

Deventer
Snipperlingsdijk 4
7417 BJ Deventer
T +31 (0)570 666 222
F +31 (0)570 666 888
Postbus 161
7400 AD Deventer

Den Haag
Casuariestraat 9a
2511 VB Den Haag

Eindhoven
Flight Forum 92-94
5657 DC Eindhoven

Leeuwarden
F. HaverSchmidtwei 2
8914 BC Leeuwarden

Amsterdam
De Ruyterkade 143
1011 AC Amsterdam

Stichting Centrum Hilversum

Economische effecten tweerichtingsverkeer Emmastraat

Verkenning op hoofdlijnen

Datum
Kenmerk
Eerste versie

17 juni 2016
SGC001/Hft/0001.01

1 Inleiding

De gemeenteraad in Hilversum heeft in december 2015 de centrumvisie vastgesteld. Onderdeel van het uitvoeringsprogramma is de bereikbaarheid te verbeteren door onder andere een logischere ontsluiting vanuit het zuidwesten van Hilversum en vanaf de A27; het zogenaamde plan Emmastraat, Gooilandplein, Groest (Zuid). Het plan bestaat uit een volledige herinrichting van dit gebied, inclusief een bypass op het Gooilandplein en het wijzigen van de verkeerstromen in de Emmastraat naar tweerichtingsverkeer.

Door de stichting Centrum Hilversum is gevraagd een economische visie te geven op dit plan. Deze notitie gaat nadrukkelijk niet in op verkeerskundige aspecten. De focus ligt op de bereikbaarheid per auto.

Naast de zogenoemde Collegevariant (tweerichtingsverkeer Emmastraat) gaan wij in de vergelijking tevens in op de zogenoemde Patisserievariant. Dit betreft het in stand houden van eenrichtingsverkeer op de Emmastraat, maar een verbeterde bereikbaarheid middels een rotonde op de kruising Achterom/Schapenkamp voor een verbeterde doorstroming naar het Gooilandplein/Groest en een nieuwe bypass voor een betere bereikbaarheid van de overige delen van het centrum.

Vraagstelling

De belangrijkste vraag:

- Wat is de invloed van een verbetering van (subjectieve) bereikbaarheid op het consumentengedrag en het functioneren van het centrum?

Relevante subvragen hierbij zijn:

- Hoe is de huidige vindbaarheid en bereikbaarheid van het centrum van Hilversum en welke verbeteringen treden op?
- Wat voor gevolgen hebben de beide varianten voor ondernemers in het centrum?

- Wat voor gevolgen hebben de beide varianten voor ondernemers aan de Emmastraat zelf?

Voor winkelgebieden geldt dat het economisch functioneren in eerste instantie afhangt van de kwaliteit en kwantiteit van het aanbod in vergelijking met overige winkelgebieden. Vervolgens speelt ook de bereikbaarheid van het centrumgebied een rol, dit gaat met name om de beleving van reistijden en routes. In deze economische analyse gaat wij achtereenvolgens in op:

- de huidige aanbod- en bezoekersstructuur voor Hilversum-Centrum en Emmastraat;
- de huidige (beleving van) vindbaarheid voor Hilversum-Centrum;
- het toekomstperspectief qua bezoekersprofiel in relatie tot andere winkelgebieden;
- de impact van bereikbaarheid voor de verschillende commerciële functies;
- de verwachte effecten in bezoekersstromen door wijziging van de verkeersstructuur per variant.

2 Huidige structuur

Het centrum van Hilversum heeft een belangrijke regionale functie. Het kernwinkelgebied bevindt zich rondom de Hilvertshof. In figuur 2.1 zijn gebiedsprofielen weergegeven. Hier is onder meer de restaurantzone en de markt zichtbaar. Het kernwinkelgebied heeft meerdere aanloopstraten. Ook de Emmastraat wordt door Locatus deels tot het centrum gerekend en is een van de uitlopers met een eigen identiteit.

Het huidige winkelaanbod in het centrum van Hilversum is sterk modisch gericht, zoals overeenkomt met de regionale functie van het centrum. Met 320 winkels is er een gezamenlijk oppervlak van ruim 70.000 m² winkelvloeroppervlak. Naast de winkels is er tevens een groot aantal voorzieningen in horeca en leisure, aangevuld met overige commerciële voorzieningen in de vorm van met name ambachten (kappers e.d.) en dienstverlening zoals uitzendbureaus. Belangrijke publiekstrekkingen zijn onder andere het theater en de bioscoop. Zorgpunt is de relatief grote leegstand van 70 panden met een omvang van ruim 10.000 m². Dit percentage groeide tussen 2006-2016 van 9% naar 12%. De leegstand concentreert zich, naast enkele grote panden zoals V&D, vooral in de aanloopstraten. De Emmastraat vormt hierop een uitzondering.



20

Bron: Centrumvisie Hilversum

Figuur 2.1: Structuur centrum Hilversum

branche	aantal voorzieningen	m ² winkelvloeroppervlak
dagelijks	59	11.000
mode & luxe	138	35.700
Vrije Tijd	36	6.700
in/om huis	70	15.000
overige detailhandel	17	2.100
totaal winkels	320	70.500
leisure (incl. horeca)	167	-
overige commerciële voorzieningen (dienstverlening, ambachten, transport)	129	-
totaal commerciële voorzieningen	616	-
leegstand	70	10.800

Bron: Locatus (2016), gegevens via gemeente Hilversum

Tabel 2.1: Winkelaanbod centrum Hilversum

Het winkelaanbod aan het betreffende deel van de Emmastraat bestaat uit een doelgericht aanbod. Deze voorzieningen worden zeer doelgericht bezocht. Alleen functies als een bloemenhandel, patisserie en kapper kunnen in sommige gevallen door langskomend publiek als impulsbezoek worden aangedaan. De functies aan de Emmastraat zijn:

- winkels: opticien, meubelwinkel, fietsenhandel, bloemenhandel, patisserie, hoortoestellenwinkel en een naaimachinewinkel;
- horeca: Chinees restaurant, Houtoven restaurant, broodjeszaak;
- ambachten: kapper, fotograaf;
- overige voorzieningen: apotheek, onderwijsinstelling en kerk.

Bezoekersprofiel

Uit het Koopstromenonderzoek Randstad (2011) is bekend wat het bezoekersprofiel is van Hilversum-Centrum met een onderscheid in de dagelijkse en niet-dagelijkse bezoeker. Van de inwoners uit Hilversum werd in 2011 19% van de dagelijkse bestedingen in het centrum van Hilversum gedaan en nog eens 42% van de niet-dagelijkse bestedingen. De overige bestedingen kwamen terecht in de wijkcentra (vooral dagelijks) of vloeiden af naar winkelgebieden buiten Hilversum (Amsterdam, Amersfoort, Utrecht, Bussum) of naar internet (vooral niet-dagelijks).

Tabel 2.2 geeft de gemeten omzetherkomst in 2011 aan. Zichtbaar is dat in de niet-dagelijkse sector bijna de helft van de omzet van buiten Hilversum komt. Het grootste deel vanuit de gemeente Wijdmeren (11%), maar ook vanuit de overige omliggende gemeenten en zelfs een deel van daarbuiten. Ondanks dat de data uit 2011 komen, nemen wij deze herkomstverdeling van bezoekers als basis. In 2016 vindt een actualisatie van deze koopstroomcijfers plaats. Grote verschuivingen in de regionale verdeling van consumentenherkomst worden niet verwacht.

gemeente	dagelijkse sector	niet-dagelijkse sector
Hilversum	76%	54%
Wijdmeren	5%	11%
Huizen	2%	5%
Bussum	2%	4%
Laren	2%	3%
Baarn	1%	3%
Blaricum	1%	2%
Weesp	-	2%
Stichtse Vecht	-	2%
overig Nederland	10%	13%

Bron: KSO Randstad 2011, I&O Research

Tabel 2.2: Omzetherkomst gemeente Hilversum

Tabel 2.3 geeft vanuit verschillende bronnen de vervoerswijzeverdeling aan. Voor de dagelijkse sector komt er vooral een lokale doelgroep, die naast de auto (49%) vooral

gebruik maakt van de fiets of lopend komt. Voor de niet-dagelijkse artikelen komt men ook vooral met de auto (52%), maar wordt ook veel gefietst. De niet-dagelijkse bezoeker komt deels uit Hilversum, maar ook van daarbuiten. Uit toeristisch onderzoek blijkt veruit het grootste deel van de dagtoeristen per auto (74%) naar Hilversum te komen. Deze laatste regionale en bovenregionale doelgroep is belangrijk, omdat in de centrumvisie blijkt dat Hilversum, naast de lokale positie (bestaande voorzieningen behouden en groeiende leegstand tegengaan), ook de regionale en bovenregionale positie wil versterken.

vervoerswijze	dagelijkse sector, KSO 2011	niet-dagelijkse sector, KSO 2011	toeristisch onderzoek aan steden, NBTC-NIPO 2015
auto	49%	52%	74%
OV	2%	10%	17%
fiets	26%	30%	6%
lopen	23%	8%	2%

Bron: KSO Randstad 2011, I&O Research, Toeristisch onderzoek aan steden 2015, NBTC-NIPO Research

Tabel 2.3: Vervoerswijzeverdeling centrumbezoekers Hilversum

Op basis van de koopstroomcijfers zijn de doelgroepen van Hilversum-Centrum ingedeeld:

- *Lokale bezoekers* vanuit Hilversum voor het doen van zowel dagelijkse als niet-dagelijkse aankopen. Naar verwachting komt een relatief groot deel per fiets/lopend, al wordt de auto ook veel gebruikt. Een deel van deze bezoekers neemt de route via Soestdijkerstraatweg richting het centrum.
- *Regionale bezoekers*. Deze komen vanwege de centrumfunctie van Hilversum voor een relatief langer verblijf. Het overgrote deel komt per auto. Vanuit de omliggende gemeenten ten westen van Hilversum, zoals Wijdmeren gaat de snelste route niet via de Emmastraat. Vanuit een fors deel van de regio (ruim 20% van de niet-dagelijkse bezoekers) is de route vanaf de A27 langs de Soestdijkerstraatweg de meest logische route.
- *Toeristische bezoekers*. Zij komen vooral met de auto (ruim 70%) en komen grotendeels via de A27 en Soestdijkerstraatweg of via de A1. Zij komen minder frequent dan regionale bezoekers.

Voor de Emmastraat is niet precies bekend welk bezoekersprofiel komt. Naar aanleiding van de aanwezige functies is op basis van expert judgement een goede inschatting te maken:

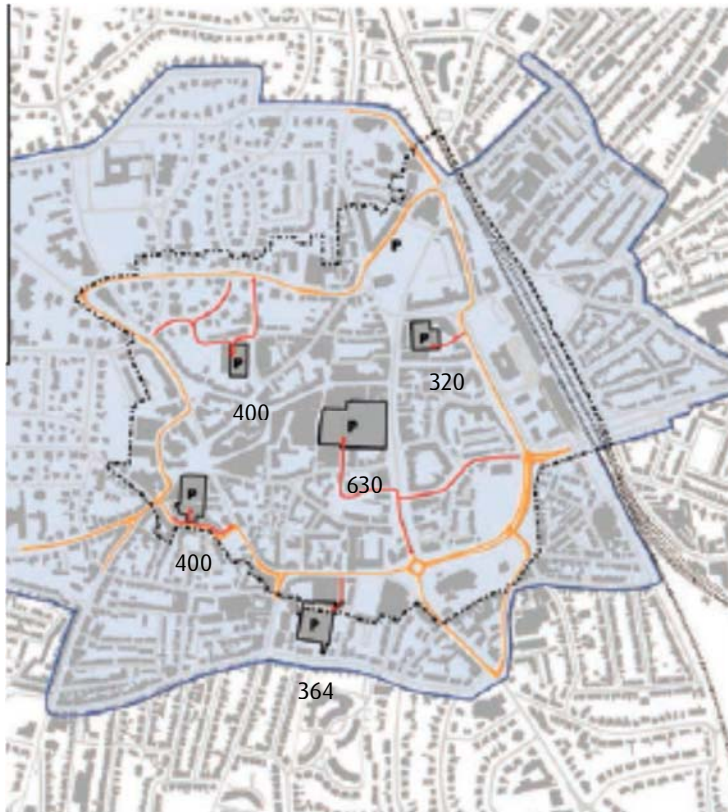
- *Lokale bezoekers* uit de directe omgeving voor relatief frequent bezochte functies, zoals een kapper en bloemenhandel. Deze doelgroep bezoekt tevens de doelgerichte functies (opticien, apotheek etc.). Zij komen zowel per auto, fiets als lopend.
- *Doelgerichte bezoekers* uit de regio. Zij komen voor specifieke functies, die de Emmastraat in hoge mate kent. Zij komen grotendeels met de auto.

- *Impulsbezoekers*. Dit betreft een relatief kleine doelgroep, maar toeristische en/of regionale bezoekers kunnen kiezen voor een bezoek wanneer zij langs een winkel komen.

Bereikbaarheid

Deze studie richt zich op de bereikbaarheid per auto. Figuur 2.2 geeft de parkeerlocaties in en rondom het centrum van Hilversum aan. Veel investeringen vinden in het centrum plaats, onder andere bij de Hilvertshof. Dit is de grootste (630 parkeerplaatsen) en meest centrale parkeervoorziening. Vanwege de omvang, ligging (hartje centrum) en het feit dat het een gemoderniseerde parkeergarage is, geldt dat de meest aantrekkelijke locatie is om de incidentele bezoeker naar toe te verwijzen. Deze route loopt nu via de Soestdijkerstraatweg via Achterom over de centrumring naar de Prins Bernardstraat of eventueel via Schapenkamp en Groest.

Op de Emmastraat/Gooilandplein is langsparkeren aanwezig met een capaciteit van 24 parkeerplaatsen. Uit parkeeronderzoek blijkt dat de bezetting overdag maximaal 46% bedraagt. Ook tijdens de schouw van Goudappel Coffeng (woensdagmiddag 8 juni 2016) bleek dat ruim de helft van de parkeervoorzieningen onbezet waren.



Bron: Centrumvisie gemeente Hilversum

Figuur 2.2: Bereikbaarheidsprofiel per auto centrum Hilversum, parkeergarages met aantal parkeerplaatsen

3 De customer journey

De principes van vindbaarheid

Het imago van bereikbaarheid bepaalt in belangrijke mate of een consument een (winkel)gebied bezoekt. Daarnaast geldt dat de ervaring en beleving van de gehele customer journey van belangrijke invloed zijn om een herhaalbezoek te doen. Om deze reden volgen wij de principes van de customer journey om de vindbaarheid van het centrum van Hilversum te onderzoeken. Het betreffen algemene principes die bij tal van onderzoeken zijn gehanteerd¹. Voor dit onderzoek is de focus gelegd op de route vanaf afslag Hilversum-Centrum aan de A27. Op woensdag 8 juni 2016 heeft de toets van de customer journey plaatsgevonden.



Figuur 3.1: De stappen volgens de customer journey

Om de bezoeker maximaal te ondersteunen in een positieve reisbeleving, gelden de volgende belangrijke principes.

1. **Stel de incidentele bezoeker centraal:** bezoekers die niet regelmatig in de stad komen, zijn maatgevend voor elke vorm van ondersteuning van vindbaarheid. Juist zij hebben de ondersteuning nodig. En als zij ontevreden naar huis gaan, komen ze mogelijk niet weer terug.
2. **Focus op reistijdbeleving:** het is de customer journey die bepalend is voor een positieve reisbeleving. Gebruik de 'tegels' en de stappen (beslissen-onderweg-oriënteren-vinden) als toetsingskader voor reisinformatie en -ondersteuning. Als

¹ Uitgebreide vindbaarheidsstudies volgens de customer journey hebben onlangs onder meer plaatsgevonden in Utrecht, Katwijk, Apeldoorn, Sneek, Enschede en Bergen op Zoom.

- de reisbeleving positief is, lijkt de reistijd korter. Als je een parkeerplaats niet kunt vinden, of onduidelijk is hoe je moet betalen, neemt de waardering af.
3. **Biedt een totale rit tot aan de bestemming aan:** als de incidentele bezoeker centraal staat, dan kun je die niet halverwege achterlaten op een voor hem of haar onbekende plaats. Dat betekent dat je, zodra de verwijzing is gestart, die ook moet afmaken tot aan de bestemming. Dat betekent dat verwijzingen zich in veel gevallen moeten beperken tot concrete, tastbare en bereikbare bestemmingen.
 4. **Beperk de informatiedichtheid:** less is more. Juist op beslispunten wordt de bezoeker overspoeld met informatie. Ook in Hilversum staan veel borden. Dat stelt eisen aan het aantal borden, maar ook aan de tekst op de borden zelf. Het behoeft geen pleidooi dat focus op de incidentele bezoeker en de grote stromen helpt om de informatiedichtheid te beperken.

De customer journey - beslissen

Vooraf kan men via internet zich goed oriënteren. Op de website parkerenhilversum.nl kan alles gevonden worden over de beschikbare opties qua garages, tijden en tarieven. Op websites als hierhilversum.com en vvvhilversum.nl kan alles gevonden worden over het aanbod. Ook via overige beschikbare websites is de informatievoorziening met betrekking tot de bereikbaarheid van de parkeerlocaties in het centrum van Hilversum goed op orde.

Beslissen



Ik wil naar B!



Welke reisopties zijn er?

De customer journey - onderweg

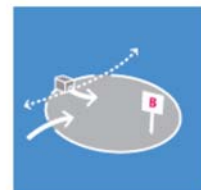
De aanrijroute vanaf de A27 richting rotonde Soestdijkerstraatweg is momenteel onduidelijk. Wanneer de borden 'Centrum' gevolgd worden, is bij de rotonde Oosterengweg/Soestdijkerstraatweg onvoldoende helder welke richting men op moet rijden. Ondanks het volgen van de borden, is de kans op het kiezen van de verkeerde route op deze locatie groot.

De Soestdijkerstraatweg is daarentegen een mooie route/laan naar het centrum. Je krijgt het gevoel van een warm welkom. De straat kenmerkt zich door langgerekte bomenrijen. De beleving van een stadsentree houdt op bij de kruising Emmastraat/Achterom, aangezien dan de heldere route naar het centrum wordt afgebroken. Vanaf het rijden op de Achterom wordt de route onduidelijker en dit blijkt uit de keuzemogelijkheden bij de kruising Achterom/Schapenkamp. Hier zijn twee keuzes te maken: (1) rechtsom via Schapenkamp-Prins Bernharstraat-Groest en (2) linksom via Schapenkamp-Gooilandplein-Groest. Van deze twee alternatieven blijkt de beleving van de tweede optie (via Gooilandplein) aanmerkelijk prettiger. Deze route is duidelijker en prettiger vanwege de bredere wegenstructuur.

Onderweg



Hoe word ik (be)geleid



Hoe kom ik de stad in?

Het parkeerverwijssysteem kan duidelijker. Het ontwerp van de borden kan misleidend zijn. Het dakje op de P (betekenis: overdekte parkeergarage) kan waargenomen worden als een richtingspijl (zie figuur 3.2). Hierdoor kan men rechtdoor rijden terwijl de parkeer-route links gaat. Ook wordt de incidentele bezoeker via het Achterom via verschillende borden verschillende richtingen op verwezen; linksaf naar Gooiland en rechtsaf naar de rest van het centrum. Deze keuzemogelijkheden hebben te maken met de ontsluiting van parkeergarage Gooiland, maar maken de situatie voor de incidentele bezoeker onduidelijk. Eén duidelijke route naar de belangrijkste locatie biedt voordelen. Wel zijn de belangrijkste parkeergarages en terreinen duidelijk aangegeven op de borden.



Figuur 3.2: Parkeerverwijssysteem Hilversum (datum: 8 juni 2016)

De customer journey - oriënteren

Als men via de Soestdijkerstraatweg aan komt rijden heeft men de mooie Vituskerk in het vizier. Deze kerk kan als duidelijke landmark fungeren, in combinatie met een aantrekkelijke stadsentree bij het Gooilandplein. Op dit moment heeft men deze oriëntatiepunten, maar moet toch een relatief onlogische route kiezen. Dit komt niet overeen met de zichtlijnen en herkenning die de incidentele consument ervaart.

Oriënteren



Is de route
begrijpelijk en vlot?



Zie ik waar ik heen moet?

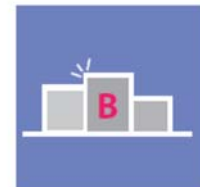
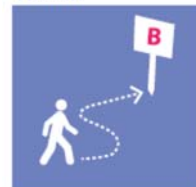
De naamgeving van de parkeergarages sluiten aan bij de functies in de directe omgeving.

De customer journey - vinden

Na het parkeren wordt de binnenstad snel gevonden via duidelijke bebording en zichtlijnen. Vooral parkeergarage Hilvertshof is centraal gelegen waardoor de winkels snel gevonden kunnen worden.

De route vanuit de parkeergarages richting de snelweg (de stad uit) is duidelijk en goed aangegeven. Dit is positief, aangezien de laatste ervaring, een positieve bijdrage levert aan het al dan niet doen van een herhaalbezoek.

Vinden



Conclusie van de customer journey

De vindbaarheid van het centrum vanuit de A27 is goed en duidelijk via de Soestdijkerstraatweg. Echter om op de Soestdijkerstraatweg te komen is lastig en soms onduidelijk wanneer men de borden centrum volgt. Eénmaal op de Soestdijkerstraatweg volgt men de bomenrijen tot aan de rechtsafbeweging (Achterom). Dit is voor een incidentele bezoeker een onverwachte en ongewenste wending. Men ziet immers al landmarks als de Vituskerk liggen en het centrum is al zichtbaar. Deze gevoelsmatige omrijdbeweging verslechtert de beleving van de reistijd.

Van een optimale bereikbaarheid en vindbaarheid van de binnenstad zou sprake zijn als via de Emmastraat de centrale en belangrijkste parkeergarage Hilvertshof rechtstreeks te bereiken is. Deze route kan het gevoel van een warm welkom vergroten. De betere beleving vergroot de kans dat bezoekers graag terugkeren in Hilversum en kan in potentie meer bezoekers genereren in de toekomst.

De route via Achterom schept verwarring. Zeker omdat het Hilvertshof via het Achterom en de Schapenkamp op twee manieren bereikbaar is. Dit maakt de situatie voor de bezoeker niet helder, waardoor de reistijdbeleving als ongunstig wordt ervaren.



Figuur 3.3: (datum: 8 juni 2016):

Emmastraat met zichtlijnen naar de bomenrijen richting Groest (links)

Emmastraat met de rechtsaf beweging naar Achterom en de duidelijk zichtbare Vituskerk (rechts)

4 Toekomstperspectief

De Centrumvisie van Hilversum zet in op gerichte verbeteringen om zowel het aantal lokale als regionale bezoekers te vergroten. Voor de regionale bezoeker is een goede beleving van de reistijd en bereikbaarheid een belangrijke voorwaarde. Uit diverse onderzoeken blijkt dat het imago van de bereikbaarheid in Hilversum achterblijft met vergelijkbare steden². Dit wil niet per definitie zeggen dat de huidige bereikbaarheid niet voldoet, maar wel dat het belangrijk is dit imago te verbeteren.

5 Het belang van bereikbaarheid

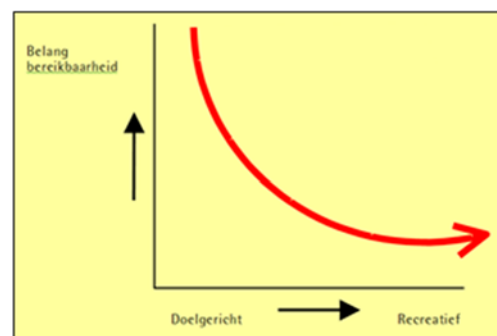
Uit veelvuldig en herhaald (koopstromen)onderzoek is veel bekend over factoren die van invloed zijn op het functioneren van centrumgebieden. Hier volgt een korte opsomming van de belangrijkste factoren die het functioneren van centrum(winkel)gebieden verklaren, waaronder het belang van bereikbaarheid en parkeren.

- Factoren die de aantrekkingskracht van centrumgebieden bepalen, verschillen per type consument (persoonlijke kenmerken), herkomst en bezoek- en koopmotief;
 - Voor de aantrekkingskracht van centrumgebieden is de *kwaliteit en samenstelling* van het voorzieningenaanbod vaak de belangrijkste factor. In het keuzeproces welk centrum te bezoeken, maakt de consument primair een afweging op basis van het aantal en het soort voorzieningen. Andere factoren die meespelen in de afweging zijn de kwaliteit van de bereikbaarheid en het parkeren, het verblijfsklimaat (sfeer, uitstraling, veiligheid), het imago, de promotie en evenementen.
 - Het belang van bereikbaarheid en parkeren in de keuze voor een winkelgebied neemt toe naarmate het aanbod vergelijkbaar is met *concurrerende centra*. Hilversum-Centrum bevindt zich in een sterk concurrentieveld. Regionale consumenten kunnen binnen zeer korte tijd terecht in onder meer Amsterdam, Utrecht, Amersfoort en Almere.
 - De ervaring van bereikbaarheid door consumenten is in hoge mate *subjectief*. Het imago van bereikbaarheid is bepalend voor de perceptie ervan. Met behulp van de juiste communicatiemiddelen kan ingespeeld worden op de perceptie van bereikbaarheid.
- Het hedendaagse consumentengedrag is op te delen in drie typen bezoekdoelen: recreatief winkelen, boodschappen doen en doelgerichte aankopen. In het Nederlandse winkellandschap is een trend gaande van steeds verdergaande specialisatie van winkels en winkelgebieden welke zich veelal richten op één bezoekdoel.
 - *Verblijven* door recreatief winkelen en recreatief bezoek is voor de consument een uitje en de verblijfstijd in een winkelgebied is relatief lang. De winkel-

² Dit blijkt onder meer uit 'Toeristisch onderzoek aan steden 2015, NBTC-NIPO Research' waarbij de goede bereikbaarheid met de auto en duidelijke route/bewegwijzering aanmerkelijk slechter scoren dan vergelijkbare winkelgebieden. Slechts de vindbaarheid/beschikbaarheid van een parkeervoorziening nabij de bestemming scoort iets meer richting het gemiddelde van de benchmarksteden.

omgeving, zoals het verblijfsklimaat voor voetgangers of het horeca-aanbod, neemt aan belang toe. De consument wil een beleving ervaren. De bereidheid voor een langere reistijd of meer reiskosten neemt toe.

- *Boodschappen doen*, ofwel dagelijkse artikelen, worden met hoge frequentie aangekocht. Boodschappen doen wordt meer beschouwd als 'moeten' dan 'willen' en consumenten zijn uit op een efficiënte wijze van aankopen doen. Boodschappencentra of -voorzieningen hebben vaker een vergelijkbaar aanbod en kunnen zich meer onderscheiden op aspecten als bereikbaarheid of parkeren.
 - Bij *laagfrequente doelgerichte aankopen*, zoals meubels, doe-het-zelfartikelen of consumentenelektronica spelen assortiment en prijs een essentiële rol in de afweging om naar een winkelgebied te gaan. Bij de aankoop van volumineuze artikelen dient bovendien de afstand tussen winkel en auto beperkt te blijven. Het belang van bereikbaarheid en parkeren komt tot uitdrukking in de ontwikkeling van veel doelgerichte zaken aan de rand van stedelijke gebieden. Ook de zichtbaarheid van dergelijke locaties speelt hierin mee.
- In de figuur hiernaast is het verschil in belang van de factor bereikbaarheid tussen doelgerichte bezochte functies en recreatieve functies geïllustreerd.



Specifiek voor de doelgroepen voor Hilversum-Centrum is de volgende autobereikbaarheid van belang:

- *Lokale bezoekers vanuit Hilversum*. Voor deze doelgroep is het zo snel mogelijk bereiken van het centrum belangrijk om snel een goede parkeerplek zo dicht mogelijk bij de bestemming te vinden. Hoe sneller en rechtstreekser de bereikbaarheid hoe beter.
- *Regionale bezoekers*. Deze bezoekers kennen veel keuzemogelijkheden voor het bezoek aan een centrumgebied. Bereikbaarheid is een randvoorwaarde voor een centrumbezoek. Dit gaat nadrukkelijk om de reistijdbeleving. Indien deze doelgroep bij Hilversum een slechte ervaring en/of beleving heeft, is snel een keuze gemaakt voor een alternatieve locatie in de (wijde) regio. Hier zijn diverse keuzemogelijkheden voor aantrekkelijke (centrum)winkelgebieden.
- *Toeristische bezoekers*. Deze bezoekers hebben behoefte aan heldere en prettige routes. Zij moeten zo direct mogelijk naar de gewenste parkeerlocatie geleid worden via een aantrekkelijke route.

Specifiek voor de doelgroepen voor de Emmastraat is de volgende bereikbaarheid van belang:

- *Lokale bezoekers* uit de directe omgeving voor relatief frequent bezochte functies, zoals een kapper en bloemenhandel, of voor doelgerichte functies als een apotheek. Voor degenen die met de auto komen, is het van belang dat zij via een zo snel mogelijke route de locatie kunnen bereiken en de auto dichtbij de bestemming kunnen parkeren.
- *Doelgerichte bezoekers* uit de regio. Zij komen voor specifieke functies, die de Emmastraat in hoge mate kent. Deze bezoekers willen de bestemming snel kunnen bereiken en zullen grotendeels per auto komen. Echter, de aantrekkingskracht van de

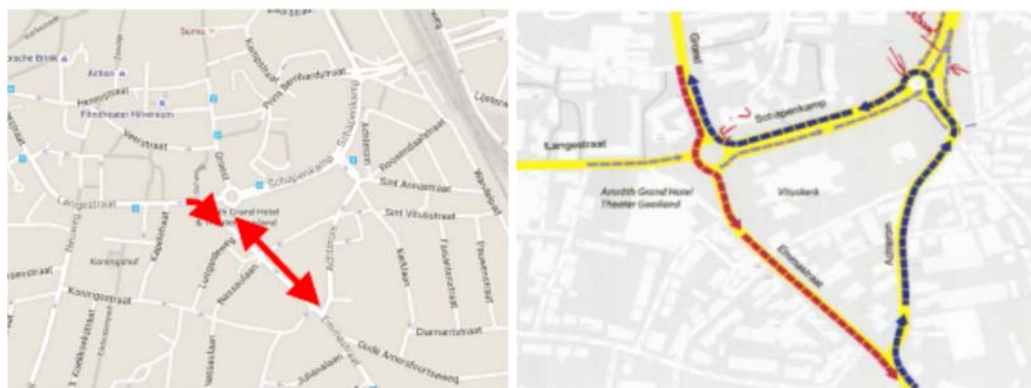
functies is belangrijker dan de reistijd, gezien hun specialistische karakter. Wel is het prettig als in de nabijheid geparkeerd kan worden.

- **Impulsbezoekers.** Dit betreft een relatief kleine doelgroep, maar toeristische en/of regionale bezoekers kunnen kiezen voor een bezoek wanneer zij langs een winkel komen. Hoe meer langsrijdend verkeer, hoe meer potentie. Impulsaankopen vinden vaker op de heenweg naar een gebied plaats dan op de terugweg, dan wil de consument naar huis. Voor impulsaankopen geldt dat parkeerplaatsen nabij beschikbaar dienen te zijn; deze bezoekers zijn immers gemaksgeliefde.

6 De varianten vergeleken

Deze studie naar economische effecten richt zich op de volgende drie varianten:

1. 0-situatie. Eenrichtingsverkeer op de Emmastraat. De route naar Hilvertshof leidt primair via het Achterom naar de Schapenkamp, Prins Bernhardstraat en Groest.
2. Collegevariant (zie figuur 6.1 links). De Emmastraat wordt tweerichtingsverkeer en het Gooilandplein/Groest wordt aangepast. De route naar het centrum loopt rechtstreeks naar de Hilvertshof.
3. Patisserievariant (zie figuur 6.1 rechts). De huidige situatie blijft intact. Alleen de hoofdroute wordt via het Achterom over een nieuw aan te leggen rotonde linksaf de Schapenkamp op om via Gooilandplein en Groest het Hilvertshof te bereiken. Voor bezoekers naar andere delen van het centrum wordt op de kruising Achterom/Schapenkamp een nieuwe bypass gecreëerd.



Figuur 6.1: Collegevariant - tweerichtingsverkeer Emmastraat + entree Gooilandplein (links)

Patisserievariant - instandhouding eenrichtingsverkeer - nieuwe route via Achterom-Schapenkamp-Gooilandplein (rechts)

Deze analyse richt zich op de economische effecten en maakt slechts waar nodig gebruik van de diverse aanwezige verkeersonderzoeken. Belangrijk hierbij is dat de verkeersonderzoeken zich vooral richten op de spitsperiodes, terwijl het winkelend publiek vooral

op zaterdag komt en relatief weinig tijdens de spitsperiodes. Uit de verkeersmodellen valt op te maken dat, afhankelijk van de exacte verkeersstructuur over de gehele centrumring, de intensiteit op de Emmastraat bij invoering van tweerichtingsverkeer met circa 15% toeneemt³. Dit betreft een geringe toename waardoor de diverse effecten op leefbaarheid en economisch functioneren relatief beperkt zijn.

Tabel 6.1 beschrijft de verschillen tussen de varianten met betrekking tot de doelgroepen voor het centrum van Hilversum. De Collegevariant heeft als groot voordeel dat de bereikbaarheid van het centrum verbetert en vooral de duidelijkheid in oriëntatie en routing. De verbetering van de bereikbaarheid en het imago hiervan zorgt vooral voor een impuls op regionaal niveau. Voor de toeristische bezoeker is de reistijd iets minder van belang, maar is men gebaat bij een duidelijke routing. De Collegevariant is mede voor toeristische bezoekers een forse verbetering.

De Patisserievariant kent slechts geringe verbeteringen in de bereikbaarheid en beleving hiervan. Dit geldt voor alle doelgroepen. Het belangrijkste voordeel is dat de routing verduidelijkt ten opzichte van de huidige situatie, mits goed vormgegeven. Deze routing blijft echter verre van ideaal, omdat het qua oriëntatie, zicht en landmarks geen verbeteringen oplevert.

	0-situatie	Collegevariant	Patisserievariant
Lokale bezoekers	0 De bereikbaarheid verandert niet.	+	0/+
		Vanuit de zuidoostelijke wijken wordt het centrum sneller en makkelijker bereikbaar. Dit verbetert de aantrekkelijkheid om naar het centrum van Hilversum te gaan.	Een zeer lichte verbetering doordat de bereikbaarheid in beperkte mate verbetert. Ook voor lokale bezoekers wordt de bereikbaarheid van het centrum iets beter.
Regionale bezoekers	0 Geen verandering. De beleving en imago van bereikbaarheid verandert niet.	++	0/+
		Een sterke verbetering van de bereikbaarheid. Zeker gezien de beleving en logica van de routing (zie hoofdstuk 3 customer journey). Voor deze doelgroep is het imago van bereikbaarheid een belangrijke factor.	Een zeer lichte verbetering doordat de bereikbaarheid in beperkte mate verbetert. De duidelijkheid van de routing kan tevens zorgen voor een verbetering van het imago.
Toeristische bezoekers	0 Geen verandering. De routing is voor de incidentele bezoeker niet logisch.	+	0/+
		Duidelijke verbetering in de beleving van route. Centrum is sneller bereikbaar. Echter, is de bereikbaarheid voor deze doelgroep minder van belang dan voor de regionale bezoeker. Wel wordt de route veel duidelijker.	Een zeer lichte verbetering doordat de bereikbaarheid in beperkte mate verbetert. De routing/oriëntatie verbetert ten opzichte van de huidige situatie.

Tabel 6.1: Varianten vergeleken per doelgroep Hilversum-Centrum

³ Bron: Centrumring Hilversum, resultaten modelberekeningen RHDHV, februari 2015. In de spitsperiode neemt de intensiteit op de Emmastraat toe van 740 (huidig) naar 830-850 voertuigbewegingen. De verkeersintensiteit over het Achterom neemt gelijkmatig af.

Tabel 6.2 beschrijft de verschillen tussen de varianten met betrekking tot de doelgroepen voor het bezoek aan de Emmastraat. De Collegevariant zorgt voor een verbetering van de bereikbaarheid voor alle doelgroepen. De Emmastraat is immers van alle richtingen te bereiken. Nadeel vormt de toename van verkeersdruk en afname van het aantal parkeerplekken. Uit de parkeertellingen blijkt echter dat voldoende plekken overblijven. Voorwaarde is wel dat deze nabij gelegen zijn, duidelijk vindbaar zijn en bij voorkeur aan de winkelzijde liggen. De potentie neemt vooral toe met betrekking tot impulsaankopen. Er komen meer bezoekers langs en tijdens de heenweg is men eerder bereid tot een aankoop over te gaan. Dit biedt vooral kansen voor functies als een bloemenhandel.

De Patisserievariant kent voor de Emmastraat geen noemenswaardige verschillen ten opzichte van de huidige situatie.

	0-situatie	Collegevariant	Patisserievariant
Lokale bezoekers	0 De bereikbaarheid verandert niet.	0/+ Vanuit alle richtingen is de Emmastraat nu bereikbaar. Dit betekent een verbetering. De afname van parkeervoorzieningen voor de deur betekent een lichte verslechtering. Voorwaarde is dat voldoende parkeervoorzieningen over blijven.	0 Geen noemenswaardige verandering.
Doelgerichte bezoekers	0 Geen verandering.	0/+ Vanuit alle richtingen is de Emmastraat bereikbaar. Dit betekent een verbetering. De afname van parkeervoorzieningen voor de deur betekent een lichte verslechtering. Voorwaarde is dat voldoende parkeervoorzieningen over blijven.	0 Geen noemenswaardige verandering.
Impulsbezoekers	0 Geen verandering. Op de terugweg vinden minder impulsbezoeken plaats dan op de heenweg.	+ De kans op impulsaankopen neemt toe. Meer bezoekers rijden op de heen- of terugweg langs wat de herkenbaarheid verbetert. Op de heenweg is de consument bovendien in sterkere mate bereid iets te kopen. Voorwaarde is wel dat men gemakkelijk de auto kwijt moet kunnen.	0 Geen noemenswaardige verandering.

Tabel 6.2: Varianten vergeleken per doelgroep Emmastraat

Overige aandachtspunten:

- Zorg dat de parkeerstructuur aan de Emmastraat helder is. Het beoogde aantal parkeervoorzieningen lijkt op basis van de parkeertellingen te voldoen. Wel is het nodig dat de verschillende doelgroepen (doelgericht/impulsaankopers) hun auto kwijt

kunnen. De parkeerplekken moeten duidelijk verwezen worden, zodat de incidentele bezoeker weet waar men kan parkeren. Tevens heeft het de voorkeur de parkeerplekken aan de winkelzijde te hebben.

- De oversteekbaarheid van de Emmastraat wordt iets minder. Dit hoeft economisch gezien geen groot probleem te zijn, aangezien dit geen winkelgebied betreft waar bezoekers komen om vergelijkend te winkelen. Vanzelfsprekend is een veilige oversteekbaarheid belangrijk.
- De toename van verkeer is beperkt. Een forse toename is vooral ongunstig in 'winkelstraten' waar veel terrassen zijn en verblijven en beleving een belangrijke rol spelen. Terrassen zijn aan de Emmastraat niet aanwezig. In die zin treden geen noemenswaardige negatieve effecten op.
- De lokale situatie bij het inrijden van parkeergarage Hilvertshof is een aanvullend aandachtspunt. In de huidige situatie is de route naar Hilvertshof niet logisch. Vanaf de Prins Bernardstraat steekt men schuin Groest over. Dit zijn als het ware onnodige meters die worden gereden in een relatief krappe situatie. Men maakt eigenlijk twee overstekende bewegingen. Dit is niet wenselijk. Door de aankomst via de rechtstreekse route Emmastraat-Gooilandplein-Groest richting Hilvertshof ontstaan voordelen voor de weggebruiker. Enerzijds maakt de weggebruiker niet de oversteekbeweging op Groest, maar hoeft enkel linksaf naar de inrit van de parkeergarage. Anderzijds zorgen de open zichtlijnen voor een verbetering van de helderheid en het gebruiksgemak van de bezoeker.
- Deze studie richt zich puur op de route vanaf de Soestdijkerstraatweg naar het centrum (Hilvertshof). In de centrumvisie Hilversum staan echter diverse andere verkeerskundige maatregelen beschreven, met name bij het stationsgebied. Al met al is het vanuit economisch perspectief gewenst de beleving van de bereikbaarheid van het centrum van Hilversum te verbeteren. Per ingreep individueel en voor de ingrepen gezamenlijk dient onderzocht te worden wat zowel de verkeerskundige als mogelijke economische effecten zijn.

7 Conclusie

Het centrum van Hilversum staat evenals veel centrumgebieden van middelgrote steden onder druk. De bereikbaarheid heeft momenteel een slecht imago. Om de bereikbaarheid te verbeteren zijn in de centrumvisie tal van maatregelen opgenomen waaronder het voorstel voor een betere routing naar het centrum door tweerichtingsverkeer in te stellen op de Emmastraat in combinatie met een bypass bij het Gooilandplein en herinrichting van de Groest Zuid.

Vanuit de customer journey, de consument die per auto vanuit het zuidoosten of vanaf de A27 komt, is de huidige routing naar het centrum onlogisch. De reiziger heeft het gevoel om te rijden. Bovendien is de routing onduidelijk. Door het instellen van tweerichtingsverkeer verbetert de oriëntatie, beleving en routing naar het centrum. Dit leidt tot een heldere structuur en een verbetering voor het inrijden van de parkeergarage Hilvertshof.

De bereikbaarheid is slechts één van de factoren die het functioneren van het winkelgebied beïnvloedt. In Hilversum blijkt dit echter wel een grotere rol te spelen dan in vergelijkbare steden. Hilversum kampt al lange tijd met een slecht imago op dit vlak. Voor het centrum zal de invoering van tweerichtingsverkeer op de Emmastraat een impuls geven. Dit verbetert vooral de bereikbaarheid voor de regionale en boven-regionale bezoeker. Ook de Emmastraat wordt feitelijk beter bereikbaar en krijgt meer impulsaankopen. Daarentegen betekent de toegenomen verkeersdruk en -afname van parkeerplekken wel dat gezorgd dient te worden voor voldoende en vindbare parkeerplekken op logische plekken. De functies aan de Emmastraat behoeven geen belangrijke nadelen te ondervinden.

Naast de invoering van tweerichtingsverkeer (Collegevariant) is een alternatieve variant onderzocht (Patisserievariant). Deze kent echter een zeer beperkte verbetering ten opzichte van de huidige situatie. Het enige voordeel is dat de route richting het centrum iets helderder wordt en de onduidelijke keuzemomenten beperkt worden.