioneren van het centrum is het belangrijk dat de recreatieve winkels, zoals mode en luxe, zo veel mogelijk worden gesitueerd in het hoofdwinkelgebied. Dit valt te combineren met horeca en cultuur. De entreegebieden kunnen een bredere functie hebben: voor dagelijkse winkels, (commerciële) diensten, maatschappelijke functies, cultuur en kantoren/bedrijvigheid.

De Zeedijk maakt onderdeel uit van het hoofdwinkelgebied. Dit is een smalle straat met hoge kale wanden, twee zij-entrees naar winkelcentrum Hilvertshof en enkele winkels. Kansen liggen bij de ontwikkeling tot een aantrekkelijk groen gebied met toevoeging van horeca. In figuur 11 zijn enkele voorbeelden opgenomen.

Figuur 11 Sfeerbeelden Drieharingstraat in Utrecht (bron Nederwoon.nl), Zakkendragersteeg in Utrecht (bron Indebuurt.nl) en een straat in Haarlem (Woonbewust.nl).

Definitie centrumfuncties: Onder centrumfuncties worden alle publieksgerichte functies verstaan. Dit betreft detailhandel, horeca, dienstverlening, culturele en maatschappelijke voorzieningen en bedrijven in de creatieve sector.

Levensvatbare entreegebieden

Voor een sterk centrumgebied maken we van de entreegebieden (gele stippellijn in figuur 15) echte poorten voor het centrum. De entreegebieden hebben een afwijkend aanbod ten opzichte van de hoofdwinkelstraten. Naast winkels en horeca vindt een sterkere menging met dienstverlening en werken plaats. Het is voor de entreegebieden belangrijk dat een aaneengesloten front met publieksfuncties en zo min mogelijk leegstand aanwezig is.

Tot de levensvatbare entreegebieden behoren de volgende pleinen en straten:

- **Stationsplein**: de aansluiting van het Stationsplein op de hoofdwinkelstraten kan beter. Bezoekers die hun bezoek aan het centrum op het Stationsplein beginnen, worden niet direct naar het centrum geleid. Het Stationsgebied transformeert tot een aantrekkelijke, groene en welkome entree van de stad. Vanuit deze aantrekkelijke (groene) inrichting worden bezoekers automatisch naar de Leeuwenstraat en Stationsstraat geleid. In het plan is naast wonen ook aanzienlijke ruimte voor stationsgebonden voorzieningen, waaronder kantoren voor creatieve bedrijvigheid, een hotel en enige ruimte voor detailhandel en horeca.
- **Leeuwenstraat**: de uitstraling en invulling van deze straat verdient verbetering. Er zit enige leegstand, de doorstroom is hoog en een aantal panden heeft geen aantrekkelijke uitstraling. De wens is om bezoekers vanaf het station naar de Leeuwenstraat te leiden. De hoekpanden van de Leeuwenstraat trekken door uitstraling en invulling bezoekers de straat in. Voor de rest van de straat geldt dat de winkel-, horeca- en dienstenfunctie wordt behouden en versterkt vanuit een aantrekkelijke uitstraling en invulling. Het continueren van de bestrating en groenelementen vanuit het Stationsplein dragen bij aan een eenduidige uitstraling.
- **Stationsstraat**: het centrumverkeer loopt momenteel nog door deze straat. De centrumring wordt mogelijk omgeleid. Daardoor wordt de Stationsstraat autoluw en ontstaat een sterkere toegangspoort tot de hoofdwinkelstraten. Hiervoor is een aantrekkelijke inrichting nodig en een krachtig aanbod, bestaande uit winkels en overige centrumfuncties. Ook hier geldt dat de bestrating en groenelementen vanaf het Stationsplein doorlopen. Dit geldt ook voor de Schapenkamp. Deze straat wordt opnieuw ingericht, voorafgaand aan de herontwikkeling van het Stationsplein. De inrichting is in lijn met de nieuwe inrichting voor het Stationsgebied en zou doorgetrokken kunnen worden naar de Leeuwenstraat.
- **Kerkbrink tot aan de Brinkweg**: de Kerkbrink vormt het entreegebied voor het westelijke hoofdwinkelgebied. Het plein krijgt een nieuwe inrichting.
- **’s-Gravelandseweg**: een deel van de ’s-Gravelandseweg – die gedeeltelijk tot de centrumring behoort – kenmerkt zich door enkele speciaalzaken in combinatie met dagelijks aanbod en diensten. Het is een belangrijke doorgaande fietsroute die een opwaardering verdient, met name voor de fietser vanuit het noorden. De huidige situatie is niet fietsvriendelijk.
- **Groest**: deze straat heeft momenteel vooral een functie als horecastraat. Een opgave ligt bij de veiligheid en kwaliteit. In de beleving van bezoekers is de straat niet altijd even veilig. Dit betreft enerzijds het gevoel van onveiligheid in de avonduren en anderzijds de onveilige verkeerssituatie bij de ingang van de parkeergarage Hilvertshof. De oversteek van de Groest naar het Marktplein (Langgewenst) ervaren mensen ook als onveilig. Door het verleggen van de centrumring – waarmee doorgaand autoverkeer van deze route verdwijnt – wordt deze oversteek veiliger voor voetgangers. Een versterking van de Groest ontstaat ook door de komst van meer kwaliteitshoreca (restaurants met een gemiddeld tot bovengemiddeld marktsegment). Dit spreekt een bredere doelgroep aan. Het zuidelijk deel van de Groest, waar het voetgangersgebied ter hoogte van de Barbier begint, verdient een opwaardering. Het oogt nu rommelig door de verschillende verkeersstromen en panden met een matige uitstraling. Een meer eenduidige uitstraling en inrichting vergroot de aantrekkelijkheid.

Te transformeren entreegebieden

De leegstand in Hilversum is het hoogst in de entreegebieden. Dat is in lijn met het landelijke beeld. In het centrum is dit vooral te zien in de Oude en Nieuwe Doelenstraat, Kampstraat, Herenstraat, Bussumersteeg, het Noordse Bosje, de Emmastraat en de Langestraat. En, buiten de contouren van deze Gebiedsagenda, op de Havenstraat. De detailhandelsfunctie in deze entreegebieden kan worden afgebouwd. We willen stimuleren dat sterke centrumfuncties in deze gebieden zich naar het centrumgebied verplaatsen. Hiervoor zetten we een transformatiemanager in. Ook komt er een pakket aan subsidies, zoals een plansubsidie waarmee eigenaren inzicht krijgen in de transformatiemogelijkheden voor hun pand. Hierbij verkennen we de toegevoegde waarde van subsidies.

De plekken in de te transformeren entreegebieden zijn geschikt voor omvorming naar de functies wonen en werken. Panden in de entreegebieden zijn bijvoorbeeld geschikt als vergaderplekken, werkruimtes voor start-ups, een studio, VR-lab, bedrijfsverzamelgebouwen, culturele voorzieningen en avondhoreca. Dit zijn functies die zowel overdag als 's avonds voor levendigheid kunnen zorgen. Deze werkplekken zijn interessant voor startende ondernemers of mensen die op een inspirerende plek willen werken. De nabijheid van voorzieningen als horecagelegenheden in het centrum versterken het interactieve werkmilieu en komt de levendigheid van het centrum ten goede. Nu al zijn rond het centrum verschillende creatieve bedrijven gevestigd. Daarnaast kunnen deze panden – mits hiervoor geschikt – worden getransformeerd tot woningen.

"Ik word heel blij van de gebiedsagenda. Met name de Schoutenstraat en de Drie Pleinen waren een beetje vergeten gebied in het centrum. Met de komst van Roast is er nu al meer reuring op het Keiplein. Daarnaast werken de ondernemers in de Schoutenstraat prettig samen voor meer groen en voeren we dezelfde posters om het straatbeeld te verfraaien. Fijne ontwikkelingen allemaal."

Arienne de Boer

- **bewoner en ondernemer Centrum**

Van buiten naar binnen

Verschillende functies die momenteel buiten het centrumgebied liggen, kunnen het centrumgebied van Hilversum versterken. Het gaat daarbij om de volgende insteek:

- **Verplaatsing sterke solitaire winkelfuncties (verspreide bewinkeling) naar het centrumgebied.** Insteek is om deze functies naar het centrumgebied te halen en de huidige locatie om te vormen naar wonen of werken. Dit kan worden gestimuleerd via een transformatiemanager in combinatie met de eerder genoemde subsidies. Bij vertrek van solitair gelegen winkels is het van belang dat op deze plekken geen winkelfunctie meer terugkomt. In een paraplu-bestemmingsplan kan een voorzienbaarheid worden gecreeerd om dit te voorkomen.
- **Verplaatsing functies vanuit de te transformeren entreegebieden naar het centrumgebied.** De winkels en horeca die momenteel in de te transformeren entreegebieden liggen, vormen kansen voor het centrum. Ook hier kan de transformatiemanager samen met subsidies verplaatsingen en transformaties stimuleren.
- **Verplaatsing recreatieve functies naar het centrumgebied.** Het centrum wordt ook versterkt door concentratie van recreatief aanbod, zoals mode- en schoenenwinkels. Om het voortbestaan van het centrum te garanderen dienen de recreatieve functies zo veel mogelijk in het centrum te worden geconcentreerd.

De aanbeveling is om in eerste instantie in te zetten op geleidelijke verplaatsing van solitaire winkelfuncties en verplaatsing van winkels en horeca in de te transformeren entreegebieden.

Bovenstaande maatregelen zijn een eerste aanzet voor het op te stellen toekomstperspectief voor de aanloopstraten.

Van binnen naar buiten

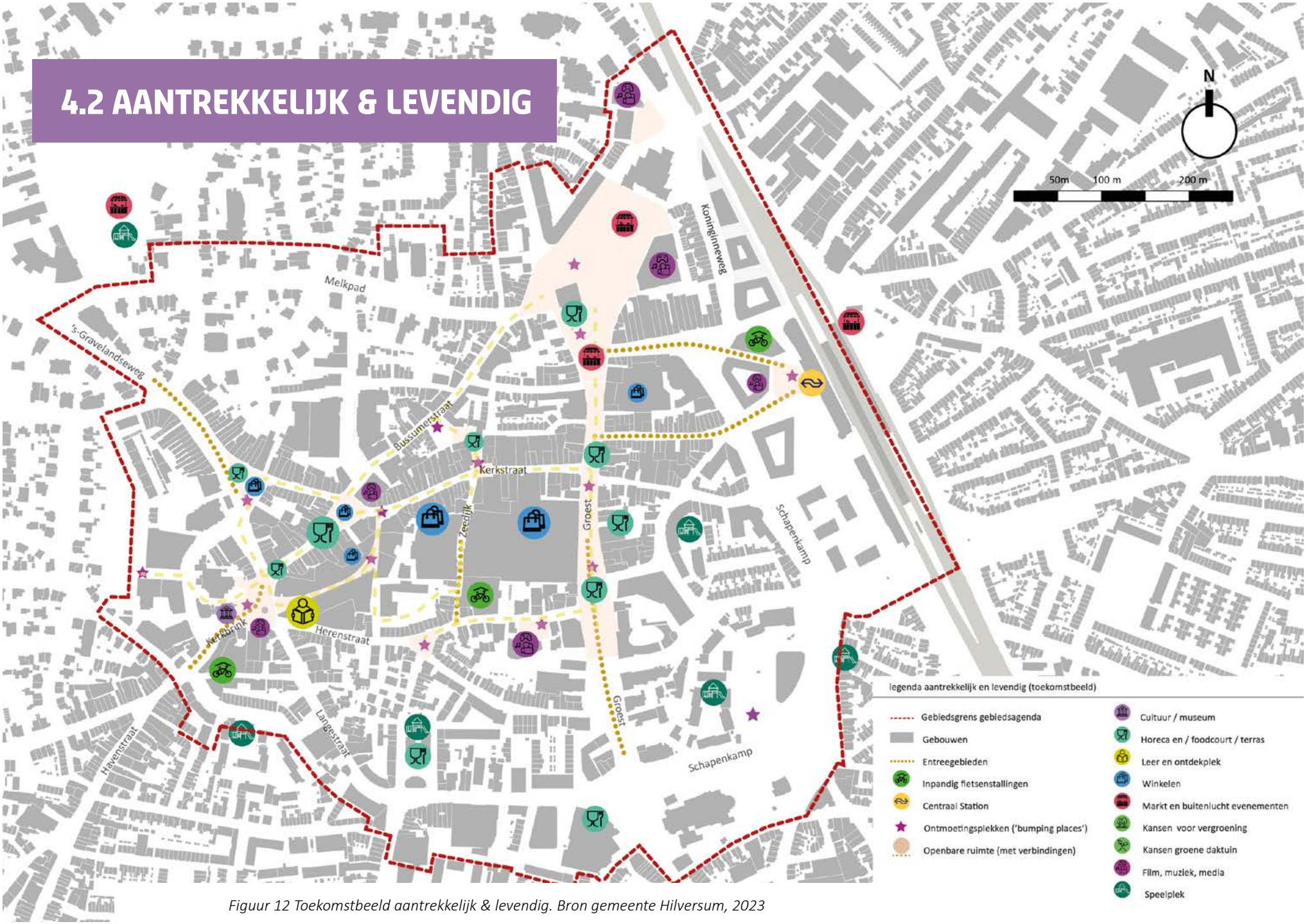
In de hoofdwinkelstraten zijn functies aanwezig die niet of in beperkte mate van toegevoegde waarde zijn voor het centrum. Het gaat bijvoorbeeld om zaken waar ondermijning plaatsvindt. Deze moeten we uiteraard aanpakken. De functies die verkeer aantrekken kunnen worden verplaatst naar de entreegebieden. Een combinatiebezoek ligt daarmee nog steeds voor de hand. Met hun vertrek maken deze functies ruimte voor winkels en horeca die van buiten naar binnen komen.

Invulkansen hoofdwinkelstraten en entreegebieden

Ten opzichte van vergelijkbare winkelgebieden blijkt dat er in het centrum van Hilversum veel aanbod is, zowel op het gebied van het aantal vestigingen als in winkelvloeroppervlakte. Er zijn geen winkelbranches ondervertegenwoordigd. Hetzelfde geldt voor de horecasector, zowel voor de fast service en restaurants als voor cafés, ontspanning, ambachten en dienstverlening.

Alleen op cultureel vlak heeft het centrum minder aanbod dan andere centrumgebieden. Er zijn momenteel weinig galerieën en musea ten opzichte van andere centrumgebieden van vergelijkbare omvang. De komst van de bibliotheek inclusief andere functies naar de Gooische Brink is een versterking van het cultureel aanbod. Bij Gooiland liggen kansen om het culturele aanbod te versterken. De sector ontspanning scoort goed in Hilversum. Echter ontbreken verschillende voorzieningen in het centrum van Hilversum die in vergelijkbare centra wel aanwezig zijn. Jongeren hebben bijvoorbeeld aangegeven dat er voor hen weinig te doen is in het centrum. Zij hebben behoefte aan een gamehal en een ontmoetingsruimte met een actief programma. Ook ouderen hebben de wens voor een ontmoetingscentrum.

4.2 AANTREKKELIJK & LEVENDIG



Figuur 12 Toekomstbeeld aantrekkelijk & levendig. Bron gemeente Hilversum, 2023

Ambitie: in 2030 is er een bruisend rondje centrum, waarbij bezoekers automatisch door het gebied worden geleid.

In het centrum is in 2030 een sterke mix ontstaan van winkels, horeca, diensten, vrijetijdsfuncties, cultuur en maatschappelijke voorzieningen met een functie voor Hilversum en de regio. De komst van de bibliotheek met partners op en rond de Kerkbrink gaat voor een culturele impuls in het centrum zorgen. Daarnaast ligt er een kans voor het toevoegen van woon- en werkfuncties op verdiepingen in de hoofdwinkelstraten en entreegebieden. Deze functies vergroten de levendigheid en het bestedingspotentieel. Zo kan het centrumgebied een sterke(re) samenhang gaan vertonen, waarbij de publieksvoorzieningen op elkaar aansluiten en er een logische looproute ontstaat. Bezoekers worden op die manier langs het grootste deel van de winkels, horeca en andere publieksvoorzieningen geleid. De pleinen en trekkers in het centrum verbinden de deelgebieden. Zij zorgen voor inspiratie, rust en ontmoeting. De beleving van de looproutes kan beter. Zo is er sprake van 'blinde' of dichtgeplakte gevels aan sommige straten waardoor er geen interactie is tussen gebouw en openbare ruimte. Daarbij zijn er ook gevels die liefde en aandacht vragen. Als het gaat om het herstellen van de historische waarden van een gevel biedt een gevelherstelfonds kansen.

Meer groen maakt het centrum aantrekkelijker. Tegelijkertijd draagt meer groen bij aan het oplossen van problemen als hittestress, droogte en wateroverlast. In paragraaf 4.4 werken we het thema groen en duurzaamheid uit.

Routing: een rondje centrum

Een routing werkt goed als mensen een rondje of achtje kunnen lopen. In dat rondje vinden bezoekers variatie qua sfeer en beleving. Het 'rondje' centrum wordt gevormd door: Stationsplein - Stationsstraat - Marktplein (Langgewenst) - Groest - Kerkstraat - Schoutenstraat - 's-Gravelandseweg - Kerkbrink - Gooische Brink - Kerkstraat en Wagenmakersplein - Zeedijk - Hilvertshof - Groest - Leeuwenstraat. De bronpunten, zoals parkeergarages, fietsenstallingen en het Stationsplein, vormen de startplekken.

Voor de herkenbaarheid is het belangrijk dat het gebied een eenduidige basisbestrating en inrichtingselementen krijgt, zoals bankjes, prullenbakken en straatverlichting. Het streven is om de inrichting van de openbare ruimte in de basis te laten aansluiten op die van het Stationsgebied en de Kerkbrink. Hierbij is het belangrijk dat de openbare ruimte voor iedereen toegankelijk is.

Het is wenselijk om het aantal elementen in de openbare ruimte te beperken waardoor er zo veel mogelijk bruikbare én toegankelijke publieke ruimte is. Dit kan bijvoorbeeld door inrichtingselementen te combineren (verlichting en borden, groen en zitgelegenheden). Voor de materialen van straten en pleinen kan vanuit het 'dorpse karakter' worden gedacht aan een rustige basis met gebakken straatklinkers. De pleinen en/of de Groest kunnen iets extra's krijgen. Niet door andere materialen toe te passen, maar door dezelfde basisklinker in een andere kleur toe te voegen om bijvoorbeeld patronen te maken. Een bijzondere uitstraling kan ook worden gerealiseerd door verlichting, groen, (groene) kunst, een opvallend straatmeubel of een overkapping.

Voor deze investeringen in de openbare ruimte doen we aparte investeringsvoorstellen als de financiële ruimte er is.

Karakterisering pleinen en brinken

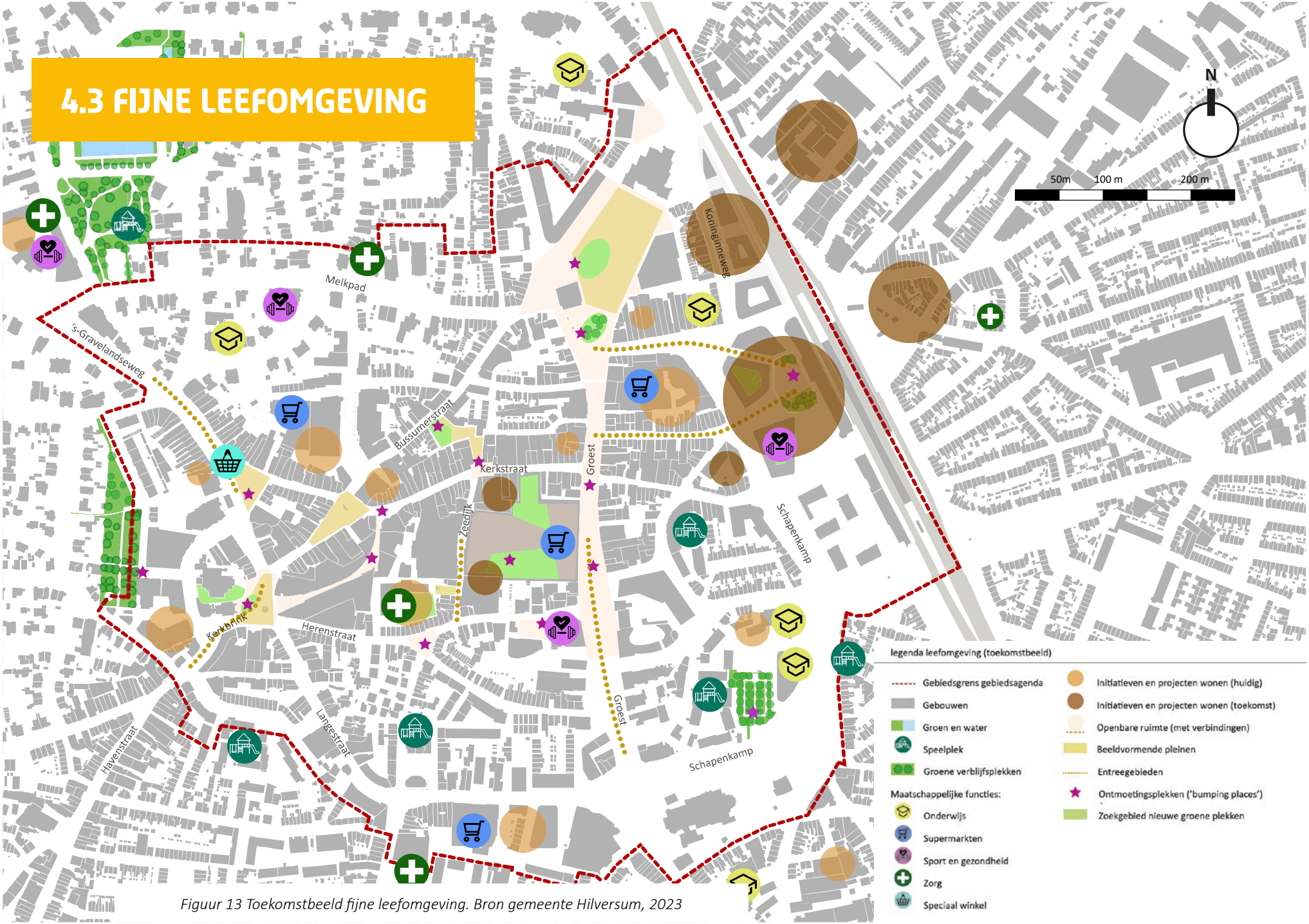
Een verschillende thematisering van de pleinen, passend bij hun karakter, geeft een extra boost aan een goede routing. Hierbij wordt aangesloten op een meer dorpse sfeer aan de westzijde van het centrumgebied en de nadruk op een hoogstedelijk karakter aan de oostzijde. De gebouwen bepalen mede de beleving van de verschillende plekken in het centrum. Het ruimtelijk kader geeft soms veel ruimte aan ontwikkelingen die niet op alle locaties even goed passen bij het karakter van de plek. Voor de pleinen is er de volgende karakterisering:

- **Kerkbrink**: groen cultuur- en horecaplein met nadrukkelijk mediaprofiel met historische waarde. Het is een van de pleinen waar ook (kleine en middelgrote) evenementen kunnen plaatsvinden.
- **'s-Gravelandseweg**: straat met beeldbepalende historische panden en

krachtige zelfstandige winkeliers en dienstverleners. Straat eindigt in de brink Keiplein, kenmerkend voor Hilversum.

- **Voorhoeveplein (brinkje Kerkstraat)**: Hier is een aantal sterke zelfstandige winkeliers gevestigd en het plein biedt ruimte aan horeca met terras. Er is ruimte voor het toevoegen van groen bij de ingang van de Gooische Brink, op de hoek Kerkstraat en Gooische Brink.
- **Gooische Brink**: leer- en ontdekplek in een circulaire omgeving. De bibliotheek wordt het platform voor lezen, leren en maken. De vernieuwde bibliotheek legt het accent op media; audiovisuele en digitale media, digitale maak- en robottechnologie en virtual reality. Binnen en buiten de muren van de nieuwe bibliotheek zal met een groot aantal partners, waaronder het MBO College, Globe, diverse maatschappelijke organisaties en mediabedrijven, worden samengewerkt. De komst van de bibliotheek levert de Kerkbrink en omliggende straten een gegarandeerde bezoekersstroom op waar het centrum van profiteert. Dit zou ook een geschikte plek zijn voor de VVV of toeristisch informatiepunt.
- **Dak Hilvertshof**: De gemeente gaat met de eigenaar in gesprek om te onderzoeken of we hier een mooie (dak)tuin van het centrum kunnen aanleggen. Momenteel doet het dak dienst als parkeerdek. De parkeergarage Hilvertshof heeft 631 parkeerplaatsen. De parkeerplaatsen worden niet altijd even intensief gebruikt. Een groene daktuin, deels vanuit een flexibele insteek, waarbij de groenelementen kunnen worden weggehaald op piekmomenten, levert een fraaie bijdrage aan een groener centrum.
- **Marktplein**: warenmarkt- en evenementenplein met een flexibele en dynamische groene insteek. Het plein biedt voldoende ruimte aan de wekelijkse markt en een aantal grote evenementen per jaar, zoals de kermis en festivals. Daarnaast is er ruimte voor kleine en middelgrote evenementen. Op de dagen dat er geen markt of evenement is, is het plein een grote kale, stenen vlakte. Dit komt de aantrekkelijkheid van het plein niet ten goede. Insteek is om mobiele groenelementen op het plein te zetten die gemakkelijk zijn te verplaatsen op de marktdag en tijdens evenementen. Belangrijk is dat niet iedereen de elementen kan verplaatsen. De gemeente onderzoekt de mogelijkheden om op het plein ook blijvend (kleinschalig) groen te realiseren, zonder dat de functie als warenmarkt- en evenementenplein in het geding komt. Daarnaast wordt de onoverzichtelijke en onveilige verkeerssituatie rondom het plein verbeterd door plannen voor het omleggen van de centrumring.
- **Groest**: terrassen en uitgaan. In combinatie met het toewerken naar een compacter centrum (4.1) worden de uiteinden van de Groest een krachtig entreegebied. Hierbij is verbetering van de openbare ruimte op de hoek Groest en Herenstraat gewenst.
- **Filmtheaterplein (aan de Herenstraat)**: cultureel hart met ontmoetingsfunctie. Belangrijk is dat het Filmtheaterplein beter wordt verbonden met de Groest en de Zeedijk. Als de Herenstraat een fietsstraat wordt, biedt dit kansen om de verblijfskwaliteit op het Filmtheaterplein te versterken.
- **Wagenmakersplein**: plein voor ontmoeting, maar ook veelgebruikte fietsparkeerplek. In de toekomst kan het plein worden verbeterd door het te ontwikkelen naar een speelplein met een speelelement en groen. Hier dient dan wel ruimte voor te worden gemaakt, bijvoorbeeld door het fietsparkeren te verplaatsen.
- **Stationsplein**: een levendige, groene en veilige plek die het centrum en Hilversum-Oost met elkaar verbindt. Het Stationsplein wordt een aantrekkelijke entree van het centrum vanaf het station waar onder andere ruimte is voor mediabedrijven. Door de verbeteringen op dit plein en de plannen voor Bruisend Hart aan de oostzijde van het station verbetert de samenhang tussen de oostzijde van Hilversum en het centrum.

4.3 FIJNE LEEFOMGEVING



Figuur 13 Toekomstbeeld fijne leefomgeving. Bron gemeente Hilversum, 2023

Ambitie: in 2030 is het centrum van Hilversum een fijne plek om te winkelen, ontmoeten, werken, wonen en recreëren.

Het centrum is een gebied voor en van alle Hilversummers en bezoekers uit de regio. Hier komen mensen bijeen om elkaar te ontmoeten, een bezoek te brengen aan de winkels, culturele voorzieningen of horeca, een dagje of avond uit te gaan en te ontspannen. Tegelijkertijd is er de (boven)regionale aantrekkingsfunctie voor bezoekers van buiten Hilversum die het centrum ook waarderen. Daarnaast is het centrum een plek om te wonen. De afgelopen jaren zijn nieuwe woningen gerealiseerd, vooral boven winkelpanden. De komende jaren neemt het aantal woningen naar verwachting verder toe. Dit alles maakt dat een fijne leefomgeving belangrijk is. Daarbij spelen de volgende vragen: hoe kunnen we een aantrekkelijk en levendig centrumgebied realiseren en daarbij de overlast voor de bewoners beperken? Hoe kan het centrum zowel gastvrij zijn voor bezoekers als een echt 'thuis' voor bewoners? Wat is de juiste balans tussen rust en reuring?

Het centrum kan meer nieuwe bewoners verwelkomen en hen een dynamische woonomgeving bieden. Daarbij zijn maatregelen nodig die de (sociale) veiligheid en leefbaarheid borgen. Het doel is om een aangename sfeer te creëren en te behouden. Door bewoners, ondernemers, jongeren en maatschappelijke partners is de Groest nadrukkelijk aangewezen als verbeterplek op het gebied van veiligheid en sfeer.

Schoon, heel en veilig

Vervuiling en overlast komen naar voren als specifieke problematiek, aangegeven door bewoners en bezoekers. Vervuiling uit zich in bijvoorbeeld zwerfvuil,hondenpoep en bijplaatsingen naast ondergrondse containers. Daarnaast ervaren mensen overlast van bijvoorbeeld rondhangen, coffeehops, wildstallen van fietsen en scooters, een ongewenst beeld door vuilniscontainers op straat en overlast van kauwen. 'Schoon, heel en veilig' blijft daarom een belangrijke randvoorwaarde voor een fijne leefomgeving in het centrum. Dit vraagt om blijvend actief beheer van de openbare ruimte, waarbij GAD, gemeente, ondernemers en bewoners samenwerken.
Sociale controle is belangrijk voor het gevoel van veiligheid. Met meer inwoners in het centrum zijn er ook na sluitingstijd van de winkels nog mensen op straat. Woningen hebben kamers en mogelijk buitenruimtes met uitzicht op de openbare ruimte. Sommige gebouwen direct aan de straat hebben gesloten of dichtgeplakte gevels waardoor er geen zicht op de openbare ruimte is. Hier dient aandacht voor te zijn bij toekomstige ontwikkelingen.

Tijdens de coronacrisis is een deel van de terrassen tijdelijk uitgebreid, om zo ruimte te geven aan horecabezoek in de anderhalvemetersamenleving. Dit heeft het centrum veel levendigheid gebracht. De uitgebreide terrassen worden in 2024 geëvalueerd.

Toename centrumwoningen

Naast de al geplande extra woningen in het centrum zijn er kansen om nog meer woningen toe te voegen, met name boven winkels. Nu de vraag naar woningen hoog is, geldt dat ook voor de investeringsbereidheid. Transformaties in de entreegebieden blijven uit omdat de parkeernorm voor andere functies hier hoog is. De verwachting is dat op korte termijn nieuw parkeerbeleid wordt vastgesteld, waarin de parkeernormen zijn aangepast. Hiermee wordt het makkelijker om transformaties in de entreegebieden en aanloopstraten te realiseren.

Naast het toevoegen van studio's en kleine appartementen voor starters en ouderen zijn er aan de randen van het centrum kansen voor het vergroten van het woonzorgaanbod. Mogelijkheden liggen bij het toevoegen van zorgwoningen die voldoen aan de wensen van de Hilversumse ouderen. Dit kan goed opgaan met de toevoeging van meer zorgvoorzieningen.

Fijne werkplek

Daarnaast is het belangrijk dat het centrum een fijne plek blijft om te werken. De werkgelegenheid in het centrum neemt af en er is een tekort aan ruimte voor bedrijvigheid in Hilversum (Economisch Perspectief, 2040). In het Econo-

misch Perspectief 2040 wordt uitgegaan van een benodigde toevoeging van circa 60.000 tot 130.000 m² kantoorruimte tot 2040 in Hilversum op de informele werklocaties, waaronder het centrum. Leegstaande panden in het centrum zijn interessant als werkplek om de broedplaats- en ontmoetingsfunctie verder vorm te geven. Ook uit het participatietraject is gebleken dat hier vanuit ondernemend Hilversum veel vraag naar is.

Toevoeging maatschappelijke voorzieningen

Gezien het toenemend aantal inwoners in het centrum en de vergrijzing is het belangrijk om ruimte te reserveren voor maatschappelijke voorzieningen. Te denken valt aan een huisarts of apotheek. Er is veel vraag naar ruimte voor dergelijke voorzieningen. De exacte behoefte voor de toekomst wordt voor geheel Hilversum onderzocht. Dit is een van de vervolgonderzoeken uit de Omgevingsvisie.

Ontmoetingsplekken

Het centrum is een ontmoetingsplek voor inwoners van Hilversum en wordt ook wel gezien als 'huiskamer van de stad'. Centrumbewoners zijn individualistischer ingesteld en minder aangewezen op hun buren voor hun sociale contacten dan bewoners in andere deelgebieden in Hilversum (Hilversum Monitor, 2022). Dit verklaart de relatief lage onderlinge betrokkenheid van centrumbewoners ten opzichte van het Hilversumse gemiddelde. Toch is ontmoeting in het participatietraject veelvuldig benoemd als cruciale factor voor een fijne leefomgeving in het centrum. Het organiseren van gezamenlijke activiteiten voor (oude en nieuwe) bewoners kan het gevoel van verbondenheid vergroten. Met de vestiging van de bibliotheek heeft het centrum er straks een aansprekende en moderne ontmoetingsplek bij. Het Sint Annagebouw (aan de rand van het centrum) vervult steeds meer de functie van ontmoetingsplek.

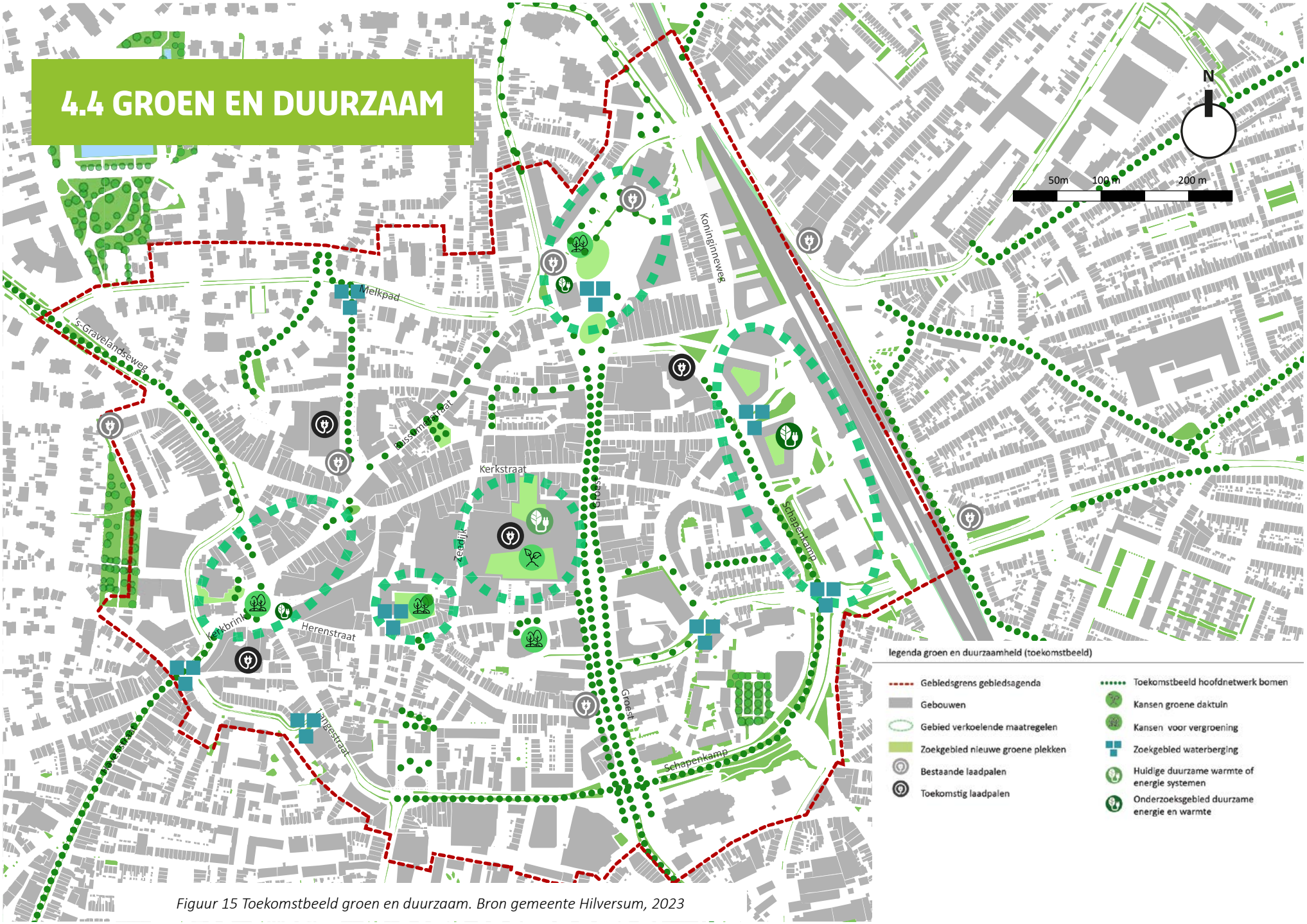
Toevallige ontmoetingen kunnen ook ruimtelijk worden gefaciliteerd. Voorbeelden zijn bankjes, speelgelegenheden en fitnesstoestellen in de openbare ruimte. Door dergelijke prettige ontmoetingsplekken te creëren ontstaan 'bumping places': ontmoetingsplekken waar verschillende mensen graag naartoe komen en elkaar (onverwacht) ontmoeten. We koesteren plekken in het centrum waar nu al ontmoetingen plaatsvinden. Spelen en bewegen krijgen hier meer nadruk. Dit zijn bijvoorbeeld de markt op het Marktplein, de terrassen, de vergroende Zeedijk, de kerken (de Grote Kerk en de Sint-Vituskerk), de stadsparken (Vitushof, Gedenkt te Sterven, Oude Haven) aan de randen van het centrum en in de toekomst de nieuwe bibliotheek. Kansen liggen er bijvoorbeeld bij het toevoegen van een (groene) ontmoetingsplek met speelvoorziening op het Wagenmakersplein.

Multifunctioneel straatmeubilair

Een fijne leefomgeving is een omgeving die beweegvriendelijk is. Om het spelen en bewegen te bevorderen, willen we concrete maatregelen nemen. Daarbij valt te denken aan het plaatsen van multifunctioneel straatmeubilair zoals bankjes waar mensen zich ook op kunnen opdrukken en plantenbakken waar op geskatet kan worden. Beweegvriendelijk is ook: alle ruimte voor de voetgangers, zonder obstakels.

Figuur 14 Voorbeelden mogelijke ontmoetingsplekken. Bron Sweco en gemeente Hilversum, 2023

4.4 GROEN EN DUURZAAM



Figuur 15 Toekomstbeeld groen en duurzaam. Bron gemeente Hilversum, 2023

Ambitie: in 2030 heeft het centrum een groen karakter, met veel aandacht voor duurzaamheid.

Vergroening & klimaatadaptatie

Het centrum is het meest versteend van alle Hilversumse wijken. Dit maakt het centrum kwetsbaar voor wateroverlast bij hevige regenval (dit komt uit de klimaatstresstest). Het veranderende klimaat met weersextremen, de hoge kans op hittestress in het centrum, de toename van het aantal centrumbewoners en het groeiende bewustzijn over de voordelen voor gezondheid en welzijn van een groene omgeving, maken dat vergroening van het centrum hoge prioriteit heeft. Nu al ervaart de helft van de bewoners in het centrum anderhalve week per jaar hittestress door warme nachten (uit Programma Groen). Voor 2050 is voorspeld dat centrumbewoners drie weken per jaar hittestress ervaren door warme nachten. Groen heeft een grote impact op de verblijfs- en woonkwaliteit. In de participatie en eerdere onderzoeken naar bewoners- en bezoekerswaardering van het centrum komt groen meermaals als verbeterpunt naar voren.
Vergroeningsmaatregelen in het centrum dienen bij te dragen aan een groene, gezonde en klimaatbestendige leefomgeving. Daarbij staan drie doelstellingen van vergroening centraal:

- Biodiversiteit: stimuleren en vergroten van de biodiversiteit door te zorgen voor meer en verschillende planten, bloemen, bomen en dieren.
- Klimaatbestendigheid: ontwikkelen van een klimaatbestendige prettige leefomgeving die bestand is tegen toekomstige veranderingen als meer hitte, extreme buien en/of meer droogte.
- Vitaliteit: bijdragen aan de vitaliteit: gezondheid, ontspanning, geluk, ontmoeten en samen doen.

Aanvullend kan groen een bijdrage leveren aan een positievere winkelbeleving en bezoekerservaring in het centrum. Groen draagt ook bij aan het versterken van het imago van het centrum als aantrekkelijk gebied om te wonen, ontmoeten, werken, winkelen en recreëren.

In het centrum is weinig ruimte om op het maaiveld nog grote groenoppervlakten toe te voegen. Vergroening vraagt ruimte die ook nodig is voor andere functies, als parkeerplaatsen en laad- en losplekken, kabels en leidingen, ruimte voor voetgangers en fietsers, en terrassen. Voor de vergroening van het centrum zijn daarom creatieve en innovatieve oplossingen nodig, waarbij binnen de beperkte ruimte vergroeningskansen optimaal worden verzilverd. Blijvend groen met bomen en vaste planten genieten de voorkeur boven planten- en bloembakken. Positief is dat bewoners deels bereid zijn ruimte voor de rijbaan of parkeerplaatsen voor de deur op te geven om ruimte voor meer groen te creëren. Daarnaast zijn in het centrum vier gebieden aangewezen waar maatregelen voor waterberging op straat en onder het maaiveld worden getroffen, om zo toekomstige wateroverlast te voorkomen en/of te beperken.

Figuur 16 Fantasiebeeld van een groen en natuurinclusief Hilversum centrum.
Bron Programma Groen Hilversum 2040, gemeente Hilversum

Groenblauwe oplossingen

In het gehele centrum zijn groenblauwe oplossingen nodig. Uit de participatie en vanuit de ruimtelijke inpassingsmogelijkheden is een aantal locaties in het centrum met name geschikt om hier invulling aan te geven. Dit zijn het Wagenmakersplein, de kop van de Zeedijk (aan de kant van de Herenstraat), het brinkje aan de Kerkstraat ('Voorhoeveplein'), de Kerkbrink en het Filmtheaterplein.

Figuur 17 Voorbeelden groenblauwe oplossingen. Bron Sweco, 2023

Concrete voorbeelden van creatieve en innovatieve oplossingen voor de inpassing van groen en water(berging) zijn:

- Planten van bomen waar de ruimte dit toelaat en waar dit niet in strijd is met andere functies en (ondergrondse) infrastructuur.
- Toevoegen van plantenvakken met vaste planten in de openbare ruimte. Dit in combinatie met water om verdroging tegen te gaan door hemelwater vast te houden en te infiltreren, waarmee de beschikbaarheid van bodemvocht voor groen wordt vergroot.
- Vastgoedeigenaren stimuleren om groene gevels en daken te creëren. De relatief grote dak- en geveloppervlakten van winkelpanden zijn hierbij specifiek kansrijk.
- Stimuleren van geveltuintjes die op kleine schaal bijdragen aan klimaatbestendigheid en de groene uitstraling sterk kunnen verbeteren. Er zijn plannen in de maak om de Zeedijk te voorzien van geveltuintjes.
- Natuurinclusieve maatregelen bij transformatieprojecten en toevoeging van vogelhuisjes, insectenhotels en vleermuiskasten in de bestaande bebouwing.
- Creëren van verkoelings- en schaduwplekken op strategische locaties in het centrum waar hittestress optreedt. Ideeën zijn waterspeelplekken voor kinderen of fonteinen. Dergelijke plekken kunnen ook een functie als wateropvangplek krijgen voor de momenten dat – bijvoorbeeld door zware regenbuien – een teveel aan water in het centrum aanwezig is.
- Vergroenen van loop- en fietsroutes vanuit het centrum naar groene plekken aan de randen van het centrum. Door groene daken en groen op het maaiveld slim aan elkaar te koppelen, ontstaan betere ecologische verbindingen.
- Beperken van wateroverlast bij hevige regenval, bijvoorbeeld door middel van waterberging en infiltratie. De riolering in het gebied is gescheiden, dus hemelwater wordt al apart van vuilwater verwerkt.
- Toevoegen van (tijdelijk) verplaatsbaar groen op plaatsen waar geen ruimte is voor vaste groenoplossingen. Dit kan vooral een belangrijke bijdrage leveren aan een groene uitstraling van een straat of plein, mits het goed wordt onderhouden. Het Marktplein is een locatie waar dit een waardevolle toevoeging kan zijn, zonder dat dit de warenmarkt- en evenementenfunctie beperkt.

Duurzaamheid

Voor de verduurzaming van het centrum maken we de komende jaren een grote slag. Dit vergt inspanning op verschillende duurzaamheidsthema's. Daarbij ligt de focus op de energietransitie en klimaatadaptatie. Klimaatadaptatie wordt vormgegeven door een groene(re) invulling van het centrumgebied en oplossingen voor wateropvang.

Duurzaamheid is één van de drie pijlers bij de herontwikkeling van het Stationsgebied. Er is gekozen voor de toevoeging van energieneutrale structuren, slim watermanagement, gedeelde mobiliteit en het tegengaan van hittestress. Daarnaast wordt de vernieuwde bibliotheek een voorloper op het gebied van duurzaamheid. Dit geldt zowel voor het gebouw als de energie. Ook kan men zich in de bibliotheek laten informeren over duurzaamheid.
De opgaven in de energietransitie vragen om het verduurzamen van het vastgoed. De energiecrisis heeft de noodzaak om het energieverbruik te verminderen nog urgenter gemaakt. Energiebesparende maatregelen zijn dan ook noodzakelijk. Collectieve afspraken en commitment vormen de basis voor ondernemers en vastgoedeigenaren om belangrijke stappen te kunnen maken. Denk aan een collectief 'deuren dicht-beleid' van winkeliers en afspraken om lichten in alle kantoren en werkruimten 's nachts uit te zetten.

Naast reductie van de energievraag door besparing is het van belang om energie waar mogelijk lokaal op te wekken. Door de beperkte ruimte in het centrum is het zaak om de aanwezige oppervlakten voor zonne-energie te benutten. Daarnaast bieden grotere projecten in het bijzonder kansen voor de energietransitie. Zo is het bij dergelijke projecten kansrijk om te onderzoeken of een warmtekoudeopslag kan worden toegepast. Bij grote nieuwe ontwikkelingen, zoals in het Stationsgebied en bij de bibliotheek in de Gooische Brink, ligt het voor de hand op zoek te gaan naar collectieve oplossingen.

Vooralsnog is het niet mogelijk om met lokale opwekking in de volledige energiebehoefte van het centrum te voorzien. De ambitie is om zo snel mogelijk aardgasvrij te worden. Elektrificatie is daarom van groot belang. Zo wordt het centrum minder afhankelijk van externe factoren bij het voorzien in de energiebehoefte. Belangrijke randvoorwaarden daarbij zijn de verzwaring van het energienet en ruimtelijke reserveringen voor bijvoorbeeld transformatorvoorzieningen. In het centrum is het van belang om te onderzoeken of dergelijke voorzieningen voor het energienet inpandig zijn op te lossen en te combineren met fietsenstallingen en/of bedrijfsafvalcontainers.

Om schone mobiliteit verder te stimuleren is het van belang om meer laadplekken in het centrum te creëren, vooral in de parkeergarages. Insteek is om het centrum aantrekkelijker te maken voor bezoekers die te voet, met de fiets of een elektrische auto komen dan voor bezoekers met benzine- en dieselauto's.

Figuur 18 Lokaal energie opwekken zonnepanelen op daken langs de 's-Gravelandseweg en Oude Torenstraat. Bron gemeente Hilversum, 2023

Het centrum als plek voor circulaire initiatieven

De aandacht voor circulaire economie groeit. Dit is nodig om grote maatschappelijk opgaven voor het klimaat, biodiversiteit en de leefomgeving te hanteren. De benodigde duurzame transitie vraagt om een samenhangende benadering van circulariteit, bijvoorbeeld met de energietransitie en de bouwopgave. Het centrum is een geschikte locatie voor circulaire initiatieven, zoals repaircafés, Hilversum100 en Heel Hilversum Repareert.

"Het is nu het moment voor Hilversum om dappere beslissingen te nemen en in te zetten op een sterkere en meer uitgesproken identiteit van ons centrum. Passend bij het imago van Hilversum als open, ambitieuze en creatieve mediastad.

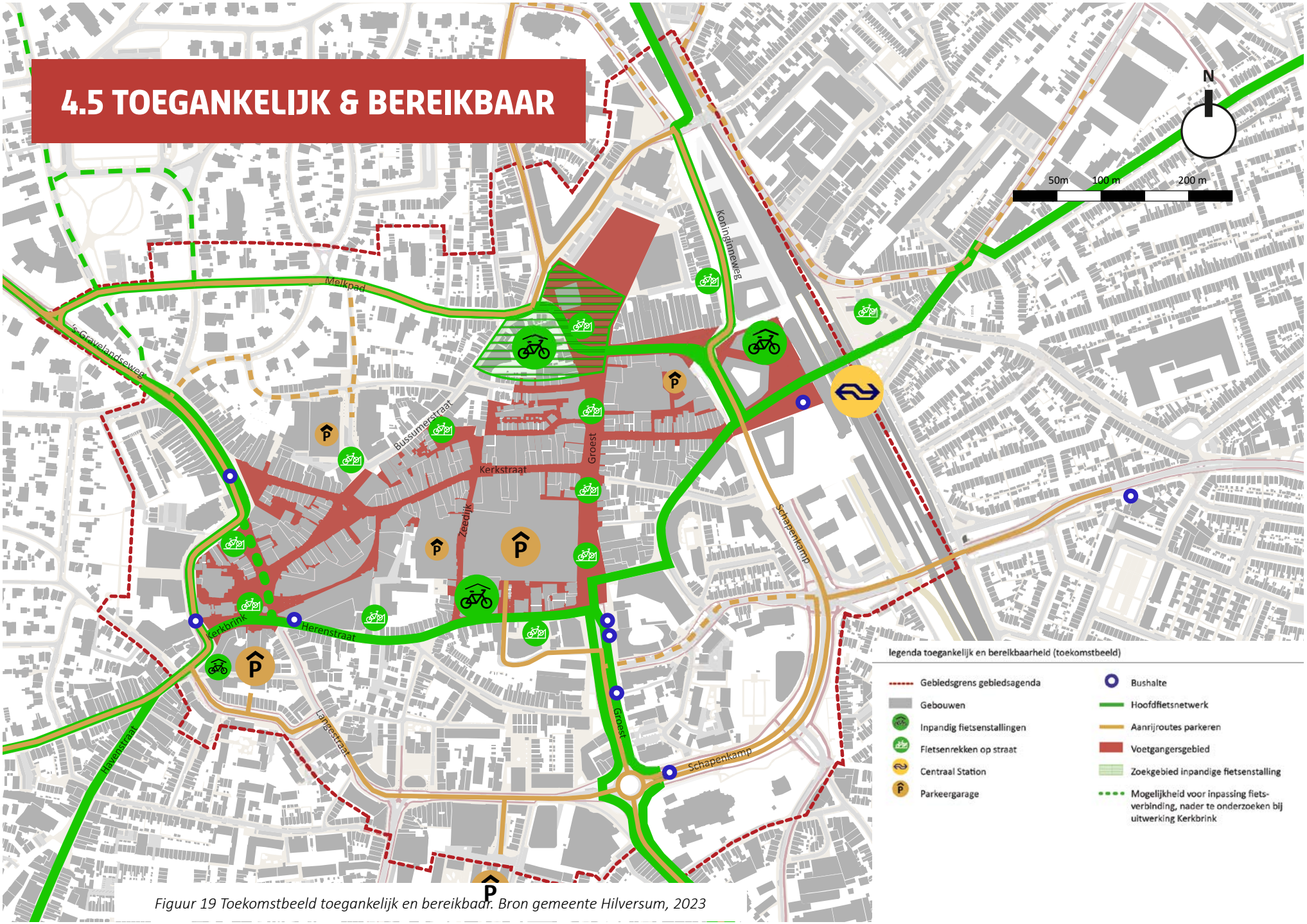
Gastvrijheid is daarbij het fundament waarop we het centrum verder ontwikkelen. Balans voor de bewoners, bezoekers en bedrijven van Hilversum. Het streven is een stad waar bezoekers (zowel toeristisch- recreatieve als zakelijke) graag komen en bewoners prettig wonen en recreëren.

Want wij willen bezoekers naar de stad trekken die nieuwsgierig zijn naar het DNA van Hilversum. Met elkaar bouwen en werken we aan de gezamenlijke doelstelling voor een vitaal centrum waar dat DNA voelbaar en zichtbaar is. Een plek waar we onze kwaliteiten laten zien, die jongeren aanspreekt, waar je creativiteit tegenkomt en waar we voorop lopen met onze mediatechnologie. En het centrum heeft al véél mooie parels. Met elkaar kunnen we deze aan elkaar rijgen tot een prachtige parelketting."

Evelien van der Kruit

- **directeur van Hilversum Marketing**

4.5 TOEGANKELIJK & BEREIKBAAR



Figuur 19 Toekomstbeeld toegankelijk en bereikbaar. Bron gemeente Hilversum, 2023

Ambitie: in 2030 is het centrum voor iedereen toegankelijk, goed bereikbaar en verkeersveilig.

Optimale bereikbaarheid voor voetganger en fietser

Het Koopstromenonderzoek 2021 toont aan dat 42% van de huidige bezoekers met de fiets komt, gevolgd door de auto (36%), te voet (18%) en het openbaar vervoer (4%). In het centrum, als hart van Hilversum, geven we in de toekomst nog meer prioriteit aan de bereikbaarheid voor de voetganger en fietser. Daarna zetten we in op bereikbaarheid via het openbaar vervoer en tot slot op bereikbaarheid voor automobilisten. Dit is noodzakelijk om te komen tot een veilig, gezond en duurzaam centrum, waar het prettig is om te verblijven en waar ruimte is om te flaneren. Hier past een dominante rol voor de auto niet in. Het vraagt echter om een andere inrichting van de openbare ruimte en een andere manier van denken door centrumbezoekers. Deze ontwikkeling is al gaande. Stap voor stap werken we toe naar een centrum met minder auto's en meer ruimte voor mensen, dieren, planten en bomen.

Bereikbaarheid nu nog niet optimaal

Het centrum van Hilversum heeft een regionale functie. Het is hét winkelgebied voor de regio Gooi en Vechtstreek. Een goede bereikbaarheid is daarom van groot belang, maar op dit moment nog niet optimaal. De bereikbaarheid en toegankelijkheid voor de voetganger en de fietser verdient verbetering. De toegangsstraten (zoals de Havenstraat, Vaartweg, Noorderweg en de oversteek over de Schapenkamp vanaf de stationstunnel richting het centrum) zijn vaak smal, verkeersonveilig en worden als onprettig ervaren. Ook sommige straten in het centrum zelf zijn niet optimaal voor langzaam verkeer. Zo wordt de Herenstraat gedomineerd door auto’s en vrachtwagens die de laad- en losplaats van de bevoorrading inrijden of langs de weg laden en lossen. De routes van en naar de parkeergarages leveren onveilige verkeerssituaties op, zoals bij het Hilvertshof, Noordse Bosje en de Gooische Brink. Op veel wegen in en rond het centrum ontbreekt een duidelijke plek voor de fiets, bijvoorbeeld op de Bussumerstraat en Herenstraat. Voor de voetganger is de ruimte vaak zeer beperkt, door smalle trottoirs waarop scooters en fietsen staan en waar auto’s worden geparkeerd.

Een toegankelijk centrum

Het centrum is van iedereen, en iedereen is er welkom. Voor de toekomst zetten we daarom in op gastvrijheid door het verbeteren van de inclusiviteit en toegankelijkheid van het centrum. Dat kan bijvoorbeeld door het toevoegen van openbare (mindervaliden)toiletten, het verwijderen van drempels of andere hoogteverschillen en door het creëren van voldoende ruime paden. Daarnaast is het voor mensen met een visuele beperking van belang dat de geleidelijnen vrij blijven van obstakels, dat er duidelijke nummering op winkels is en dat de verlichting goed is. Hiervoor heeft de gemeente afspraken met winkeliers en horeca; van belang is om die afspraken te blijven bekrachtigen. Mensen die slecht ter been zijn willen in de buurt van de winkels kunnen parkeren met de fiets of auto. Ook hebben zij vaak de behoefte om ergens te kunnen zitten, bijvoorbeeld met rollator of scootmobiel, om even uit te rusten.

Figuur 20 Voorbeelden toegankelijk en bereikbaar centrum. Bron: gemeente Hilversum, 2023

Verschillende maatregelen om ambitie te verwezenlijken

De ambitie is om het centrum zo in te richten dat het aantrekkelijk is om te voet, met de fiets of met het openbaar vervoer naar het centrum te gaan. Dit vraagt om verschillende maatregelen en inspanningen. Deze zijn opgenomen in het Uitvoeringsprogramma Mobiliteit. Een van de maatregelen is het autoluw maken van het centrum binnen de centrumring. Dit zorgt voor meer ruimte voor voetgangers en fietsers. Hoe het autoluwe centrum er precies uit gaat zien, wordt onderzocht. Een eerste stap is het verleggen van de centrumring zodat de Stationsstraat autoluw wordt. Het blijft voor bezoekers uit de regio van belang dat er op acceptabele loopafstand voldoende autoparkeerplekken beschikbaar blijven. De parkeergarages zoals Q-park Markt en Noordse Bosje vervullen voor de regiobezoeker nog steeds een functie.

Van de Herenstraat willen we een fietsstraat maken. Dit betekent dat de straat wordt ingericht voor de fiets, en de auto te gast is. Ook voor andere straten in het centrum onderzoeken we of er mogelijkheden zijn om fiets- of leefstraten te realiseren. Een leefstraat houdt een andere straatinrichting in, met minder ruimte voor de auto en meer ruimte voor groen, om elkaar te ontmoeten en te spelen. Daarnaast willen we het gebruik van deelfietsen stimuleren. Dit maakt het nog makkelijker en aantrekkelijker om de fiets te nemen. Zo houden we auto's waar mogelijk buiten het centrum.

Daarnaast realiseren we extra fietsenstallingen in het centrum. De bestaande inpandige stalling op de Zeedijk wordt goed gebruikt. Bij het Stationsgebied komen (bewaakte) inpandige fietsenstallingen. Onder het Stationsplein komt een grote ondergrondse fietsenstalling met 5.000 plekken. Bij de Kerkbrink onderzoeken we de mogelijkheden voor een inpandige fietsenstalling. De zuid-, oost- en westzijde van het centrum lijken daarmee in de toekomst goed te zijn voorzien van fietsenstallingen op korte afstand van het centrum. Aan de noordzijde kan een overdekte fietsenstalling worden toegevoegd. De gemeente onderzoekt daarom ook of en waar het wenselijk is om die te realiseren.

Een andere ambitie is om de maximumsnelheid op de centrumring te verlagen naar 30 km/u. Dit zorgt voor minder verkeersonveilige situaties, bijvoorbeeld bij kruisende voetgangers en fietsers. Daarnaast leidt deze maatregel tot een lagere geluidbelasting en mogelijk tot minder uitstoot van schadelijke stoffen, en daarmee tot een fijnere (leef)omgeving. De wens ligt er om hiervoor een zero-emissiezone in te stellen. In deze zone zijn alleen vrachtwagens en bestelbussen zonder CO2-uitstoot welkom.

Via gebiedsgerichte afspraken over bevoorrading, afvalverwerking en eventuele pakketkluizen kan het aantal vrachtwagens en bestelbusjes worden gereduceerd. Ondernemers en winkeliers zien ook kansen voor logistieke hubs. Ook die dragen bij aan een schoner en verkeersveiliger centrum.

5. UITVOERING

5.1 Rol partners

Alle direct betrokken partijen hebben een rol in het realiseren van een levendig, gastvrij en toekomstbestendig centrum in 2030. De gemeente vanuit het scheppen van de randvoorwaarden, en vastgoedeigenaren en gebruikers (ondernemers en inwoners) door daar invulling aan te geven.

Voor de maatregelen is een groot palet aan instrumenten voor de partners beschikbaar. Op juridisch gebied is het omgevingsplan (het huidige bestemmingsplan) voor de gemeente een belangrijk instrument. Het is van belang dat het concentratiegebied in het bestemmingplan tot uitdrukking komt. Binnen het gebied waar de hoofdwinkelstraten en entreegebieden toe behoren zijn op de begane grond centrumfuncties toegestaan. Buiten dat gebied wordt de centrumfunctie minder relevant.

Voorbeelden van organisatorische instrumenten die kunnen bijdragen aan een levendig, gastvrij en toekomstbestendig centrum zijn het neerzetten van een transformatie-expert-pool, een transformatiemanager en een krachtig samenwerkingsverband. Een transformatie-expert-pool bestaat uit specialisten, zoals een financieel specialist, architect en bouwkundig specialist, die ieder op hun eigen vakgebied vastgoedeigenaren en ondernemers kunnen helpen in het transformatieproces. Voor gebruikmaking van de experts kan de planontwikkelingssubsidie worden ingezet. Een beleidsmedewerker van de gemeente stuurt de pool aan en zorgt er als linking-pin voor dat eigenaren en ondernemers door de juiste specialisten worden geholpen. Ook begeleidt die persoon het gemeentelijke proces.

Er zijn financiële instrumenten die kunnen helpen om veranderingen tot stand te brengen. Daaronder vallen ook subsidies, zoals plan-, verplaatsings- en ontwikkelingssubsidies (zie paragraaf 4.1). Deze subsidies kunnen we gedurende een afgebakende periode inzetten om bijvoorbeeld transformaties tot stand te brengen of voor het behoud van de bijdrage van de gemeente aan de marketing en communicatie van het kernwinkelgebied. De gemeente en/of de partners kunnen via een fonds ook overgaan tot het opkopen van vastgoed om de functie van een pand te beïnvloeden. Dit is een vergaande vorm van beïnvloeding om de visie tot stand te brengen. Het kan echter een interessant instrument zijn om snel tot resultaat te komen.

5.2 De Uitvoeringsagenda

In de Uitvoeringagenda staan per speerpunt maatregelen voor de periode 2023-2026. Het gaat om maatregelen die bij de gemeente liggen en om maatregelen waarbij we samenwerken met vastgoedeigenaren, winkeliers, ontwikkelaars en maatschappelijke partners.

De kolom ‘financiering’ geeft de investering voor concrete maatregelen weer. De personele inzet vanuit de gemeente valt hier buiten, evenals eventuele toekomstige extra beheerkosten. Per maatregel is bekeken wat mogelijke koppelkansen zijn, zodat we aan verschillende opgaven tegelijkertijd kunnen werken.

De gemeente heeft een taak om voorwaarden te scheppen. Deze rol is zichtbaar in de aanpassing van de openbare ruimte door middel van bestrating, groenelementen en inrichtingselementen zoals bankjes en prullenbakken. Met behulp van de centrummanager en een transformatiemanager kunnen we – in combinatie met subsidies – verplaatsingen en transformaties stimuleren. De private partijen hebben naast een rol ten aanzien van hun eigen pand(en) ook gezamenlijk een taak om het centrum te versterken.

De ene maatregel heeft meer impact dan de andere. Bij het maken van keuzes geven we voorrang aan de maatregelen met een hoge impact. In de tabel zijn deze donkerder blauw gemarkeerd.

Er zijn koppelingen gemaakt met andere interne budgetten, zoals het Programma Groen en het Uitvoeringsprogramma Mobiliteit, de investeringen voor het project Kerkbrink en het project Stationsgebied.

In deze Gebiedsagenda staan de wensen en ambities voor investeringen in het centrum. We kunnen de komende jaren al veel maatregelen uitvoeren. Voor grote fysieke investeringen in de openbare ruimte doen we aparte investeringsvoorstellen als de financiële ruimte er is. Dit zijn maatregelen zoals het vervangen van de bestrating, het creëren van een beweegvriendelijke omgeving en klimaatadaptiemaatregelen.

Speerpunt		Maatregel	Trekker	Impact	Planning	Financiering
compact centrum	PRIORITEITEN	Aanstellen transformatiemanager voor twee jaar met als taken het verplaatsen van winkels naar het hoofdwinkelgebied en nieuw perspectief voor achtergebleven vastgoed.	Taskforce, gemeente opdrachtgever	Hoog	Q3 2023 start werving	€75.000 per jaar
		Onderzoeken en vervolgens instellen transformatie-, verplaatsings- en/of ontwikkelingssubsidies om beweging naar compact centrum te versnellen.	Gemeente	Hoog	Q3 2023	€100.000
		Aanpassing omgevingsplannen: centrumfuncties voorbehouden aan het hoofdwinkelgebied en aangewezen entreegebieden. Voorzienbaarheid creëren op locaties waar geen detailhandel- of horecafunctie gewenst is.	Gemeente	Hoog	Q1 2024	Reguliere inzet
	DIT DOEN WE OOK	Onderzoeken wenselijkheid en vervolgens instellen transformatie-expert-pool.	Gemeente	Gemiddeld	Q3 2023	Reguliere inzet
		Acquisitie van nieuwe ondernemers	sCH i.s.m. gemeente	Gemiddeld	Doorlopende activiteit	Reguliere inzet
		Deelname aan de City Deal Dynamische Binnensteden. City Deals zijn thematische samenwerkingen waarin de grootste gemeenten, ministeries, private partijen, kennisinstellingen en andere organisaties werken aan innovatieve oplossingen voor complexe stedelijke opgaven. We verkennen en ontwikkelen instrumentarium om de regierol waar te maken.	Gemeente	Gemiddeld	2023 en verder	€40.000 per jaar voor 2023 – 2026. Opgenomen in Voorjaarsnota.

Speerpunt		Maatregel	Trekker	Impact	Planning	Financiering
aantrekkelijk & levendig	PRIORITEITEN	Verdere invulling geven aan Hilversum Mediastad met programmering van cultuur en evenementen gericht op media. Aanhaken op Hilversum 600 jaar.	Taskforce	Hoog	Doorlopend	Reguliere inzet
		Opstellen en uitvoeren integraal verlichtingsplan	sCH, met gemeente	Hoog	2023 aanvang	Reguliere inzet
		Ontwikkelen van herbestrating en bijvoorbeeld bankjes, planten, (media en groene) kunst in de publieke ruimte van 'Hilversum Mediastad'. Bij uitvoering volgt apart investeringsvoorstel.	Gemeente	Gemiddeld	Aanvang in 2024	Dekking vanuit coalitie-akkoord, middelen ter dekking van kapitaallas-ten
	DIT DOEN WE OOK	Stimulerende maatregelen voor herstel gevels invoeren, om vastgoedeigenaren te stimuleren het historische karakter van een gevel te versterken.	Gemeente	Gemiddeld	Q3 2023 start	€100.000 voor subsidie-fonds
		Handhaven en opnieuw bekrachtigen bestaande afspraken over uitstallingen (reclameborden, luifels etc., zoals vastgelegd in 'nadere regels')	Gemeente en onder-nemers	Gemiddeld	Doorlopend	Reguliere inzet
		Vaststellen locatieprofielen voor evenementen en ver-werken in het omgevingsplan	Gemeente	Gemiddeld	2023	Reguliere inzet
		Nadere regels terrassen evalueren naar aanleiding van verruiming rondom corona, en eventueel herijken met oog voor wensen	Gemeente	Gemiddeld	2024	Reguliere inzet

Speerpunt		Maatregel	Trekker	Impact	Planning	Financiering
fijne leefomgeving	PRIORITEITEN	Inzet van (parkeer)boa's en politie om het gevoel van veiligheid overdag en 's avonds te versterken. Mogelijk d.m.v. de uitwerking van een veiligheids- en sfeerplan hoofdwinkelgebied en entreegebieden, met aandacht voor onoverzichtelijke plekken.	Gemeente	Medium	Doorlopend	Reguliere inzet
		Ontwikkelen plan voor laagdrempelige ontmoetingsplekken, ook voor jongeren. Kansen zijn een gamehal en studio's rondom cultuur en duurzaamheid voor Kerkbrink en Gooische Brink.	Gemeente met transformatiemanager	Medium	Aanvang 2023	Inzet transformatie-manager
		Betere regulering of anders organiseren van bedrijfsafval (incl. afvalscheiding); zoeken naar inpandige oplossingen.	sCH i.s.m. individuele ondernemers en gemeente	Medium	Aanvang 2023	Reguliere inzet
	DIT DOEN WE OOK	Ontwikkeling plan voor beweegvriendelijke omgeving (routes voor ommetjes, fitnesstoestellen).	Gemeente	Gemiddeld	Q3 2023 start	€100.000 voor subsidiefonds
		Deel dekking uitvoering mogelijk uit Programma Groen, Uitvoeringsprogramma Mobiliteit	Gemeente i.s.m. partners	Medium	Aanvang 2024	Dekking vanuit coalitieakkoord, middelen ter dekking van kapitaallasten
		Handhaven van overlast van scooters en fietsers, lawaai en onveilige situaties	Gemeente	Medium	Doorlopend	Reguliere inzet
		Stimuleren onderlinge betrokkenheid van bewoners i.s.m. hilversummers.nl	Gemeente	Medium	Doorlopend	Reguliere inzet

Speerpunt		Maatregel	Trekker	Impact	Planning	Financiering
groen en duurzaam	PRIORITEITEN	Ontwikkelen groen-/blauwplan elementen: meer bomen, plantenvakken, groen in de openbare ruimte in combinatie met opvang hemelwater, groene gevels/daken, geveltuinen). De brinken/middeleeuwse wegenstructuur zichtbaar maken (vergroening en verbinding).	Gemeente	Hoog	Q3 2023 aanvang	Dekking vanuit coalitie-akkoord, middelen ter dekking van kapitaallasten
		Klimaatadaptatiemaatregelen om hittestress tegen te gaan en wateroverlast te voorkomen. Zorgen voor grotere plekken in het centrum waar bewoners en bezoekers verkoeling ervaren door groen en water (o.a. Marktplein). Dit koppelen aan aantrekkelijke inrichtingselementen.	Gemeente	Hoog	Q3 2023 aanvang	Dekking (deels) uit Programma Groen en gemeentelijk Waterma-nagementplan
		Vermindering energieverbruik door afspraken te maken voor terrasverwarming, 'deuren dicht' in de wintermaanden en lichten 's nachts uit.	Taskforce	Medium	Doorlopend	Reguliere inzet
	DIT DOEN WE OOK	Onderzoek naar ruimtelijke reserveringen voor transformatorvoorzieningen. Mogelijkheden onderzoeken voor inpandig oplossen en combinaties met fietsenstallingen en/of bedrijfsafvalcontainer voorzieningen.	Gemeente	Medium	2023 aanvang	Reguliere inzet
		De loop- en fietsroutes vanuit het centrum naar groene plekken aan de randen van het centrum vergroenen (o.a. Dudokpark, Gedenkt te Sterven, Vitushof, etc.).	Gemeente	Medium	2024	UitvoeringsprogMobiliteit, Groen, herinrichting Kerkbrink
		Biodiversiteit stimuleren door te vergroenen. Daarnaast investeren in vogelhuisjes, insectenhotels, vleermuiskasten, bijenzaad, groene daken e.d. in samenwerking met vastgoedeigenaren.	Gemeente	Medium	Q3 2023 aanvang	Dekking uit Programma Groen
		Verduurzamen vastgoed (elementen: o.a. energie besparen, energie anders opwekken, circulariteit/hergebruik, klimaatadaptatie).	Vastgoed-eigenaren	Medium	Doorlopend	Investering door vastgoedeigenaren, actief subsidiemogelijkheden
		Campagne Heel Hilversum Repareert. Het vergroten van bewustzijn en het stimuleren van reparatie. In samenwerking met reparatiebedrijven in Hilversum (MKB), Hilversum100 en de Repaircafés voor en door bewoners.	Gemeente	Medium	Doorlopend	Reguliere inzet, aangevuld met middelen jaarplan circulair

Speerpunt		Maatregel	Trekker	Impact	Planning	Financiering
toegankelijk en bereikbaar	PRIORITEITEN	Aandacht voor inclusiviteit en toegankelijkheid (toiletten, geleidelijnen, uitstallingen etc.)	Gemeente	Medium	Doorlopend	Reguliere inzet
		Onderzoeken mogelijkheden voor extra (inpandige) fietsenstallingen aan noordzijde centrum. Bij geschikte locatie volgt investeringsvoorstel.	Gemeente	Medium	Doorlopend	Onderzoek is reguliere inzet
		Nadere afspraken maken met ondernemers en eigenaren over bevoorrading, afvalverwerking, plaatsing bedrijfscontainers	Gemeente, sCH	Medium	Doorlopend	Reguliere inzet
	DIT DOEN WE OOK	Uitwerken centrumring 30 km/u als onderdeel Uitvoeringsprogramma Mobiliteit	Gemeente	Medium	2023 en verder	Dekking uit Uitvoeringsprogramma Mobiliteit
		Uitwerken plan autoluwe binnenstad binnen de centrumring	Gemeente	Medium	2023 en verder	Dekking uit Uitvoeringsprogramma Mobiliteit
		Instellen zero-emissiezone	Gemeente	Medium	2023 en verder	Dekking uit Uitvoeringsprogramma Mobiliteit

5.3 Monitoring

Met de uitvoeringagenda zijn de te treffen maatregelen in de periode 2023-2026 uitgestippeld. Deze maatregelen dragen bij aan het verwezenlijken van de ambities. In 2026 vindt er een evaluatiemoment plaats. Dan bekijken we welke maatregelen effect hebben gehad en voor welke ambities nog extra aandacht en actie noodzakelijk is. Om het effect van de maatregelen in de uitvoeringsagenda meetbaar te kunnen maken, zijn in onderstaande tabel Kritieke Prestatie-indicatoren (KPI's) per speerpunt weergegeven. Het hoofddoel is het vasthouden en waar mogelijk verbeteren van de beoordeling van het centrum door inwoners en bezoekers. Het huidige rapportcijfer is een 7,5 (bron: Koopstromenonderzoek 2021).

Ambitie	KPI	Bron	Percentage/ rapportcijfer
Compact centrum	Leegstandspercentage (in aandeel m²)	Locatus, 2023	13%
Aantrekkelijk & levendig	Hilversum is bekend bij jong en oud, vooral als Mediastad en als bestemming om te winkelen	Onderzoek Hilversum Marketing 2021	84%
	De beoordeling van de sfeer en uitstraling van het centrum	Koopstromenonderzoek 2021	7,1
	Tevredenheid over het winkelaanbod	Koopstromenonderzoek 2021	7,4
	Tevredenheid over de horeca	Koopstromenonderzoek 2021	7,9
Fijne leefomgeving	De mate waarin het prettig wonen is in de buurt	Inwoners centrum Hilversum Monitor 2022	7,9
	De tevredenheid over de kwaliteit van de fysieke omgeving	Inwoners centrum Hilversum Monitor 2022	5,9
	Veiligheid	Koopstromenonderzoek 2021	7,4
groen en duurzaam	Aanwezigheid groen	Koopstromenonderzoek 2021	5,6
Toegankelijk & bereikbaar	Stalling fiets	Koopstromenonderzoek 2021	7,1
	Parkeren auto	Koopstromenonderzoek 2021	6,8
	De bereikbaarheid van het centrum per auto	Koopstromenonderzoek 2021	6,4
	De bereikbaarheid per fiets	Koopstromenonderzoek 2021	8,1
	De bereikbaarheid van het centrum met het OV	Koopstromenonderzoek 2021	7,6
	Het percentage bezoekers te voet en met de fiets	Koopstromenonderzoek 2021	18% en 42%

Tabel 4 KPI's per speerpunt

Colofon

Titel	*Gebiedsagenda centrum Hilversum*
Datum	*mei 2023*
Teksten	*Sweco B.V. en gemeente Hilversum*
Fotografie	*Studio Kastermans (Danielle van Coevorden)*
Kaarten	*gemeente Hilversum*
Overig beeld	*Beeldbank Sweco*
Vormgeving	*PMS Ontwerp Hilversum*

Hilversum
Mediastad