

Raadsinformatiebrief

Van	Burgemeester en Wethouders	Zaak nr.	548914
Aan	Gemeenteraad	RIB nr.	2019 - 41
Portefeuillehouder	M.W. Jaeger	Datum	4 juni 2019
Informatie bij	M. Drost	Tel. nr.	(035) 629 2067

Onderwerp

Voortgang en vervolgstappen Mediacultuurplein Kerkbrink

Kernboodschap

B&W heeft besloten een subsidie toe te kennen van € 81.000 die Bibliotheek Hilversum namens stichting Mediaplein i.o. heeft aangevraagd. Visie en verkenning laten meer dan voldoende potentie zien om de volgende stap te zetten. De drie aanjagers Bibliotheek Hilversum, Museum Hilversum en Beeld & Geluid, verenigd in de stichting Mediaplein i.o. (werktitel), gaan de visie en verkenning komende maanden concreter uitwerken en een business case maken. Via deze Raadsinformatiebrief wordt u geïnformeerd over de stand van zaken en vervolgstappen.

Inleiding

In september 2017 heeft het college ingestemd met het ondertekenen van een intentieovereenkomst gericht op het ontwikkelen van een visie en een verkenning voor de Kerkbrink. De visie is opgesteld door Bibliotheek Hilversum, Museum Hilversum, Beeld & Geluid in overleg met enkele andere culturele organisaties. De verkenning is opgesteld door deze culturele organisaties en de gemeente in samenwerking met vastgoedpartijen Syntrus Achmea (Gooische Brink) en Ten Brinke Broers Projectontwikkelingen (voormalig Postkantoor). De visie ([bijlage 1](#)), eerder gepresenteerd aan raadsleden tijdens een beeldvormende sessie op 19 december 2018, laat de potentie zien om de Kerkbrink te ontwikkelen tot Mediacultuurplein. De verkenning ([bijlage 2](#)) geeft zicht op ruimtelijke inpasbaarheid, maatschappelijke meerwaarde, wijze van organiseren en financiën.

Visie

Antwoord op combinatie van maatschappelijke en economische opgaven

Hilversum en de Hilversummers staan voor meerdere uitdagingen. De maatschappij verandert snel, digitalisering is niet meer weg te denken en media zijn inmiddels overal. Werk verandert, zorg verandert, koopgedrag verandert en er wordt van alles van verwacht met betrekking tot participatie c.q. meedoen in de maatschappij. Deze ontwikkelingen vinden uiteraard niet alleen in Hilversum plaats, maar voor de combinatie van opgaven van: digitale transformatie, digitale inclusie en het levendig houden van het centrum hebben 6 culturele organisaties het concept Mediaplein Kerkbrink ontwikkeld. Een concept, dat de ontwikkelingen continu zal volgen en daardoor de gidsende rol zal blijven vervullen.

De culturele organisaties zijn door het ontwikkelen van de visie elkaars meerwaarde daadwerkelijk gaan ervaren. Ze zien dat een samenhangende programmering een grote kans biedt om hun waarde te vermeerderen voor hun doelgroepen én voor de stad. Een programmering die maatschappelijke vraagstukken, mediacreatie en mediawijsheid samenbrengt biedt de culturele organisaties de mogelijkheid om te innoveren en goed aan te sluiten bij deze tijd. Onder de noemer Mediastad = Mediapark + Media(cultuur)plein willen de organisaties een lokaal concept neerzetten dat onderscheidend is in Nederland. Dit uit zich onder andere in de plek waar experimenten en programmering op het gebied van mediawijsheid ontwikkeld worden om vervolgens nationaal te worden uitgerold.

Kerkbrink heeft functies nodig die zorgen voor beweging

De Kerkbrink was 100 jaar geleden het dorpsplein waar het publieke leven van Hilversum zich afspeelde. Hier stonden de kerk, het stadhuis en de school en waren er diverse markten. Het plein is echter niet meer het plein van de Hilversummer. Het wordt ervaren als levenloos en ongezellig. Profiel en verkeerssituatie zijn onduidelijk. Hierdoor kent het plein weinig bezoekers. Het plein is zowel eind jaren '90 van de vorige eeuw als in 2006 heringericht. Dit heeft echter niet gezorgd voor een aantrekkelijk, levendig plein. Afgelopen jaren is met partijen op en rond de Kerkbrink gesproken. Daaronder: horecaondernemers, de Grote Kerk, Museum Hilversum, Syntrus Achmea (Gooische Brink) en stichting Centrum Hilversum. Conclusie is dat een nieuwe herinrichting van het plein, zoals beoogd was in 2015, onvoldoende soelaas biedt. De Kerkbrink heeft nieuwe functies nodig die zorgdragen voor meer beweging op het plein.

Culturele activiteiten hebben een flinke ruimtelijk-economische waarde

De benodigde aantrekkingskracht kan niet worden gerealiseerd door het toevoegen van winkels. De vraag naar winkelmeters neemt in Hilversum (en elders in het land) juist af. Grote trekkers zijn gevestigd in de Hilvertshof en in het eerste deel van de Kerkstraat. In de omgeving van de Kerkbrink lukt het niet om bestaande winkelpanden goed en blijvend in te vullen. Met de opening van Meddens, de verbouwing van Luno naar Roast bar & grill en de komst van Vascobelo zijn positieve stappen gezet op het gebied van horeca, maar het aanbod is ten opzichte van Groest en Marktplaats klein en zorgt daarnaast maar beperkt voor aantrekkingskracht gedurende de dag. De bibliotheek en de andere nieuwe culturele functies kunnen een veel groter aantal bezoekers naar het plein trekken. Op jaarbasis minimaal 350.000 bezoekers extra. Met het concept wordt de Kerkbrink weer het 'dorps' plein voor alle Hilversummers. Het plein van ontmoeting, meedoen, ontwikkeling en ontspanning. Ook de omgeving, zoals de winkels en horeca in de Kerkstraat, 's-Gravelandseweg, C&A-plein en Gooische Brink, zal profiteren van deze bezoekersstromen.

Verkenning

In de verkenning zijn allerlei onderwerpen de revue gepasseerd, die nog nadere uitwerking vragen.

- Belangrijke constatering is dat het programma ruimtelijk inpasbaar is, zeker wanneer ook andere panden rond de Kerkbrink worden betrokken. Een programma van eisen en ontwerp van het gebouw of de gebouwen moet diepgaander inzicht geven, ook waar het gaat om benodigde investeringen, en bijvoorbeeld ook waar het gaat om de ingang van de parkeergarage.
- De visie op het plein is inspirerend, maar vraagt verdere uitwerking met bestaande en nieuwe partijen rond de Kerkbrink. Hierbij kan gebruik worden gemaakt van eerder gemaakte schetsen en inventarisaties, bijvoorbeeld over de bus- en fietsroutes. Een kostencalculatie moet uitwijzen in hoeverre de ambities binnen de gereserveerde middelen passen of passend te maken zijn. Daarbij gaat het niet alleen over de aankoop en inrichting van gebouw(en) en plein, maar ook over de consequenties ten aanzien van aanpassingen aan bus- en fietsverkeer, fietsparkeren en kunst in de openbare ruimte.
- De maatschappelijke meerwaarde is breed, zowel cultureel, ruimtelijk-economisch als sociaalmaatschappelijk. Dit vraagt verdieping via gesprekken met de stad. Daarbij helpt nadere studie naar voorbeelden van culturele clusters elders in het land en Europa (bijvoorbeeld Linz en Aarhus).
- Achter te laten panden (Bibliotheek) hebben een waarde die bij verkoop ingebracht kunnen worden in de ontwikkeling. Verkoop van het oude Raadhuis aan Museum Hilversum zou ook een manier kunnen zijn om geld vrij te spelen voor de ontwikkeling. Voor wat betreft eigendomssituatie en wijze

van organiseren en financieren zijn diverse varianten benoemd die nader dienen te worden uitgewerkt.

- De huidige doorrekening van de plannen is nog zo op hoofdlijnen, dat geen verantwoorde keuzes zijn te maken. Voor meer inzicht is deze nadere uitwerking nodig.

Argumenten

1. In de Centrumvisie (2015) werd al de ambitie geuit om de Kerkbrink te transformeren van een verkeersplein naar een aantrekkelijk, obstakelvrij verblijfsgebied met een helder en onderscheidend profiel. Gesproken werd over het terugbrengen van het oude dorpskarakter, over het culinair en cultureel profiel en over het zichtbaar maken van media op de Kerkbrink. Aangegeven werd dat de Bibliotheek meer waarde zou hebben op de Kerkbrink dan op de huidige locatie buiten het centrum.
2. Met het Cultuurbeleid (2015) en in de Mediavisie (2016) is ingezet op het stimuleren van een levendig cultureel klimaat, met het accent op media, muziek en architectuur en met aandacht voor cultuureducatie, -participatie en presentatie van professionele kunst en cultuur. Het tegengaan van vershraling van het centrum werd als belangrijk doel geformuleerd. Dit komt tot uiting in verschillende ambities. Het gaat dan onder meer om het verbinden van Beeld & Geluid aan het centrum met zichtbare presentaties en het versterken van Museum Hilversum door het ontwikkelen van het mediakunstprofiel. Over de Bibliotheek werd in het Cultuurbeleid aangegeven dat met nieuwe wetgeving (Wet stelsel openbare bibliotheekvoorziening) de maatschappelijke functies centraal zijn komen te staan. Het gaat om: lezen & literatuur, ontwikkeling & educatie, kennis & informatie, ontmoeting & debat en kennismaken met kunst & cultuur. Hiermee heeft de Bibliotheek op cultureel en sociaal-maatschappelijk gebied een centrale rol. De verwachting uit 2015 dat deze verbreding nieuwe samenwerkingsverbanden met zich mee zou brengen komt in de Visie Mediaplein Kerkbrink helder tot uitdrukking. De interactie tussen Beeld & Geluid, de Bibliotheek en het Museum Hilversum vormt een uitzonderlijk sterke media culturele propositie die in Nederland nog niet bestaat.
3. In het Horecakader (2017) en in het Detailhandelskader (2017), en nog eens in een recente brief van horeca ondernemers, is de problematiek van de Kerkbrink vanuit ruimtelijk-economisch oogpunt nog eens bevestigd. Aangegeven werd dat door gerichte inzet op plekken als de Kerkbrink, maar bijvoorbeeld ook het Marktplaatsplein en Stationsgebied het centrum moest worden versterkt. Waar het Marktplaatsplein inmiddels een belangrijke plek in het centrum is geworden zijn de plannen voor Stationsgebied en Kerkbrink nog in ontwikkeling. Voor de Kerkbrink en omgeving (tweede deel Kerkstraat, C&A-plein, 's-Gravenlandsweg, Gooische Brink) betekent dit een verdere teruggang en zichtbaar toegenomen leegstand.
4. De vestiging van Meddens op de hoek met de Kerkstraat heeft de omgeving Kerkbrink een impuls gegeven. Ook de komst van Vascobelo en het nieuwe concept Roast is positief. Deze ontwikkelingen zijn echter onvoldoende om dit deel van het centrum voldoende toekomstperspectief te bieden. De noodzaak om in dit gebied te investeren is nog net zo groot als bij het vaststellen van de Centrumvisie in 2015. Dat blijkt ook uit de mail van 26 april jl. van de eigenaren van Meddens en Roast ([bijlage 4](#)). Hierin wordt bevestigd dat de bezoekersaantallen in dit deel van het centrum, ondanks hun investeringen, onder druk staan. De ondernemers geven aan dat de uitvoering van de getoonde ambities, met de Kerkbrink als Mediacultuurplein, mooi en onderscheidend zijn en iets toevoegen aan het centrum. De gemeente wordt opgeroepen partijen bij elkaar te brengen, momentum te benutten, en dat liever vandaag dan morgen omdat men het heel hard nodig heeft. De stichting Centrum Hilversum ziet deze ontwikkeling als enige manier om de Kerkbrink en omgeving weer levendig te krijgen. Zonder deze ontwikkeling zal de leegstand in dit deel volgens de stichting verder toenemen.
5. De mogelijke eigendomsoverdracht van de Gooische Brink in de komende maanden, en de kansen die zich als gevolg hiervan voordoen, vormt een extra aanleiding om nu de mogelijkheden van het Mediacultuurplein verder te onderzoeken.
6. In het coalitieakkoord wordt de samenwerking tussen de culturele instellingen en ondernemers om de Kerkbrink om te vormen tot een cultuurplein positief ontvangen en is aangegeven dat de gemeente graag bijdraagt aan dit idee. Ook wordt de wens geuit om Hilversum een voorbeeldgemeente voor cultuureducatie en mediawijsheid te laten zijn. In de Visie Mediaplein Kerkbrink wordt aan deze ambities invulling gegeven. De verkenning laat zien dat de potentie aanwezig is.
7. In de visie van de culturele organisaties is media(cultuur) een eigentijds middel om sociaal-maatschappelijke vraagstukken aan te pakken. Media is immers overal. Aanpak van taalachterstanden en mediawijsheid zijn bijvoorbeeld belangrijke thema's waarop Bibliotheek Hilversum actief is en ook samenwerkt met Versa Welzijn.

8. Het faciliteren van ontmoeting, via cafés en meet-ups staat daarbij centraal. Deze samenwerking zal op het Mediacultuurplein verder doorontwikkeld kunnen worden.

Kanttekeningen

1. De visie en verkenning laten meer dan voldoende potentie zien om de Kerkbrink te ontwikkelen tot Mediacultuurplein. Tegelijkertijd zijn er nog de nodige onduidelijkheden en risico's. Het is gelet hierop nu niet mogelijk om tot overwogen besluitvorming te komen. De concrete uitwerking en de business case moeten antwoord geven op de nog aanwezige vragen.
2. Het initiatief voor realisatie van Mediacultuurplein Kerkbrink ligt bij de drie culturele organisaties, ondersteund door de aan te stellen kwartiermaker. Het is een omvangrijke ontwikkeling. Het gaat veel verder dan de verhuizing van enkele culturele organisaties. Zo gaat het ook om de ontwikkeling van de Kerkbrink en verkoop of herinvulling van achter te laten locaties, zoals die van de bibliotheek. Dit is voor culturele organisaties geen dagelijkse kost. De positie van de gemeente, als eigenaar van zowel het oude Raadhuis (Museum Hilversum) als van de openbare ruimte van de Kerkbrink, rechtvaardigt een nauwe betrokkenheid.
3. Voor de nadere uitwerking en business case is een investering van de gemeente van € 135.000 nodig. Dit is een substantieel bedrag, zonder dat nu zekerheid is over de realisatie van het Mediacultuurplein. Gelet op de potentie van de ontwikkeling, zowel op economisch, cultureel als maatschappelijk vlak is dit echter goed te verantwoorden.
4. Deze uitwerking wordt voor een belangrijk deel gefinancierd door de gemeente. De culturele partners dragen cash bij en net als in de afgelopen periode, de (vele) uren die zij investeren uit eigen middelen. Het gaat onder andere om het faciliteren van gesprekken met de stad. Syntrus Achmea en stichting Centrum Hilversum dragen financieel en in uren bij en tonen zo ook hun commitment. De gemeente staat niet open voor aanvullende financiering van de voorbereiding.
5. Voor de uitwerking en business Case zijn middelen opgenomen in de begroting van de gemeente. Deze middelen zijn voldoende voor dit onderzoek. Voor de herinrichting van het plein zijn ook middelen gereserveerd: €1,3 miljoen in het investeringsprogramma. Dit is voor de gemeente uitgangspunt. De huidige doorrekening van de plannen is in deze fase nog zo op hoofdlijnen, dat niet helder is of dit voldoende is voor de benodigde investeringen in de fysieke ruimte.
6. In deze fase is nog niet duidelijk of initiatiefnemers op eigen kracht de exploitatie kunnen financieren. Uit de verkenning rijst het vermoeden dat dit mogelijk niet het geval is. Daarom richt de concrete uitwerking en de business case zich zowel op de mogelijkheden binnen de financiële kaders van partijen zelf, als op een variant die '100%' voldoet aan de ambities uit de visie van partijen. Afhankelijk van de uitkomst kan dit betekenen dat partijen extern extra financiering zoeken. Dat zou kunnen betekenen dat naast andere financiers (private fondsen, sponsoring, Ziggo, Provincie, PCB, Loterijen, e.d.) ook de gemeente een verzoek krijgt om een extra financiële bijdrage te doen. Een dergelijk verzoek zal in eerste instantie worden opgevangen binnen de portefeuille Cultuur.
7. Syntrus Achmea (of de opvolgend eigenaar) moet bereid en in staat zijn het huurcontract met de BCC open te breken.
8. Gezien de maatschappelijke opgaven is betrokkenheid van maatschappelijke organisaties bij deze ontwikkeling van belang. Bibliotheek Hilversum werkt al samen met Versa.

Uitwerking en business case

De drie culturele instellingen hebben een procesaanpak ([bijlage 3](#)) opgesteld voor realisatie van het Mediacultuurplein en voor de nadere uitwerking en de business case. Zij vragen hiervoor ondersteuning. De concrete uitwerking en de business case zullen meer zicht geven op de benodigde inspanningen, effecten, kosten en financiering, zodat de verschillende partijen overwogen beslissingen kunnen nemen.

De stichting Mediaplein i.o. zal de volgende zaken opleveren:



Financiën

De begroting voor de concrete uitwerking en de business case bedraagt € 112.000. De bibliotheek vraagt namens stichting Mediaplein i.o. een subsidie aan van € 81.000. Deze subsidie kan worden gedekt uit het budget Planvorming Kerkbrink (begrotingsprogramma Wonen en Leven).

De begroting ziet er als volgt uit:

• Bibliotheek Hilversum	€ 5.000 (+ € 10.000 aan uren en facilitaire kosten)
• Museum Hilversum	€ 5.000 (+ € 10.000 aan uren en facilitaire kosten)
• Beeld & Geluid	€ 5.000 (+ € 10.000 aan uren en facilitaire kosten)
• Syntrus Achmea	€ 15.000 (+ uren)
• Centrum Hilversum	€ 1.000 (+ uren)
• Subsidie Gemeente	<u>€ 81.000</u>
• Totaal	€ 121.000

De gemeente ondersteunt het initiatief en is als eigenaar van openbare ruimte en het pand van Museum Hilversum bij de uitwerking en de business case betrokken. De benodigde capaciteit is deels beschikbaar binnen reguliere capaciteit, deels zal deze worden ingehuurd. Dekking voor deze kosten (geraamd op € 54.000) ligt in het budget Planvorming Kerkbrink. Met de subsidie en de geraamde kosten is het budget Planvorming Kerkbrink benut. In de begroting is wel budget aanwezig (€ 1,3 miljoen) voor herinrichting van de openbare ruimte van de Kerkbrink.

Gezien de lange voorbereidingstijd, waarin de gemeente door partijen op verschillende momenten is betrokken, de aanstaande verbouwing van Beeld en Geluid en de vastgoedontwikkelingen rond de Kerkbrink is het begrijpelijk dat partijen voor de zomervakantie willen starten met de nadere uitwerking en het opstellen van de business case. Daarom is de gemeente bereid dit kwartaal subsidie te verlenen aan de bibliotheek, namens de rechtspersoon die nog in oprichting is, onder voorwaarde dat de rechtspersoon uiterlijk op 1 juli opgericht en bij de KvK geregistreerd is.

Uitvoering

Bibliotheek Hilversum, Museum Hilversum en Beeld & Geluid hebben aangegeven nog voor de zomer een informatiebijeenkomst te organiseren. Deze is bedoeld voor een breed publiek, naast bewoners, ondernemers, organisaties zullen ook raadsleden worden uitgenodigd. Afronding van het onderzoek is voorzien in het najaar van 2019. Na advisering door de Cultuurraad kunnen de resultaten naar verwachting eind 2019 aan college en raad worden voorgelegd.

Burgemeester en wethouders van Hilversum,
de gemeentesecretaris, de burgemeester,

D. Emmer

P.I. Broertjes

Bijlagen:

1. Visie Mediaplein Kerkbrink
2. Verkenning Mediaplein Kerkbrink
3. Procesaanpak Mediaplein Kerkbrink
4. Mail horeca ondernemers Kerkbrink

Deze raadsinformatiebrief is digitaal beschikbaar op [internet](#) onder "Vergaderstukken", B&W-vergadering van 3 juni 2019.