

# PROGRAMMA WERKEN ARENAPARK HILVERSUM

28 APRIL 2022





# **PROGRAMMA WERKEN ARENAPARK HILVERSUM**

28 APRIL 2022

**Status:**

Eindrapportage

**Datum:**

28 april 2022

**Een product van:**

Bureau Stedelijke Planning bv  
Hoge Gouwe 93  
2801 LD Gouda  
0182 - 689416  
[www.stedplan.nl](http://www.stedplan.nl)  
[info@stedplan.nl](mailto:info@stedplan.nl)

**Team Werken**

Bianca Lemm MSc  
Dr. Christine Oude Veldhuis MRE  
Ir. Joris Quaedflieg  
Pim Steenbergen MSc

Voor meer informatie: Ir. Joris Quaedflieg, [jq@stedplan.nl](mailto:jq@stedplan.nl)

**Review:**

Ir. Joris Quaedflieg

**In opdracht van:**

Gemeente Hilversum



De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 52100315

Referentie: 52100315\_Hilversum Arenapark programma werken 280422

|                                                     |           |
|-----------------------------------------------------|-----------|
| MANAGEMENTSAMENVATTING                              | 7         |
| INLEIDING                                           | 11        |
| <b>1 MARKTDIAGNOSTIEK ARENAPARK</b> .....           | <b>12</b> |
| 1.1 SWOT-ANALYSE                                    |           |
| 1.2 CONCURRENTIE-ANALYSE                            |           |
| 1.3 ONTWIKKELDREMPELS                               |           |
| <b>2 MARKTRUIMTE WERKFUNCTIES</b> .....             | <b>17</b> |
| 2.1 KWANTITATIEF MARKTONDERZOEK KANTOREN            |           |
| 2.2 OPNAMECAPACITEIT                                |           |
| 2.3 HYBRIDE SECTOREN                                |           |
| <b>3 PROFILERING EN KANSRIJKE DOELGROEPEN</b> ..... | <b>26</b> |
| 3.1 PROFILERING                                     |           |
| 3.2 KANSRIJKE DOELGROEPEN                           |           |
| <b>4 RUIMTELIJKE UITWERKING EN STRATEGIE</b> .....  | <b>32</b> |
| BIJLAGE 1 AFBAKENING HYBRIDE SECTOREN               |           |
| BIJLAGE 2 GEÏNTERVIEWDE PARTIJEN                    |           |



## MANAGEMENTSAMENVATTING

Het Arenapark is vanaf begin jaren '90 ontwikkeld. Het terrein beslaat zo'n 30 hectare met o.a. kantoren, een school en sportfuncties. Diverse percelen liggen nog braak. Deze gronden zijn belangrijk voor de gemeente Hilversum. Het is een van de laatste gebieden waar werkfuncties op grote schaal kunnen worden gehuisvest. Op basis van het Masterplan Arenapark 2.0, het Economisch Perspectief 2040 en de Voorkeursvariant (10 februari 2022) is het opstellen van een stedenbouwkundig plan voor het Arenapark de volgende stap. Hilversum heeft daarom behoefte aan een gedegen kwantitatieve en kwalitatieve (markt)analyse, als onderbouwing voor de programmering en de doorontwikkeling van Arenapark.

### **Voorkeursvariant beschikt over de juiste mix van functies**

Wij adviseren vast te houden aan de voorkeursvariant als uitgangspunt voor de ontwikkeling. Het Arenapark is nu een monofunctionele kantorenlocatie, waar de auto dominant is. Dit type kantoormilieu voldoet niet aan de huidige vraag van kantoorgebruikers. In de voorkeursvariant wordt uitgegaan van een verhouding van ca 45% wonen, 35% werken en 20% voorzieningen in het nieuw toe te voegen programma. Deze verhouding tussen wonen en werken zorgt voor een aantrekkelijk woon-werkmilieu, waarmee het Arenapark de competitie kan aangaan met kantoorgebieden in Amersfoort, Amsterdam en Utrecht.

### **Het beoogde kantooroppervlakte is verantwoord om te realiseren**

De beoogde 72.000 m<sup>2</sup> aan werkprogramma in het voorkeursscenario is realistisch. In de regio ramen wij een marktvrage van 31.000 – 240.000 m<sup>2</sup>, en er zijn geen andere locaties die in deze vraag kunnen voorzien. Daarnaast zorgt het toekomstige woon-werkmilieu in combinatie met een goede profilering voor een sterke aantrekkingskracht op nieuwe doelgroepen. Dit is een ruime bandbreedte, mede ingegeven door de grote economische onzekerheid (o.a. de gevolgen van de oorlog in Oekraïne) en de gevolgen van corona op het hybride werken.

### **Zet in op een gezonde en sportieve profilering**

Het Arenapark heeft een lange historie met sport door de atletiekbaan, Dudok Arena en natuurlijk Nike. Dit leent zich voor de profilering Sportief en Gezond. Het programma in de Voorkeursvariant sluit hier op aan met de action sporthal en zwembad. De profilering staat daarmee sterk in zijn schoenen. Dit profiel moet meer naar buiten worden uit gedragen, meer mensen moeten op de hoogte zijn dat Hilversum naast een mediastad ook een sportief en gezond kantorenpark bezit.

### **Sportief en gezond is aantrekkelijk voor een brede doelgroep**

Wij maken een onderscheid tussen de profilering (Sport en Gezondheid) en het acquireren (brede doelgroep):

- Wij adviseren om de doelgroep breed te houden voor de kantoorruimten. Multi-tenant is in trek en hier zien wij de meeste kansen, maar reserveer ook een of twee kavels voor een single-tenant gebruiker. Deze kunnen elders in de regio niet meer terecht.
- Het Mediapark zit vol en mediabedrijven zijn reeds verspreid door heel Hilversum. Bied daarom mediabedrijven ook de ruimte op het Arenapark. Ook is de informatie en communicatie sector in de afgelopen jaren sterk gegroeid in Hilversum. Specifiek is het ontwikkelen van software een kansrijke sector binnen Hilversum.
- Wij adviseren ruimte in de plint te reserveren voor hybride sectoren (ondernemingen met zowel kantoor als bedrijfsruimte, vaak gericht op maak, creatief en innovatie). Alhoewel de ruimtevraag vanuit deze sectoren beperkt is (maar zeker wel aanwezig) dragen zij bij aan de profilering en aantrekkelijkheid van het gebied. Specifiek zien wij kansen voor Fashion & Design en Life Sciences & Health. Met name Fashion en Design past goed bij het gebied (Nike en opleidingen ROC) en zorgt voor levendige plinten door studio's en ateliers. Deze doelgroep vraagt wel om betaalbare bedrijfsruimten.

### Reflectie op de voorkeursvariant

Monofunctionele werklocaties zijn minder aantrekkelijk voor zowel ondernemers als werknemers. Dit type werklocaties is ook kwetsbaarder gebleken in economisch slechtere tijden. De ontwikkeling van het Arenapark naar een gemengd gebied met een versterkte werkfunctie is dan ook kansrijk en toekomstgericht. Het programma in de voorkeursvariant biedt daarvoor de basis.

Daarbij geven wij enkele aandachtspunten mee:

- Voor de kortere termijn is het advies om de **beoogde functiemenging direct en overtuigend zichtbaar** te maken op de nieuw te ontwikkelen kavels.
- Voor de langere termijn adviseren wij om waar mogelijk de **verhouding tussen wonen en werken** in het gehele gebied (nieuw en bestaand) iets **meer in evenwicht** te brengen. Arenapark is en blijft in essentie een werklocatie, maar voorkomen moet worden dat bewoners het ook ervaren als 'wonen op een werklocatie'.
- **Aanvullende functies** spelen een belangrijke rol in het creëren van een aantrekkelijk milieu. Het toevoegen van **aantrekkelijke horeca die past bij het profiel van sportief en gezond zien wij als voorwaardelijk** voor de verdere ontwikkeling van Arenapark. Met name daghoreca (koffie, lunch en werkborrel; eventueel met flexwerkplekken) is kansrijk. Dit zou snel toegevoegd kunnen worden, al dan niet als tijdelijke '**placemaking**'.
- Voor retail is het draagvlak naar verwachting onvoldoende; mogelijk zijn wel 'to go'-concepten denkbaar.
- **Snelle helderheid over de kansrijkheid van een stationsverplaatsing is een randvoorwaarde** voor het succes van het Arenapark. Stimuleren van ov-gebruik is van belang voor de ruimtedruk, de parkeerdruk en de aantrekkelijkheid van het Arenapark. Het past ook uitstekend bij het profiel van sportief en gezond.

- De **ontsluiting van het Arenapark en de parkeerdruk** na het toevoegen van een groter volume (wonen, werken en voorzieningen) is een aandachtspunt. Goede autobereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid zijn voor het Arenapark voorlopig nog belangrijke vestigingscriteria.

### Ruimtelijke aanbevelingen

- Wij adviseren om op korte termijn iets te doen aan zowel de onveiligheid als de onaantrekkelijkheid **van de wandelroute naar het Arenapark vanaf het station**. (overgang Soestdijkerstraatweg via het ROC en parkeerplaatsen naar de Dudok Arena).
- De **kwaliteit en uitstraling van de openbare ruimte** dragen in belangrijke mate bij aan de profilering van de sportieve en gezonde woon- en werkomgeving. Dit vraagt om investeringen in het openbaar gebied (groen, wandelroutes). De gemeente Hilversum kan hierin een voortrekkersrol nemen.
- **Voorkom een tweedeling tussen 'het oude bestaande' en 'het aantrekkelijke nieuwe'** Arenapark. Het vastgoed langs de zuid- en ooststrand van het Arenapark blijft voorlopig zoals die nu is. De oostelijke rand is relatief versteend en heeft weinig groen. In overleg met de eigenaren kan een opwaardering van de openbare ruimte worden gerealiseerd.
- Wij adviseren om langs het spoor op kavel A, B1 of B2 voorlopig ruimte te reserveren voor een **single-tenant** kantoor (> 5.000 m<sup>2</sup>). Op deze kavels zijn de grootste bouwmassa's mogelijk, zo komt een single-tenant hier het best tot zijn recht. Een dergelijke reservering kan tijdelijk zijn en niet al te stringent worden gehanteerd; concrete investeringsvoorstellen kunnen immers interessanter zijn dan onzekere toekomstige belangstelling.

### Strategische aanbevelingen

De gemeente Hilversum heeft behoefte aan een duurzame, flexibele en conjunctuurbestendige ontwikkelstrategie. Belangrijk daarin is de strategie en het uitgiftebeleid voor de ontwikkelkavels in de strook langs het spoor. Vastgoedmarkten zijn in essentie conjunctuurgevoelig en bijsturen in veranderende tijden is lastig.

Tegen deze achtergrond zijn onze strategische aanbevelingen geformuleerd:

- Blijf **zolang mogelijk vasthouden aan het eindbeeld** voor het Arenapark, in functiemix, programma en terreinkwaliteit..
- Binnen het eindbeeld kan **flexibiliteit worden gevonden in de fasering en het tempo** van ontwikkelingen. Het voorkeursprogramma kan met bandbreedtes worden vastgelegd, waarbij ondergrenzen worden gehanteerd. Wij adviseren om minimaal 40.000 m<sup>2</sup> werkfuncties toe te voegen en niet minder dan 1.000 woningen. Dergelijke ondergrenzen zijn arbitrair, maar ze helpen om het eindbeeld van een aantrekkelijk gemengd stedelijk gebied overeind te houden.

Wat de strook langs het spoor betreft, zijn op hoofdlijnen de volgende vier ontwikkelstrategieën denkbaar:

1. **Uitgifte van het gebied als een geheel in een tender**, waarin planontwikkeling en grondopbrengst worden geoptimaliseerd. Deze strategie ontzorgt de gemeente (en andere grondeigenaren) het meest omdat het ontwikkelproces, de planrealisatie en alle risico's die daarbij horen, worden overgedragen aan een professionele marktpartij. Daar horen twee kanttekeningen bij:
  - Het vraagt om zeer goed opdrachtgeverschap aan de voorkant van het proces; de kwaliteit van de uitvraag bepaalt in belangrijke mate de kwaliteit de uiteindelijke planrealisatie.
  - In veranderende marktomstandigheden kan er nog steeds druk op het proces komen, wanneer de marktpartij het programma niet meer haalbaar vindt.
2. **Publiek private samenwerking**. Voordelen zijn de gezamenlijke planontwikkeling en de mogelijkheden van winstdeling en risicospreiding. Nadeel is de vrij zware juridische vormgeving en financieel administratieve belasting. Deze strategie geeft meer grip op de planontwikkeling dan de eerste.
3. **Kavelgewijze aanbesteding**, waarbij per ontwikkelkavel de markt wordt bevroegd om een plan te maken en een bieding op de grond te doen. Het vraagt om meer inzet van de gemeente en er blijft gedurende een langere tijd een ontwikkelrisico bestaan voor de huidige grondeigenaren. Een voordeel is dat de gemeente het programma en het eindbeeld beter kan bewaken.
4. **Organische ontwikkeling**, waarbij initiatieven van marktpartijen of de ruimtevraag van ondernemers bepaalt wat wanneer ontwikkeld wordt. De gemeente kan dan steeds toetsen of het initiatief bijdraagt aan het beoogde eindbeeld. Voordeel is dat gebouwd wordt voor de behoefte. Nadeel is vooral dat het lastig zal zijn om genoeg grip te houden op het beoogde eindbeeld.

Alles afwegende is ons advies om de derde strategie te volgen; die geeft de beste combinatie van proces- en resultaatsturing en risicospreiding.

## INLEIDING

Hilversum wil een inclusieve gemeente zijn. Een sterke en vitale economie is daarvoor een belangrijke bouwsteen. De lokale economie is wat eenzijdig samengesteld en wordt gekenmerkt door een groot aandeel dienstverlening; informatie en communicatie (Mediastad!) is daarin de dominante sector. Hilversum heeft echter een structureel ruimtetekort en een (zeer) krappe markt voor de huisvesting van werkfuncties.

Het uitgangspunt van gemiddeld 1% economische groei per jaar geeft de lokale ambitie weer en is vastgelegd in het Economisch Perspectief 2040. De toekomstige ruimtebehoefte voor werkfuncties wordt op basis van deze groeiambitie geraamd op ca 38 ha bedrijventerreinen, ca 35.000 m<sup>2</sup> kantoorruimten en bijna 100.000 m<sup>2</sup> kantoorruimten op informele locaties. Het in de jaren negentig ontwikkelde Arenapark is een belangrijke locatie om in deze ruimtevrage te voorzien. Ontwikkeling van de resterende ruimte<sup>1</sup>, intensivering van het ruimtegebruik en optimalisering van de functiemix moeten bijdragen aan een aantrekkelijke, toekomstbestendige en duurzame werklocatie met onderscheidend profiel binnen Hilversum en de MRA.

Op basis van het Masterplan Arenapark 2.0, het Economisch Perspectief 2040 en de zogenoemde Voorkeursvariant (10 februari 2022) is het opstellen van een stedenbouwkundig plan voor het Arenapark de volgende stap. Hilversum heeft daarom behoefte aan een gedegen kwantitatieve en kwalitatieve (markt)analyse, als onderbouwing voor de programmering en de doorontwikkeling van Arenapark.

De gemeente Hilversum heeft Bureau Stedelijke Planning gevraagd om een kwantitatieve en kwalitatieve analyse die aansluit bij het Economisch Perspectief 2040 en verdiept naar de functie werken en kansrijke doelgroepen op het Arenapark. Daarnaast is er behoefte aan advies over de optimale mix met wonen en aanvullende functies. Het onderzoek bestaat uit de volgende bouwstenen:

- **Marktdiagnose:** SWOT, concurrentieanalyse en analyse van ontwikkeldrempels.
- **Kwantitatief verdiepend marktonderzoek** naar de functie werken op het Arenapark.
- **Profilering, kansrijke doelgroepen en vestigingscriteria:** kwalitatief verdiepend onderzoek naar kansrijke doelgroepen en vestigingscriteria op het Arenapark.
- **Reflectie** op het voorgestelde programma, ruimtelijke aanbevelingen en een fundament voor een succesvolle **ontwikkelstrategie**.

---

<sup>1</sup> Planvoorraad van 87.000 m<sup>2</sup> in het bestemmingsplan

# 1 MARKTDIAGNOSTIEK ARENAPARK

In dit hoofdstuk brengen wij de concurrentiepositie van het Arenapark in beeld. Door middel van een SWOT-analyse van de locatie, een concurrentieanalyse en een diagnose van de ontwikkeldrempels aan de hand van marktconsultatie bepalen wij de positie van het Arenapark ten opzichte van andere werklocaties in de regio. Het resultaat hiervan dient als input voor het marktonderzoek voor kantoren.

## 1.1 SWOT-ANALYSE

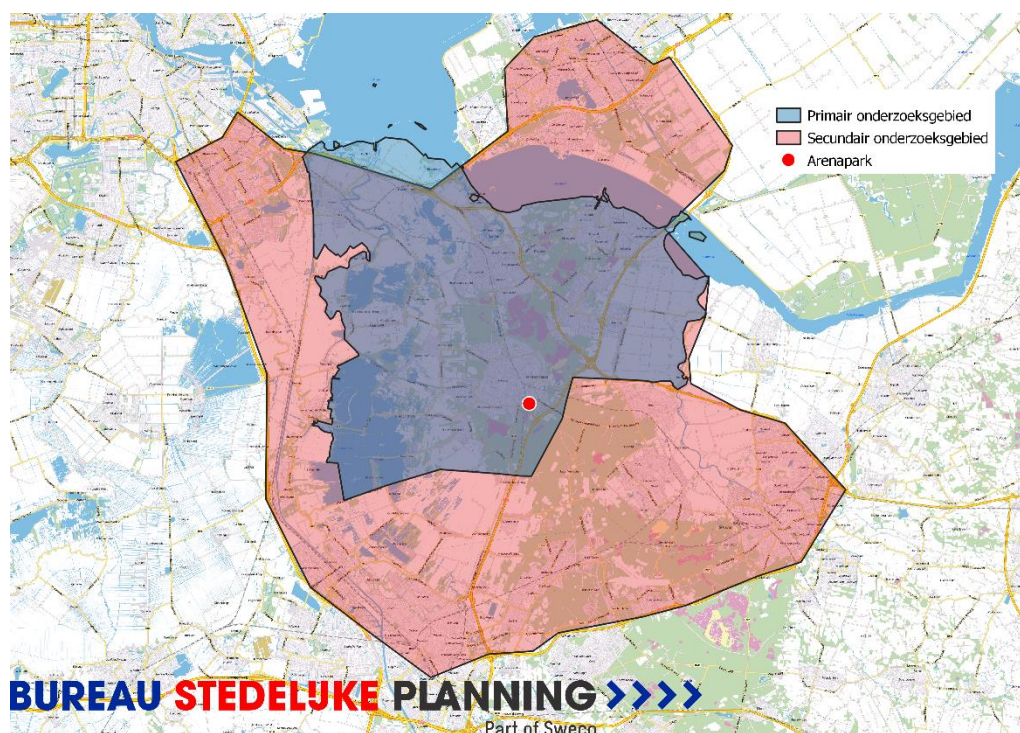
De SWOT-analyse is gebaseerd op deskresearch van bestaande beleidsdocumenten, visies en plannen (masterplan, scenario's etc.) en een locatiebezoek. Dit resulteert in een overzicht van de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het Arenapark als (gemengde) werklocatie.

| KWALITEITEN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | KNELPUNTEN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Bereikbaarheid (NS-station en A27)</li> <li>ligging t.o.v. Amsterdam en Utrecht (arbeidspotentieel)</li> <li>Aanwezigheid van grote bedrijven als Nike, Spinning Records en NCOI</li> <li>Aanwezigheid van faciliteiten (sport, onderwijs, natuur)</li> <li>Relatief lage huurprijzen</li> </ul>                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Auto prominent aanwezig,</li> <li>Gevestigde bedrijven ervaren parkeerdruk</li> <li>Onaantrekkelijke en onveilige looproute vanaf het station Sportpark</li> <li>Verouderde kantorenvorraad</li> <li>Gesloten uitstraling van de gebouwen</li> <li>Matige ruimtelijke uitstraling in delen van het Arenapark</li> </ul>                                                                                            |
| KANSEN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | BEDREIGINGEN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Ruimtedruk in eigen regio (Gooi en Vechtstreek) en aangrenzende regio's (Amsterdam/Utrecht)</li> <li>Duurzame knooppuntontwikkeling met divers programma (incl. wonen)</li> <li>Uitbouwen van het profiel o.b.v. bestaande bedrijvigheid (Nike, sport, onderwijs)</li> <li>Ontwikkelruimte</li> <li>Belangstelling vanuit educational technology</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Lange tijd ontbrak er een duidelijke profilering of visie voor het gebied</li> <li>Ontbreken van dynamiek</li> <li>Minder aantrekkelijk vestigingsklimaat (imago van Hilversum als slaapstad)</li> <li>Concurrentie van aantrekkelijke locaties in Amsterdam/Utrecht</li> <li>Onzekerheden m.b.t. de vraag naar kantoren (hybride werken na COVID19, economische effecten van de oorlog in de Oekraïne)</li> </ul> |

TABEL 1 SWOT-ANALYSE

## 1.2 CONCURRENTIE-ANALYSE

In deze concurrentieanalyse beoordelen we concurrerende kantoorontwikkelingen door middel van een multicriteria-analyse. Er is gekeken naar werklocaties binnen de regio Gooi en Vechtstreek (primaire onderzoeksgebied) en naar locaties in de zuidoost flank van de Metropool Regio Amsterdam (MRA), noordzijde Utrecht, westzijde Amersfoort en Almere (secundaire onderzoeksgebied). Hierbij zijn de snelwegen (A2, A28 en A6) min of meer als grenzen aangehouden (Figuur 1).



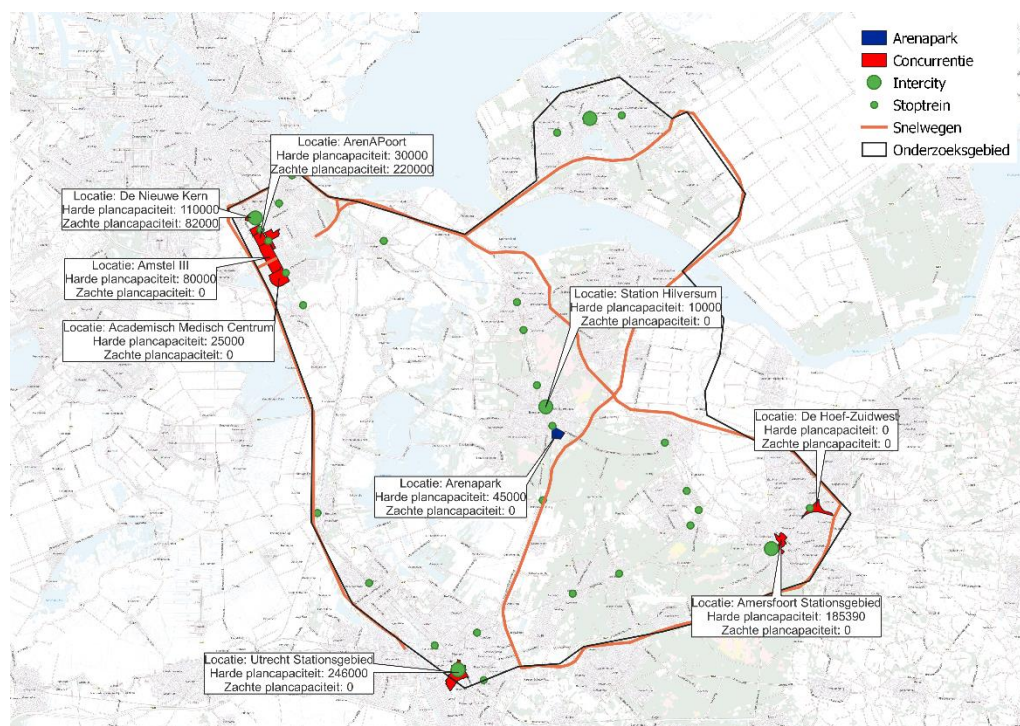
FIGUUR 1 AFBAKENING ONDERZOEKSGBIED

Bron: Bureau Stedelijke Planning

De ontwikkellocaties binnen het primaire en secundaire onderzoeksgebied met harde en/of zachte plancapaciteit voor kantoren zijn beoordeeld op basis van profilering, ligging, ov-bereikbaarheid, functiemix en ruimtelijke kwaliteit. Het beeld is als volgt:

- Binnen de Gooi en Vechtstreek bestaat er naast het Arenapark alleen plancapaciteit in het Stationsgebied Hilversum (10.000 m<sup>2</sup> harde plancapaciteit). Het Arenapark is de enige locatie in de Gooi en Vechtstreek waar een substantieel volume kan worden ontwikkeld.
- De aanwezigheid van Nike en de sportfaciliteiten maken het Arenapark onderscheidend. De toekomstige additionele sportfaciliteiten (extreme sportshal en zwembad) versterken dit verder.
- In het secundaire onderzoeksgebied bestaat een aantal ontwikkellocaties op multimodaal bereikbare locaties. In combinatie met de gunstige ligging – veelal in of rond Amsterdam/Utrecht – en het diverse programma, kennen deze locaties een sterkere concurrentiepositie dan Arenapark.

- Het Arenapark heeft de potentie om een sterke concurrerende locatie worden door een aantrekkelijke functiemix en een hoogwaardige ruimtelijke kwaliteit te realiseren. Op dit moment is de ruimtelijke kwaliteit nog sterk wisselend. Daarnaast liggen de huurprijzen in Hilversum onder de huurniveaus in de concurrerende gebieden, waardoor Arenapark naar verwachting (deels) andere doelgroepen aanspreekt. Ook kan Arenapark profiteren van de nabijheid van en de goede ov-bereikbaarheid met zowel Amsterdam als Utrecht.



FIGUUR 2 CONCURRERENDE (TOEKOMSTIGE) GEMENGDE WERKLOCATIES IN SECUNDAIR ONDERZOEKSGBIED

Bron: Plabeka (2021), Ruimtelijke Strategie 2040 (gemeente Utrecht, 2021), Provinciaals inpassingsplan kantoren (Provincie Utrecht, 2018), Ontwikkelkader de Hoef-West (2019)

| WERKLOCATIE                                                       | HARDE<br>PLANNEN         | ZACHTE<br>PLANNEN | PROFILERING                                                                                                  | LIGGING | OV BEREIK-<br>BAARHEID | FUNCTIEMIX | (RUIMTELIJKE<br>KWALITEIT | SCORE |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Arenapark<br>Hilversum<br>(Hilversum),<br>Huidige situatie        | 45.000 <sup>(2)</sup>    | 27.000            | Monofunctioneel kantorenpark                                                                                 |         |                        |            |                           |       |
| Arenapark<br>Hilversum<br>(Hilversum),<br>Toekomstige<br>situatie |                          |                   | Wonen, werken, maatschappelijk,<br>hotel en experience, kleinschalige<br>voorzieningen (nader uit te werken) |         |                        |            |                           |       |
| Stationsgebied<br>Hilversum<br>(Hilversum)                        | 10.000                   |                   | Wonen, werken (kantoren en<br>creatieve bedrijven), retail en<br>horeca                                      |         |                        |            |                           |       |
| De Nieuwe Kern<br>(Ouder-Amstel)                                  | 110.000                  | 82.000            | Multimodale knoop met<br>hoogstedelijk woon-werkmilieu.<br>Single- en multi tenant.                          |         |                        |            |                           |       |
| Amstel III<br>(Amsterdam)                                         | 80.000                   |                   | Transformatiegebied op<br>multimodale knoop met<br>hoogstedelijke voorzieningen, life<br>science district    |         |                        |            |                           |       |
| ArenAPoort<br>(Amsterdam)                                         | 30.000                   | 220.000           | Leisure, wonen en werken. Multi-<br>tenant, start- en scale ups.                                             |         |                        |            |                           |       |
| Academisch<br>Medisch Kwartier<br>(Amsterdam)                     | 25.000                   |                   | Uitbreiding medisch centrum,<br>beperkte functiemenging                                                      |         |                        |            |                           |       |
| Stationsgebied<br>Amersfoort<br>(Amersfoort)                      | 185.000                  |                   | Wonen/werken, zakelijke<br>dienstverlening, multi-tenant                                                     |         |                        |            |                           |       |
| Hoefkwartier                                                      | Behoud<br>5.000<br>banen |                   | Transformatiegebied met ambitie<br>om van single naar multi-tenant te<br>gaan.                               |         |                        |            |                           |       |
| Stationsgebied<br>Utrecht                                         | 246.000                  |                   | Internationaal aantrekkelijk,<br>creatieve bedrijvigheid en<br>kleinschalige doelgroepen                     |         |                        |            |                           |       |

TABEL 2 CONCURRENTIE-ANALYSE

Bron: Plabeka, Provincie Utrecht en Bureau Stedelijke Planning

<sup>2</sup> Op basis van Plabeka (vanwege uniformiteit van de databron met de overige plancapaciteit op andere terreinen). De zachte plancapaciteit is gebaseerd op het beoogde oppervlakte in de voorkeursvariant minus de harde plancapaciteit in Plabeka (72.000 – 35.000 = 27.000).

## 1.3 ONTWIKKELDREMPELS

Om zicht te krijgen op de ontwikkeldrempels die mogelijk belemmerend hebben gewerkt voor de benutting van de resterende plancapaciteit op het Arenapark, is een aantal interviews gehouden (Bijlage 2). In deze paragraaf geven wij de bevindingen op hoofdlijnen weer.

De in het algemeen ervaren ontwikkeldrempels van het Arenapark zijn:

- Een goed onderbouwde visie met een kansrijk programma ontbreken, waardoor grondeigenaren en projectontwikkelaars terughoudend zijn om te investeren.
- Het Arenapark heeft relatief weinig aandacht gehad van de gemeente Hilversum en andere pand- en grondeigenaren. Dit komt terug in achterstallig onderhoud en een matige uitstraling van de openbare ruimte in delen van het Arenapark. Hierdoor is het minder aantrekkelijk om in te investeren voor beleggers.
- Grondeigenaar (Delta Lloyd) wilde na de economische crisis (2008-2013) uit de kantorenmarkt stappen en had dus redenen om niet te ontwikkelen. Het duurde even voordat de grondposities verkocht waren aan Nike.
- In het verleden waren er hoge leegstandspercentages (ook elders in Hilversum). Inmiddels is dit niet meer het geval.
- Er is lange tijd onzekerheid geweest over de toekomst van het park en de aanwezigheid, vertrek of uitbreiding van Nike op het park.

## 2 MARKTRUIMTE WERKFUNCTIES

In dit hoofdstuk komt de marktruimte voor werkfuncties aan bod. In het kwantitatief marktonderzoek kantoren wordt de marktbehoefte aan kantoorhoudende sectoren in de regio Gooi en Vechtstreek bepaald. Deze behoefte wordt vervolgens vertaald naar de opnamecapaciteit voor Arenapark. Tot slot wordt ook ingegaan op de ontwikkelingen in hybride sectoren, die in hun ruimtevrage kantoorruimte combineren met andere werkruimten, zoals studio's, laboratoria of productieruimten.

### 2.1 KWANTITATIEF MARKTONDERZOEK KANTOREN

In deze paragraaf wordt de marktbehoefte aan kantoren in de regio Gooi en Vechtstreek in beeld gebracht. Hierbij gaat het om de behoefteprognose van kantoorhoudende sectoren<sup>3</sup> voor de periode 2022-2032.



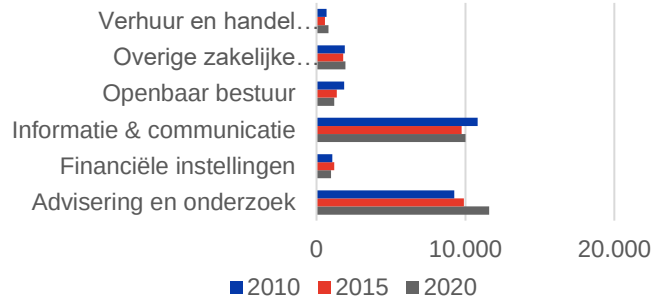
FIGUUR 3 BRAAKLIGGENDE GROND OP HET ARENAPARK

Bron: Bureau Stedelijke Planning

<sup>3</sup> Onder kantoorhoudende sectoren verstaan wij bedrijven die in de SBI-indeling vallen onder de sectoren Informatie & Communicatie, Financiële instellingen, Verhuur en handel van onroerend goed, Advisering & Onderzoek, Overige zakelijke dienstverlening en Openbaar bestuur.

## KWANTITATIEVE VRAAG &gt;&gt;

## WERKGELEGENHEIDSONTWIKKELING

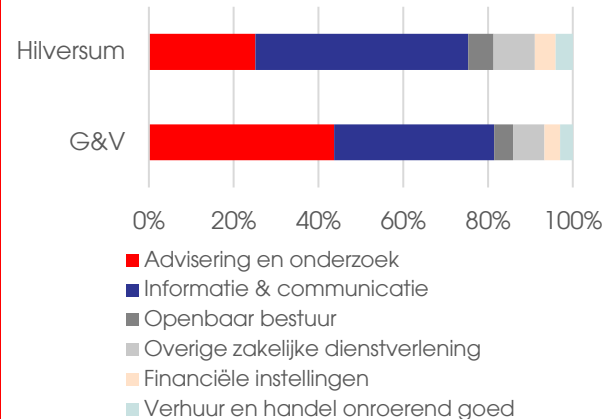


FIGUUR 4 ONTWIKKELING WERKGELEGENHEID G&amp;V

Bron: Bureau Stedelijke Planning o.b.v. LISA

- In Gooi en Vechtstreek is de kantoorhoudende werkgelegenheid 2010-2020 gegroeid met 4% (ca. 0,4% per jaar). In 2015-2020 was de jaarlijkse groei 1,6%.
- De grootste sector is Advisering & Onderzoek met ca. 12.400 arbeidsplaatsen in 2020. Deze sector is ook het hardst gegroeid sinds 2010 (+26%).
- De werkgelegenheid in Informatie & communicatie daalde in de periode 2010-2020 licht (-5%), terwijl de toegevoegde waarde fors toenam (+16%).

## HUIDIGE OPBOUW ECONOMIE (KANTOOR GERELATEERDE SECTOREN)

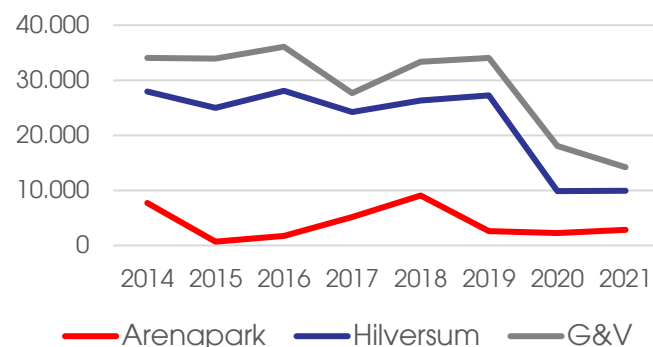


FIGUUR 5 AANDEEL PER SECTOR IN DE TOTALE WERKGELEGENHEID

Bron: Bureau Stedelijke Planning o.b.v. LISA

- In Gooi en Vechtstreek zijn Advisering & Onderzoek en Informatie & Communicatie de grootste sectoren en vrijwel even groot.
- In Hilversum is de sector Informatie & Communicatie duidelijk oververtegenwoordigd.

## HISTORISCHE OPNAME

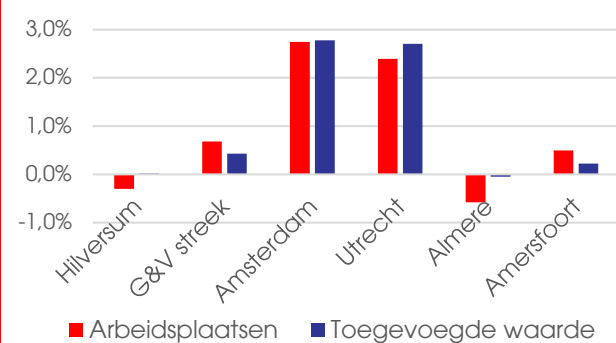


FIGUUR 6 HISTORISCHE OPNAME KANTOORRUIMTE

Bron: Bureau Stedelijke Planning o.b.v. Vastgoeddata

- Het overgrote deel van de opname binnen de regio Gooi en Vechtstreek vindt plaats in Hilversum (ca. 75%).
- In de coronajaren (2020 en 2021) is er een sterke daling zichtbaar van de kantooropname.
- Sinds 2014 is ca. 29.000 m² kantoorruimte per jaar opgenomen in de regio Gooi en Vechtstreek.

## VERGELIJKING OMLIGGENDE REGIO'S



FIGUUR 7 ONTWIKKELING BANEN EN TW 2010-2020 PER REGIO

Bron: Bureau Stedelijke Planning o.b.v. LISA

- De kantoorhoudende werkgelegenheid is in de afgelopen 10 jaar in Hilversum gedaald met 3%. De toegevoegde waarde bleef stabiel. In de afgelopen 5 jaar is wel herstel zichtbaar.
- Hilversum heeft de afgelopen jaren slechter gepresteerd dan de regio. Gooi en Vechtstreek presteerde beter dan Almere en Amersfoort, maar slechter dan Amsterdam en Utrecht.

**PROGNOSE OP BASIS VAN WERKGELEGENHEID**

Wij hanteren drie scenario's voor de prognose van de ruimtevraag: laag, midden en hoog.

Op basis van de scenario's voor prognose van de werkgelegenheid bedraagt de kantorenvraag in Gooi en Vechtstreek ca. 41.000 tot 167.000 m<sup>2</sup> tot 2032.

| SCENARIO | JAARLIJKE GROEI | GEBASEERD OP                                         | VRAAG 2022-2032 (M <sup>2</sup> ) |
|----------|-----------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Laag     | 0,4%            | Groei kantoorhoudende werkgelegenheid G&V 2010-2020. | <b>41.000</b>                     |
| Midden   | 1,0%            | Groeiscenario Economisch Perspectief 2040.           | <b>97.000</b>                     |
| Hoog     | 1,6%            | Groei kantoorhoudende werkgelegenheid G&V 2015-2020. | <b>167.000</b>                    |

**PROGNOSE OP BASIS VAN TOEGEVOEGDE WAARDE**

Op basis van de drie scenario's voor de prognose van de toegevoegde waarde en de ontwikkeling van de toegevoegde waarde per m<sup>2</sup> bedraagt de kantorenvraag in Gooi en Vechtstreek ca. 48.000 tot 250.000 m<sup>2</sup> tot 2032.

| SCENARIO | JAARLIJKE GROEI | GEBASEERD OP                                                                                                                                            | VRAAG 2022-2032 (M <sup>2</sup> ) |
|----------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Laag     | 0,2%            | Ontwikkeling TW kantoorhoudende sectoren Hilversum 2010-2020, bijstelling naar boven o.b.v. ontwikkeling 2015-2020 en ontwikkeling in hybride sectoren. | <b>48.000</b>                     |
| Midden   | 0,7%            | Groei TW kantoorhoudende sectoren G&V 2010-2020.                                                                                                        | <b>172.000</b>                    |
| Hoog     | 1,0%            | Bijstelling naar boven o.b.v. hoge groei TW hybride sectoren G&V 2010-2020, en hoge groei 2015-2020.                                                    | <b>250.000</b>                    |

**PROGNOSE OP BASIS VAN HISTORISCHE OPNAME**

De opname van kantoorruimten in Gooi en Vechtstreek betrof in de afgelopen periode gemiddeld ca. 29.000 m<sup>2</sup> per jaar.

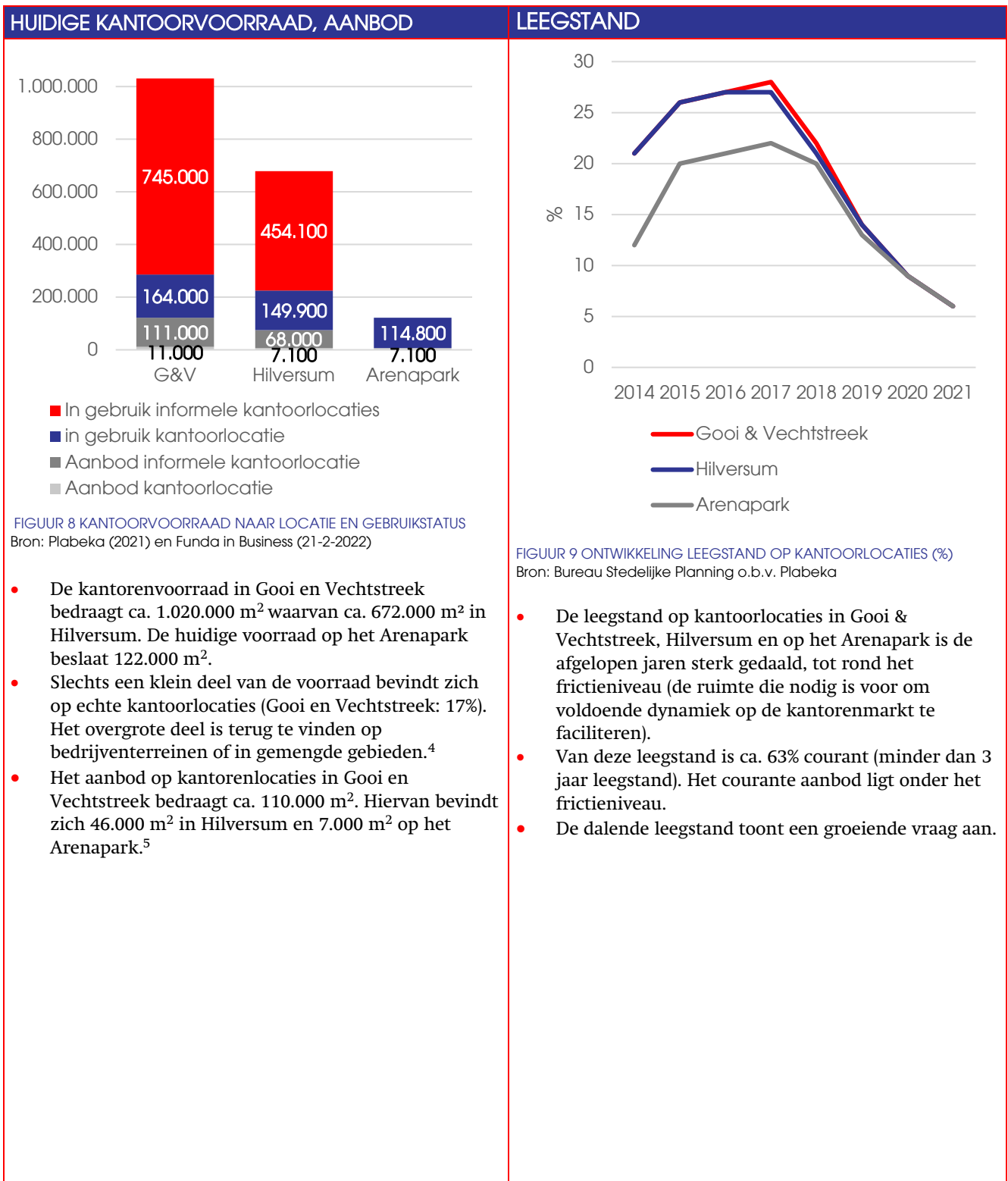
Extrapolatie van de gemiddelde opname leidt tot een vraag van ca. 290.000 m<sup>2</sup> tot 2032.

De opname is een combinatie van verplaatsings- en uitbreidingsvraag. Over het algemeen betreft ca. de helft van de opname uitbreidingsvraag. De uitbreidingsvraag komt hiermee neer op ca. **145.000 m<sup>2</sup>** tot 2032.

**TOTALE RUIMTEVRAAG**

Op basis van de prognoses van de werkgelegenheid en de toegevoegde waarde, en de historische opname bedraagt de vraag naar kantoren in Gooi en Vechtstreek ca. 41.000 tot 250.000 m<sup>2</sup> tot 2032.

## AANBOD EN PLANCAPACITEIT KANTOREN &gt;&gt;



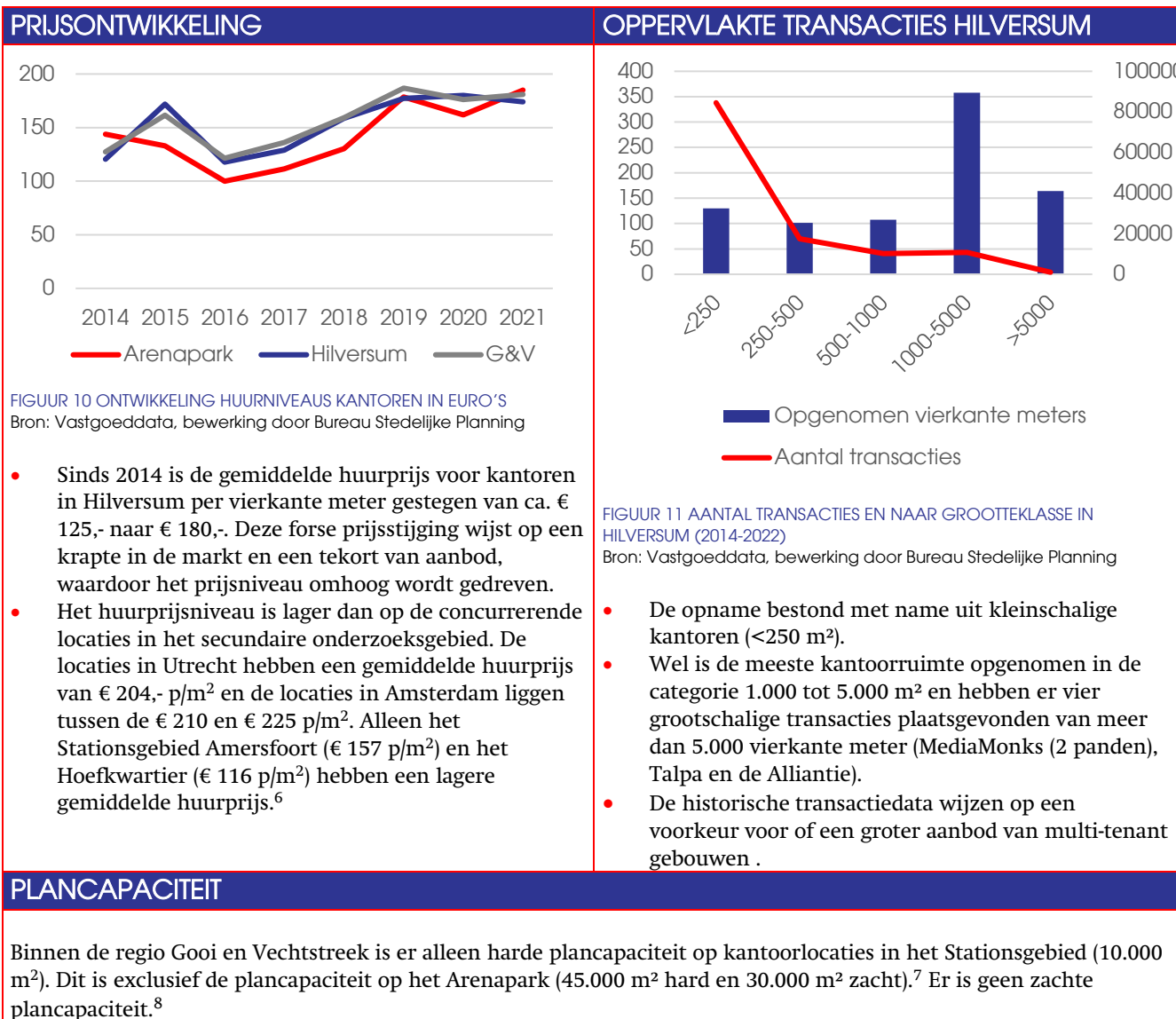
FIGUUR 8 KANTOORVOORRAAD NAAR LOCATIE EN GEBRUIKSTATUS  
Bron: Plabeka (2021) en Funda in Business (21-2-2022)

FIGUUR 9 ONTWIKKELING LEEGSTAND OP KANTOORLOCATIES (%)  
Bron: Bureau Stedelijke Planning o.b.v. Plabeka

- De kantorenvoorraad in Gooi en Vechtstreek bedraagt ca. 1.020.000 m<sup>2</sup> waarvan ca. 672.000 m<sup>2</sup> in Hilversum. De huidige voorraad op het Arenapark beslaat 122.000 m<sup>2</sup>.
- Slechts een klein deel van de voorraad bevindt zich op echte kantoorlocaties (Gooi en Vechtstreek: 17%). Het overgrote deel is terug te vinden op bedrijventerreinen of in gemengde gebieden.<sup>4</sup>
- Het aanbod op kantorenlocaties in Gooi en Vechtstreek bedraagt ca. 110.000 m<sup>2</sup>. Hiervan bevindt zich 46.000 m<sup>2</sup> in Hilversum en 7.000 m<sup>2</sup> op het Arenapark.<sup>5</sup>
- De leegstand op kantoorlocaties in Gooi & Vechtstreek, Hilversum en op het Arenapark is de afgelopen jaren sterk gedaald, tot rond het frictieniveau (de ruimte die nodig is voor om voldoende dynamiek op de kantorenmarkt te faciliteren).
- Van deze leegstand is ca. 63% courant (minder dan 3 jaar leegstand). Het courante aanbod ligt onder het frictieniveau.
- De dalende leegstand toont een groeiende vraag aan.

<sup>4</sup> Plabeka (2021)

<sup>5</sup> Funda in Business (21-2-2022)



## CONFRONTATIE VAN VRAAG EN AANBOD &gt;&gt;

De behoefte aan kantoren in Gooi en Vechtstreek bedraagt ca. **31.000 tot 240.000 m<sup>2</sup>** tot 2032. Dit is exclusief de bestaande plancapaciteit op Arenapark. Gezien het gebrek aan aanbod in de regio in de afgelopen jaren is het goed denkbaar dat de vraag de komende jaren boven het scenario van de historische opname ligt. Anderzijds speelt een aantal **belangrijke onzekerheden** waardoor de vraag naar kantoren voor de komende periode zich moeilijk laat voorspellen. Onduidelijk zijn de (structurele) gevolgen van COVID 19 op het hybride werken: door het deels thuiswerken is er sprake van een substantiële verborgen leegstand. Deze wordt landelijk geschat op zo'n 6% van het totale kantooroppervlak.<sup>9</sup> Daarnaast zijn de

<sup>6</sup> Vastgoeddata (peildatum 14-03-2022)

<sup>7</sup> Plabeka (2022)

<sup>8</sup> Plabeka (2022)

<sup>9</sup> Bron: Colliers, 2022

economische gevolgen van de oorlog in Oekraïne nog zeer onzeker. Momenteel hebben de sterk gestegen energieprijzen en de hoge inflatie al wel een remmend effect op de economie.

| SCENARIO           | VRAAG   | PLAN-CAPACITEIT | HUIDIG AANBOD<br>(EXCL FRICTIELEEGSTAND) | MARKTRUIMTE |
|--------------------|---------|-----------------|------------------------------------------|-------------|
| Banen Laag         | 41.000  | 10.000          | 0                                        | 31.000      |
| Banen Midden       | 97.000  | 10.000          | 0                                        | 87.000      |
| Banen Hoog         | 167.000 | 10.000          | 0                                        | 157.000     |
| TW Laag            | 48.000  | 10.000          | 0                                        | 38.000      |
| TW Midden          | 172.000 | 10.000          | 0                                        | 162.000     |
| TW Hoog            | 250.000 | 10.000          | 0                                        | 240.000     |
| Historische opname | 145.000 | 10.000          | 0                                        | 135.000     |

FIGUUR 12 MARKTBEHOEFTE KANTOREN GOOI EN VECHTSTREEK 2022-2032 (M²)

### Vergelijking met andere onderzoeken

#### Monitor Plabeka actualisatie vraagraming 2019

De ruimtebehoefte voor kantoren in de regio Gooi en Vechtstreek in het Plabeka is doorgerekend in drie scenario's. Een 0-scenario (-31.500 m²), een hoog scenario (+13.000 m²) en een gevoeligheidsanalyse (+ 55.600 m²). In alle scenario's is de huidige planvoorraad en de leegstand ruim voldoende om in de uitbreidingsvraag voor de periode 2017-2040 te voorzien.

#### Analyse werklocaties Gooi en Vechtstreek (2020)

Naast de raming van Plabeka wordt hierin ook een inschatting gemaakt op basis van een gelijkblijvende ratio tussen banen en bevolkingsgroei met de huidige verdeling van voorkeurslocaties. Hieruit komt een behoefte van 27.000 m² tot 2040 voor de Gooi en Vechtstreek naar voren.

#### Ruimte vraag op basis van het Economisch Perspectief 2040

Op basis van het ambitiescenario van 1% groei werkgelegenheidsgroei per jaar is er in de gemeente Hilversum tot 2040 een behoefte van ca. 34.000 m² op formele kantoorlocaties. Daar bovenop komt nog een vraag van 97.000 m² aan kantoorruimte op informele locaties. Geleidelijke transformatie in de afgelopen jaren duwt deze werkplekken uit het stedelijke weefsel. In een deel van deze vraag moet dus ook worden voorzien op formele kantoorlocaties.

Bron: Monitor Plabeka en analyse werklocaties Gooi en Vechtstreek.

## 2.2 OPNAMECAPACITEIT

- De behoefte aan kantoorruimte in de Gooi en Vechtstreek kent een bandbreedte van ca. 31.000 (lage scenario) tot 240.000 m<sup>2</sup> (hoge scenario) tot 2032.
- In de Gooi en Vechtstreek zijn buiten het Arenapark en het Stationsgebied Hilversum geen concrete plannen van substantiële omvang voor kantorenontwikkeling. Deze twee locaties zijn qua concurrentiekracht vergelijkbaar.
- In het secundaire onderzoeksgebied bestaan ontwikkellocaties voor kantoren met een sterkere concurrentiepositie, zoals diverse locaties in Amsterdam en het stationsgebied Utrecht. Deze locaties zijn echter deels op andere doelgroepen gericht. Zo liggen de huurniveaus op deze locaties gemiddeld hoger dan op het Arenapark. Daarnaast is de ruimtedruk in deze gebieden substantieel hoger. Om deze redenen ligt het niet voor de hand dat de kantorenbehoefte in Gooi en Vechtstreek buiten de eigen regio terecht komt
- Binnen de Gooi en Vechtstreek vond in de afgelopen periode ca. 75% van de historische opname plaats in Hilversum. Door het gebrek aan aanbod in de afgelopen jaren achten wij een hoger aandeel realistisch voor de komende periode. Wij gaan uit van een aandeel van ca. 85% voor de gemeente Hilversum.
- Naast het Stationsgebied Hilversum, dat al meegenomen is in de behoefteraming als hard planaanbod, zijn er geen andere ontwikkellocaties voor kantoren in Hilversum. Daarom ramen wij de bandbreedte voor opnamecapaciteit voor kantoren voor het Arenapark op ca. **26.000 (lage scenario) tot 204.000 m<sup>2</sup> (hoge scenario)** tot 2032. Ervan, uitgaande dat het Arenapark in 85% van de vraag kan voorzien, is het beoogde programma van ca. 72.000 m<sup>2</sup> in het voorkeursscenario voor Arenapark **realistisch en passend bij de marktontwikkeling**.

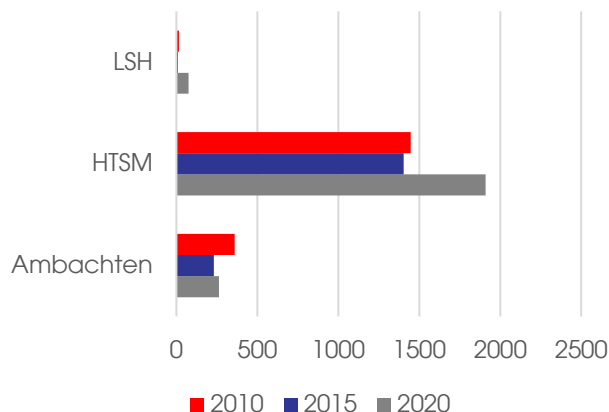
## 2.3 HYBRIDE SECTOREN

Naast de klassieke kantoorhoudende sectoren, zijn ook hybride sectoren geanalyseerd die over het algemeen een combinatie zoeken van bedrijfs- en kantoorruimte. Hybride sectoren zijn goed in te passen in een gemengd woon-werkmilieu en dragen bij aan een levendige en dynamische omgeving. Ze zijn onder meer interessant voor huisvesting in de plint van gebouwen. Wij maken hierbij onderscheid tussen HTSM, Life Sciences & Health (LSH), creatief/ambachtelijke bedrijvigheid en mode en design (Bijlage 1). Deze sectoren zijn gekozen omdat zij als kansrijk naar voren kwamen uit de marktconsultatie (LSH en mode en design) of bij ons bekend zijn als kansrijk uit referentieprojecten (HTSM, LSH en creatief/ambachtelijk). Het beeld is als volgt:

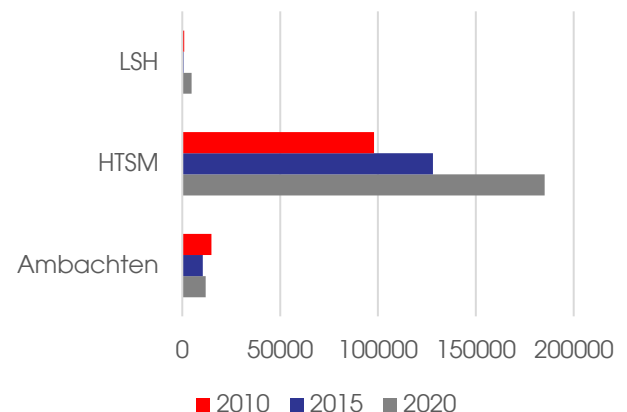
- De **werkgelegenheid** in hybride sectoren in de Gooi en Vechtstreek is de afgelopen tien jaar met 2% toegenomen (Figuur 13). In de afgelopen vijf jaar was de groei met 11% substantieel sterker. Procentueel bezien is LSH het

sterkst gegroeid (+61% in 2010-2020). Absoluut gezien was de groei van de HTSM het sterkst. De werkgelegenheid in de creatieve/ambachtelijke sector nam af.

- De **toegevoegde waarde** in hybride sectoren in de Gooi en Vechtstreek nam veel sterker toe dan de werkgelegenheid (+35% in 2010-2020). Ook hier was de groei van LSH relatief het grootst, maar in absolute zin was dat de HTSM. De creatief/ambachtelijke sector bleef redelijk stabiel (Figuur 14).
- De substantiële groei van de **HTSM** kwam met name voor rekening van het ontwikkelen, produceren en uitgeven van software. Deze subsector is echter al meegenomen in het kwantitatieve marktonderzoek naar kantoorhoudende sectoren. Afgezien van deze sector is de groei in de HTSM beperkt en lijkt de sector niet bovengemiddeld kansrijk als vestiger op het Arenapark.
- **Life Sciences en Health**<sup>10</sup> is klein in Hilversum, maar wel sterk groeiend: van 45 naar 104 werknemers. Voor LSH is aansluiting op het bredere profiel van de regio Utrecht en het Tergooi Ziekenhuis interessant. Het Science Park in Utrecht loopt vol en deze sector zal moeten zoeken naar locaties in de omgeving.
- **Mode & Design**. Deze industrie is lastig te duiden omdat bedrijven onder verschillende sectoren vallen. Zo valt Nike onder de sector 'Groothandel in sportartikelen'. Wel is Industrieel ontwerp, vormgeving en fotografie, waaronder ook modeontwerpers vallen, flink gegroeid in Hilversum (van 400 naar 860 werknemers in 2010-2020). Dit is dus nog exclusief andere bedrijven actief in deze branche, zoals Nike dat nu ruim 1.700 werknemers heeft en naar verwachting doorgroeit.



FIGUUR 13 WERKGELEGENHEID HYBRIDE SECTOREN G&V  
Bron: Bureau Stedelijke Planning o.b.v. LISA



FIGUUR 14 TOEGEVOEGDE WAARDE HYBRIDE SECTOREN G&V  
Bron: Bureau Stedelijke Planning o.b.v. LISA

<sup>10</sup> SBI 20.4, 32.5 en 72

### **Conclusie ruimtevraag vanuit hybride sectoren**

- De vraag naar werkvloeren vanuit de HTSM en creatief/ambachtelijke sector is naar verwachting beperkt. Een uitzondering hierop is het ontwikkelen, produceren en uitgeven van software, dat onder de sector HTSM valt. Deze subsector is echter al meegenomen in de behoefteraming voor kantoorruimte.
- Hoewel relatief gezien sterk gegroeid, is de sector LSH nog steeds weinig omvangrijk in de Gooi en Vechtstreek. Interessant is echter de sterke positie van de regio Utrecht en het tekort aan ruimte op Utrecht Science Park. Dat leidt mogelijk tot een regionale ruimtevraag waar Arenapark voor in beeld komt.
- De sector mode & design is de afgelopen periode sterk gegroeid en past goed bij de bestaande gebruikers op het Arenapark, zoals Nike en opleidingen van het ROC. Vanuit deze sector bestaat met name vraag naar ateliers en (kleinschalige) studioruimte. Dit type werkruimten draagt bij aan levendige invulling van plinten.
- De vooralsnog bescheiden ruimtevraag van de hybride sectoren kan worden meegenomen als onderdeel van de plancapaciteit in het voorkeursscenario. Daarbij is van belang om de aantrekkelijkheid te zien van dergelijke sectoren voor Arenapark, maar ook andersom: een sterk geprofileerd gemengd milieu zoals in de voorkeursvariant geschetst, biedt een interessant vestigingsmilieu voor hybride sectoren.

### 3 PROFILERING EN KANSRIJKE DOELGROEPEN

#### 3.1 PROFILERING

Het Arenapark heeft met de aanwezigheid van het hoofdkantoor van Nike en de daarbij horende sportfaciliteiten al een grote gebruiker die een belangrijk stempel drukt op de profilering van het gebied. De atletiekbaan van de Gooise Atletiek Club versterkt dit imago rondom sport, evenals de Dudok Arena en sportelementen in de openbare ruimte zoals het Skatepark. Hiermee kent de profilering van het Arenapark als sportieve en gezonde werklocatie al een stevig fundament.



FIGUUR 15 IMPRESSIE SKATEPARK

Dit onderscheidende karakter kan verder versterkt worden: in de functies die toegevoegd worden, maar ook zeker in de openbare ruimte. In de samenleving is er veel aandacht voor gezondheid - voldoende beweging, sporten, gezonde voeding - maar ook voor duurzaamheid, natuur en klimaatadaptatie. Door langs deze lijnen van **sportief en gezond** de profilering van het Arenapark verder te versterken, wordt het een aantrekkelijk woon-, werk- en leefgebied voor huidige en toekomstige gebruikers.



FIGUUR 16 GROENE OPENBARE RUIMTE DIE UITNODIGT VOOR ONTMOETING, MET TRANSPARANTE PLINTEN (NIKE)

De profilering van Arenapark als gezond en sportief vestigingsmilieu laat onverlet dat wij voor werkfuncties adviseren om de doelgroepen niet te beperken en in te zetten op een breed spectrum en op zowel singletenant als multitenant bebouwing. Wel zijn kantorengebruikers gerelateerd aan sport en gezondheid zeer kansrijk. Dit type gebruikers versterkt het profiel en bevordert de kansen op synergie tussen gebruikers. Ook is het kansrijk om mediabedrijven te interesseren voor het Arenapark, aangezien op het Mediapark geen ruimte meer beschikbaar is en de profilering van Hilversum als Mediastad sterk is. **Kantorengebruikers op het snijvlak van sport, technologie en media** zien wij dan ook als meest kansrijke doelgroep. De toepassing van virtual reality is hier een goed voorbeeld van: dit wordt onder meer gebruikt in media, gaming, het onderwijs (educational technology) en ook Nike gebruikt het in haar winkels.

**Referentie gebiedsontwikkeling: Wembley Park**  
Gemengd woon-werkgebied van 17 hectare rond het Wembley Stadium in Londen. Het programma bestaat uit ca. 3.700 woningen, 28.500 m<sup>2</sup> leisure, 47.000 m<sup>2</sup> retail en horeca, 63.000 m<sup>2</sup> kantoren en 8.200 m<sup>2</sup> maatschappelijke voorzieningen, waaronder een zwembad en sporthal.



Bron: Wembley Masterplan &amp; Ramboll UK

**Referentie gebiedsontwikkeling: Oosterenk, Zwolle**  
Herontwikkeling van een monofunctioneel kantorengedrag naar een gemengd gebied. In het noordelijkste deelgebied is het streven om sport en aan sport gerelateerde functies te stimuleren. Rond het ziekenhuis ligt de Health campus. Er worden ca. 750 tot 1.100 woningen toegevoegd.



Bron: concept gebiedsvisie Oosterenk

## 3.2 KANSRIJKE DOELGROEPEN

In onderstaande factsheet zijn de kansrijke doelgroepen voor kantoren nader uitgewerkt. De benoemde vestigingscriteria zijn van belang om een toekomstbestendige en aantrekkelijke werklocatie te ontwikkelen. Aantrekkelijke werkgebieden worden steeds meer gekenmerkt door een goede mix van functies en een hoge verblijfskwaliteit. Met name voorzieningen in een levendig gebied in combinatie met groen bepalen de aantrekkelijkheid van gemengde woonwerkgebieden.

### KANTOREN GERELATEERD AAN SPORT, TECHNOLOGIE & MEDIA

#### KENMERKEN

Aansluitend op het beoogde profiel zijn kantoren gerelateerd aan sport, technologie en media kansrijk. Ook kan worden gedacht aan gaming (e-sports en virtual reality) en fashion. Deze sectoren hebben onderling veel synergie. Zoek hierbij de verbinding met NCOI en het ROC. In dit kader is ook educational technology (*'edtech'*) kansrijk. Dit betreft het toepassen van nieuwe technologieën voor innovatieve onderwijs toepassingen. Deze sector kwam naar voren uit de marktconsultatie.

#### VESTIGINGSCRITEIA

- Goede bereikbaarheid met OV en auto; nabijheid station (max. 700 meter).
- Multifunctionele en dynamische omgeving met naast kantoren ook andere functies zoals wonen, horeca, winkels, parken etc.
- Veel aandacht voor duurzaamheid, gedreven door imago en vastgoedeisen.
- Hoogwaardige inrichting openbare ruimte.

- Hoogwaardige uitstraling gebouwen.
- Aantrekkelijke en inspirerende woon- en werkomgeving om personeel aan te trekken.
- Aanwezigheid van toonaangevende onderwijs- en/of onderzoeksinstituten.
- Door het grote aantal zzp'ers in Hilversum veel behoefte aan kleinschalige en betaalbare huisvesting. Bedrijfsverzamelgebouwen zijn gewild.

### KANSEN VOOR ARENAPARK

- Het onderscheidend vermogen van het Arenapark als sportief en gezond vestigingsmilieu – met onder meer het hoofdkantoor van Nike, de aanwezige sportfaciliteiten en de Gooise Atletiek Club - verder versterken en profileren,
- Profiteren van de profilering van Hilversum als Mediastad. Ook de acquisitie richten op en vestigingsmogelijkheden bieden aan mediabedrijven, waar op het Mediapark nauwelijks ruimte meer voor is.
- Een sterke visie op en profilering op gebiedsniveau, zonder de doelgroep voor kantoren te beperken. Dit betekent dat de profilering van het Arenapark die van een sportief en gezond vestigingsmilieu is, maar niet dat de bedrijvigheid beperkt moet worden tot deze sectoren..
- Verdere versterking van de relatie van ondernemingen met de onderwijsinstellingen in en om het Arenapark is interessant voor de aantrekkelijkheid van Arenapark, zowel voor onderwijs als bedrijfsleven. Het gaat met name om kennisuitwisseling en toekomstige arbeidsrelaties; studenten krijgen zicht op mogelijke werkgevers en bedrijven op toekomstige medewerkers. Dat kan bijvoorbeeld door stages en leerwerkplekken en door aansluiting te zoeken bij de huidige opleidingen. Zeer kansrijk zijn de opleidingen van het ROC in de sectoren ICT, 'Marketing Events, Economie & Sales', 'Media & Vormgeving', 'Mode & Jeans school', 'Sport & Bewegen' (met specifieke opleiding E-sports, Game & Event Manager) en 'Technology, Lab, Engineering & Design'.

### RANDVOORWAARDEN

- Aantrekkelijke en veilige looproute van en naar het station, ook in de periode tot de (eventuele) verplaatsing van het station.
- Naast goede ov-bereikbaarheid ook voldoende ruimte voor auto en parkeren.
- Om een samenhangend geheel te creëren en interactie te bevorderen, spelen een goede openbare ruimte en levendige plinten een cruciale rol. Opwaarderen van de openbare ruimte met aantrekkelijke looproutes en optimale benutting van groen.
- Aandacht voor architectuur en hoogwaardig materiaalgebruik.
- Enkele horecafaciliteiten, passend bij het profiel van sportief en gezond, dragen bij aan de aantrekkelijkheid van het vestigingsmilieu en de ontmoeting van bewoners, bedrijven en studenten. Die kunnen eventueel voorlopig in tijdelijke accommodaties en plek krijgen en mogelijk in een latere fase meer definitief gehuisvest worden

### MOGELIJKE CONCEPTEN

- Single-tenant gebouwen zijn steeds minder in trek, maar er komen af en toe nog wel grotere ruimtevragers voorbij. Het is daarom verstandig om enkele kavels te

reserveren voor single-tenant gebruikers voor relatief grote vestigers. In de afgelopen 10 jaar zijn binnen de gemeente Hilversum 40 huurtransacties geweest van meer dan 1.000 m<sup>2</sup>, waarvan 6 transacties boven de 5.000 m<sup>2</sup>. Het actuele huurniveau ligt rond €120-140 euro per m<sup>2</sup> per maand.

- Kansrijk is een bedrijfsverzamelgebouw gericht op de omvangrijke groep zzp'ers in Hilversum, met ontmoetingsruimten en ondersteunende voorzieningen (bijv. lunchruimte) om de onderlinge synergie te bevorderen. Dit vraagt met name om zeer kleinschalige kantoorunits tot 200 m<sup>2</sup>. Het indicatieve huurprijsniveau hiervoor is nu ca. €170-210 euro per m<sup>2</sup> per maand.

### Softwarebedrijven als kansrijke doelgroep



DEITY (EINDHOVEN, GEBOUW TQ)  
Bron: Innovation Origins

### Gemeenschappelijke ontmoetingsruimte



C'PARK BATA BEST  
Bron: C'Park Bata

### Strijp-S, Eindhoven

- Urban Sports Performance Centre (USPC): kennis- en innovatiecentrum voor Urban Sports.
- Inzet van kennis, innovatie en technologie.
- SX-gebouw: 50 bedrijven rondom sport, marketing en media gericht op onderlinge kruisbestuiving. Alle partijen hebben een natuurlijke band (sport) met elkaar en profiteren daardoor optimaal van elkaars kennis, kunde en activiteiten.
- Area51: grootste indoor skatepark van de Benelux.



Aantrekkelijke openbare ruimte met aandacht voor groen/blauw



Linksboven: Park20 | 20 Hoofddorp, rechtsboven: Waterfront herontwikkeling Austin Texas, linksonder: Circl paviljoen ABN Amro Amsterdam, rechtsonder: Porta Nuova Milaan (Wanted in Milan)

## 4 RUIMTELIJKE UITWERKING EN STRATEGIE

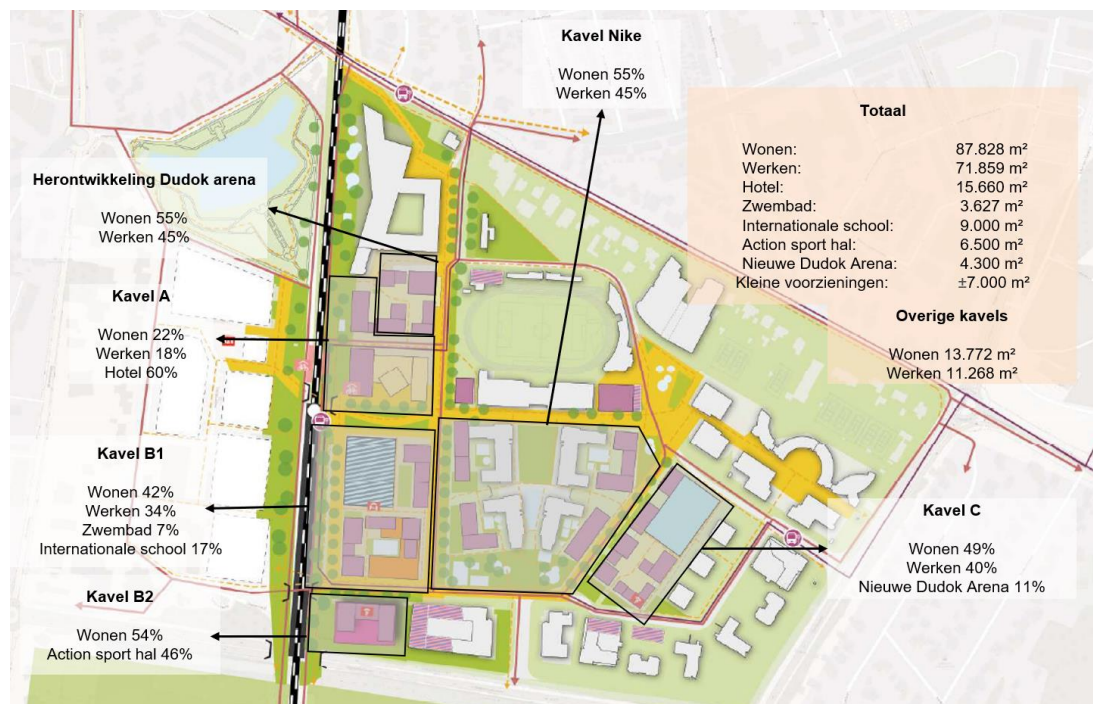
In dit hoofdstuk reflecteren wij op de uitgewerkte voorkeursvariant<sup>11</sup> voor het Arenapark. Wij beoordelen het programma op basis van een inschatting van het marktperspectief, de synergie met de werkfuncties en de meerwaarde voor de profilering. Daarbij geven we ruimtelijke en strategische aanbevelingen voor de succesvolle doorontwikkeling van het Arenapark.

### REFLECTIE OP HET PROGRAMMA >>

Monofunctionele werklocaties zijn niet meer van deze tijd. Ze zijn minder aantrekkelijk voor zowel bedrijvigheid als werknemers en kwetsbaarder gebleken in economisch slechtere tijden. Ze kennen relatief vaker leegstand en een lager vastgoedrendement dan gemengde gebieden. De ontwikkeling van het Arenapark (nu overwegend kantorenlocatie) naar een gemengd gebied - met een versterkte werkfunctie, leisurfuncties, woningen en voorzieningen - is dan ook kansrijk en toekomstgericht. Het programma in de voorkeursvariant biedt daarvoor de basis. Daarbij geven wij enkele aandachtspunten mee:

- Voor kortere termijn is het advies om de **beoogde functiemenging direct en overtuigend zichtbaar** te maken. De ontwikkelkavels beslaan ca. twee derde van het terrein en hebben overwegend gemengde programma's. Het is van belang om daaraan vast te houden en in vormgeving van bebouwing en inrichting van de openbare ruimte de bewonerswensen goed mee te nemen (denk aan een op bewoners gerichte gebouwentree, vriendelijke architectuur, aantrekkelijke terrassen/balkons, binnentuinen).
- Voor de langere termijn adviseren wij om waar mogelijk de **verhouding tussen wonen en werken iets meer in evenwicht** te brengen. Wanneer alle (huidige en toekomstige) gebruiksfuncties worden meegerekend, bestaat uiteindelijk ongeveer een kwart van het metrage op het toekomstige Arenapark uit wonen. Arenapark is en blijft in essentie een werklocatie, maar voorkomen moet worden dat bewoners het ook ervaren als 'wonen op een werklocatie'. Dan wordt de woonomgeving als minder aantrekkelijk ervaren. Een substantieel woonprogramma is nodig voor een geslaagd woon-werkmilieu.

<sup>11</sup> Arenapark voorkeursvariant, fase 3: opstellen voorkeursvariant (10 februari 2022)



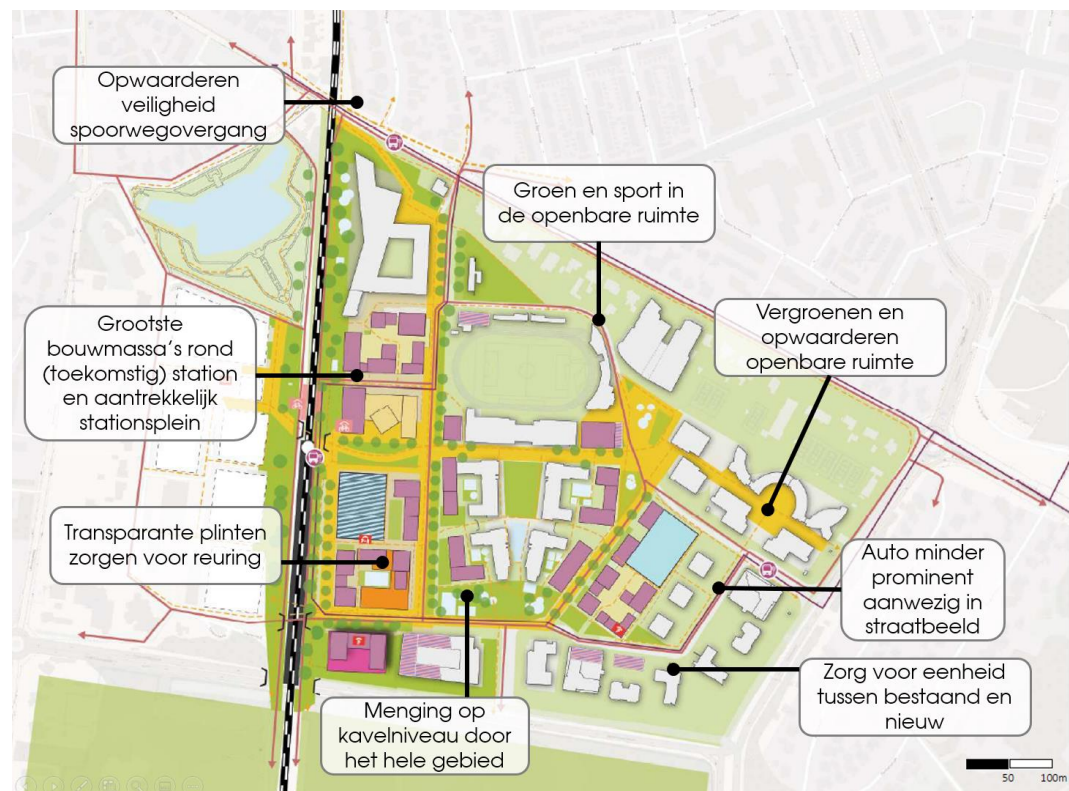
FIGUUR 17 BEOOGD TOE TE VOEGEN PROGRAMMA EN GLOBALE VERHOUDINGEN PER KAVEL (EXCL. BESTAANDE BEBOUWING)

Bron: Arenapark voorkeursvariant, fase 3: Opstellen voorkeursvariant (10 februari 2022)

- Naast werken en wonen spelen ook **aanvullende functies** een belangrijke rol in het creëren van een aantrekkelijk milieu. Er zijn al sport- en leisurevoorzieningen op het terrein en het voorkeursscenario geeft mogelijkheden om dat aanbod uit te breiden. Ook is het hotel van toegevoegde waarde voor het werkprogramma, zeker als daar een restaurant bij zit.
- Het toevoegen van **aantrekkelijke horeca die past bij het profiel van sportief en gezond zien wij als voorwaardelijk** voor de verdere ontwikkeling van Arenapark. Met name daghoreca (koffie, lunch en werkborrel; eventueel met flexwerkplekken) is kansrijk. Die zou snel toegevoegd kunnen worden, al dan niet in tijdelijke accommodaties, en onmiddellijk bijdragen aan de aantrekkelijkheid van Arenapark en aan 'placemaking' voor het toekomstperspectief.
- Voor retailaanbod is het draagvlak naar verwachting onvoldoende; mogelijk zijn wel zijn 'to go'-concepten denkbaar, zeker op termijn in combinatie met de stationsverplaatsing, de inrichting van een stationsplein en nieuwe looproutes.
- Station Sportpark wordt met name gebruikt door studenten van het ROC en in minder mate door de kantoorgebruikers. Door **verplaatsing van het station** in zuidelijke richting komt het centraler in het gebied te liggen, waardoor het voor onder meer werknemers van Nike aantrekkelijker wordt om het openbaar vervoer te gebruiken. Ook geeft de verplaatsing van het station de mogelijkheid om een aantrekkelijk stationsplein (met voorzieningen) te ontwikkelen.

- **Snelle helderheid over de kansrijkheid van een stationsverplaatsing mag ook als voorwaardelijk worden beschouwd** voor het succes van het Arenapark. Stimuleren van ov-gebruik is van belang voor de ruimtedruk, de parkeerdruk en de aantrekkelijkheid van het Arenapark. Het past ook uitstekend bij het profiel van sportief en gezond. Een goede OV-verbinding biedt kansen voor de werving van personeel en bedrijven uit Utrecht of Amsterdam.
- De **ontsluiting van het Arenapark en de parkeerdruk** na het toevoegen van een groter volume (wonen, werken en voorzieningen) is een aandachtspunt. In de voorkeursvariant is een reductie van de parkeernorm van 50% voorzien. Voor kantoren (zonder balie) is de parkeernorm 2,05 per 100 m<sup>2</sup> bvo. Bij een reductie van 50% bedraagt de parkeernorm dus ca. 1,03 per 100 m<sup>2</sup> bvo. Dit past op zich bij de beoogde ontwikkeling, maar het is tevens een minimale norm voor een werklocatie. Goede autobereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid zijn voor het Arenapark voorlopig nog belangrijke vestigingscriteria.
- Wel is **dubbelgebruik** van parkeerplaatsen door bewoners (avonduren en weekenden) en werknemers (kantooruren) kansrijk. Door verdiept parkeren in plaats van parkeren op maaiveld is de auto minder prominent aanwezig in het straatbeeld. Dit verbetert de aantrekkelijkheid en geeft het gebied een meer ontspannen karakter dat aangenaam is voor langzaam verkeer.

## RUIMTELIJKE AANBEVELINGEN &gt;&gt;



FIGUUR 18 RUIMTELIJKE AANBEVELINGEN ARENAPARK

- Wij adviseren om op korte termijn iets te doen aan zowel onveiligheid als onaantrekkelijkheid **van de wandelroute het Arenapark**. Voorlopig vormt de huidige ligging van het station de entree tot het Arenapark voor de ov-gebruikers. De **overgang van het spoor** bij de Soestdijkerstraatweg wordt als onveilig ervaren, door de samenkomst van verkeersstromen (voet, fiets, auto en trein) en onduidelijke wegsignalering.
- De **kwaliteit en uitstraling van de openbare ruimte** dragen in belangrijke mate bij aan de profilering van de sportieve en gezonde woon- en werkomgeving. Dit vraagt om investeringen in het openbaar gebied (groen, wandelroutes) en om verminderde zichtbaarheid van (geparkeerde) auto's. De gemeente Hilversum kan een voortrekkersrol nemen en daarmee bijdragen aan het vertrouwen van bestaande eigenaren en toekomstige investeerders.
- Wij adviseren om langs het spoor op kavel A, B1 of B2 voorlopig ruimte te reserveren voor een **single-tenant** kantoor ( $> 5.000 \text{ m}^2$ ). Uit de marktconsultatie blijkt dat deze ruimtevragers zich zo nu en dan voordoen en dat kan een interessante toevoeging betekenen voor het Arenapark.
- Een dergelijke reservering kan tijdelijk zijn en niet al te stringent worden gehanteerd; concrete investeringsvoorstellen kunnen immers interessanter zijn dan onzekere toekomstige belangstelling.
- **Voorkom een tweedeling tussen 'het oude bestaande' en 'het aantrekkelijke nieuwe'** Arenapark. Het vastgoed langs de zuid- en oostrand van het Arenapark blijft voorlopig zoals die nu is. De oostelijke rand is relatief versteend en heeft weinig groen. In overleg met de eigenaren kan een opwaardering van de openbare ruimte worden gerealiseerd.



FIGUUR 19 STENIGE OMGEVING AAN OOSTRAND ARENAPARK



FIGUUR 20 CONTRAST TUSSEN OUDER EN NIEUWER GEDEELTE HOOFDKANTOOR NIKE

- In het geval van een verplaatsing van het station, heeft het verbeteren van de **verbindingen tussen werklocatie Laapersveld en het Arenapark** meerwaarde. Het kan het imago van aantrekkelijke werklocaties en van Hilversum als aantrekkelijke werkstad versterken. Dit kan door de ontwikkeling van het stationsplein (zoals de in het Masterplan benoemde passarelle) of een andere doorsteek onder het spoor.

#### STRATEGISCHE AANBEVELINGEN >>

De gemeente Hilversum heeft behoefte aan een duurzame, flexibele en conjunctuurbestendige ontwikkelstrategie. Een belangrijk element daarin is de strategie en het uitgiftebeleid voor de ontwikkelkavels in de strook langs het spoor. De gemeente Hilversum en Nike zijn daar de grondeigenaren en ze hebben de intentie om hier gezamenlijk op te trekken.

Vastgoedmarkten zijn in essentie conjunctuurgevoelig en bijsturen in veranderende tijden is lastig; ontwikkel- en bouwprocessen vragen immers veel tijd. De marktomstandigheden zijn nu gunstig voor het programma op het Arenapark. Er is echter ook sprake van onzekerheid door geopolitieke spanningen en nog onbekende gevolgen daarvan voor de economie, het vertrouwen en de investeringsbereidheid van zowel consumenten als ondernemers.

Tegen deze achtergrond zijn onze strategische aanbevelingen geformuleerd:

- Blijf **zolang mogelijk vasthouden aan het eindbeeld** voor het Arenapark, in functiemix, programma en terreinkwaliteit. Veel Nederlandse steden kennen voorbeelden van ontwikkelingen die in 'crisistijden' zijn doorgezet. Dat leidt dan toch vaak tot suboptimale invullingen van de schaarse ruimte.
- Binnen het eindbeeld kan **flexibiliteit worden gevonden in de fasering en het tempo** van ontwikkelingen. In de voorkeursvariant zijn kavelprogramma's opgenomen die zowel de menging dienen als de flexibiliteit borgen. Die biedt ruimte om te spelen met eindbeeld en 'wat wel kan'. Het voorkeursprogramma kan met bandbreedtes worden vastgelegd, waarbij

ondergrenzen worden gehanteerd. Wij adviseren om minimaal 40.000 m<sup>2</sup> werkfuncties toe te voegen en niet minder dan 1.000 woningen. Dergelijke ondergrenzen zijn altijd arbitrair, maar ze helpen om het eindbeeld van aantrekkelijk gemengd stedelijk gebied overeind te houden.

- Door als overheid het voortouw te nemen in gebiedskwaliteit en onderhandelingen over de stationsverplaatsing wordt het **vertrouwen bij huidige vastgoedeigenaren en toekomstige investeerders** positief beïnvloed. Hetzelfde geldt voor activiteiten die als placemaking kunnen worden beschouwd en het gebiedsprofiel versterken. We wezen al op (tijdelijke) horeca; ook publiektrekkende activiteiten op het Arenapark kunnen bijdragen.

Wat de strook langs het spoor betreft, zijn op hoofdlijnen de volgende ontwikkelstrategieën denkbaar.

1. **Uitgifte van het gebied als een geheel in een tender**, waarin planontwikkeling en grondopbrengst worden geoptimaliseerd. Naar verwachting zijn met name de grotere professionele marktpartijen geïnteresseerd in een dergelijke tender. Planontwikkeling en grondopbrengst kunnen worden geoptimaliseerd door:
  - Vooraf te selecteren met welke (5) marktpartijen de gemeente Hilversum in zee wil gaan.
  - Als eerste ronde een uitvraag te doen op planontwikkeling en de beste (3) plannen door te laten gaan naar de tweede ronde.
  - In de tweede ronde gaat het dan om de hoogste/economisch meest voordelige bieding op de grond.

Deze strategie ontzorgt de gemeente (en andere grondeigenaren) het meest omdat het ontwikkelproces, de planrealisatie en alle risico's die daarbij horen, worden overgedragen aan een professionele marktpartij. Daar horen twee kanttekeningen bij:

- Het vraagt om zeer goed opdrachtgeverschap aan de voorkant van het proces; de kwaliteit van de uitvraag bepaalt in belangrijke mate de kwaliteit van de inzendingen en de kwaliteit van de uiteindelijke planrealisatie.
- In veranderende marktomstandigheden kan er nog steeds druk op het proces komen, wanneer de marktpartij het programma niet meer haalbaar vindt.

Specifiek in de situatie van het Arenapark zou (on)zekerheid over de verplaatsing van het station veel kunnen uitmaken in zowel de plankwaliteit die marktpartijen indienen als de grondbieding waar ze toe bereid zijn.

2. **Publiek private samenwerking** van gemeente, grondeigenaren en marktpartijen voor de ontwikkeling van de strook langs het spoor. Die kan starten met de selectie van marktpartijen waarmee de gemeente een dergelijke samenwerking wil opzetten. Voordelen zijn de gezamenlijke planontwikkeling en de mogelijkheden van winstdeling en risicospreiding.

Nadeel is de vrij zware juridische vormgeving en financieel administratieve belasting. Het is bovendien niet vrijblijvend en partijen kunnen niet maar zo weer uit elkaar.

Deze strategie geeft meer grip op de planontwikkeling dan de eerste, met mogelijkheden van winstdeling en risicospreiding. Daar staan een vrij zware vormgeving en intensieve samenwerking tegenover.

3. **Kavelgewijze aanbesteding**, waarbij per ontwikkelkavel de markt wordt bevroegd om een plan te maken en een bieding op de grond te doen. Mogelijk is dit minder aantrekkelijk voor de grote marktpartijen en trekt dit vooral middelgrote en kleinere vastgoedontwikkelaars/ontwikkellende bouwers. Het vraagt om meer inzet van de gemeente en er blijft gedurende een langere tijd een ontwikkelrisico bestaan voor de huidige grondeigenaren. Door grote en integrale kavels te definiëren worden deze risico's deels opgevangen. Belangrijk voordeel is echter, dat de gemeente het programma en het eindbeeld beter kan bewaken en wanneer de marktomstandigheden erom vragen, kan bijsturen.
4. **Organische ontwikkeling**, waarbij initiatieven van marktpartijen of de ruimtevrager van ondernemers bepaalt wat wanneer ontwikkeld wordt. De gemeente kan dan steeds toetsen of het initiatief bijdraagt aan het beoogde eindbeeld. Voordeel is dat gebouwd wordt voor de behoefte, met beheersbare risico's voor de initiatiefnemers. Nadeel is vooral dat het lastig zal zijn om genoeg grip te houden op het beoogde eindbeeld, het uiteindelijke programma en het tempo. Het ontwikkelrisico kan – afhankelijk van de belangstelling – ook relatief lang bij de huidige grondeigenaren blijven.

De organische ontwikkeling kreeg veel belangstelling bij grote gebiedsontwikkelingen die ten tijde van de vorige crisis stil kwamen te liggen. Het leidt niet overal tot goede uitkomsten.

Alles afwegende is ons advies om de derde strategie te volgen; die geeft de beste combinatie van proces- en resultaatsturing en risicospreiding.

## BIJLAGE 1 AFBAKENING HYBRIDE SECTOREN

| HYBRIDE SECTOR                                  | SBI-SECTOREN                                                                                            |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>High Tech Systems &amp; Materials (HTSM)</b> | Metaalindustrie                                                                                         |
|                                                 | Vervaardiging van machines en apparaten                                                                 |
|                                                 | Vervaardiging van transportmiddelen                                                                     |
|                                                 | Ontwikkelen, produceren en uitgeven van software                                                        |
|                                                 | Technisch speur- en ontwikkelingswerk                                                                   |
|                                                 | Ingenieurs en overig technisch ontwerp en advies                                                        |
|                                                 | Keuring en controle van machines, apparaten en materialen                                               |
| <b>Life sciences &amp; Health (LSH)</b>         | Farmacie                                                                                                |
|                                                 | Medische instrumenten                                                                                   |
|                                                 | Speur- en ontwikkelingswerk op het gebied van gezondheid, voeding en biotechnologie                     |
| <b>Creatief/ambachtelijk</b>                    | Vervaardiging van textiel                                                                               |
|                                                 | Vervaardiging van kleding                                                                               |
|                                                 | Vervaardiging van leer, lederwaren en schoenen                                                          |
|                                                 | Primaire houtbewerking en vervaardiging van artikelen van hout, kurk, riet en vlechtwerk (geen meubels) |
|                                                 | Vervaardiging van papier, karton en papier- en kartonwaren                                              |
|                                                 | Vervaardiging van producten van rubber en kunststof                                                     |
|                                                 | Vervaardiging van overige niet-metaalhoudende minerale producten                                        |
|                                                 | Vervaardiging van meubels                                                                               |
|                                                 | Reparatie van computers en consumentenartikelen                                                         |

## BIJLAGE 2 GEÏNTERVIEWDE PARTIJEN

| GESPROKEN PARTIJEN GEDURENDE DE MARTKDIAGNOSE |
|-----------------------------------------------|
| Blossity (namens Nike)                        |
| VOC (Vastgoed Owners Collectief)              |
| OVAEL                                         |
| Reshape Properties                            |
| Castenea Bedrijfmakelaars                     |
| Relatiemanager bedrijven gemeente Hilversum   |

GEÏNTERVIEWDE PARTIJEN