

STARTNOTITIE

INVESTERINGSVOORSTEL MEDIAPLEIN

Context

In het verleden is al vaak geconstateerd dat de Kerkbrink wel een upgrade kan gebruiken wil het weer een levendig plein worden. Nadat het Marktplaatsplein in 2017 met succes is vernieuwd, is nog meer duidelijk geworden dat ook deze kant van het centrum een nieuwe impuls nodig heeft. Het zou Hilversum als stad mooier maken en de Kerkbrink weer een plek laten zijn van economische en creatieve bedrijvigheid, en van beleving en ontspanning.

Het momentum lijkt nu: culturele partijen zijn de samenwerking aangegaan om een uniek concept te ontwikkelen, een nieuwe eigenaar van de Gooische Brink denkt actief mee, en vanuit diverse hoeken komt de vraag om juist op deze plek ruimte te geven aan creatieve samenwerkingen en culturele functies bij elkaar te brengen. En door corona is afgelopen tijd eens te meer duidelijk geworden wat het waard is om een levendig centrum te hebben, voor ondernemers, voor inwoners en bezoekers. Stichting Mediaplein heeft een haalbaarheidsstudie voor de ontwikkeling van een Mediaplein verricht. Daaruit blijkt dat de ontwikkeling veel potentie heeft en kansrijk is.

Als gemeente zien we het belang om nu alle energie bij elkaar te brengen en vanuit onze rol er voor te zorgen dat we met een concreet investeringsvoorstel komen voor de ontwikkeling van dit deel van de stad. In deze startnotitie Mediaplein is de aanpak uiteengezet. Met het voorleggen van de startnotitie willen we aansluiten bij de gewenste nieuwe werkwijze van de raad.

1. Inleiding ontwikkeling Mediaplein

De eerste ideeën om de Kerkbrink te ontwikkelen tot een Mediaplein dateren alweer van een aantal jaar terug. In de Centrumvisie van eind 2015 werd de Kerkbrink reeds benoemd als een van de prioritaire projecten. Al vrij snel werd duidelijk dat herinrichting van het plein sec onvoldoende was en ontstonden op basis van gesprekken met allerlei partijen de eerste gedachten over een programmatische impuls.

In 2017/2018 hebben culturele organisaties waaronder Bibliotheek Hilversum, Museum Hilversum en Beeld en Geluid een eerste visie opgesteld en een verkenning uitgevoerd. Deze verkenning gaf een eerste zicht op de ruimtelijke inpasbaarheid en maatschappelijke meerwaarde. Dit was de aanleiding om de ontwikkeling van het Mediaplaculturele plein op te nemen in het coalitieakkoord 2018-2022. Voor de drie initiatief nemende culturele organisaties was de oprichting van de stichting Mediaplein een logische vervolgstap. Zomer 2019 is met steun van de gemeente gestart met een haalbaarheidsstudie.

De ontwikkeling van het Mediaplein is veelomvattend gezien de verschillende te ontwikkelen onderdelen: herhuisvesting en vernieuwing bibliotheek, herinrichting plein en realisatie nieuw concept en programmering Mediaplein. Stichting Mediaplein heeft om de haalbaarheidsstudie te kunnen opstellen dan ook expertise op verschillende gebieden ingehuurd. Gedurende het proces hebben Bibliotheek, Museum Hilversum en Beeld en Geluid zich als samenwerkingspartners sterk ontwikkeld. In een tijd van Corona niet altijd makkelijk aangezien elk van hen ook de verantwoordelijkheid had en heeft om de eigen organisatie door deze tijd heen te loodsen. Dit heeft er mede aan bijgedragen dat de uiteindelijke afronding van de haalbaarheidsstudie langer heeft geduurd dan verwacht.

De stichting heeft deze studie afgerond. De opgeleverde studie (zie hoofdlijnen in [bijlage 1](#)) geeft een goed beeld van wat het realiseren van het Mediaplein inhoudelijk, ruimtelijk en financieel betekent.

Uit de studie blijkt dat het Mediaplein onder voorwaarden zeer kansrijk is en voor onze stad potentieel van grote maatschappelijke, economische en culturele waarde. Het Mediaplein wordt gezien als een investering in de stad, in levendigheid, in landelijke positionering als Mediastad, en in (economische) dynamiek. Met media als inspiratiebron, motor voor maatschappelijke innovatie en verbinding. Bibliotheek Hilversum, Museum Hilversum en Beeld & Geluid zien uit naar een volgende stap in de realisatie. Partijen in de stad, zoals Centrum Hilversum, Hilversum Marketing en BVHilversum (zie reacties in bijlage 2), middelbare scholen en het MBO College ondersteunen deze ambitie.

De Cultuurraad (zie hoofdlijnen in **bijlage 3**) onderschrijft het belang van de ontwikkeling van het Mediaplein en ondersteunt de oprichting van een LAB, maar laat tevens in haar advies zien dat de definitieve besluitvorming voor de realisatie van het gehele Mediaplein nog een laatste uitwerking vraagt. De Cultuurraad adviseert de gemeente in deze finale fase een regierol te pakken.

2. Doel

Het uiteindelijke doel is een besluit te nemen over het wel of niet ontwikkelen van een Mediaplein op en rond de Kerkbrink. Voordat een definitief besluit kan worden voorgelegd dient nog een aantal zaken nader uitgewerkt te worden. Daarom wordt een investeringsvoorstel opgesteld. Parallel hieraan wordt gestart met programmering op en rond de Kerkbrink om zo het inhoudelijk concept in de praktijk verder te ontwikkelen. De eerste ervaringen die met het LAB wordt opgedaan wordt meegenomen in het investeringsvoorstel.

3. Aanpak

Investeringsvoorstel Mediaplein

Het voorstel is om een kwartiermaker aan te stellen om in nauwe samenwerking met Bibliotheek Hilversum, Museum Hilversum en Beeld & Geluid, maar ook in samenspraak met andere partijen, een investeringsvoorstel op te stellen en de definitieve besluitvorming voor te bereiden. De kwartiermaker zal een stuurgroep Mediaplein in het leven roepen, waarin gemeente en de drie partijen verenigd in de stichting Mediaplein de voortgang bespreken en onderlinge afstemming realiseren tussen de verschillende onderdelen van het investeringsvoorstel. Er ligt al veel informatie, op onderdelen is echter nog uitwerking nodig.

1. Nadere uitwerking herhuisvesting van de bibliotheek

- Uitwerken van varianten aankoop: gemeente of bibliotheek inclusief alle aspecten als onderhoud en VVE, de toekomstige eigendomsverhoudingen en zeggenschap en daartoe in overleg te reden met de eigenaar van de Gooische Brink.
- Nader bekijken noodzaak en wenselijkheid van een theaterfunctie als onderdeel van de bibliotheek in de Gooische Brink t.o.v. mogelijkheden in de directe omgeving.
- In beeld brengen benodigde ruimtelijke procedures voor huidige en nieuwe locatie
- Opstellen ontwerpschetsen verbouwing en inrichting.
- In beeld brengen van de definitieve kosten en deze uit te werken in een voorstel voor financiering (incidenteel en structureel).

2. Nadere uitwerking vernieuwing van de bibliotheek

- De vernieuwing van de bibliotheek betreft niet alleen de kernfuncties (o.a. kennis en informatie, ontwikkeling en educatie, en lezen en literatuur) maar richt zich ook op de inbedding van de bibliotheek in het concept Mediaplein en de betekenis van de bibliotheek als belangrijke speler in de gebiedsontwikkeling rondom de Kerkbrink.
- De bibliotheek zal naast de uitvoering van haar kernfuncties, zich als onderdeel van het Mediaplein verder transformeren richting de toekomst en haar maatschappelijke en culturele functies vergroten. In dat kader zal in de uitwerking van de vernieuwing ook de samenwerking met maatschappelijke en culturele partners worden meegenomen.

- Voor de uitwerking wordt aanvullende expertise (inhoudelijk, organisatorisch, financieel) ingehuurd. De kwartiermaker bewaakt de voortgang zodat de uitkomsten in het overall investeringsvoorstel kunnen worden verwerkt.
3. Nadere uitwerking van de inhoudelijke realisatie van het Mediaplein
 - Opstellen van een voorstel voor de toekomstige structuur, organisatievorm en governance voor het realiseren van een, zowel bestuurlijk als inhoudelijk, goed functionerend Mediaplein.
 - De eerste ervaringen vanuit de LAB functie hierin mee te nemen.
 - Opstellen en uitwerken van een participatieproces met als doel verbinding en draagvlak te genereren in de directe omgeving (ondernemers en omwonenden) en bij gebruikers en bezoekers. En tevens het betrekken van toekomstige samenwerkingspartners in de ontwikkeling van het Mediaplein zoals culturele en maatschappelijke organisaties, horeca ondernemers, onderwijsinstellingen, mediaprofessionals, mediabedrijven, enz.
 - In beeld brengen van de kosten voor realisatie en exploitatie, inclusief een voorstel voor financiering.
 4. Nadere uitwerking van gedachten over herinrichting van de Kerkbrink
 - Opstellen van een schetsontwerp voor herinrichting van de Kerkbrink, mede op basis van de wensen/eisen zoals verwoord in de haalbaarheidsstudie, maar ook die van andere betrokkenen (zoals horeca, kerk, omwonenden, vastgoedeigenaar Gooische Brink) met aandacht voor zaken als verkeersstromen en fietsparkeren.
 - Het schetsontwerp zal in samenspraak met partijen aansluiten op de Gooische Brink en overige omgeving: invulling van functies passend bij het concept Mediaplein (in samenwerking met de omgeving),
 - Opstellen van een kostenraming voor herinrichting van de Kerkbrink inclusief een voorstel voor financiering.
 - Op hoofdlijnen formuleren van afspraken tussen gemeente en de programmaorganisatie Mediaplein omtrent het gebruik van het plein.

Op basis van het investeringsvoorstel kunnen gemeente en andere partijen een weloverwogen besluit nemen over realisatie van het Mediaplein. Het investeringsvoorstel zal vergezeld gaan van een plan van aanpak waarin het vervolgproces voor realisatie van het mediaplein wordt geschetst.

Vormgeven concept en programmering via LAB

Stichting Mediaplein wordt gevraagd zich om te vormen tot een programmeringsstichting met als doel het concept en programmering Mediaplein verder vorm te geven vanuit de gedachte van co-creatie en design thinking (out of the box/creatieve manier van werken voor maken van oplossingen). De stichting realiseert, vooralsnog voor een periode van 1,5 jaar, een LAB.

Het LAB programmeert op en rond het plein, en wordt een proeftuin voor experimenten die met inbreng van publiek bedacht, getest en bij succes doorontwikkeld kunnen worden. De resultaten van het LAB worden tussentijds geëvalueerd en ingebracht in het investeringsvoorstel. De gemeente faciliteert het LAB middels een financiële bijdrage waaraan voorwaarden worden gesteld.

1. De statuten van de stichting worden aangepast:
 - de doelstelling van de stichting wordt verruimd met "het ondersteunen van de ontwikkeling van een brede LAB functie ten behoeve van de inhoudelijke ontwikkeling van de programmering om het gebied van- en aan de Kerkbrink te versterken en te verlevendigen en daarmee aan te willen sluiten op de door partijen beoogde toekomstige ontwikkeling van het Mediaplein".
 - De stichting benoemt een onafhankelijk voorzitter.
 - De verbreding van programmerings-partners wordt geborgd, mogelijk in de vorm van een programmaraad.
2. Stichting Mediaplein geeft (in afstemming met de gemeente) een onafhankelijk gespecialiseerd bureau/programmeur de opdracht om vanuit een brede basis van programmerende partijen de

vernieuwende en innovatieve programmering van het Mediaplein te realiseren, en daartoe de fondsen te generen.

4. Betrokkenen

De gemeente voert in deze fase regie op het investeringsvoorstel en trekt daarbij zeer nauw op met de initiatiefnemers Bibliotheek Hilversum, Museum Hilversum, Beeld en Geluid. Met name de Bibliotheek is daarin, gelet op de beoogde verhuizing en vernieuwing een essentiële partij. Net als de eigenaar van de Gooische Brink. De stichting Mediaplein voert regie over het LAB en stemt daarover af met de gemeente. Naast deze partijen zijn tal van andere partijen van belang om tot een goed investeringsvoorstel en succesvol LAB te komen. Zonder uitputtend te zijn: omgeving Kerkbrink (bewoners, horeca, kerk), Centrum Hilversum, Hilversum Marketing, andere culturele organisaties (Filmtheater, Grafisch Atelier), ZIGGO, Onderwijs (middelbare scholen, MBO College) en Mediasector.

5. Gemeenteraad

In de afgelopen jaren is de raad op verschillende momenten en manieren betrokken bij de voortgang van dit project. Eind augustus staat er vooruitlopend aan het nu gevraagde raadsbesluit, op initiatief van de stichting mediaplein een werkbezoek voor de raad gepland om zelf een nadere toelichting op de voorliggende plannen te kunnen geven. In een later stadium zal daarnaast een Beeldvormende Sessie over het investeringsvoorstel plaatsvinden en is een werkbezoek aan het LAB voorzien.

6. Tijdlijn

Het hoge ambitieniveau, de omvang van de beoogde gebiedsontwikkeling, de onderlinge samenhang tussen de verschillende onderdelen (herhuisvesting en vernieuwing bibliotheek, herinrichting plein en realisatie concept & programmering Mediaplein maken) en het grote aantal betrokkenen maken een complex proces. Ambitie van college van B&W en partners is om het investeringsvoorstel in het komend half jaar af te ronden. We willen snelheid maken, maar kwaliteit staat voorop.

7. Kosten

In onderstaande overzicht de begroting voor zowel het investeringsvoorstel als het LAB.

Investeringsvoorstel	Bijdrage Gemeente	Bijdrage andere partijen
Inzet kwartiermaker september 2021 t/m maart 2022 voor investeringsvoorstel, inclusief schetsontwerp Kerkbrink (interne capaciteit, expertise v.w.b. media specifieke zaken en maken kostenraming) en participatieproces	€ 125.000	
Uitwerking vernieuwing bibliotheek september t/m december 2021	€ 45.000	€ 5.000 Bibliotheek
Totaal	€ 170.000	€ 5.000

LAB	Bijdrage Gemeente	Bijdrage andere partijen
Programmaorganisatie en programmering september 2021 t/m december 2021	€ 80.000	€ 5.000 Partners programmering

Programmaorganisatie en programmering januari t/m december 2022	€ 108.000	€ 30.000 Museum Hilversum € 10.000 Bibliotheek € 30.000 Beeld en Geluid € 100.000 Fondsen € 15.000 Partners programmering € 5.000 Bedrijven
Totaal	€ 188.000	€ 195.000

Toelichting

De gemeenteraad heeft op 27 januari 2021 besloten dat het college bij grote onderwerpen een startnotitie voorlegt aan de raad. Een startnotitie omvat een beschrijving van het traject dat het college zal doorlopen en een beschrijving van de wijze waarop participatie vorm wordt gegeven inclusief de rol die de raad daarin heeft. Een vast format is (nog) niet beschikbaar. Voorliggende startnotitie wordt gelet op het maatschappelijke belang van het beoogde Mediaplein en de te verwachten substantiële financiële vraag die eruit volgt ter vaststelling voorgelegd aan de gemeenteraad.

Bijlagen:

1. Proces en samenvatting uitkomsten Haalbaarheidsstudie Mediaplein
2. Reacties Centrum Hilversum, Hilversum Marketing en BV Hilversum
3. Samenvatting bevindingen advies Cultuurraad en zienswijze college

Bijlage 1 Proces en samenvatting uitkomsten Haalbaarheidsstudie Mediaplein

Proces haalbaarheidsstudie

De ontwikkeling van het Mediaplein is complex gezien de verschillende te ontwikkelen onderdelen: herhuisvesting en vernieuwing bibliotheek, herinrichting plein en realisatie nieuw concept en programmering Mediaplein. Stichting Mediaplein heeft om de haalbaarheidsstudie te kunnen opstellen dan ook expertise op verschillende gebieden ingehuurd. Gedurende het proces hebben Bibliotheek, Museum Hilversum en Beeld en Geluid zich als samenwerkingspartners sterk ontwikkeld. In een tijd van corona niet altijd makkelijk aangezien elk van hen ook de verantwoordelijkheid had en heeft om de eigen organisatie door deze tijd heen te loodsen. Dit heeft er mede aan bijgedragen dat de uiteindelijke afronding van de haalbaarheidsstudie langer heeft geduurd dan verwacht. Het college heeft waardering voor het vele werk dat de drie partijen verenigd in stichting Mediaplein afgelopen periode hebben verricht. Het heeft de mogelijke ontwikkeling van een Mediaplein in dit deel van het centrum dichterbij gebracht. De opgeleverde studie geeft een goed beeld van wat het realiseren van het Mediaplein inhoudelijk, ruimtelijk en financieel betekent.

Uitkomsten haalbaarheidsstudie

Het uitgangspunt van de haalbaarheidsstudie is een Mediaplein dat substantiële maatschappelijke, economische en culturele waarde toevoegt voor Hilversum. De haalbaarheidsstudie beantwoordt vijf onderzoeksvragen.

Een samenvatting van de uitkomsten zoals opgenomen in de haalbaarheidsstudie:

– Programma

Het is conceptueel en programmatisch goed mogelijk om landelijke en lokale opgaven te adresseren door te kiezen voor Media van Morgen, Media en Publiek, Aantrekkelijke Binnenstad en Hilversum Mediastad. De direct betrokken organisaties, en te betrekken stakeholders die werkzaam zijn op het gebied van media zijn talrijk en voldoende krachtig om een concept rondom media te laden en duurzaam vitaal te houden. Voorwaarde is dat bij het uitwerken van activiteiten de kwaliteit onderscheidend is (bekeken vanuit een landelijk referentiekader), zodat ook landelijke financiering wordt aangetrokken.

– Organisatie

De partijen verenigd in de Stichting Mediaplein willen de stichting omvormen tot vehikel voor het ontwikkelen van de programmering en zich laten bijstaan door een Programmaraad. Aandachtspunt is de samenwerking en afstemming met de gemeente Hilversum, die beoogd medefinancier, ontwikkelaar van de Kerkbrink, vergunningverlener (o.a. evenementen) en handhaver is. Het voorstel is om wederzijdse verwachtingen en afspraken omtrent het gebruik van de buitenruimte vast te leggen in een convenant.

– Kerkbrink

In de studie worden inrichtingseisen benoemd, opgesteld op basis van het concept en de programmering. Verder onderzoek en overleg, ook met andere belanghebbenden (zoals horeca, kerk, bewoners), is nodig over de inrichting die enerzijds nodig is om de (buiten)programmering te realiseren en anderzijds bijdraagt aan een plein dat uitnodigt om te verblijven.

– Vernieuwing bibliotheek en voorkeursscenario verhuizing naar de Gooische Brink

Het concept en de voorgestelde programmering voor het Mediaplein zijn een motor voor de vernieuwing van de bibliotheek. Dat vraagt om een krachtige bibliotheekorganisatie. Hiervoor zijn extra investeringen nodig in de komende jaren. Een verhuizing naar de Gooische Brink is fysiek inpasbaar, draagt bij aan de toegankelijkheid en is uitnodigend door onder meer de vernieuwde uitstraling van de bibliotheek. Nog niet alle benodigde informatie over het beoogde gebouw is op dit moment beschikbaar. Verder onderzoek is nodig.

– **Financiën**

De conclusie is dat zonder aanvullende financiële investeringen de realisatie van het Mediaplein niet haalbaar is. De financiële basis onder de programma organisatie zal voor een substantieel deel van de gemeente Hilversum moeten komen, gematcht met middelen van de organisaties en aangevuld met externe financiering. De ontwikkeling van het Mediaplein vraagt met name voor de bibliotheek extra investeringen, om de schaalsprong naar vernieuwing mogelijk te maken. Als de benodigde middelen door de gemeente beschikbaar worden gesteld, is de realisatie zeer kansrijk.

– **Conclusie**

De stichting geeft als overall conclusie aan dat de realisatie van het Mediaplein haalbaar is, mits aan de benoemde randvoorwaarden wordt voldaan. Kwaliteit en diversiteit van de programmering, en vernieuwing en verhuizing van de bibliotheek zijn volgens de stichting essentieel om te komen tot een krachtig en onderscheidend Mediaplein. De stichting benadrukt dat de gemeente als partner en financier onmisbaar is voor de realisatie. De stichting geeft aan dat in grote eendracht is samengewerkt en dat partijen tijdens de studie naar elkaar toe zijn gegroeid. Het ambitieniveau is gestegen en zij zien het Mediaplein als een investering in de stad Hilversum, in inclusiviteit, in levendigheid, in landelijke positionering als mediastad, en in (economische) dynamiek. Met media als inspiratiebron, motor voor maatschappelijke innovatie en verbinding.

Bijlage 2 Reacties Centrum Hilversum, Hilversum Marketing en BV Hilversum

Stichting Centrum Hilversum (Jorine de Soet, centrummanager) Bibliotheek naar de Gooische Brink als deel van het Mediaplein

Inleiding

De bibliotheek Hilversum heeft de ambitie te verhuizen naar de Gooische Brink. Hier kunnen zij met aanverwante vernieuwende functies terecht op meer vierkante meters dan in de huidige voorziening, waardoor ze beter meegaat met haar tijd en meer en nieuwe doelgroepen kan aantrekken. Als de bibliotheek op haar huidige locatie blijft, zal er flink geïnvesteerd moeten worden om de functie relevant en toekomstbestendig te houden c.q. te maken. Om die reden wordt nu overwogen om te verhuizen naar een plek, dichterbij het centrum van Hilversum met meer mogelijkheden. Om na te gaan of en onder welke voorwaarden de bib kan verhuizen naar de Gooische Brink is er onderzoek gedaan naar de mogelijkheden. De rapportage: 'Mediaplein Hilversum: knooppunt, clubhuis en podium van de stad', een haalbaarheidsstudie voor de ontwikkeling van het Mediaplein Hilversum, beschrijft óf en onder welke condities de realisatie van het Mediaplein aan de Kerkbrink mogelijk is. De verhuizing van de bibliotheek naar de Gooische Brink, gelegen aan het toekomstige Mediaplein is hierbij voorwaarde. Zo blijkt uit dit onderzoek. De directie van de bibliotheek heeft de centrummanager van Hilversum centrum gevraagd deze haalbaarheidsstudie te bestuderen en er een reactie op te geven. Daarover gaat deze korte notitie.

Haalbaarheidsstudie

Compleet beeld

De haalbaarheidsstudie lijkt een behoorlijk compleet beeld te geven van alle voorzieningen (Museum Hilversum, Beeld en Geluid en de bibliotheek) en mogelijkheden die er zijn om een succesvol Mediaplein te ontwikkelen. Beschreven wordt hoe elke voorziening vanuit de eigen doelstelling deel kan nemen aan een organisatie die deze doelstellingen vertaalt naar een gemeenschappelijk ambitieniveau (3+1), dat mogelijk gerealiseerd kan worden op het nieuw te ontwikkelen Mediaplein aan de Kerkbrink.

Gemeenschappelijke ambitie met respect voor de eigen doelstellingen

Hiermee wordt voldaan aan een eerste potentiële succesfactor om samen tot iets moois te kunnen komen: een gemeenschappelijke ambitie met respect voor de individuele doelstellingen van de verschillende deelnemende organisaties. De betrokkenheid van de in potentie deelnemende partijen lijkt groot. Bovendien kan geen van de drie partijen alleen een Mediaplein realiseren. Ze hebben elkaar nodig, een belangrijke voorwaarde voor een gezonde samenwerking.

Organisatie, spelregels en momentum

Voor de realisatie van het Mediaplein moet een passende organisatie opgezet worden met heldere spelregels. Daarvoor is een organisatiemodel ontwikkeld, dat haar waarde nog zal moeten bewijzen. In de studie wordt de indruk gewekt dat er nú momentum is. Dat betekent dat er nú besloten moet gaan worden. Ook de samenwerkende partners vertrouwen elkaar, een voorwaarde voor een goede samenwerking.

Geld

At the end of the day gaat het ALTIJD om geld. Ook bij deze ontwikkeling. De drie samenwerkende partijen die elkaar hebben gevonden binnen de Stichting Mediaplein beschikken individueel over onvoldoende middelen om de gemeenschappelijk ambitie te realiseren. Het Museum Hilversum en de bibliotheek zijn (deels?) gesubsidieerde voorzieningen. Voor aanvullende middelen wordt gekeken naar o.a. de gemeente. Gezien het feit dat het museum en de bibliotheek (deels) gesubsidieerde voorzieningen zijn, is dat een voor de hand liggende benadering. Bij de voorgestelde ambities is er echter meer geld nodig dan de reguliere subsidies die verstrekt worden. Daarom is het van belang na te gaan welk belang de gemeente heeft bij de realisatie van een Mediaplein. Want waarom zou zij extra middelen beschikbaar stellen als ze er geen belang bij heeft?

Het huidige plein

Plein zonder identiteit

Op dit moment is het deel van de Kerkbrink waar de Gooische Brink op uitkomt, waar het museum en de kerk staan en waar Roast en Vascobelo gevestigd zijn, rustig. Het plein heeft geen duidelijke identiteit en geen aangename uitstraling met de busbaan, het fietsverkeer en de muziektent. Het is een plek waar je graag snel aan voorbij gaat. Deze situatie wordt veroorzaakt door verschillende aspecten:

- Er is geen sterke trekker met een grote aanzuigende werking. Het museum trekt wel een bepaald publiek, maar het gaat niet om heel grote aantallen;
- De pleinwanden zijn diffuus; eigenlijk zijn er geen échte pleinwanden;
- De openbare ruimte is rommelig en in de inrichting staat het gebruik niet centraal.

Kortom de Kerkbrink is nu geen aantrekkelijke plek, terwijl deze wel het centrum afrondt en begint en daarmee een visitekaartje van het centrum afgeeft. Deze 'verloren' fysieke situatie vraagt om een ingreep. Als deel van het centrum van Hilversum is het van belang dat dit plein helder gepositioneerd wordt, over een identiteit beschikt en er aan een gewenst imago gebouwd kan worden.

Intermezzo

In de tussentijd zien we dat recreatief winkelen als vrijetijdsbesteding aan belang aan het inboeten is. Dit speelt al jaren. Kijkend door onze oogharen zien we dat we ons in de 'over de top fase' van de Kondratieffgolf bevinden. Kwam recreatief winkelen als vrijetijdsbesteding op in de jaren 60 van de vorige eeuw, nu zo'n 60 jaar later neemt het belang hiervan af. Ook zonder crisis of Corona had deze ontwikkeling zich voorgedaan. Centrumgebieden zijn door de geschiedenis heen altijd plekken geweest waar mensen elkaar ontmoeten. De afgelopen 60 jaar zijn detailhandel en horeca in toenemende mate de belangrijkste functie van centrumgebieden gaan bepalen. We leven nu in een tijd dat dat verandert. Centrumgebieden blijven plekken om elkaar te ontmoeten. Winkelen blijft mogelijk, maar is niet langer het enige en/of belangrijkste bezoekdoel. Elkaar ontmoeten, samen eten en drinken, ergens zijn/vertoeven zijn minstens zulke belangrijke bezoekdoelen geworden. En culturele voorzieningen, activiteiten en evenementen ontwikkelen zich op dit moment in toenemende mate als bezoekdoel.

Hilversum Mediastad

Intermezzo

De afgelopen jaren is het positioneren van steden, dorpen en centrumgebieden als merk enorm in opkomst. Je centrum als 'merk' positioneren is de meest moderne benadering van centrummarketing op dit moment.

Een gezond centrum, ook een gemeentelijke verantwoordelijkheid

De gemeente heeft een belangrijke verantwoordelijkheid haar inwoners een goed en passend centrum te bieden; een centrum waar het goed toevoegen is en waar het schoon, heel en veilig is. Daar we zien dat detailhandel een andere plek in het dagelijks leven aan het innemen is, is het mede een verantwoordelijkheid van de gemeente om mee te werken aan ontwikkelingen waarmee het centrum een 'place to be' blijft; een plek waar je graag woont, graag werkt, graag komt, graag verblijft en graag terugkomt. Het is mede aan een lokale overheid om bestaande sociaal-maatschappelijke en economische ontwikkelingen zódanig te faciliteren dat deze het functioneren van het centrum ten goede komen.

Belang Mediaplein

Al jaren bestaat bij de gemeente, museum Hilversum en Beeld en Geluid de ambitie om aan de Kerkbrink een Mediaplein te realiseren. Het feit dat Hilversum zich wil profileren als Mediastad, maar dat dat in het centrum eigenlijk niet tot uiting komt, is hier mede aanleiding toe.

Belang bibliotheek

De ontwikkeling van het Mediaplein mét een bibliotheek als belangrijk bronpunt kan het centrum van Hilversum dát brengen wat het nodig heeft. Zo'n plein, mits juist en passend ontwikkeld, heeft een aanzuigende werking waardoor ook leegstand op andere plekken beter en makkelijker ingevuld wordt. Eigenlijk is de ontwikkeling van dit plein met de bibliotheek als belangrijk bronpunt van levensbelang voor het behoud van een economisch goed functionerend centrum, waardoor ook de leefbaarheid geborgd wordt.

Centrum in turbulentie

Wil je in deze turbulente tijd je centrum behouden als plek voor ontmoeten en 'zijn', dan is het noodzakelijk nieuwe functies toe te voegen; functies die grote groepen bezoekers aantrekken. Functies waarmee de Hilversummer zich kan identificeren en waar hij trots op is; functies die tot buiten de gemeentegrenzen aantrekkingskracht hebben. De realisatie van de Kerkbrink als Mediaplein kan die rol vervullen. Sterker, als we deze kans niet aangrijpen kan dit weleens tot een neerwaartse ontwikkeling van het centrum leiden. De aanwezigheid van de bibliotheek is hierbij een belangrijke voorwaarde. De bibliotheek trekt grote groepen bezoekers in alle leeftijdscategorieën en is inmiddels een organisatie met verschillende innovatieve nevenfuncties. Zo'n organisatie heeft bovendien een behoorlijke spin off. Daarnaast is het belangrijk om deze potentiële ontwikkeling te zien in historisch perspectief. Zo'n ontwikkeling en investering doe je voor zeker de komende 25 tot 50 jaar.

Conclusie

Vanuit het centrummanagement van stichting Centrum Hilversum wordt de realisatie van het Mediaplein met de bibliotheek in de Gooische Brink, grenzend aan het plein van cruciaal belang voor het bestaansrecht en de ontwikkeling van het hele centrum geacht. Het zou zelfs van levensbelang kunnen zijn. Culturele voorzieningen vervullen in toenemende mate de (trekkers)rol van de retail vanaf de jaren 60 van de vorige eeuw. De realisatie van een goed functionerend Mediaplein, met de nieuwe bibliotheek als bronpunt is van enorme toegevoegde waarde voor het hele centrum van Hilversum. Het tot stand brengen van het Mediaplein met de bibliotheek kan zelfs de rol van een kransslagader voor een gezond hart vormen.

Stichting Hilversum Marketing (Jeroen Kreijkamp, directeur)

Wij, als onafhankelijke City Marketing organisatie van Hilversum ondersteunen de ambitie van het mediaplein om substantiële maatschappelijke, economische en culturele waarde toe te voegen aan het aanbod in Hilversum.

Merkverhaal Hilversum

Hilversum is de plek waar de Nederlandse omroepgeschiedenis begon. En waar verder wordt gebouwd aan de toekomst van de creatieve industrie en media. Het laatste nieuws, de leukste sites en games, ze worden allemaal bedacht in Hilversum. En gemaakt. En uitgezonden. Hilversum is een stad van makers, van decorbouwers, architecten, ontwerpers, musici, webbouwers, podcasters, showmasters en ondernemers. Die grenzen verleggen. Daar staat Hilversum internationaal om bekend. Hilversum is een stad van verrassingen, midden in de Gooise natuur. Met concept stores en ambachtelijke bakkers, wereldwijd bekende musea en architectonische hoogstandjes. Hilversum is een stad die leeft. Hilversum is Live.

Wij zien het als unieke kans om in het centrum van Hilversum de creatieve (media) makers zichtbaar, onderscheidend en toegankelijk te maken voor een breed publiek van bewoners en bezoekers. Het is een initiatief dat aansluit bij het merkverhaal van Hilversum. Dit vraagt volgens ons om onderscheidende en vernieuwende programmering die aansluit bij de behoeften van bewoners en bezoekers en bij het huidige culturele aanbod.

Imago-onderzoek Hilversum

Eind 2020 / begin 2021 hebben wij een imago-onderzoek laten uitvoeren (Zie <https://www.hilversummarketing.nl/wat-doen-we/publicaties>). Onderzoeksvragen die daarin centraal stonden waren: wat is het imago van Hilversum? Hoe zien inwoners de stad en hoe kijkt men vanaf buitenaf naar Hilversum? Hoe onderscheidt onze stad zich van andere steden? Het verzorgingsgebied dat we voor dit onderzoek hebben aangehouden bestaat uit Hilversum en het gebied daaromheen tot een reisafstand van 25 minuten. Dit onderzoek heeft een aantal van onze ideeën bevestigd maar heeft ook nieuwe inzichten gebracht.

Een van de uitkomsten is dat men Hilversum vooral associeert met Media. Al heerst dat gevoel

minder bij jongeren. Wat betreft de bekende kwaliteiten naast media, zoals cultuur, uitgaan, winkelen en architectuur valt op dat Hilversum geen duidelijk 'gezicht' heeft. Respondenten antwoorden namelijk overwegend neutraal wanneer ze hier vragen over krijgen. Op basis van de uitkomsten hebben we verschillende speerpunten geformuleerd om onze positionering verder te versterken en ook op deelgebieden op regionaal niveau meer zichtbaar te worden. De ontwikkeling van het mediaplein zal deze positionering vanzelfsprekend versterken en kan bijdragen aan het versterken van de vitaliteit van het centrum.

Ons aanbod

Wij werken met verschillende communicatiemiddelen, projecten en campagnes om bij inwoners en (potentiele) bezoekers het imago van Hilversum positief te beïnvloeden en de binding met Hilversum te versterken. Daarbij staan drie doelstellingen centraal: informeren, activeren en verbinden (engagement). Om Hilversum als stad, met al haar voorzieningen en activiteiten, als sterk merk op de kaart te zetten maken we gebruik van de overkoepelende campagnenaam/pay-off 'Live Hilversum'. Waarbij het woord 'live' refereert aan de aanwezigheid van media/creatieve industrie maar ook aan het 'leven' in Hilversum. De pay-off vindt men terug in al onze kanalen zoals het online platform www.livehilversum.nl, de bezoekerswebsite van Hilversum en de maandelijkse Uitagenda. Deze bieden een complete klantreis aan inwoners en mensen die de stad willen bezoeken. De kanalen inspireren tot het beleven van media, architectuur, natuur, winkelen en uitgaan in Hilversum.

Wij gaan graag met de stichting Mediaplein in gesprek om te verkennen hoe we een samenwerking op kunnen zetten en de ambities en doelstellingen van het mediaplein samen te realiseren. Wij kijken uit naar de verdere stappen en ontwikkelingen die gezet worden in het realiseren van mediaplein in Hilversum.

BV Hilversum (Matthieu Feijen, voorzitter)

Helaas gaat het niet lukken om echt gedegen en inhoudelijk te reageren. Ook zijn wij terughoudend omdat we geen achterban kunnen raadplegen. Overall geldt wel dat het bestuur de (economische) voordelen ziet van een Mediaplein en het initiatief daarvoor onderschrijft.

Het gaat vooralsnog om een haalbaarheidsstudie, dus in deze premature fase is het wellicht ook niet nodig/gewenst om de rapportage al op detailniveau te bespreken en volstaat onze visie dat het zeker economische voordelen voor de Hilversumse ondernemers (binnenstad) met zich kan meebrengen en in het geheel signatuur van Hilversum kan versterken.

In algemene zin vraagt wel de betrokkenheid/invloed van de ondernemers (governance) in de toekomst de aandacht, moet het passen in de 2040 plannen en zal met name ook de financiering goed onder de loep genomen moeten worden. In alle gevallen geldt immers dat niet de ondernemers hier nadeel van dienen te ondervinden. Ook het spanningsveld m.b.t. de vierkante meters voor ruimte voor werk blijft actueel.

Nu deze rapportage de aanzet is voor een raadsvoorstel en het debat/participatie nog gaat plaatsvinden is mijn suggestie dat een van jullie binnenkort de rapportage -met een presentatie- in het economisch platform bespreekbaar maken. Dan kunnen alle partijen reageren, hetgeen een meer representatief beeld zal opleveren.

Bijlage 3 Samenvatting bevindingen advies Cultuurraad en zienswijze college

Advies Cultuurraad

De voornaamste bevindingen uit het advies van de Cultuurraad zijn de volgende.

1. **Meer dan de som:** De studie laat nog onvoldoende zien hoe door de drie betrokken partijen meer dan de som wordt ontwikkeld. Uitgangspunt daarbij moet zijn “het waarom” van het Mediaplein met vervolgens een uitgewerkte waarde-propositie waarin duidelijk wordt wat de toegevoegde waarde van het Mediaplein voor klanten en bezoekers is en wat het betekent voor de diensten en producten, het verdienmodel en de financieringsmix en het benodigde serviceconcept. In de planvorming is de inhoudelijke meerwaarde van de samenwerking te weinig uitgewerkt. In het verlengde daarvan is ook de toekomstige structuur, organisatievorm en governance nog onderbelicht.
2. **Financiën:** De financiële analyse van de programmaorganisatie wordt nog te licht bevonden. De haalbaarheid van het generen van externe financiering door fondsen of participanten is te weinig getoetst alsmede de financiële rentabiliteit van de diverse initiatieven in het programmeringsfolio. Het ontbreekt aan onderbouwing en een risicoanalyse. In combinatie met de gemeente als voornaamste financier van de programmaorganisatie leidt dit tot een kwetsbare situatie. Daarnaast wordt erop gewezen dat de mate waarin een vestiging van de bibliotheek in de Gooische Brink financieel mogelijk is, van invloed is op de verdere planvorming en realisatie van het uiteindelijke totaalconcept.
3. **Beoogde samenwerking:** Voor de maatschappelijke inbedding van het totaalconcept Mediaplein is een brede basis van partijen gewenst. Het betrekken van bezoekers, inwoners en ondernemers zorgt voor verbinding en draagvlak in de stad. In een eerdere fase van de planvorming was deze brede benadering aanwezig en het is onduidelijk waarom dit nu niet meer het geval is. In het overzicht van de programmering worden partners (bijvoorbeeld culturele organisaties, onderwijs instellingen) genoemd maar de toekomstige samenwerking is nog niet uitgewerkt. Dat geldt ook voor koppeling vanuit cultuureducatie en talentontwikkeling met mediaprofessionals en bedrijven, en de genoemde “community based aanpak”.
4. **Knelpunten en Kansen:** Onderdelen uit de haalbaarheidsstudie zijn minder uitgewerkt. Hierdoor lijkt het alsof in de volgorde van de herinrichting van het plein wacht op de verhuizing van de bibliotheek. Het advies is om de verhuizing van de bibliotheek meer vanaf het begin onderdeel te maken van de ontwikkeling van het totaalconcept.
5. **Rol gemeente:** Bij aanvang van de ontwikkeling had de gemeente een sterke regierol. Hierna is de ontwikkeling meer overgedragen aan partijen in het veld. Door deze veranderende rol van de gemeente ten opzichte van de beginfase lijkt het proces aan tempo te hebben ingeboet en het bij de inhoudelijke ontwikkeling van een visie en concept aan een voortdrijvende kracht te hebben ontbeert. Het advies aan de gemeente is om in de volgende fase weer de regiefunctie weer op te pakken.
6. **Algemeen beeld:** Het advies is om als gemeente de focus te leggen op de eventuele verhuizing van de bibliotheek naar de Gooische Brink, en een gezamenlijke programmering vanuit een breedheid van partijen onafhankelijk van de stichting Mediaplein te starten. Tevens is het advies om de herinrichting van het plein voorlopig niet te realiseren.

Zienswijze van het college op advies Cultuurraad

Ontwikkeling Mediaplein en rol gemeente

De Cultuurraad onderschrijft het belang van de ontwikkeling van een Mediaplein maar laat tevens zien dat het realiseren van een Mediaplein een proces is van fases. De Cultuurraad geeft aan dat het op onderdelen nog aan finale uitwerking ontbreekt. De haalbaarheidsstudie heeft de ontwikkeling op gang gebracht, de breedte ervan aangetoond en op onderdelen de haalbaarheid geschetst. Het college kan zich in deze observatie vinden. De maatschappelijke, economische en culturele belangen zijn groot. Een gebiedsontwikkeling vraagt om overkoepelende regie. Partijen verenigd in stichting Mediaplein kunnen dat niet alleen. De gemeente is de grootste financier van de bibliotheek en

Museum Hilversum en de gemeente is als financier ook onmisbaar bij de totstandkoming van de planontwikkeling zelf. Daar komt nog bij dat de gemeente eigenaar is van de openbare ruimte van de Kerkbrink. Als college zien we daarom ook de benodigde fasering en kunnen we ons vinden in de overall bevinding van de Cultuurraad dat voor het vergroten van de slagingskans de volgende stap vraagt om een sterkere regie vanuit de gemeente. Daarbij trekken we gezamenlijk op met betrokken partijen.

Lab functie en programmering

De Cultuurraad geeft kan zich vinden in de oprichting van een LAB functie maar een nadere uitwerking op inhoud en financiën wordt aanbevolen. Zij geeft hierbij de suggestie een onafhankelijke programmamaker los van Stichting Mediaplein aan te stellen. Het college kan zich vinden in deze gedachtenlijn, maar met inachtneming van de slagkracht en specifieke expertise van de drie betrokken organisaties. Het college hecht er daarom waarde aan om Stichting Mediaplein (en daarmee de betrokkenheid van deze organisatie) te behouden, en om te vormen tot een programmastichting als een meer onafhankelijk en open bestel, en van daaruit de programmering in de vorm van een LAB functie op korte termijn op te starten.

Vernieuwing bibliotheek

De Cultuurraad benoemd in haar advies nadrukkelijk de meerwaarde voor de bibliotheek als deze zich kan vestigen in de Gooische Brink. Het vergroot de zichtbaarheid en toegankelijkheid, en maakt de bibliotheek een nog meer laagdrempelige maatschappelijke voorziening. Ook biedt deze nieuwe plek de bibliotheek meer mogelijkheden om zich te transformeren naar de toekomst waarin zij haar maatschappelijke en culturele functies verbreedt. Als college onderschrijven we deze kansen voor de bibliotheek en zien de herhuisvesting op deze plek als een belangrijk element om de gebiedsontwikkeling te kunnen realiseren. Hoe de bibliotheek van de toekomst binnen het Mediaplein kan worden ontwikkeld zal op inhoud, organisatie en financiën nog verder moeten worden uitgewerkt.

Herhuisvesting bibliotheek

Daarnaast adviseert de Cultuurraad een mogelijke verhuizing van de bibliotheek naar de Gooische Brink verder uit te werken. Een volwaardig programmering van het Mediaplein zonder bibliotheek lijkt de Cultuurraad niet mogelijk. Voor de verdere uitwerking van de fysieke realisatie van herhuisvesting van de bibliotheek en het uitwerken van de randvoorwaarden van een goed functionerend Mediaplein als geheel op de langere termijn ziet ook het college een sterkere rol voor de gemeente. Om de herhuisvesting van de bibliotheek goed te kunnen uitwerken is meer inzicht nodig in het toekomstig functioneren van de bibliotheek. De uitvoering van de kerntaken van een bibliotheekfunctie is voor gemeenten een wettelijke taak. We zien echter dat de maatschappelijke betekenis van bibliotheken steeds breder wordt en nog groeiende is. Ook bij bibliotheek Hilversum is deze ontwikkeling gaande. Daarbij dient zich nu de kans aan om deze bibliotheek vernieuwing nadrukkelijk te verbinden met de unieke mogelijkheden van het Mediaplein.

Herinrichting plein

Omdat de herinrichting van het plein bijdraagt aan een krachtig herstel van het centrum na de coronaperiode en onlosmakelijk onderdeel uitmaakt van de gebiedsontwikkeling kan het college zich minder vinden in het advies om de herinrichting uit te stellen. Voorgesteld wordt om het ontwerpproces te starten als onderdeel van het investeringsvoorstel. Zodat het samen kan op lopen met besluitvorming over de andere elementen van het Mediaplein.

Betekenis Mediaplein voor lokale cultuurveld

De Cultuurraad geeft aan dat het Mediaplein de onderlinge samenwerking tussen culturele organisaties en de programmering kan versterken. Voor de bibliotheek is het een goede kans om door te ontwikkelen. Voor Beeld en Geluid kan de verbinding met (het centrum van) Hilversum en Hilversummers worden versterkt. Voor Museum Hilversum wordt er vooral een kans gezien in het samen met Beeld en Geluid bezoekers kennis laten nemen van de creatieve industrie met een focus op mediawijsheid en medialogica. Het museum kan daarmee haar programmering verbreden en nog

meer van betekenis zijn voor Hilversum. Hoe talentontwikkeling vanuit co-creatie met het onderwijs kan worden vormgegeven maar moet nog verder worden uitgewerkt. Het college onderschrijft de aangegeven kansen en de betekenis voor het cultuurveld, en de verbreding en versterking van het culturele aanbod.