

Verslag workshop ‘Doe Mee’ – Gebiedsagenda Hilversum Centrum

Plaats: Hilversum, Museum Hilversum
Datum & tijdstip: 31 oktober 2022 – 09:30-11:30

Auteur: Max Visser
Projectnummer: 52100047
Onderwerp: Gebiedsagenda Centrum
Klant: Gemeente Hilversum
Projectleider: Ingrid Ploegmakers

1 Achtergrond

De gemeente Hilversum werkt aan een Gebiedsagenda Centrum, in samenwerking met Sweco (Bureau Stedelijke Planning). In de Corona Herstelagenda (vastgesteld door de gemeenteraad in oktober 2021) is het opstellen van een uitvoeringsgerichte Gebiedsagenda voor het centrum van Hilversum genoemd als één van de maatregelen om de lokale economie te stimuleren. De Gebiedsagenda wordt een document met een visie tot 2040 (afgestemd op de Omgevingsvisie) en een uitvoeringsagenda op hoofdlijnen voor de komende vier jaar.

Als input voor de Gebiedsagenda wordt de Gebiedsfoto die in 2021 is opgesteld gebruikt. Dit document is in maart 2022 aan de gemeenteraad aangeboden.

Onderdeel van de Gebiedsagenda vormt een participatietraject met (maatschappelijke) samenwerkingspartners, ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners en bezoekers van het centrum. Op 31 oktober 2022 vond een workshop plaats met (maatschappelijke) samenwerkingspartners, ondernemers die een achterban vertegenwoordigen en vastgoedeigenaren. Hieronder volgt het verslag van deze bijeenkomst. Deze workshop ‘Denk Mee’ vormt het vervolg op de workshop ‘Doe Mee’, die plaatsvond op 12 september 2022.

2 Welkom & inleiding

Ingrid Ploegmakers van Sweco opent de bijeenkomst. Wethouder Scheepers heet de aanwezigen welkom. Hij geeft aan dat er vaart zit in het proces om te komen tot de Gebiedsagenda voor het centrum. De afgelopen tijd heeft hij gemerkt dat het belangrijk is enerzijds zeer concreet te worden, maar anderzijds ook de grotere thema’s te adresseren, met name identiteit en samenwerking. Er zijn veel bouwstenen voor het centrum te bedenken, maar deze maken het centrum van Hilversum niet per se onderscheidend van andere centra. Onderscheidenheid is echter essentieel voor identiteit. Een tweede belangrijk groot thema is samenwerking: hoe geven we de samenwerking in het centrum vorm, met onder meer Stichting Hilversum Centrum, Hilversum Marketing, het Stadsfonds en verschillende ondernemersverenigingen.

Er volgt een korte voorstelronde.

Ingrid Ploegmakers licht toe welke stappen en participatie tot nu toe hebben plaatsgevonden en wat besproken is in de eerste workshop ‘Denk Mee’.

Ingrid geeft een toelichting op de visie voor het centrum voor 2040 met de bijbehorende ambities. Tijdens deze workshop worden maatregelen besproken en acties gedefinieerd om de ambities te verwezenlijken.

Besproken wordt dat 2040 als horizon voor de Gebiedsagenda ver weg klinkt en dat urgentie daardoor minder uitgesproken lijkt. De wethouder geeft aan dat 2030 ook de horizon kan zijn.

Projectnummer 52100047
Onderwerp Gebiedsagenda Centrum
Klant: Gemeente Hilversum



3 Menukaarten & groepsdiscussie

Voor elk van de ambities in de visie is een aantal mogelijke maatregelen geformuleerd. Deze zijn gepresenteerd op 'menukaarten'. De deelnemers hebben aangegeven welke maatregelen er in hun ogen ontbreken en welke maatregelen voor hen en hun achterban van belang zijn.

De deelnemers zijn vervolgens opgesplitst in twee groepen, die elk drie speerpunten uit de Gebiedsagenda hebben besproken. Er is in de groepen gediscussieerd over de manier waarop de speerpunten in de Gebiedsagenda verder ingevuld kunnen worden. Vervolgens zijn de bevindingen plenair met de andere groep besproken.

Hieronder volgt een samenvatting van de opmerkingen op de menukaarten, de bevindingen tijdens de groepsdiscussie en de reflectie in de plenaire bespreking. De opmerkingen zijn afkomstig van één of meerdere individuele deelnemers en geven daarmee niet noodzakelijkerwijs de mening weer van alle aanwezige deelnemers en organisaties.

Duidelijk imago & identiteit

- De deelnemers geven aan dat identiteit een overkoepelend thema is voor de Gebiedsagenda. Identiteit is daarmee geen speerpunt, maar een thema dat in alle speerpunten terugkomt. Waarin kan Hilversum zich qua identiteit onderscheiden van andere gemeenten?
- Er is behoefte om duidelijk te kiezen voor het concept Mediastad. Dat is nu eenmaal het imago van Hilversum, waar iedereen trots op moet

kunnen zijn. Dit is ook duidelijk onderscheidend, geen enkele andere stad heeft dit imago. Hilversum Marketing hanteert het concept van de (creatieve, open en ambitieuze) Mediastad. Meerdere deelnemers geven aan bereid te zijn mee te denken als samenwerkingspartners in de verdere positionering van het centrum.

- Het is belangrijk om verdere invulling te geven aan het concept Mediastad bijvoorbeeld vanuit de historie. Te denken valt aan de oude seintoestellenfabriek op de Groest. Mout is bijvoorbeeld een radiofabriek geweest. We moeten echter niet teveel de nadruk leggen op de historie. Naast de historie is economie (zoals de verblijfskwaliteit) en cultuur van belang bij de uitwerking van de term Mediastad. Concreet kan 600 jaar Hilversum (in 2024) gebruikt worden voor het benadrukken van de identiteit. Hilversum Marketing en Stichting Centrum Hilversum zijn als belangrijke partners nodig om de vertaalslag te maken. Zij kunnen bewoners en organisaties betrekken bij het vertalen van de term Mediastad naar bijvoorbeeld (cultuur)programmering (zoals evenementen) en het onder de aandacht brengen van de historie.
- Fysiek kan gedacht worden aan het restaureren van historische gevels via bijvoorbeeld een puifonds van de gemeente. De gemeente Apeldoorn is hierbij een goed voorbeeld).
- De meeste media gerelateerde monumenten liggen helaas wel net buiten het centrum. In het centrum zijn wel vele fraaie oude winkelpanden e.d. te vinden.
- Het idee van het parelsnoer is een goede om mooie plekken aan elkaar te verbinden. Een betere term zou wellicht zijn 'kralenketting', want een parelsnoer doet denken aan Laren.

Compact

- Ruimtelijke kwaliteit is belangrijk bij het streven naar een compact centrum.
- Het Stationsgebied en markt(plein) zijn integraal onderdeel van het kernwinkelgebied en compacte centrum.
- De wens is om een visie te ontwikkelen over vast winkelgebied met langdurige (grote) ondernemers en een gebied met wat meer flexibiliteit en verplaatsing. Een compacter centrum kan bereikt worden door de Herenstraat uit het kernwinkelgebied te halen. Hier zitten momenteel maar een paar winkels, dus het lijkt relatief eenvoudig om dit gebied te 'ontwinkelen'. De Havenstraat valt nu al officieel buiten het kernwinkelgebied. Het is volgens de aanwezigen goed als de Havenstraat verkleurt naar een straat waar kan worden gewoond met enkele buurtfuncties zoals leuke restaurants en een buurtwinkel.
- De doorontwikkeling culturele functies en organisaties Mediaplein is belangrijk in een compact centrum
- 'Aanloopstraten' wordt geen mooie term gevonden. De suggestie wordt gedaan als alternatief voor een meer positieve benaming te kiezen.
- De wens is om de maatregel 'aanstellen transformatiemanager' voor 4 jaar te doen in plaats van 2 jaar. Transformatiemanagers zouden ook moeten sturen op branchering en aanpak ondermijning.

Aantrekkelijk & levendig

- Gastvrijheid is een waarde die sterker terug mag komen in de visie.

- Een evenementenbeleid en sturing op branding evenementen is een wens. De wens is om cultuur (in buiten- en binnenruimte) te programmeren.
- De wens is om terrassen groot te laten (zoals in coronatijd is gedaan).
- Het perspectief van ondernemers moet worden toegevoegd. De uitwerking op economie en het vestigings- en ondernemersklimaat lijkt nu nog te ontbreken.
- Aan de hand van een voorstel is de thematisering van de verschillende pleinen en ontmoetingsplekken in het centrum besproken. Daarbij zijn de volgende opmerkingen gemaakt:
 - Horeca kan op veel plekken drager zijn van een bepaalde thematisering.
 - De Biersteeg en het Weversplein zijn plekken voor ontmoeting, gekoppeld aan horeca.
 - Het Marktplein is geen woonkamer van de stad, het is een weinig besloten plein. Het profiel moet juist gericht zijn op grootschalige evenementen en verrassing en kan worden benoemd als podium
 - De Kerkbrink: terrassen en horeca passen bij een profiel als cultuurplein, met een knussere uitstraling dan het Marktplein.
 - De Herenstraat/Veerstraat: profiel is groen en gezellig, een soort voortuin.
 - Het Herenplein (bij het Filmtheater): dit plein heeft potentie voor ontmoeting en cultuur. Hier worden jaarlijks openluchtfilms vertoond en optredens van popbands gehouden. De wens is dat het Herenplein en de Herenstraat meer een eenheid worden.
 - Het Toonplein (bij de Vorstin): is niet per se een gezellig plein, maar hier kan ontmoeting bestaan uit urban sports (skaten, freerunning), door dit ruimtelijk verder te faciliteren.
 - Het Stationsplein als entree van het centrum en de Groest als plek voor terrassen en uitgaan worden als zodanig herkend door de deelnemers
 - Op het Wagenmakersplein is een groene speeltuin mogelijk.
 - De deelnemers zijn enthousiast over het onderzoeken of er een mogelijke (tijdelijke) daktuin gerealiseerd kan worden op het dak van de parkeergarage van het Hilvertshof.
- Er dient gekozen te worden voor profielen voor de pleinen en ontmoetingsplaatsen die aansluiten bij Hilversum Mediastad. Bij metaforen voor het duiden van de functies van locaties gebruiken we terminologie die refereert aan media. Taal is erg belangrijk. Dus Marktplein is geen woonkamer (of studio) maar meer een podium.
- Er is sprake van een tweedeling qua thematisering in het centrum, met een geleidelijke overgang. De oostzijde (o.a. Marktplein, stationsgebied, Groest) heeft daarbij meer stedelijke allure, waarbij ook meer grootschaligheid kan passen. De westzijde (o.a. Keiplein, Kerkbrink, C&A-plein) heeft een meer dorps karakter. Hier past een verrassende, maar huiselijke sfeer meer bij. Overigens is de C&A al ruim drie jaar weg. Een alternatieve naam voor het C&A plein is bijvoorbeeld Voorhoeveplein of Dudokplein (want het pand van Voorhoeve is ontworpen door Dudok en tevens het enige Dudokpand in het centrum).

Fijne leefomgeving

- De concentratie versus spreiding in dag/nachthoreca (overlast) vormt een aandachtspunt.
- Opgemerkt wordt dat tijdens de vorige workshop ook 'ontmoeting' als belangrijke ambitie en thema is benoemd. De aanwezigen zien dit als thema graag terugkomen, ook met concrete maatregelen zoals bijvoorbeeld fitnessstoestellen in de openbare ruimte (en dan niet alleen voor ouderen). Onverwachte ontmoeting moet ruimtelijk gefaciliteerd worden. Stichting Mediaplein kan daar een mogelijke partner in zijn. Meer activiteiten en zichtbaarheid van tv- en radioprogramma's, muziek en gaming kan kansen bieden voor het bevorderen van meer ontmoeting in het centrum.
- Belangrijke plekken waar (onverwachte) ontmoeting plaatsvindt in het centrum zijn volgens de aanwezigen de terrassen, de nieuwe bibliotheek, de markt en de stadsparken rondom het centrum.
- Versa Welzijn kan partner zijn in het stimuleren van ontmoeting en community-building van nieuwe en toekomstige bewoners. Het is belangrijk om bewoners een rol te geven in het ontmoeten, en aan te sluiten bij wat bewoners zelf willen en kunnen. Het doel is co-creatie.
- Als voorbeeld voor het betrekken van bewoners wordt het 'open stad'-platform benoemd, dat in andere steden een succes is in (digitale) participatie van veel verschillende doelgroepen. Hier is een concrete en praktische connectie met het SmartCity-programma.

Toegankelijk & bereikbaar

- Belangrijk voor het centrum van Hilversum is de omslag van nadruk op (particuliere) auto als het gaat om bereikbaarheid, naar duurzame vormen van mobiliteit (fiets, OV, deelfervoer, enz). Hilversum leent zich bij uitstek voor het concept van de 15 minuten stad.
- De Fietsersbond kan partner zijn in de uitwerking van de fietsstraat Herenstraat. Mogelijk kunnen ook andere straten worden omgevormd naar fietsstraat.
- De rol van het openbaar vervoer in duurzaam vervoer is van belang.
- De fysieke verbinding tussen het Mediapark en het centrum is belangrijk (bijvoorbeeld via het Hillywood treintje, elektrische stepjes/fietsen)
- De wens is om een visie op deelfervoer in de openbare ruimte op te stellen. De mogelijkheid om elektrische deelfietsen en/of -stepjes via GPS snelheidsbeperkingen te geven wordt benoemd.
- Op een aantal plekken kan de verkeersveiligheid concreet verbeterd worden. Dit geldt voor de routes van en naar de parkeergarages, specifiek voor in ieder geval het Hilvertshof, Noordse Bosje en Gooise Brink, waar de verkeerssituaties als onveilig worden ervaren. Ook de Herenstraat wordt als onveilig ervaren.
- De parkeergarage Gooiland biedt kansen om beter benut te worden, als de looproute richting het centrum verbeterd wordt.
- Een ambitie zou moeten zijn om Hilversummers zo weinig mogelijk met de auto naar het centrum te laten komen.
- Er zijn op sommige plekken te weinig fietsparkeerplekken. Het is niet erg als het soms stads of rommelig oogt, als er maar voldoende plekken zijn. Ook kan overwogen worden om in de parkeergarages een deel van de autoparkeerplekken om te zetten naar fietsenstallingen.

- Samenwerking tussen ondernemers in de keuze voor afvalverwerkers en/of leveranciers kan leiden tot minder voertuigbewegingen van vrachtwagens en busjes. Collectieve perscontainers voor meerdere ondernemers, zoals in de winkelcentra, wordt ook als idee genoemd.
- Een stedelijk beleid ten aanzien van logistiek en bevoorrading is noodzakelijk om centrale (overslag)hubs te stimuleren en bevoorrading door schonere vrachtwagens (zero emissiezone) te laten plaatsvinden.
- De digitale toegankelijkheid van het centrum dient ook te worden verbeterd. Er is momenteel nog geen goede website voor het centrum. Een digitaal warenhuis is ook een mogelijke invulling. Digitale ontmoetingen worden in de toekomst nog belangrijker. Een platform kan hieraan bijdragen. Mogelijk is een samenwerking hierin mogelijk met Eindhoven, ook een stad die zich hiermee bezighoudt. Ook bestaat er een landelijk platform digitale inclusie. Het doel is dat iedereen moet kunnen meedoen.

Groen & duurzaamheid

- Een aantal concrete maatregelen en ideeën worden genoemd:
 - Stadslandbouw.
 - CO²-absorberende tegels en sedumdaken haltes.
 - 's Nachts verlichting panden uit.
 - Zonnepanelen op alle daken.
 - Duurzame energie: zonnepanelen en dergelijke beschikbaar maken, ook als ondernemers deze zelf niet kwijt kunnen.
- Voor dit thema is het belangrijk om iedereen de kans te geven mee te denken, van jong tot oud.
- Waar welk type groen kan komen is aan bod gekomen in de eerdere workshop. De verbinding naar bijvoorbeeld de groene begraafplaats is een goede toevoeging.
- Voor wat betreft het groen kan de gemeente ook subsidie geven voor groene daken. Tegelijkertijd zijn bijvoorbeeld de sedumdaken op bushokjes in Utrecht een goed voorbeeld van een publiek-private samenwerking (de sedumdaken zijn gefinancierd door de commerciële partij die ook de reclame verzorgt).
- De vergroening is ook belangrijk voor het nieuwe stationsgebied en de Leeuwenstraat. Dit is de entree van het centrum. Hier moet het mediagevoel direct ervaren worden, maar ook de fijne, groene leefomgeving. Een mooi voorbeeld hier is Utrecht waar wordt gewerkt aan een verticaal bos naast het station.
- Specifiek dient te worden gekeken naar verduurzaming van monumenten. Ook al brengt dit meer uitdagingen mee dan bij nieuwere gebouwen zijn er wel degelijk mogelijkheden.
- Het nieuwe thema van de Gooische Brink wordt de 'circulaire brink'. Er zijn al tweedehands winkels in de Gooische Brink en dit thema gaat worden uitgebreid.
- Verder is bij vergroening benoemd dat juist in aanloopstraten als de Herenstraat, Oude Torenstraat, Stationsstraat veel te winnen is als het gaat om planten van bijvoorbeeld bomen.

Organisatie & samenwerking

- De deelnemers geven aan dat identiteit en samenwerking overkoepelende thema's zijn voor de Gebiedsagenda. Organisatie en samenwerking vormen een randvoorwaarde voor het realiseren van de ambities
- Eén organisatie voor het centrum van Hilversum is een wens.
- In de samenwerking moeten eigenaren, ondernemers, winkeliers en bewoners samenkomen: hoe kan samen sfeer gemaakt worden en waar kun je elkaar op aanspreken. Huurprijzenbeleid is daarbij een mogelijk onderwerp.
- De samenwerking met bewoners wordt benoemd als belangrijk aandachtspunt. Het is belangrijk groepen bewoners te blijven betrekken. Benoemd wordt dat de Gebiedsagenda niet alleen bedoeld is voor bestaande bewoners, maar nadrukkelijk ook voor nieuwe bewoners, die bewust kiezen voor een woning in het centrum. Deze nieuwe bewoners verschillen in waarden en behoeften van de bestaande bewoners.

4 Afronding & vervolg

Ingrid Ploegmakers dankt de aanwezigen voor hun inbreng en licht het vervolgproces toe. De volgende stappen worden de komende tijd doorlopen:

Projectnummer 52100047
Onderwerp Gebiedsagenda Centrum
Klant: Gemeente Hilversum

- Collegebesluit concept Gebiedsagenda centrum - *december 2022/januari 2023*.
- Presentatie Gebiedsagenda centrum op www.bouwenaanhilversum.nl/gebiedsagendacentrum en laatste schriftelijke reactiemogelijkheid - *begin 2023*.
- Verwerken eventuele reacties - *begin 2023/voorjaar 2023*.
- Bestuurlijke besluitvorming in de raad - *voor de zomer van 2023*.
- Organisatie en samenwerking in het centrum verstevigen in samenspraak met belanghebbenden – *2023*.

Vragen en opmerkingen

- Opgemerkt wordt dat er een uitgebreide set aan maatregelen is. Het is de kunst om maatregelen te kiezen die het meest Hilversums zijn en bijdragen aan het realiseren van de doelstelling en ambities. Ook moeten we de maatregelen kiezen die echt onderscheidend en creatief zijn; als je alleen functioneel blijft denken, zul je niet bouwen aan een stad die aantrekkelijk wordt voor Hilversummers én mensen van buiten.
- De deelnemers vragen of het mogelijk is het concept rapport te ontvangen, zodat zij hier voor de afronding nog op kunnen reageren. De gemeente maakt dit mogelijk en zal nog doorgeven wanneer deze reactiemogelijkheid zal plaatsvinden.