

Verslag workshop ‘Denk Mee’ – Gebiedsagenda Hilversum Centrum

Plaats: Hilversum, Boekhandel Voorhoeve
Datum & tijdstip: 12 september 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 12 september vond de eerste workshop plaats met (maatschappelijke) samenwerkingspartners, ondernemers die een achterban vertegenwoordigen en vastgoedeigenaren. Deze ‘Denk Mee’ workshop vormt de eerste van twee workshops met deze partijen. Hieronder volgt het verslag van deze bijeenkomst.

2 Welkom & inleiding

Ingrid Ploegmakers van Sweco (Bureau Stedelijke Planning) opent de bijeenkomst. Wethouder Arno Scheepers heet de aanwezigen welkom. Hij geeft aan dat het centrum al enige tijd op de politieke agenda staat. In het coalitieakkoord zijn middelen vrijgemaakt om een Gebiedsagenda op te stellen en tot uitvoering te brengen. Met ‘quick wins’ is al een aantal eerste stappen gezet om op korte termijn het centrum meer cachet te geven. De wethouder nodigt de aanwezigen uit om samen invulling te geven aan een toekomstbestendig centrum, met een onderscheidend imago.

Er volgt een korte voorstelronde. Ingrid Ploegmakers vraagt de aanwezigen wat zij als grootste uitdaging voor de vitaliteit van het centrum in 2040 zien. De volgende uitdagingen worden benoemd:

- Toevoegen herkenbaarheid/eenheid en huiselijke sfeer, ook 's avonds.
- Opknappen zijstraten (zoals Herenstraat) en aanloopstraten en deze verbonden houden met het centrum.
- Samenbrengen versnipperde zones tot één centrum.
- Tot stand brengen compact centrum.
- Mensen aan elkaar verbinden en ervoor zorgen dat bewoners zich welkom en betrokken voelen.
- Toevoegen meer verrassing en onderscheidende identiteit.
- Behouden en versterken mix van functies: wonen, winkelen, cultuur, voorzieningen.

- Verlevendigen op het gebied van cultuur en evenementenaanbod.
- Versterken schoon en veilig centrum.
- Behouden regiofunctie.
- Selectief omgaan met nieuw winkel- en horeca-aanbod.
- Tegengaan 'verrommeling' openbare ruimte.
- Opknappen/benadrukken gevels van architectonisch waardevolle gebouwen (zoals bijvoorbeeld bij het pand van Etos).
- Creëren ontmoetingsplekken.
- Tot stand brengen autoluw centrum.

3 Aanleiding en achtergrond Gebiedsagenda

Ingrid Ploegmakers licht de aanleiding en achtergrond van de Gebiedsagenda toe (zie presentatie in Bijlage 1). Ingrid geeft een samenvatting van de conclusies uit de Gebiedsfoto, gebaseerd op diverse onderzoeken en vanuit eerdere participatietrajecten.

Opmerkingen en vragen deelnemers

- Opgemerkt wordt dat vervuiling (zwerfafval) aandacht verdient.
- De opgave 'verrassing' kan met activiteiten of ruimtelijk, maar mogelijk ook met mooie sfeerverlichting.
- Cultuuraanbod ontbreekt in de presentatie van belangrijke opgaven voor het centrum.

4 Groepsdiscussie

De deelnemers zijn opgesplitst in twee groepen, die in twee rondes hebben nagedacht over de vier thema's die terugkomen in de Gebiedsagenda:

- **Identiteit:** Hoe geven we het centrum een meer herkenbare identiteit?
- **Ruimtelijk:** Welke ambities hebben we op het gebied van parkeren, mobiliteit, groen en duurzaamheid en hoe en waar past dat in het centrum?
- **Sociaal:** Hoe houden we het centrum voor alle inwoners van Hilversum aantrekkelijk?
- **Programmamix:** Welk programma (winkels, horeca, cultuur, overige voorzieningen en faciliteiten) past bij een toekomstbestendig centrum?

In de eerste ronde is de groep ingegaan op twee thema's. In de tweede ronde is de groep in gesprek gegaan aan de hand van het 'tussenproduct' van de andere groep.

In de plenaire terugkoppeling van de groeps gesprekken zijn de bevindingen van de groepsdiscussie door één van de groepsleden gepresenteerd.

Bevindingen groep 1

Zichtbaarheid Hilversum Mediastad

De groep is van mening dat er een sterkere koppeling gemaakt moet worden met het Unique Selling Point, Hilversum Mediastad. Een mogelijkheid is om bijvoorbeeld media-gerelateerde werkruimtes en studioruimtes in het centrum een plek te geven. Het is interessant om (tv-)opnames en media-activiteiten (weer) het centrum in te halen. Het centrum dient zich te onderscheiden van Laren, Utrecht en Amsterdam. Dat kan door de parels van Hilversum zoals Mout, de Vorstin, het Keiplein en de bibliotheek aan elkaar te verbinden als een parelsnoer. Ook helpt het door in gesprek te gaan met lokale bedrijven, zoals bijvoorbeeld Nike, om te kijken of ze mee kunnen doen in de activering en herkenbaarheid van het centrum.

Verbinding

Alle betrokken partijen hebben hun liefde voor het centrum als gemene deler, maar de 'liefde voor elkaar' ontbreekt nog. Het is belangrijk om elkaar beter te kunnen vinden en de onderlinge verbinding op te zoeken, om de gewenste gastvrijheid waar te kunnen maken. Die opdracht ligt bij alle partijen: gemeente, bedrijven, ondernemers, culturele instellingen en organisaties en bewoners. Interessant is dat 'nieuwe Hilversummers' vaak positiever zijn over wat het centrum te bieden heeft dan de gevestigde bewoners.

Verlichting

Het centrum wordt als donker ervaren. Beter en mogelijk meer verlichting kunnen meer sfeer en gevoel van veiligheid brengen.

Identiteit

De groep heeft ook besproken 'wie willen wij zijn?'. Een gastvrij centrum, een centrum met evenementen, een bruisende binnenstad met een verblijfsfunctie. Van groot belang is dan programmering. Een nauw overleg tussen gemeente en ondernemers kan hierbij helpen. Het vertellen van verhalen is belangrijk, door onder andere Hilversum Marketing maar ook door lokale ondernemers.

Toegankelijkheid: fysiek en online

Toegankelijkheid in de openbare ruimte is belangrijk, maar ook de toegankelijkheid online mag niet worden vergeten. Er dient te worden gewerkt aan het fysieke 'product' Hilversum centrum. Daarna kan ook de digitale vindbaarheid en digitale toegankelijkheid van het centrum worden verbeterd.

Bevindingen groep 2

Oriëntatie

De groep heeft besproken dat de oriëntatie voor bezoekers van het centrum lastig is. Dit is een belangrijk verbeterpunt. Er zijn mooie clusters in het centrum, maar een echt hart van Hilversum is er niet. Het marktplein (Langgewenst) lijkt een stadswaestijn op dagen dat er geen markt of evenement is. De groep heeft hierover gesproken: kun je zo'n plein vergroenen op creatieve wijze, zonder de mogelijkheden voor evenementen in te perken? Het plein levendiger maken, ook door het toevoegen van woningen. Het is belangrijk de hoofdroutes goed met elkaar te verbinden. Dit begint bij het Stationsplein. Een voorbeeld van een nieuwe verbinding is een route naar het onderbenutte en onbekende stadspark bij de oude begraafplaats 'Gedenk te Sterven'. Dit is een locatie die veel beter benut kan worden volgens de aanwezigen.

Identiteit

Qua identiteit lijkt er een contrast te bestaan: enerzijds Hilversum als fijne en groene woonomgeving (tuinstad), anderzijds Hilversum als Mediastad. De identiteit van Mediastad draait niet om lawaai en grote schermen. De identiteit kan ook subtiel en kwalitatief hoofwaardig worden neergezet, bijvoorbeeld met het uitlichten van mooie gebouwen en bewegwijzering. Eindhoven vormt daarbij een voorbeeld. Hiermee kan het zichtbare (bestaande centrum) met het onzichtbare (Hilversum als mediastad) worden verbonden.

'Bumping places'

Het centrum is van iedereen; bewoners, ondernemers en bezoekers, die bestaan uit meerdere generaties. Familie- en kindvriendelijke plekken zijn onvoldoende aanwezig. De groep besprak dat het centrum 'bumping places' verdient: plekken waar onvermoede en spontane ontmoetingen plaats kunnen vinden. Dit kunnen speelruimtes, fitnesstoestellen voor jong en oud, kunstobjecten, leegstaande winkels of andere bestaande en nieuwe ontmoetingsplekken zijn. Bestaande plekken die meer te bieden hebben zijn onder meer het pleintje en speeltuin bij de Laanstraat. Ook de brinkenstructuur kan verder worden versterkt en zo bijdragen aan meer identiteit en sfeer in het centrum.

Levendigheid

Mogelijkheden om te flaneren en een 24-uurs levendigheid worden gemist. 's Avonds is het minder prettig lopen door het centrum en de aanloopstraten. Eigenlijk zouden alle toegangswegen naar het centrum moeten worden aangepakt. Het feit dat er steeds meer bewoners in het centrum bijkomen draagt positief bij aan de levendigheid. Ook extra werkplekken, zoals kantoren, kunnen hier overdag aan bijdragen en zijn een mogelijke oplossing voor de leegstand. Door het creëren van een 'huiskamer' kan het gevoel van veiligheid ook worden vergroot.

5 Afronding & vervolg

Ingrid Ploegmakers dankt de aanwezigen voor hun inbreng. Een vervolgworkshop 'Doe Mee' vindt plaats op maandag 31 oktober 2022. Op verzoek van de deelnemers wordt deze naar de ochtend verschoven in plaats van het geplande tijdstip in de avond.

Bijlage 1 – Presentatie

22-09-2022

Projectnummer 52100047
Onderwerp Gebiedsagenda Centrum
Klant: Gemeente Hilversum