



Gebiedsagenda centrum Hilversum

Concept, maart 2023

Inhoudsopgave

	Samenvatting.....	4
1.	Inleiding	6
1.1	Aanleiding & doel Gebiedsagenda.....	6
1.2	Participatietraject.....	6
2.	Het kader voor de Gebiedsagenda	7
2.1	Ruimtelijk kader.....	7
2.2	De Gebiedsfoto	7
2.3	Aanvullingen Gebiedsfoto	8
2.4	Omgevingsvisie centrum.....	8
3.	Visie centrum Hilversum 2030.....	10
3.1	Ontstaan van het centrum.....	10
3.2	Hilversum Mediastad als verhaal	11
3.3	Middelen Hilversum Mediastad	12
3.4	Samenwerking en organisatie.....	13
3.5	Visie en positionering als basis voor de speerpunten.....	14
4.	Speerpunten voor het centrum.....	17
4.1	Compact centrum	18
4.2	Aantrekkelijk & levendig	22
4.3	Fijne leefomgeving	25
4.4	Groen & duurzaam.....	28
4.5	Toegankelijk & bereikbaar.....	32
5.	Uitvoering	35
5.1	Rol partners.....	35
5.2	De Uitvoeringsagenda.....	35
5.3	Monitoring.....	41

Welkom in het kloppend hart van de Mediastad!

Hilversum heeft een geweldig centrum. Een centrum waar onderscheidende winkels, geweldige culturele instellingen, leuke cafés en goede restaurants worden gecombineerd met prachtige architectuur en verrassende evenementen. Een centrum niet alleen van Hilversum, maar ook van onze regio. Een plek waar elke week duizenden mensen naartoe komen. Kortom: het hart van onze stad.

Maar dat bijzondere centrum heeft het niet makkelijk. Al lange tijd staat het onder druk. Online shoppen is al heel lang een concurrent die het onze winkeliers ontzettend lastig maakt en die trend gaat gestaag door. De vorige centrumvisie uit 2015 heeft ons centrum veel gebracht, maar twee lange coronajaren hebben het er, op zijn zachtst gezegd, niet eenvoudiger op gemaakt. En nu we corona eindelijk achter ons laten, dient de volgende crisis zich aan. Ik ben een zeer optimistisch mens en onze ondernemers hebben laten zien zeer veerkrachtig te zijn. Niettemin zorgen deze trends en ontwikkelingen er helaas voor dat de toekomst van ons centrum geen vanzelfsprekendheid is. Wij hebben ons centrum nodig. Maar het centrum heeft ons ook nodig.

Daarom hebben we opnieuw een agenda voor het centrum opgesteld. Een agenda die gaat over investeren in de toekomst. Over groen en evenementen. Over wonen en winkelen. Over verrast worden. Maar bovenal gaat deze agenda over het centrum van de Mediastad. Want dat is Hilversum. Bijna 600 jaar geleden ontstond Hilversum op de kerkbrink in ons centrum als schapendorp. En hoewel dit altijd een stukje van ons DNA zal zijn, is Hilversum uitgegroeid tot dé Mediastad van Nederland. Het is niet alleen tijd dat we onze status als Mediastad opnieuw gaan omarmen, het is ook een enorme kans deze naar het centrum te brengen. Want wanneer je aan al die kwaliteiten die ons centrum al heeft, de kracht van de Mediastad toevoegt, ontstaat een unieke combinatie. Welkom in het kloppende hart van de Mediastad!



Arno Scheepers
Wethouder Economie

Samenvatting

De gemeente Hilversum heeft samen met haar partners de Gebiedsagenda centrum opgesteld. Een centrum waar je de identiteit van de Mediastad beleeft en waar je graag komt om te winkelen, recreëren, werken en te wonen.

We begonnen niet bij 0

Met de centrumvisie uit 2015 is de afgelopen jaren hard gewerkt aan het centrum. Het opknappen van het Marktpllein, de komst van een aantal (horeca)zaken en het verbeteren van fietsparkeren heeft het centrum veel goed gedaan. Tegelijkertijd zagen we de afgelopen jaren dat het centrum kwetsbaar is: ondernemers hebben het moeilijk. Er is leegstand in de drukste straten. Het centrum is versteend, op sommige plekken rommelig en wordt niet altijd gewaardeerd.

De ingezette koers uit 2015 zetten we voort. Dat betekent dat we toewerken naar een compacter winkelgebied en meer functies dan winkelen in het centrum toevoegen. Maar er is meer nodig voor een toekomstbestendig centrum. De energietransitie vraagt ruimte en we geven ruimte aan meer biodiversiteit en klimaatbestendigheid (o.a. hittestress en wateroverlast).

Mediastad beleven

De rode draad bij het opstellen van deze gebiedsagenda is de zoektocht naar het beleven van de eigen identiteit van het centrum. Hilversum Mediastad is een ijzersterk uitgangspunt, maar wordt in het centrum onvoldoende beleefd. De komende jaren werken we aan het versterken van deze unieke positie. De komst van de bibliotheek en cultuurpartners in de Gooische Brink, de herinrichting van de Kerkbrink en de ontwikkeling van het Stationsgebied dragen hieraan bij. De combinatie van media en bijzondere architectuur is juist heel uniek. We hebben oog voor de rijke historie en de karakteristieke architectuur. Dit maken we nog beter zichtbaar.

Korte én lange termijn

In deze gebiedsagenda is aandacht voor de lange termijn ontwikkeling van het centrum tot 2030. Ook hoort hier een uitvoeringsagenda bij voor de komende vier jaar. Zowel de visie als de concrete maatregelen zijn terug te vinden in deze gebiedsagenda. In de totstandkoming van de Gebiedsagenda Centrum is afstemming gezocht met de Omgevingsvisie.

Speerpunten

De Gebiedsagenda centrum is opgebouwd aan de hand van vijf speerpunten. Deze vijf speerpunten dragen bij aan het beter op de kaart zetten van het centrum van de Mediastad van Nederland. Deze speerpunten zijn generiek en staan aan

de basis van elk goed functionerend centrum in Nederland. Het is vervolgens de kunst om deze speerpunten een Hilversumse draai te geven.

We streven naar:

- **Een compact centrum:** een compact centrumgebied, met aantrekkelijke hoofdwinkelstraten en entreegebieden. Bezoekers komen naar het centrum voor de winkels, de horeca, de warenmarkt, de culturele instellingen en de (creatieve) bedrijvigheid. In de hoofdwinkelstraten is de begane grond gevuld met winkels, horeca en cultuur. Rondom het compacte hoofdwinkelgebied liggen de entreegebieden. Hier zijn méér functies in de plint, zoals dienstverlening, maatschappelijke voorzieningen en kantoorachtige bedrijvigheid. Sterke winkels in overige gebieden kunnen worden verplaatst naar de hoofdwinkel- of entreegebieden. Datzelfde geldt voor verspreid gelegen winkels elders in Hilversum.
- **Aantrekkelijk & levendig:** we werken aan meer sfeer door aandacht voor een sfeervolle openbare ruimte met logische routing. In de hoofdwinkelstraten en entreegebieden komen meer woon- en werkfuncties op de verdiepingen om de levendigheid en het bestedingspotentieel te vergroten. Dit doen we door samen te werken met vastgoedeigenaren en bijvoorbeeld het opnieuw inzetten van het gevelherstelfonds. Zo maken we de historie beter zichtbaar. Belangrijk is dat het centrumgebied een sterke(re) samenhang gaat vertonen. Er ontstaat een 'rondje centrum': een logische looproute die bezoekers langs het grootste deel van de winkels, horeca en cultuur leidt, van de Groest tot de Kerkbrink. Het gebied krijgt een eenduidige basisbestrating en inrichtingselementen. Dit is goed voor de herkenbaarheid.
- **Fijne leefomgeving:** een fijne plek om te winkelen, recreëren, wonen, ontmoeten en werken. Het centrum fungeert als ontmoetingsplek, een huiskamer voor en van alle Hilversummers en bezoekers uit de regio. De komende jaren neemt het aantal woningen verder toe. Dit maakt dat een fijne leefomgeving prioriteit heeft, bestaande uit: schoon, heel en veilig, diversiteit in het woonaanbod, aanwezigheid van maatschappelijke voorzieningen zoals de bibliotheek en fysieke ontmoetingsplekken in de openbare ruimte ('bumping places').
- **Groen & duurzaam:** een groen karakter, met veel aandacht voor duurzaamheid. Het centrum is één van de plekken in Hilversum die het meest opwarmt in de zomer. Ingezet wordt op biodiversiteit door te zorgen voor meer en verschillende planten, bloemen, bomen en dieren. Daarnaast werken we aan een klimaatbestendige, prettige leefomgeving die bestand is tegen veranderingen als meer hitte, extreme buien en meer

droogte. Daarnaast gaan we stappen zetten om het centrum klaar te maken voor de energietransitie.

- **Toegankelijk & bereikbaar:** voor iedereen toegankelijk, goed bereikbaar en verkeersveilig. De nadruk ligt op een optimale bereikbaarheid voor fietser en voetganger met de auto als gast. Het gebied binnen de centrumring wordt autoluw gemaakt en de faciliteiten voor fietsparkeren worden verder verbeterd.

In hoofdstuk 5 staan de concrete maatregelen voor 2023 – 2026 genoemd. In deze gebiedsagenda staan de wensen en ambities voor investeringen in het centrum. We kunnen de komende jaren al veel maatregelen uitvoeren. Voor grote fysieke investeringen in de openbare ruimte worden aparte investeringsvoorstellen gedaan als de financiële ruimte er is.

We doen het niet alleen

Bij het waarmaken van de ambities hebben alle betrokken partijen een rol. De gemeente heeft op onderdelen de regie en ook een rol vanuit het scheppen van de randvoorwaarden. Gebruikers (ondernemers, inwoners, cultuur etc.) en vastgoedeigenaren geven invulling aan de randvoorwaarden. Voorop staat een optimale publiek-private samenwerking. Voor een goede samenwerking wordt een taskforce centrum opgericht, bestaande uit een vertegenwoordiging van partijen die de uitvoering van de gebiedsagenda bewaken.

We evalueren de ambities en de maatregelen tussentijds en aan het eind. Aan het einde van 2024 vindt een tussentijds evaluatiemoment plaats, om te beoordelen of we het goede doen en of tussentijdse bijsturing gewenst is. In 2026 vindt een evaluatie plaats. Op basis hiervan bouwen we weer verder aan een toekomstbestendig centrum van Hilversum.



Figuur 1 - Muurschildering in het centrum van Hilversum. Bron: gemeente Hilversum, 2022.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding & doel Gebiedsagenda

Het centrum van Hilversum vormt met zijn winkels, horeca, bioscoop, filmtheater, poppodium, museum en de warenmarkt een belangrijke plek voor Hilversummers en inwoners uit de regio. Helaas heeft het centrum van Hilversum ook last van de gevolgen van de coronacrisis, concurrentie van online winkelen en omliggende steden als Amersfoort, Almere, Utrecht en Amsterdam. De bezoekers en bestedingen nemen weer toe, maar zijn nog niet op het niveau van voor corona.

Het opstellen van deze gebiedsagenda voor het centrum is één van de maatregelen uit de Corona Herstelagenda Hilversum (7 oktober 2021 vastgesteld door de gemeenteraad). De recente ontwikkelingen van hoge inflatie en stijgende (energie)kosten zorgen voor een voortdurend grillig en onvoorspelbaar toekomstperspectief bij zowel ondernemers als inwoners.

De afgelopen jaren is hard gewerkt aan het centrum. Zo is het Marktplaatsplein (Langgewenst) heringericht en zijn de parkeermogelijkheden voor fietsen verbeterd. Er zijn diverse plannen in ontwikkeling, zoals voor de Kerkbrink en het Stationsgebied. Ook komen er naar verwachting circa 700 woningen bij in het centrum het komende decennium, met verschillende (inbreidings)plannen en verdere plannen voor wonen boven winkels. Tegelijkertijd spelen er nieuwe opgaven, zoals opgaven op het gebied van klimaatadaptatie en de energietransitie. De gemeente wil met deze verschillende opgaven aan de slag. Samen met bewoners, ondernemers, eigenaren en maatschappelijke partners heeft zij een Gebiedsagenda voor het centrum opgesteld.

Doel van de Gebiedsagenda

Het doel van deze gebiedsagenda is om een visie op het centrum voor 2030 te formuleren, inclusief een uitvoeringsagenda op hoofdlijnen voor de periode 2023-2026.

De Gebiedsagenda is opgesplitst in twee fasen. Fase 1 betrof het vooronderzoek door een 'gebiedsfoto'. Dit geeft een beeld van de huidige situatie. In de startnotitie staat de aanpak en het proces voor de Gebiedsagenda beschreven. De startnotitie is op 9 maart 2022 door de gemeenteraad unaniem [vastgesteld](#). De raad heeft van de gebiedsfoto kennisgenomen.

1.2 Participatietraject

De Gebiedsagenda is tot stand gekomen vanuit een uitgebreid participatieproces met bewoners en andere stakeholders. Ook is er gebruik gemaakt van de input die is opgehaald voor de gebiedsfoto (fase 1) en de input die is opgehaald voor de Omgevingsvisie. Voor een overzicht van de participatie verwijzen we u naar bijlage 1 en voor de verslagen van de participatie verwijzen we u naar bijlage 2.

Voor de gebiedsagenda hebben de volgende bijeenkomsten plaatsgevonden:

- Twee workshops met partners: Denk mee en Doe mee
- Bijeenkomst voor bezoekers en bewoners
- Gesprek jongeren
- Werkatelier kindergemeenteraad
- Online forum

Eerdere participatie

Voorafgaand aan het opstellen van de Gebiedsagenda is er eerder al (digitaal) geparticipeerd. Zo zijn bij het opstellen van de Gebiedsagenda de opbrengsten uit de participatie voor de Omgevingsvisie meegenomen, die specifiek over het centrum gaan. Ook de resultaten van de enquête over het centrum die in november 2021 onder het burgerpanel is gehouden zijn opgenomen.

Hilversum Monitor 2021 en Programma Groen

De 'Hilversum Monitor' is een enquête onder een steekproef van de inwoners, waarbij verschillende thema's aan bod komen. De meest recente resultaten van de peiling zijn gebruikt.

Voor het inmiddels vastgestelde Programma Groen is een peiling uitgezet over groen in de gemeente, met ruim 1.350 respondenten als resultaat.

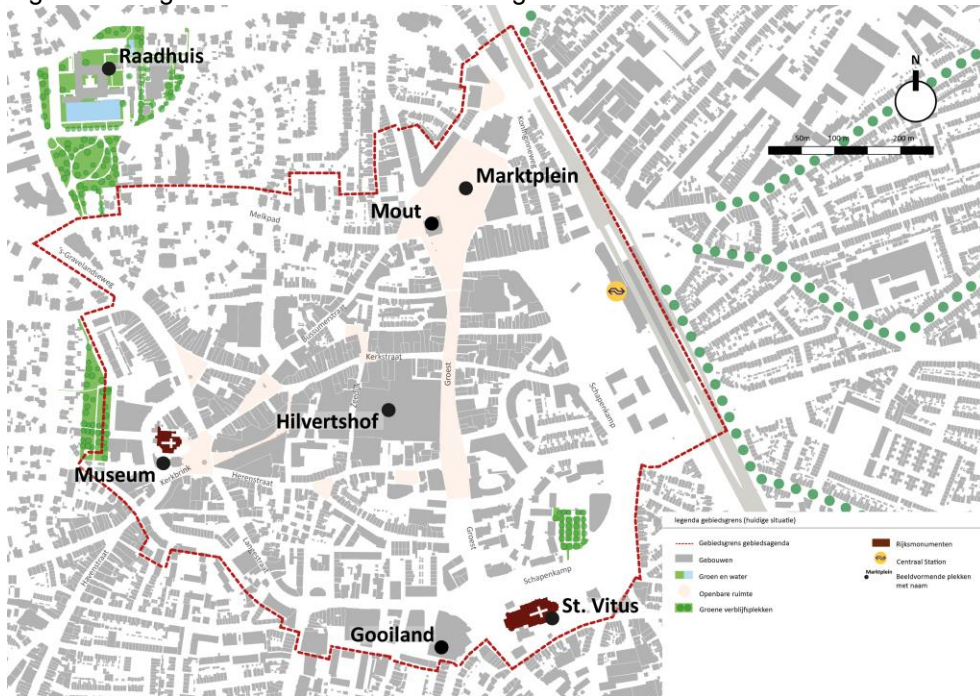
Voor een overzicht van de gebruikte resultaten uit de Hilversum Monitor en het Programma Groen verwijzen we u naar bijlage 3.

2. Het kader voor de Gebiedsagenda

Dit hoofdstuk gaat op het ruimtelijk kader van deze Gebiedsagenda (paragraaf 2.1), de belangrijkste conclusies van de Gebiedsfoto (paragraaf 2.2) en vult de Gebiedsfoto aan met aanvullende informatie die in de loop van 2022 beschikbaar is gekomen (paragraaf 2.3). Daarnaast gaat het hoofdstuk in op de Omgevingsvisie (paragraaf 2.4).

2.1 Ruimtelijk kader

Deze Gebiedsagenda gaat over het centrum van Hilversum. Hiermee wordt het gebied bedoeld, zoals dat is aangegeven met de rode contouren op de kaart in Figuur 5. Dit gebied komt overeen met het gebied van de Centrumvisie 2015.



Figuur 2 Afbakening Gebiedsagenda centrum

Bij het opstellen van de gebiedsagenda centrum is uitgegaan van de volgende beleidskaders:

- Centrumvisie 2015

- Detailhandelskader Hilversum 2017
- Horecakader
- Regionale detailhandelsvisie 2019
- Economisch Perspectief 2040 Hilversum

2.2 De Gebiedsfoto

De inhoud van de Gebiedsfoto is samengevat in tabel 1 en 2.

Conclusies Gebiedsfoto
Insteek: De Gebiedsfoto is tot stand gekomen vanuit analyses en een participatie- en onderzoekstraject (waaronder raadpleging van het burgerpanel van de gemeente Hilversum).
Trends en ontwikkelingen: Tot 2030 moet rekening worden gehouden met een verder gaande concurrentie van online bestedingen. Hierdoor worden beleving en de ontmoetingsfunctie steeds belangrijker voor fysieke centra. Van monofunctionele winkelgebieden moeten deze gebieden de overslag maken naar multifunctionele centrumgebieden waar gewoond, gewinkeld, gewerkt en gerecreëerd wordt.
Evaluatie Centrumvisie 2015: De visie is: een sterker en compact centrumgebied
Analyse huidige situatie centrum: zie Tabel 2.
Aandachtspunten: <ul style="list-style-type: none"> • Imago en identiteit • Compacter centrumgebied • Aantrekkelijker centrumgebied • Groei van het inwonertal • Mobiliteit • Klimaatadaptatie en energietransitie

Tabel 1 Inhoud Gebiedsfoto centrum Hilversum. Bron: Gebiedsfoto, BRO, 2022

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> • Relatief welvarende inwoners, sterke kooporiëntatie uit de gemeente en regio • Ruim en gevarieerd winkel- en horeca-aanbod • Ontwikkeling Stationsgebied en Gooische Brink/Kerkbrink vormen nieuwe impulsen 	<ul style="list-style-type: none"> • Geen krachtig imago • Beperkt cultuuraanbod • Matige bereikbaarheid gemotoriseerd verkeer
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> • Toenemende vraag naar centrummilieus als woonlocatie. 	<ul style="list-style-type: none"> • Toenemende concurrentie van online winkelen • Nabijheid grote steden • Crisissen zoals corona- en de energiecrisis.

Tabel 2 Samenvattende SWOT¹ Gebiedsfoto 2022 (BRO, 2022), bewerkt door Sweco

2.3 Aanvullingen Gebiedsfoto

Koopstromenonderzoek 2021

In de Gebiedsfoto zijn de koopstroomgegevens gebruikt uit het Koopstromenonderzoek (KSO) 2018. Net na het uitkomen van de Gebiedsfoto zijn nieuwe koopstroomgegevens gepubliceerd over het jaar 2021.

Op basis van het KSO 2021 (zie tabel 3) zijn er voor het centrum de meest recente inzichten:

- De koopkrachtbinding, het deel van de totale bestedingen dat inwoners van Hilversum in het centrum besteden, is voor de meeste sectoren gelijk gebleven tussen 2016 en 2021. Gezien de opmars van online bestedingen en corona is dit een mooi resultaat.
- De oriëntatie op het centrum van inwoners van buiten de gemeente (toevloeiing) is 38%. Dat ligt iets hoger dan de benchmark². Dit aandeel is ten opzichte van 2018 ongeveer gelijk gebleven.
- De winkelgebieden in Hilversum weten de inwoners van de eigen gemeente goed te binden. Bijna de helft van de consumentenbestedingen in de recreatieve sector (zoals winkels in de branche mode & luxe) van

¹ Analyse van sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het centrum. Gebaseerd op marketinginsteek: uitgangspunt is dat sterktes en zwaktes door de gemeente en samenwerkingspartners zijn te beïnvloeden, kansen en bedreigingen niet.

² De benchmark bestaat uit een aantal andere centrumgebieden van soortgelijke omvang.

inwoners van Hilversum vond plaats in de winkelgebieden. Dit is hoger dan gemiddeld in Noord-Holland en de Randstad. De rest via online kanalen of in winkelgebieden buiten de gemeente.

- Het belangrijkste motief van bezoekers om het centrum van Hilversum te bezoeken is dat er bepaalde winkels zijn gevestigd (bezoekmotief voor 49%), gevolgd door de omvang van het winkelaanbod (44%) en de nabijheid vanaf de woning (43%). De sfeer en uitstraling (12%) vormt beduidend minder een bezoekersmotief dan voor winkelgebieden in de benchmark (24%).
- Kortere verblijfsduren (minder dan 60 minuten) komen in het centrum van Hilversum (54%) relatief vaker voor dan in de benchmark (40%). Het aandeel bezoekers dat met de fiets naar het winkelgebied komt is relatief hoog (42%) ten opzichte van de benchmark (36%).

Kooporiëntatie	2016	2018	2021
Koopkrachtbinding			
Dagelijkse sector	18%	18%	17%
Recreatieve sector	38%	42%	37%
Doelgerichte sector	21%	16%	13%
Totaal centrum	77%	76%	67%
Toevloeiing			
Dagelijkse sector	-	-	11%
Recreatieve sector	-	-	47%
Doelgerichte sector	-	-	45%
Totaal centrum	-	-	38%³

Tabel 3 - Kooporiëntatie centrum van Hilversum. Bron: KSO 2021, I&O, 2022⁴

2.4 Omgevingsvisie centrum

Tijdens het opstellen van de gebiedsagenda is parallel gewerkt aan de Omgevingsvisie, waarbij Hilversummers zijn geraadpleegd over hun ideeën over de toekomst van Hilversum. De Gebiedsagenda is zo goed mogelijk afgestemd met deze Omgevingsvisie.

³ Voor de berekening van de toevloeiing uit de regio wordt een gewogen gemiddelde gehanteerd.

⁴ Doordat het KSO 2021 een andere indeling hanteert als het KSO uit 2016 en 2018 is een deel van de gegevens niet beschikbaar.

- **Identiteit en te koesteren waarden.** Inwoners waarderen Hilversum vooral om de volgende drie waarden: het groen in en om Hilversum, de karakteristieke architectuur van Dudok en het 'dorpse' karakter met tegelijk 'stadse' voorzieningen. Het dorpse zit hem in zaken als kleinschaligheid, de vriendelijke sfeer en in de betrokkenheid van inwoners en ondernemers. Het stedelijke zit hem vooral in goede voorzieningen: onderwijs, ziekenhuis, sport, winkels, uitgaan en cultuur naar ieders smaak. Dit 'beste van twee werelden' zien we terug in het centrum: het dorpse ontmoeten en betrokken ondernemers. Anderzijds de aanwezigheid van grote winkelketens, ambitieuze horeca en de komst van een moderne bibliotheek.
- **Opgaven.** Inwoners hebben in grote lijnen een vrij eensgezind beeld van de toekomst van Hilversum: groener, behoud van het dorpse karakter en toch stadse voorzieningen. Grote waarde wordt gehecht aan een goed evenwicht tussen rust en reuring, met ruimte voor spelen, ontmoeten en groen. Ook wordt belang gehecht aan een goed bereikbare stad met veel aandacht voor gezondheid en duurzaamheid, en ingericht op het veranderende klimaat en verbinding in de buurt. Een stad (of dorp) die het beste biedt van twee werelden, met een nog meer zichtbare identiteit.
- **Nieuwe prioriteiten in de openbare ruimte.** Er worden nieuwe prioriteiten gesteld aan de openbare ruimte met het oog op veiligheid, ontmoeting, gezondheid en klimaatadaptatie. Groen en water heeft de eerste prioriteit, namelijk een robuust ecosysteem. Ontmoetingsplaatsen staan op twee, gevolgd door ruimte voor de voetganger, de fietsen en deelfervoer. Ruimte voor de auto vormt het sluitstuk.

3. Visie centrum Hilversum 2030

Dit hoofdstuk geeft de visie voor het kloppend hart van de Mediastad voor 2030 weer (zie figuur 6). De visie is nader uitgewerkt in vijf speerpunten met bijbehorende ambities.

Eerst kijken we terug naar het ontstaan van het centrum (paragraaf 3.1). Hilversum Mediastad vormt de overkoepelende profilering waarop wordt ingezet (paragraaf 3.2 en 3.3). Samenwerking en organisatie vormen randvoorwaarden om de geformuleerde ambities waar te kunnen maken (paragraaf 3.4). Vervolgens wordt dit vertaald naar de speerpunten in hoofdstuk 4 (paragraaf 3.5).

3.1 Ontstaan van het centrum

Vanuit historisch perspectief is Hilversum, centraal in de Gooi en Vechtstreek, altijd al een aantrekkelijke plek geweest om te wonen en te werken. Dat begon al in de tijd van de Erfgooiers waar onafhankelijke, kleinschalige boeren zich in een collectief verenigden en vanuit een centrale gemeenschap de omliggende gronden exploiteerden. Hieruit ontwikkelde zich kleinschalige thuisarbeid, later geprofessionaliseerd tot kleine industrieën, vooral gespecialiseerd in de textiel en tapijtnijverheid.

In het kielzog van rijke Amsterdammers die vanaf de 17e eeuw landhuizen stichtten in 's-Graveland om er in de zomer te verpozen als het in de stad te benauwd en vies was, werden langs lommerrijke uitvalswegen rondom het centrum eveneens landgoederen en zomerresidenties gerealiseerd. Vanaf de 19e eeuw kwam zo een bloeiend zomertoerisme op gang. Gestimuleerd door snelle vervoersmogelijkheden van en naar de omliggende steden kwam daarna het forensenverkeer tot ontwikkeling en ontstond een meer permanent woonklimaat rond het centrum. Als gevolg hiervan nam de dienstverlening en kleinschalige handel toe. Door de bevolkingstoename transformeerde de voorheen agrarische dorpskern zich naar een centrum gericht op handel, dienstverlening en winkelnering. Verdichting en schaalvergroting gaven de aanzet voor het klein stedelijke karakter van Hilversum.

De combinatie van een goede woonomgeving, hoogwaardige dienstverlening, uitgebreide faciliteiten en goedkope grond en arbeid stimuleerde industrie en vakmanschap. De geschiedenis van Hilversum als Mediastad begint bij de opkomst van het radiotoestel en de start van de Nederlandse Seintoestellenfabriek (NSF) in 1918 aan de Naarderstraat. Omroepen vestigden hun studio's en kantoren in Hilversum om telefoonkosten uit te sparen. In 1951 volgt de eerste TV-

uitzending en in 1961 wordt de eerste paal geslagen voor het Omroepkwartier, later omgedoopt tot Media Park.

Tegenwoordig zien we grote organisaties met internationaal bereik, een breed palet van, vaak kleinschalige, productiebedrijven, instellingen als Beeld en Geluid en een beroepsbevolking die voor maar liefst een derde in creatieve beroepen werkzaam is.

Sterke groei leidde in het begin van de 20e eeuw tot een ongewenste stedelijke en sociale situatie. Met de aanstelling van W.M. Dudok als gemeentearchitect werd voor kwaliteit en vakmanschap gekozen. Ingegeven door een sociaal bewustzijn werd voor alle lagen van de bevolking een kwalitatief goede woonomgeving gemaakt, ingebed in een architectonische en stedenbouwkundige samenhang. Integratie van stad en omliggende natuur speelde een belangrijke rol bij zijn plannen aan de rand van de stad, waar toen nog heidevelden lagen. De laanstructuren en de grote diversiteit van het bomenbestand worden ook nu nog gekoesterd. In het centrum is hij er, ondanks zijn vernieuwende ideeën zo pal na de oorlog, niet in geslaagd om zijn stempel te drukken op de structuur van het centrum. Er zijn naast het C&A-gebouw slechts enkele portiekflats en woonwinkelcomplexen van zijn hand gerealiseerd.

Het diverse karakter van enerzijds kwalitatief goede en groene zogenaamde arbeiders-, middenstands- en villawijken en anderzijds een hoogwaardig ontwikkeld, kleinschalig ondernemerschap kenmerkt tot op de dag van vandaag de Hilversumse identiteit. In het centrum bevinden stad en dorp zich naast elkaar, groot en klein, oud en modern, intiem en robuust. Deze diversiteit is het gevolg van (steeds weer) nieuwe plannen die slechts ten dele werden uitgevoerd. De verschillende sferen zijn karakteristiek voor Hilversum, maar worden op dit moment nauwelijks als herkenbaar en waardevol ervaren. Juist de erkenning van deze verschillen en het versterken van de verscheidenheid draagt bij aan verbetering van de ruimtelijke kwaliteit en van het verblijf in het centrum. De rode draad is helder. Op korte afstand van de grote steden, centraal in de Gooi en Vechtstreek, gedijt het vernieuwend vakmanschap (media, architectuur/stedebouw, groen) goed. Zo goed dat het het Hilversums karakter is gaan uitademen.

Ook de verscheidenheid in sferen is karakteristiek. In het centrum is het dorpse (kleinschalig, aangenaam, intiem, overzichtelijk) en het stedelijke (kwaliteitsniveau van aanbod, levendig, verrassend, de Mediastad) te ervaren.

3.2 Hilversum Mediastad als verhaal

Hilversum is de Mediastad. En het heeft als tuinstad een rijke historie en beeldbepalende architectuur. Hilversum onderscheidt zich daarmee wezenlijk van andere gemeenten. Het merkverhaal van Hilversum Marketing sluit daarbij aan, namelijk de creatieve, open en ambitieuze Mediastad (zie kader en figuur 3). Een goed functionerend centrum is daarbij levendig, gastvrij en toekomstbestendig. Dit zijn meer algemene randvoorwaarden die voor elk centrumgebied gelden.

- **Levendig:** een bruisend centrum van Hilversum waar mensen naartoe komen om te winkelen, uit te gaan, elkaar te ontmoeten, te werken en geïnspireerd te raken. Een centrum waar volop activiteiten zijn en altijd wel iets te doen en te beleven is.
- **Gastvrij:** een sfeervol en aantrekkelijk centrum dat uitnodigend en toegankelijk is voor alle bezoekers en bewoners en waar iedereen zich welkom voelt. Een gastvrij centrum is daarnaast een centrum dat goed bereikbaar is.
- **Toekomstbestendig:** Het centrum staat voor een transitie van een monofunctioneel winkelcentrum naar een multifunctioneel centrumgebied. Er liggen kansen in het centrum om door concentratie tot een compacter winkelgebied te komen. Dit is nodig om concurrentie van online winkelen en omliggende steden het hoofd te bieden en onze regiopositie te behouden. Tegelijkertijd neemt het aantal woningen in het centrum toe. Het centrum wordt een gebied waar de functies winkelen, wonen, werken, cultuur, ontmoeten en verblijven samenkomen. Zo komen we tegemoet aan de uitdagingen in de detailhandel én andere opgaven zoals de woonbehoefte, klimaatadaptatie en energietransitie.

De visie en de gewenste identiteit van het centrum zijn in vijf thema's uitgewerkt: de speerpunten. In hoofdstuk 4 volgt voor elk speerpunt een uitwerking. In dat hoofdstuk wordt voor elk speerpunt een toekomstbeeld op kaart weergegeven. In de bijlagen is de huidige situatie van deze thematische kaartbeelden van de huidige situatie opgenomen.

In het centrum ervaar je nauwelijks het verhaal van Hilversum als Mediastad en tuinstad. Terwijl het een prominent onderdeel is van de geschiedenis. Het verhaal

van Hilversum vraagt om verdieping en het inzetten van diverse middelen. Zo is het kansrijk om historische kwaliteiten in te zetten en daarbij ruimte te maken voor mediagerelateerde werk,- en beleefplekken. Ook zijn er kansen om de verblijfskwaliteit van straten en brinken te vergroten door te vergroenen.

Merkverhaal 'Hilversum is Live'

Je bent welkom in Mediastad Hilversum, de plek waar de Nederlandse omroepgeschiedenis begon én waar we verder bouwen aan de toekomst van media. Hilversum is een stad van creatieve makers met een ambitie om grenzen te verleggen. Daar staan we internationaal om bekend. Hilversum is een stad van verrassingen, midden in de Gooise natuur. Met unieke concept stores en ambachtelijke bakkers, wereldwijd bekende musea en architectonische hoogstandjes. Dit is een stad die leeft. Hilversum is Live.

Dit zijn onze belangrijkste kernkwaliteiten:

- **Mediastad van Nederland:** Meer dan 230 mediabedrijven, 12.000 mediaprofessionals en 23 studio's.
- **Bruisende cultuursector:** Iconisch museum Beeld en Geluid, Museum Hilversum (mediakunst en fotografie), thuisbasis Zilveren Camera.
- **Prachtige natuur:** Stad omringd door bos, heide en water.
- **Architectuur:** Stad vol met werk van Dudok, Cuypers en Duiker en eigentijdse architectuur van René Zuuk, Neutelings Riedijk en MVRDV.
- **Uitgaan en winkelen:** Rijk aanbod van lokale winkels in combinatie met (inter)nationale ketens, culinair hart van de regio.

Hilversum is een...

Creatieve	Open	Ambitieuze	Mediastad
<ul style="list-style-type: none"> • Vakmanschap • Inspirerend • Nieuwsgierig 	<ul style="list-style-type: none"> • Gastvrij • Inclusief • Verbindend 	<ul style="list-style-type: none"> • Vooruitstrevend • Grootstedelijk • Verrassend 	

Figuur 3 Merkverhaal Hilversum. Bron: Hilversum Marketing

Het centrum van Hilversum: kloppend hart van de Mediastad in 2030



Compact centrum

Een compact en multifunctioneel centrumgebied met vitale entreegebieden



Aantrekkelijk & levendig

Bruisend rondje centrum, met een logische routing voor bezoekers door het centrum



Fijne leefomgeving

Een fijne plek om te winkelen, werken, wonen, ontmoeten en te recreëren



Groen & duurzaam

Een groen karakter en toonaangevend op het gebied van duurzaamheid



Toegankelijk & bereikbaar

Het centrum is voor iedereen toegankelijk, bereikbaar en verkeersveilig

Samenwerking & organisatie

Kernwaarden Hilversum Centrum

De kernwaarden voor het DNA van het centrum van Hilversum zijn:

- **Het dorpse karakter.** Hilversummers noemen een bezoek aan het centrum soms letterlijk een bezoek aan het dorp. Het dorpse zit hem in zaken als kleinschaligheid – alles is dichtbij – en laagbouw op veel plekken. Maar ook in de vriendelijke sfeer en in de betrokkenheid van inwoners en ondernemers. In de ambitie 'aantrekkelijk en levendig' (paragraaf 4.2) is de dorpse uitstraling vertaald naar een profilering van enkele pleinen en brinken in het centrum. Dit komt terug bij speerpunt fijne leefomgeving (paragraaf 4.3).
- **De nabijheid van groen.** Hilversum is een unieke Tuinstad: een sociaaleconomisch concept waar iedereen goed woont en werkt en elkaar kan ontmoeten in een gezonde en prettige leefomgeving met bijbehorende voorzieningen (waaronder een krachtig centrum). De mens en de menselijke maat staan centraal. Dudok heeft volgens de tuinstadgedachte aan Hilversum gewerkt. Dit komt terug bij het speerpunt 'groen & duurzaam' (paragraaf 4.4).
- **De karakteristieke architectuur.** Er is in het centrum van Hilversum veel fraaie architectuur te vinden zoals oude winkelpanden, het

voormalige C&A pand van Dudok, de Sint Vituskerk van Cuypers en Theater en Hotel Gooiland van Duiker. In de volgende paragraaf wordt ingegaan op de middelen om de karakteristieke architectuur zichtbaarder te maken.

3.3 Middelen Hilversum Mediastad

De kernwaarden van Hilversum worden ingezet om het centrum de komende jaren krachtiger te positioneren. Hiervoor worden de volgende middelen ingezet.

- Programmering op het gebied van media, cultuur en muziek, zoals uitzendingen bij studio Voorhoeve, het LAB Mediaplein en in de toekomst de vernieuwde bibliotheek bij de Kerkbrink.
- Opstellen van een integraal verlichtingsplan, om de verblijfskwaliteit en gevoel van veiligheid te vergroten. Uitgangspunten hierbij zijn verlichting het jaar rond, eenduidiger beeld, passend bij het concept 'Hilversum Mediastad'.
- Het centrum als podium voor festivals en evenementen, zoals Hilversum 600 jaar in 2024 en de Dutch Media Week. We spelen in op actualiteiten zoals de Top2000 door evenementen zoals Live2000 en Open 035 te laten plaatsvinden.

- Vertellen van verhalen over het centrum van Hilversum. Bijvoorbeeld verhalen over en het zichtbaar maken van de creatieve bedrijven en mediabedrijven die al in het centrum aanwezig zijn. Hier ligt een rol voor Hilversum Marketing en de historische, erfgoed- en architectuurorganisaties. Maar ook poëzie kan hier een bijdrage leveren.
- Sturing op meer ruimte voor creatieve (media)bedrijvigheid.
- Het letterlijk zichtbaar maken van de historie, bijvoorbeeld door gevels te restaureren via een gevelherstelfonds. Dit is eerder succesvol toegepast in Hilversum.
- Er zijn in het centrum meerdere locaties en gebouwen die in de regio en erbuiten buiten bekend zijn. Voorbeelden hiervan zijn: Boekhandel Voorhoeve, horeca Mout en Meddens, De Vorstin, Kookwinkel Oldenhof, de Barbier op de Groest, Jim James op de 's Gravelandseweg en Museum Hilversum (zie ook de iconische plekken op de kaart in figuur 9). Het is wenselijk om voor bezoekers en bewoners deze iconische plekken te koppelen aan de identiteit van Hilversum Mediastad. Daarbij is er vraag naar meer mediagerelateerde plekken in de openbare ruimte en in gebouwen in het centrum. Een betere verbinding tussen de openbare ruimtes is mogelijk door de openbare ruimtes eenduidig en hoogwaardig in te richten zodat verbindingen duidelijk en veilig zijn.
- Uitingen in de publieke ruimte van het concept 'Hilversum Mediastad' (terugkerend materiaalgebruik in bestrating en elementen bijv. bankjes, planten, multimedia-kunstwerken, beelden, bebording).



Figuur 4 Sfeerbeelden profilering Hilversum Centrum

De pleinen en groene collectieve plekken krijgen een belangrijke functie in het centrum. De kaart in figuur 9 laat zien hoe de groene plekken en verbindingen kunnen worden versterkt. Een voorbeeld is de Kerkbrink als cultuur- en horecaplein, doorlopend in de Gooische Brink als leer- en ontdekkplek. De karakterisering van de plekken is verder uitgewerkt in paragraaf 4.2.

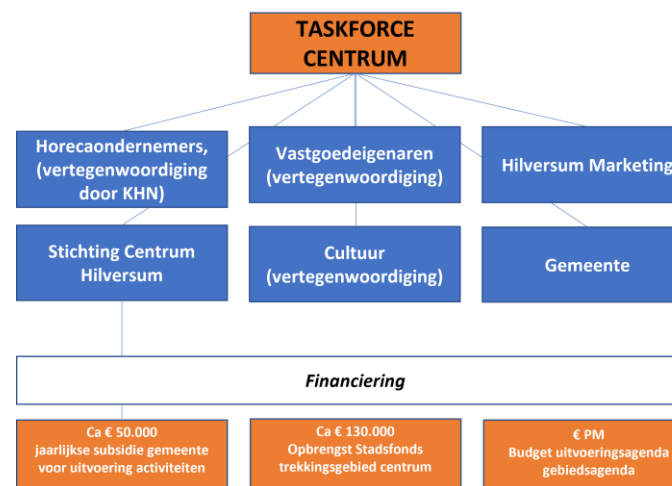
3.4 Samenwerking en organisatie

Een goede samenwerking tussen gebruikers (o.a. ondernemers, culturele organisaties, bewoners), vastgoedeigenaren en gemeente is een voorwaarde voor het succesvol uitvoeren van de gebiedsagenda.

De ondernemers in het centrum zijn georganiseerd vanuit verschillende samenwerkingsverbanden:

- Stichting Centrum Hilversum (sCH) is actief en heeft een centrummanager. Winkels en culturele voorzieningen zijn als sectoren vertegenwoordigd in het bestuur.
- De horeca heeft zich georganiseerd vanuit Koninklijke Horeca Nederland (KHN).

Niet alle winkeliers en horecaondernemers worden door deze organisaties vertegenwoordigd.



Figuur 5 - Beoogd organisatiemodel centrum

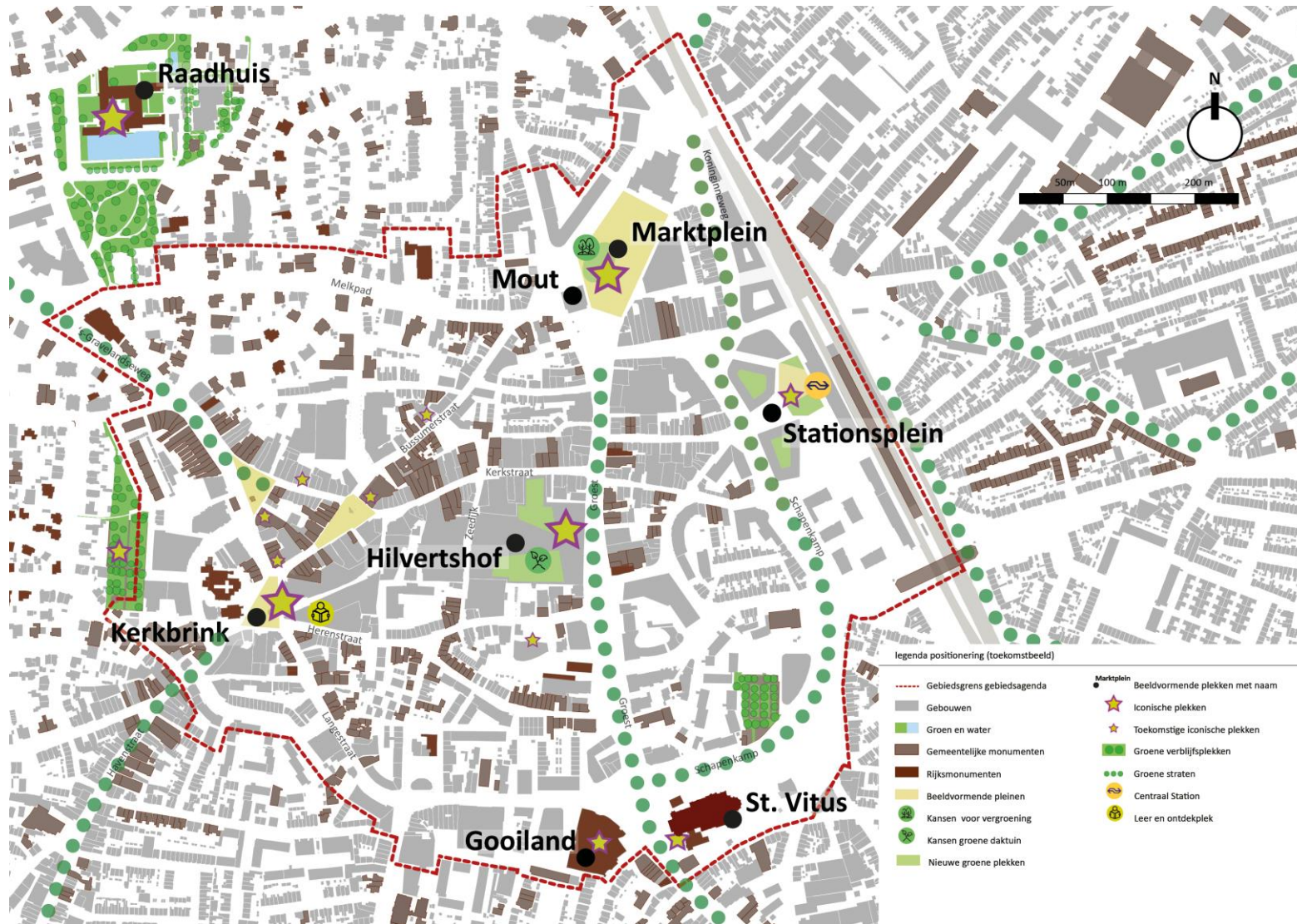
Tijdens de coronapandemie was de samenwerking tussen verschillende partners in het centrum goed. De partijen delen het gemeenschappelijk belang van een levendig, gastvrij en toekomstbestendig centrum en kunnen gezamenlijk optrekken om de maatregelen van de gebiedsagenda uit te voeren. Gedacht wordt aan de volgende insteek voor een krachtig samenwerkingsverband:

- Versteving samenwerking vanuit een taskforce. Het doel van de taskforce is het bewaken van de uitvoering van de gebiedsagenda centrum.
- Vertegenwoordiging in de taskforce van alle partijen. In de taskforce neemt een vertegenwoordiging van de sCH zitting (bestuurslid en centrummanager), de KHN, vastgoedeigenaren, Hilversum Marketing, cultuur en een afvaardiging van bewoners. De gemeente treedt op als penvoerder, waarbij de wethouder samen met een ambtenaar aanwezig is bij de bijeenkomsten.
- Inzet van het Stadsfonds, het bestaande ondernemersfonds in Hilversum. Het budget wordt momenteel voornamelijk ingezet voor activiteiten vanuit sCH.

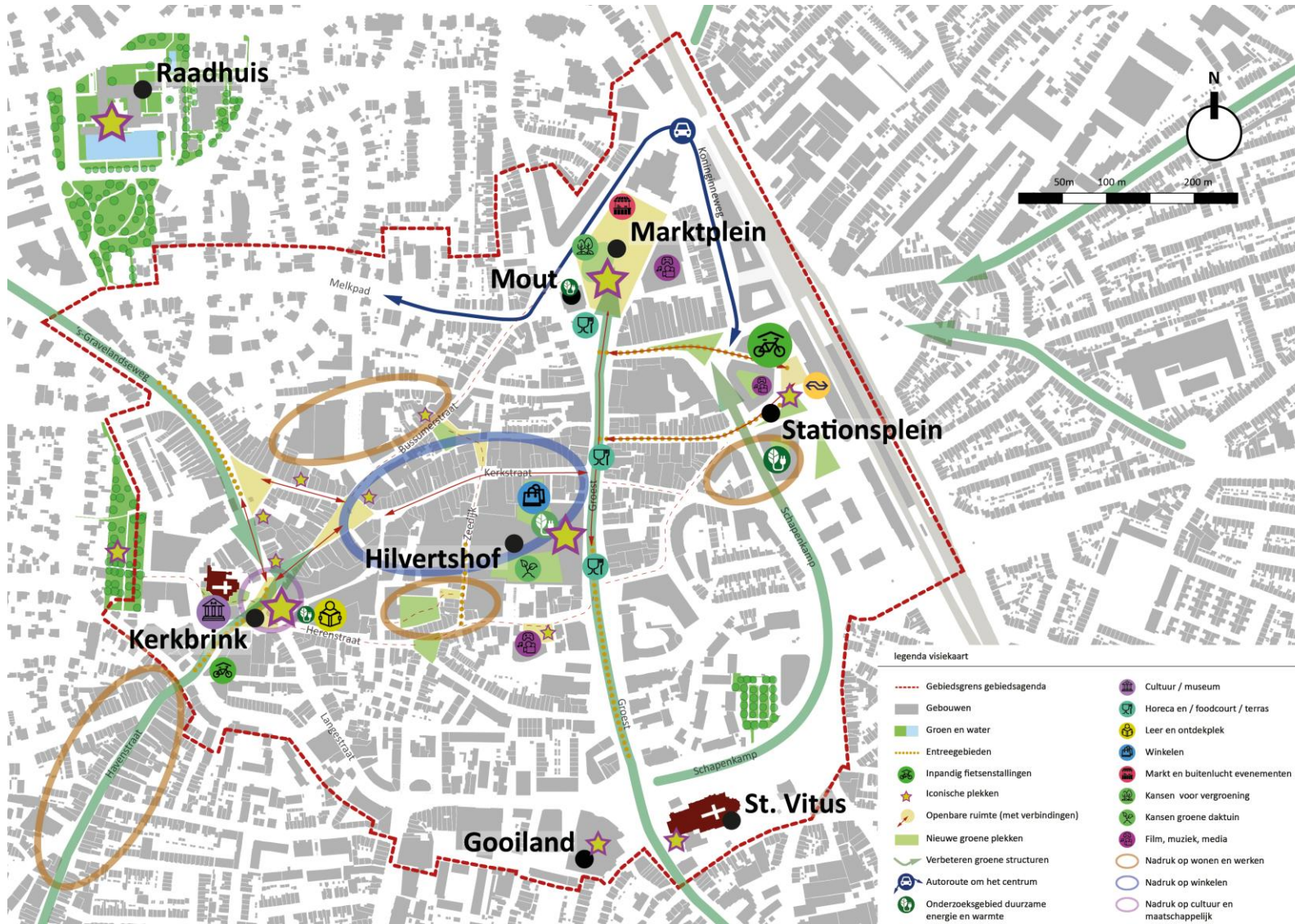
In de toekomst kan het draagvlak voor het instellen van een BIZ (Bedrijven Investerings Zone) voor gebruikers en / of vastgoedeigenaren worden onderzocht.

3.5 Visie en positionering als basis voor de speerpunten

De visie en de gewenste identiteit van Hilversum Centrum dienen als basis voor de speerpunten. In figuur 11 is de visie samengevat in een toekomstbeeld, vanuit een uitwerking van de vijf speerpunten. In hoofdstuk 4 volgt voor elk speerpunt een nadere uitwerking. Elk speerpunt wordt gevisualiseerd in een thematisch toekomstbeeld. In de bijlagen zijn de thematische kaartbeelden van de huidige situatie opgenomen.



Figuur 6 – Toekomstbeeld positionering Hilversum centrum. Bron: gemeente Hilversum, 2022.



Figuur 8 - Toekomstbeeld Hilversum centrum 2030 vanuit een uitwerking van de speerpunten. Bron: gemeente Hilversum, 2022

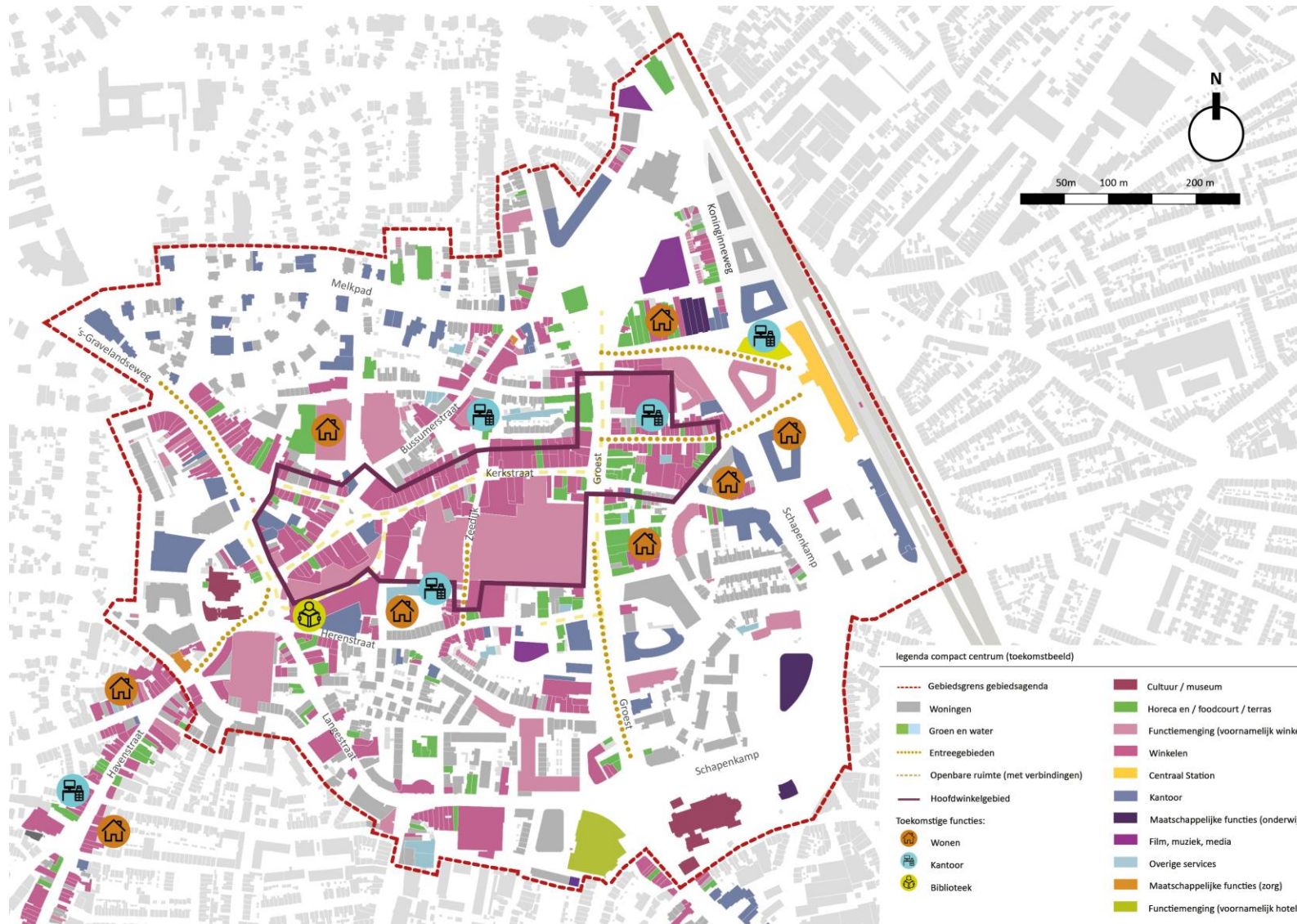
4. Speerpunten voor het centrum

In dit hoofdstuk zijn de vijf speerpunten en bijbehorende ambities uiteengezet. Daarbij zijn de ruimtelijke consequenties en keuzes per speerpunt nader belicht.



Figuur 9 – De vijf speerpunten van de gebiedsagenda

4.1 Compact centrum



Figuur 10 - Toekomstbeeld compact centrum. Bron: gemeente Hilversum, 2022

Ambitie: in 2030 is er een compact centrumgebied met een multifunctioneel karakter en vitale entreegebieden

Het centrum van Hilversum, met een groot aandeel winkels in de recreatieve sector, staat onder druk. 11% van de verkooppunten en 13% van het aantal m² winkelvloeroppervlakte staat momenteel leeg in het centrum. Daarmee ligt de leegstand onder het Nederlands gemiddelde. De leegstand in het centrum is dus relatief beperkt. Enige mate van leegstand is bovendien nodig om te komen tot een goede doorstroom en om nieuwe ondernemers een kans te geven. Hiervoor volstaat 3% leegstand. De huidige leegstand ligt ruim boven dat percentage en kan bij bezoekers een gevoel van verloedering geven. Het is voor de aantrekkelijkheid van het centrum zaak om de leegstand omlaag te brengen. Dat kan door het compacter maken van het centrumgebied.

Toekomstig hoofdwinkelgebied

Op de kaart in figuur 13 is de begrenzing van het toekomstige centrumgebied aangegeven (zie rode stippellijn). Het centrumgebied bestaat uit het hoofdwinkelgebied, de levensvatbare entreegebieden (aanloopstraten) en enkele woon-werkgebieden. Het hoofdwinkelgebied (paarse doorgetrokken lijn) en de entreegebieden samen vormen het toekomstig vitale winkelgebied van het centrum van Hilversum, oftewel het gebied met een optimale gebruiks-, belevings-, en toekomstwaarde. Het gebied is bepaald op basis van de contouren van de Centrumvisie 2015 en de gebiedsfoto, in combinatie met de marktmogelijkheden en de creatie van een logische looproute.

Voor het goed functioneren van het centrum is het belangrijk dat de recreatieve winkels, zoals mode en luxe, zo veel mogelijk gesitueerd worden in het hoofdwinkelgebied. Dit kan worden gecombineerd met horeca en cultuur. De entreegebieden kunnen een bredere functie hebben, namelijk dagelijkse winkels, (commerciële) diensten, maatschappelijke functies, cultuur en kantoren/bedrijvigheid.

De Zeedijk maakt onderdeel uit van het hoofdwinkelgebied. Dit is een smalle straat met een zij-entree naar de Hilvertshof, kale wanden van de Hilvertshof en enkele winkels. Kansen liggen bij de ontwikkeling tot een aantrekkelijk groen gebied met toevoeging van kleinschalige horeca. In figuur 14 zijn enkele voorbeelden opgenomen.



Figuur 11 - Sfeerbeelden Drieharingstraat in Utrecht (bron: Nederwoon.nl), Zakkendragersteeg in Utrecht (bron: Indebuurt.nl) en een straat in Haarlem (Woonbewust.nl).

Definitie centrumfuncties: Onder centrumfuncties worden alle publieksgerichte functies verstaan. Dit betreft detailhandel, horeca, dienstverlening, culturele en maatschappelijke voorzieningen en bedrijven in de creatieve sector.

Levensvatbare entreegebieden

Voor een sterk centrumgebied worden de entreegebieden (gele stippellijn in figuur 15) ontwikkeld als echte poorten voor het centrum. De entreegebieden hebben een afwijkend aanbod ten opzichte van de hoofdwinkelstraten. Naast winkels en horeca vindt een sterkere menging met dienstverlening en werken plaats.

Het is voor de entreegebieden belangrijk dat een aaneengesloten front met publieksfuncties aanwezig is met zo min mogelijk leegstand.

Tot de levensvatbare entreegebieden behoren de volgende pleinen en straten:

- **Stationsplein:** de aansluiting van het Stationsplein op de hoofdwinkelstraten kan beter. Bezoekers die hun bezoek aan het centrum op het Stationsplein beginnen worden niet direct naar het centrum geleid. Het Stationsgebied wordt een aantrekkelijke, groene en welkome entree van de stad. Vanuit deze aantrekkelijke (groene) inrichting worden bezoekers automatisch naar de Leeuwenstraat en Stationsstraat geleid. In het plan is naast wonen ook aanzienlijke ruimte voor stationsgebonden voorzieningen, waaronder kantoorruimte voor creatieve bedrijvigheid, een hotel en enige ruimte voor detailhandel en horeca.
- **Leeuwenstraat:** de uitstraling van deze straat verdient verbetering. Er zit enige leegstand, de doorstroom is hoog en een aantal panden heeft geen aantrekkelijke uitstraling. De wens is dat bezoekers vanaf het station naar de Leeuwenstraat worden getrokken. De hoekpanden van de Leeuwenstraat trekken door uitstraling en invulling bezoekers de straat in. Voor de rest van de straat geldt dat de winkel- horeca en dienstfunctie wordt behouden en versterkt vanuit een aantrekkelijke uitstraling en

invulling. Het continueren van de bestrating en groenelementen vanuit het Stationsplein dragen bij aan een eenduidige uitstraling.

- **Stationsstraat:** het centrumverkeer loopt momenteel nog door deze straat. De centrumring wordt mogelijk omgeleid, waardoor de Stationsstraat autoluw wordt en als toegangspoort tot de hoofdwinkelstraten wordt versterkt. Hiervoor is een krachtig aanbod bestaande uit winkels en overige centrumfuncties en aantrekkelijke inrichting nodig. Ook hier geldt dat de bestrating en groenelementen vanaf het Stationsplein doorlopen. Dit geldt ook voor de Schapenkamp. Deze straat wordt opnieuw ingericht, voorafgaand aan de herontwikkeling van het Stationsplein. De inrichting is in lijn met de nieuwe inrichting voor het Stationsgebied en zou doorgetrokken kunnen worden naar de Leeuwenstraat.
- **Kerkbrink tot aan de Brinkweg:** de Kerkbrink vormt het entreegebied voor het westelijke hoofdwinkelgebied. Het plein wordt opnieuw ingericht.
- **'s-Gravelandseweg:** deze weg – die deels onderdeel is van de Centrumring – kenmerkt zich door enkele speciaalzaken in combinatie met dagelijks aanbod en diensten. Het is een belangrijke doorgaande fietsroute; dit verdient een opwaardering, met name voor de fietser vanuit het noorden. De huidige situatie is niet fietsvriendelijk.
- **Groest:** deze straat heeft momenteel vooral een functie als horecastraat. Een opgave ligt bij de veiligheid en kwaliteit. In de beleving van bezoekers is de straat niet altijd even veilig. Dit betreft enerzijds het gevoel van onveiligheid en anderzijds de onveilige verkeerssituatie bij de ingang van de parkeergarage Hilvertshof. De oversteek van de Groest naar het Marktplein (Langgewenst) wordt ook als onveilig ervaren. Door het verleggen van de Centrumring wordt deze oversteek veiliger voor voetgangers, omdat hierdoor doorgaand autoverkeer deze route niet langer neemt. Een verbreding van de doelgroepen vanuit meer kwaliteitshoreca (restaurants met een gemiddeld tot bovengemiddeld marktsegment) levert ook een versterking op. Het zuidelijk deel van de Groest, waar het voetgangersgebied begint ter hoogte van de Barbier, verdient een opwaardering. Door verschillende verkeersstromen en panden met matige uitstraling oogt het nu rommelig. Een meer eenduidige uitstraling en inrichting vergroot de aantrekkelijkheid.

Te transformeren entreegebieden

De leegstand in Hilversum is het hoogst in de entreegebieden, in lijn met het landelijke beeld. In het centrum is dit vooral te zien in de Oude en Nieuwe Doelenstraat, Kampstraat, Herenstraat, Bussumersteeg, het Noordse Bosje, de Emmastraat en de Langestraat. En, buiten de contouren van deze gebiedsagenda, op de Havenstraat. De detailhandelsfunctie in deze entreegebieden kan worden afgebouwd. Gestimuleerd wordt dat sterke centrumfuncties in deze gebieden zich

naar het centrumgebied verplaatsen. Hiervoor wordt een transformatiemanager ingezet en een pakket aan subsidies, zoals een plansubsidie waarmee eigenaren inzicht krijgen in de transformatiemogelijkheden voor hun pand. We verkennen de toegevoegde waarde van subsidies hierbij.

De plekken in de te transformeren entreegebieden zijn geschikt voor omvorming naar de functies wonen en werken. Panden in de entreegebieden kunnen bijvoorbeeld worden ingevuld voor vergaderplekken, werkruimtes voor start-ups, een studio, VR-lab, bedrijfsverzamelgebouwen, culturele voorzieningen en avondhoreca. Dit zijn functies die zowel overdag als 's avonds voor levendigheid kunnen zorgen. Deze werkplekken zijn interessant voor startende ondernemers of mensen die op een inspirerende plek willen werken. De nabijheid van voorzieningen als horecagelegenheden in het centrum versterken het interactieve werkmilieu en komt de levendigheid van het centrum ten goede. Nu al zijn rond het centrum verschillende creatieve bedrijven gevestigd. Daarnaast kunnen deze panden – mits hiervoor geschikt – getransformeerd worden naar woningen.

Van buiten naar binnen

Verschiedende functies die momenteel buiten het centrumgebied liggen kunnen het centrumgebied van Hilversum versterken. Het gaat daarbij om de volgende insteek:

- **Verplaatsing sterke solitaire winkelfuncties (verspreide bewinkeling) naar het centrumgebied.** Insteek is om deze functies naar het centrumgebied te halen en de huidige locatie om te vormen naar wonen of werken. Dit kan worden gestimuleerd via een transformatiemanager in combinatie met de eerder genoemde subsidies. Bij vertrek van solitair gelegen winkels is belangrijk dat op deze plekken geen winkelfunctie meer terugkomt. In een paraplu-bestemmingsplan kan een voorzienbaarheid gecreëerd worden om dit te voorkomen.
- **Verplaatsing functies vanuit de te transformeren entreegebieden naar het centrumgebied.** De winkels en horeca die momenteel in de te transformeren entreegebieden liggen, vormen kansen voor het centrum. Ook hier kan de transformatiemanager samen met subsidies verplaatsingen en transformaties stimuleren.
- **Verplaatsing recreatieve functies naar het centrumgebied.** Het centrum wordt ook versterkt door verhuizing van recreatief aanbod (zoals mode- en schoenenwinkels) uit bestaande gebieden met winkels naar het centrum. Om het voortbestaan van het centrum te garanderen moeten alle recreatieve functies zo veel mogelijk in het centrum terecht komen. Dit betekent dat voor de recreatieve winkels buiten het centrum in een keuze moet worden gemaakt over de insteek.

Aanbevolen wordt om in eerste instantie in te zetten op geleidelijke verplaatsing van solitaire winkelfuncties en verplaatsing van winkels en horeca in de te transformeren entreegebieden. Indien het centrum over enkele jaren een verdere versterking nodig heeft, kan worden gekeken naar mogelijkheden van verplaatsing van recreatieve winkels in detailhandelclusters buiten het centrum.

Bovenstaande maatregelen zijn een eerste aanzet voor het op te stellen toekomstperspectief voor de aanloopstraten.

Van binnen naar buiten

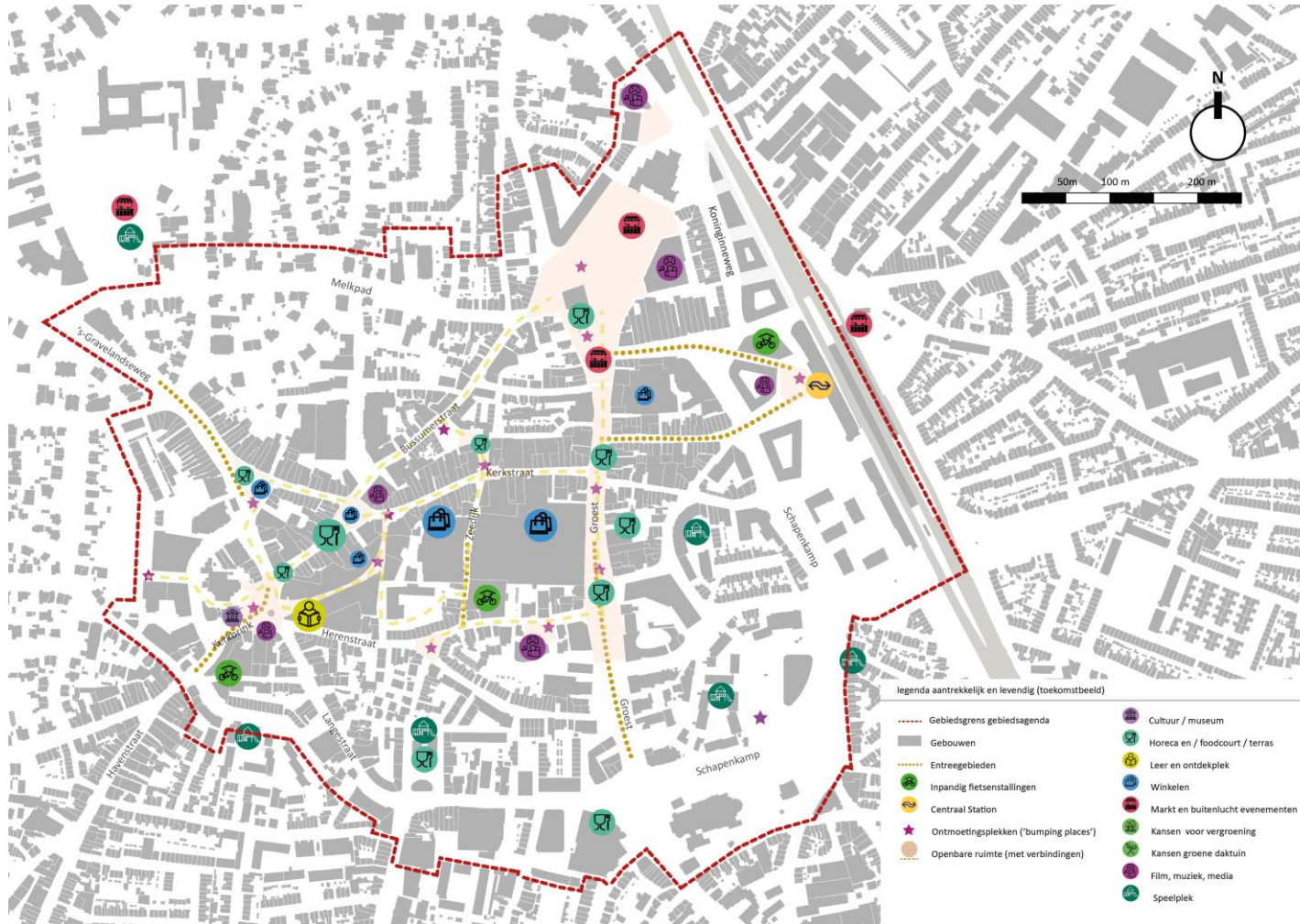
Er zijn functies in de hoofdwinkelstraten aanwezig die niet of in beperkte mate van toegevoegde waarde zijn voor het tot stand brengen van een levendig, gastvrij en toekomstbestendig Hilversum Centrum in 2030. Het gaat bijvoorbeeld om ondermijningszaken. De zaken waar ondermijning plaatsvindt moeten uiteraard worden aangepakt. De verkeersaantrekkende functies kunnen worden verplaatst naar de entreegebieden. Een combinatiebezoek ligt daarmee nog steeds voor de hand. Met hun vertrek maken deze functies ruimte voor winkels en horeca die van buiten naar binnen komen. naar de entreegebieden.

Invulkansen hoofdwinkelstraten en entreegebieden

Ten opzichte van vergelijkbare winkelgebieden blijkt dat in Hilversum centrum zowel op het gebied van aantal vestigingen als in winkelvloeroppervlakte veel aanbod is. Er zijn geen winkelbranches ondervertegenwoordigd. Hetzelfde geldt voor de horecasector, zowel voor de fast service, restaurants als drankverstrekkers, ontspanning, ambachten en dienstverlening.

Het culturele aanbod is de enige categorie waarin het centrum minder aanbod heeft dan andere centrumgebieden. Er zijn momenteel weinig galerieën en musea, ten opzichte van andere centrumgebieden van vergelijkbare omvang. De komst van de bibliotheek naar de Gooische Brink is een versterking van het cultureel aanbod. Bij Gooiland liggen kansen om het culturele aanbod te versterken. De sector ontspanning scoort goed in Hilversum. Echter ontbreken verschillende voorzieningen in het centrum van Hilversum die in vergelijkbare centra wel aanwezig zijn. Jongeren hebben bijvoorbeeld aangegeven dat er voor hen weinig te doen is in het centrum. Zij hebben behoefte aan een gamehal en een ontmoetingsruimte met een actief programma. Ook ouderen hebben behoefte aan een ontmoetingscentrum.

4.2 Aantrekkelijk & levendig



Figuur 12 - Toekomstbeeld aantrekkelijk & levendig. Bron: gemeente Hilversum, 2022.

Ambitie: in 2030 is er een bruisend rondje centrum, waarbij bezoekers automatisch door het gebied worden geleid.

In het centrum is in 2030 een sterke mix ontstaat van winkels, horeca, diensten, leisure, cultuur en maatschappelijke voorzieningen met een functie voor Hilversum en de regio. De komst van de bibliotheek met partners op en rond de Kerkbrink gaat voor een culturele impuls zorgen in het centrum. Daarnaast ligt er een kans voor het toevoegen van woon- en werkfuncties op verdiepingen in de hoofdwinkelstraten en entreegebieden. Deze functies vergroten de levendigheid en het bestedingspotentieel. Zo kan het centrumgebied een sterke(re) samenhang gaan vertonen, waarbij de publieksvoorzieningen op elkaar aansluiten en er een logische looproute ontstaat. Bezoekers worden op die manier langs het grootste deel van de winkels, horeca en andere publieksvoorzieningen geleid. De pleinen en trekkers in het centrum zorgen daarbij voor de verbinding van de deelgebieden. Zij zorgen voor inspiratie, rust en ontmoeting. De beleving van de looproutes kan beter. Zo is er sprake van 'blinde' of dichtgeplakte gevels aan sommige straten waardoor er geen interactie is tussen gebouw en openbare ruimte. Daarbij zijn er ook gevels die liefde en aandacht vragen. Als het gaat om het herstellen van de historische waarden van een gevel biedt het gevelherstelfonds kansen.

Meer groen maakt het centrum aantrekkelijker. Tegelijkertijd draagt het bij aan het oplossen van problemen als hittestress, droogte en wateroverlast. In paragraaf 4.4 wordt het thema groen en duurzaamheid uitgewerkt.

Routing: een rondje centrum

Wat betreft de routing, het werkt goed als je een rondje of achtje kunt lopen. In dat rondje vindt de bezoeker variatie qua sfeer en beleving. Het rondje centrum wordt gevormd door: Stationsplein – Stationsstraat – Marktpluin (Langgewenst) – Groest – Kerkstraat - Schoutenstraat - 's-Gravelandseweg – Kerkbrink – Gooische Brink – Kerkstraat – Zeedijk – Hilvertshof – Groest – Leeuwenstraat. De bronpunten, zoals parkeergarages, fietsenstallingen en het Stationsplein vormen de startplekken.

Voor de herkenbaarheid is het belangrijk dat het gebied een eenduidige basisbestrating en inrichtingselementen krijgt, zoals bankjes, prullenbakken en straatverlichting. De inrichting van de openbare ruimte sluit in basis aan bij die van het Stationsgebied.

Het is wenselijk om het aantal elementen in de openbare ruimte te beperken waardoor er zo veel mogelijk bruikbare publieke ruimte is. Dit kan bijvoorbeeld door inrichtingselementen te combineren (verlichting en borden, groen en zitgelegenheden). Voor de materialen van straten en pleinen kan vanuit het 'dorps karakter' worden gedacht aan een rustige basis met gebakken straatklinkers. De

pleinen en/of de Groest kunnen een verbijzondering krijgen. Niet door andere materialen toe te passen maar door dezelfde basisklinker in een andere kleur toe te voegen om patronen te maken of kleur toe te voegen. Verbijzondering kan ook worden gerealiseerd door verlichting, groen, (groene) kunst, een bijzonder straatmeubel of een overkapping.

Karakterisering pleinen en brinken

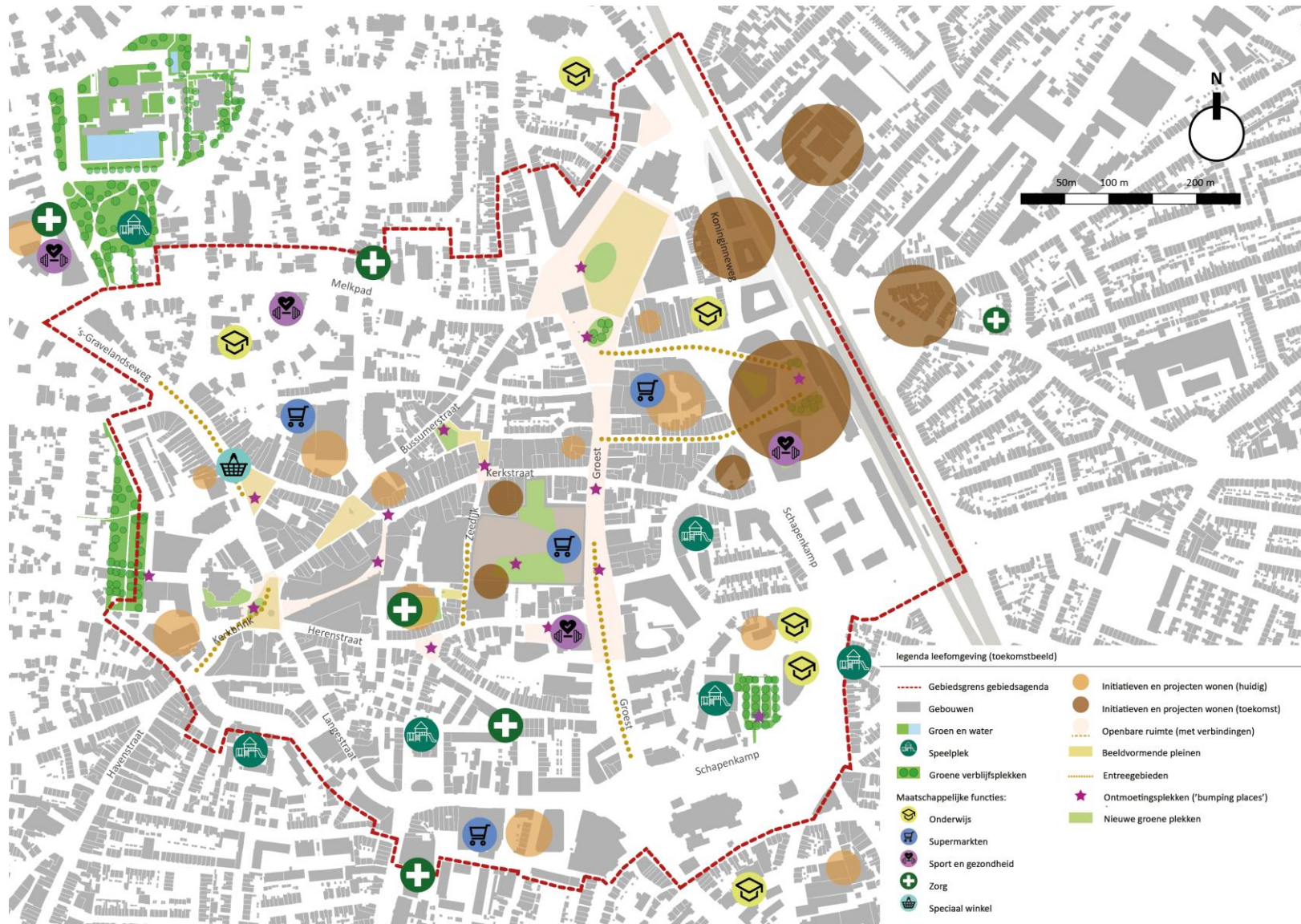
Een verschillende thematisering van de pleinen, passend bij hun karakter, geeft een extra boost aan een goede routing. Hierbij wordt aangesloten op een meer dorps sfeer aan de westzijde van het centrumgebied en een nadruk op een hoogstedelijk karakter aan de oostzijde. De gebouwen bepalen mede de beleving van de verschillende plekken in het centrum. Het ruimtelijk kader geeft soms veel ruimte aan ontwikkelingen die niet op alle locaties even goed passen bij het karakter van de plek. Voor de pleinen is de volgende karakterisering:

- **Kerkbrink (inclusief het plein bij het museum):** groen cultuur- en horecaplein met nadrukkelijk mediaprofiel.
- **'s-Gravelandseweg:** straat met beeldbepalende historische panden en krachtige zelfstandige winkeliers en dienstverleners. Straat eindigt in de brink Keiplein, kenmerkend voor Hilversum.
- **Voorhoeveplein (brinkje Kerkstraat):** Hier is een aantal sterke zelfstandige winkeliers gevestigd en het plein biedt ruimte aan horeca met terras. Er is ruimte voor een element met groen bij de ingang van de Gooische Brink, op de hoek Kerkstraat en Gooische Brink.
- **Gooische Brink:** leer- en ontdekplek in een circulaire brink. Met de komst van een nieuwe generatie bibliotheek wordt een krachtige basis neergezet voor leren en ontdekken. De winkels in de Gooische Brink kunnen hierop aansluiten.
- **Dak Hilvertshof:** gemeente gaat met de eigenaar in gesprek om te onderzoeken of we hier een mooie achter(dak)tuin van het centrum kunnen aanleggen. Momenteel doet het dak dienst als parkeerdek. De parkeergarage Hilvertshof heeft 631 parkeerplaatsen. De parkeerplaatsen worden niet altijd even intensief gebruikt. Een groene daktuin, deels vanuit een flexibele insteek, waarbij de groenelementen kunnen worden weggehaald op piekmomenten, levert een fraaie bijdrage /aan een groener centrum.
- **Marktpluin (Langgewenst):** warenmarkt- en evenementenplein met een flexibele en dynamische groene insteek. Het plein biedt voldoende ruimte voor de wekelijkse markt en vier grote evenementen per jaar, zoals de kermis en festivals. Op de dagen dat er geen markt of evenement is, is het plein een grote kale, grijze stenen vlakte. Dit komt de aantrekkelijkheid van het plein niet ten goede. Insteek is om mobiele groenelementen te plaatsen op het plein die gemakkelijk kunnen worden verplaatst op de marktdag en tijdens evenementen. Belangrijk is dat niet iedereen de

elementen kan verplaatsen. De gemeente onderzoekt de mogelijkheden om op het plein ook blijvend (kleinschalig) met groen te realiseren, zonder dat de functie als warenmarkt- en evenementenplein hiermee in het geding komt. De combinatie met een waterpartij zorgt dat het overtollige water op het plein kan worden opgevangen op de momenten dat het plein blank staat. Daarnaast wordt de onoverzichtelijke en onveilige verkeerssituatie rondom het plein verbeterd.

- **Groest:** terrassen en uitgaan. In combinatie met het toewerken naar een compacter centrum (4.1) wordt de Groest een krachtig entreegebied. Hierbij is verbetering van de openbare ruimte op de hoek Groest en Herenstraat gewenst.
- **Filmtheaterplein (aan de Herenstraat):** culturele hart met ontmoetingsfunctie. Belangrijk is dat het filmtheaterplein beter verbonden wordt met de Groest en de Zeedijk.
- **Wagenmakersplein:** Plein voor ontmoeting, maar ook veelgebruikte fietsparkeerplek. In de toekomst kan het plein worden verbeterd door het te ontwikkelen naar een speelplein met een speelelement en groen.
- **Stationsplein:** een levendige, groene en veilige plek die het centrum en Hilversum Oost met elkaar verbindt. Het Stationsplein wordt een aantrekkelijk entree van het centrum vanaf het station waar onder andere ruimte is voor mediabedrijven.

4.3 Fijne leefomgeving



Figuur 13 - Toekomstbeeld fijne leefomgeving. Bron: gemeente Hilversum, 2022.

Ambitie: in 2030 is het centrum van Hilversum een fijne plek om te winkelen, ontmoeten, werken, wonen en recreëren.

Het centrum is een gebied voor en van alle Hilversummers en bezoekers uit de regio. Hier komen mensen bijeen om elkaar te ontmoeten, een bezoek te brengen aan de winkels, culturele voorzieningen of horeca, een dagje of avond uit te gaan en te ontspannen. Tegelijkertijd heeft het centrum ook een regionale aantrekkingsfunctie voor bezoekers van buiten Hilversum die het centrum ook waarderen. Ook is het centrum een plek om te wonen. De afgelopen jaren zijn nieuwe woningen gerealiseerd, vooral boven winkelpanden. De komende jaren neemt het aantal woningen verder toe. Dit alles maakt dat een fijne leefomgeving belangrijk is. De volgende vragen spelen daarbij: hoe kan een aantrekkelijk en levendig centrumgebied worden gerealiseerd, met beperkte overlast voor de bewoners? Hoe kan het centrum zowel gastvrij zijn voor bezoekers als een echt 'thuis' voor bewoners? Wat is de juiste balans tussen rust en reuring?

Het centrum kan meer nieuwe bewoners verwelkomen en hen een dynamische woonomgeving bieden. Daarbij zijn maatregelen nodig die de (sociale) veiligheid en leefbaarheid borgen. Het doel is om een aangename sfeer te waarborgen. Door bewoners, ondernemers en maatschappelijke partners is de Groest nadrukkelijk als verbeterplek aangewezen op het gebied van veiligheid en sfeer.

Schoon, heel en veilig

Vervuiling en overlast komen naar voren als specifieke problematiek, aangegeven door bewoners en bezoekers. Vervuiling uit zich in bijvoorbeeld zwerfvuil en hondenpoep. Daarnaast wordt overlast ervaren van bijvoorbeeld rondhangen, coffeeshops, wildstallen van fietsen en scooters, een ongewenst beeld door vuilniscontainers op straat en overlast van kauwen. 'Schoon, heel en veilig' blijft daarom een belangrijke randvoorwaarde voor een fijne leefomgeving in het centrum. Dit vraagt om actief beheer van de openbare ruimte.

Sociale controle is belangrijk voor het gevoel van veiligheid. Meer inwoners in het centrum zorgt dat er ook na sluitingstijd van de winkels mensen op straat zijn. Woningen hebben woonkamers en mogelijk buitenruimtes met uitzicht op de openbare ruimte. Voor de ruimtes direct aan de straat zijn er soms gesloten of dichtgeplakte gevels waardoor er geen zicht is vanuit de gebouwen op de openbare ruimte. Hier dient aandacht voor te zijn bij toekomstige ontwikkelingen. Tijdens corona zijn de terrassen tijdelijk uitgebreid, om zo ruimte te geven aan horecabezoek in de anderhalvemetersamenleving. De vraag is in hoeverre deze uitbreiding nog nodig en wenselijk is. Dit wordt onderzocht.

Toename centrumwoningen

Naast de te verwachten extra woningen in het centrum zijn er kansen om nog meer woningen toe te voegen, met name woningen boven winkels. Nu de vraag naar woningen hoog is, is de investeringsbereidheid hoog. Transformaties in de entreegebieden blijven uit omdat de parkeernorm voor andere functies hier hoog is. De gemeente werkt aan nieuw parkeerbeleid waarin dit wordt aangepast.

Naast het toevoegen van studio's en kleine appartementen voor jongeren en starters zijn er in de randen van het centrum kansen voor het vergroten van het woonzorgaanbod. Mogelijkheden liggen bij het toevoegen van zorgwoningen die voldoen aan de wensen van de Hilversumse ouderen. Dit kan goed opgaan met de toevoeging van meer zorgvoorzieningen.

Fijne werkplek

Daarnaast is het belangrijk dat het centrum ook een fijne plek blijft om te werken. De werkgelegenheid in het centrum neemt af en er is een tekort aan ruimte voor bedrijvigheid in Hilversum (Economisch Perspectief, 2040). Er wordt in het Economisch Perspectief 2040 uitgegaan van een benodigde toevoeging van circa 60.000 tot 130.000 m² kantoorruimte tot 2040 in Hilversum op de informele werklocaties, waaronder het centrum. In het centrum zijn leegstaande panden interessant als werkplek om de broedplaats- en ontmoetingsfunctie verder vorm te geven. Ook uit het participatietraject is gebleken dat hier veel vraag naar is vanuit ondernemend Hilversum.

Toevoeging maatschappelijke voorzieningen

Gezien het toenemende aantal inwoners in het centrum en de vergrijzing is het belangrijk om ruimte te reserveren voor maatschappelijke voorzieningen. Te denken valt aan een huisarts of apotheek. Er is in Hilversum sprake van een gebrek aan ruimte voor dergelijke voorzieningen. De exacte behoefte voor de toekomst zal voor geheel Hilversum onderzocht worden. Dit is één van de vervolgonderzoeken uit de Omgevingsvisie.

Ontmoetingsplekken

Het centrum is een ontmoetingsplek voor bewoners en wordt ook wel gezien als 'huiskamer van de stad'. Centrubewoners zijn individualistischer ingesteld en minder aangewezen op hun burens voor hun sociale contacten dan andere deelgebieden in Hilversum (Hilversum Monitor, 2021). Dit verklaart de relatief lage onderlinge betrokkenheid van centrubewoners ten opzichte van het Hilversumse gemiddelde. Toch is ontmoeting in de participatie veelvuldig benoemd als cruciale

factor voor een fijne leefomgeving in het centrum. Community-building en het organiseren van activiteiten voor (oude en nieuwe) bewoners kan het gevoel van verbondenheid vergroten. Met de vestiging van de bibliotheek heeft het centrum er straks een aansprekende en moderne ontmoetingsplek bij.

Toevallige ontmoetingen kunnen ook ruimtelijk worden gefaciliteerd. Voorbeelden zijn bankjes en fitnessstoestellen in de openbare ruimte. Verschillende mensen komen elkaar daarmee sneller en vaker tegen in het centrum. Door prettige ontmoetingsplekken te creëren ontstaan 'bumping places': ontmoetingsplekken waar de bewoners graag naar toe komen en elkaar (onverwacht) ontmoeten. Plekken in het centrum waar nu al ontmoetingen plaatsvinden koesteren we. Spelen en bewegen krijgen hier meer nadruk. Dit zijn bijvoorbeeld de markt op het Marktpllein, de terrassen, de vergroende Zeedijk, de stadsparken (Vitushof, Gedenkt te sterven, Oude Haven), aan de randen van het centrum en in de toekomst de nieuwe bibliotheek. Kansen liggen er bijvoorbeeld bij het toevoegen van een (groene) ontmoetingsplek met speelvoorziening op het Wagenmakersplein.

Multifunctioneel straatmeubilair

Een fijne leefomgeving is een omgeving die beweegvriendelijk is. Concrete maatregelen om spelen en bewegen te bevorderen zijn het plaatsen van multifunctioneel straatmeubilair zoals bankjes waar mensen zich ook op kunnen opdrukken en plantenbakken waar op geskatet kan worden.



Figuur 14 - Voorbeelden mogelijke ontmoetingsplekken. Bron: Sweco en gemeente Hilversum, 2022.

4.4 Groen & duurzaam



Figuur 15 - Toekomstbeeld groen en duurzaam. Bron: gemeente Hilversum, 2022.

Ambitie: in 2030 heeft het centrum een groen karakter, met veel aandacht voor duurzaamheid.

Vergroening & klimaatadaptatie

Het centrum is het meest versteend van alle Hilversumse deelgebieden. Het centrum is kwetsbaar voor wateroverlast bij hevige regenval (dit komt uit de klimaatstresstest). Het veranderende klimaat met weersextremen, de hoge kans op hittestress in het centrum, de toename van het aantal centrumbewoners en het groeiende bewustzijn over de voordelen voor gezondheid en welzijn van een groene omgeving, maken dat vergroening van het centrum hoge prioriteit heeft. Nu al ervaart de helft van de inwoners in het centrum 1,5 week per jaar hittestress door warme nachten (uit Programma Groen). Voor 2050 is voorspeld dat inwoners in het centrum drie weken per jaar hittestress ervaren door warme nachten. Groen heeft een grote impact op de verblijfs- en woonkwaliteit. In de participatie en eerdere onderzoeken naar bewoners- en bezoekerswaardering van het centrum komt groen meermaals naar voren als verbeterpunt.

In lijn met het Programma Groen dat de gemeente Hilversum heeft opgesteld, dienen vergroeningsmaatregelen in het centrum bij te dragen aan een groene, gezonde en klimaatbestendige leefomgeving. Daarbij staan drie doelstellingen van vergroening centraal:

- **Biodiversiteit:** stimuleren en vergroten van de biodiversiteit door te zorgen voor meer en verschillende planten, bloemen, bomen en dieren.
- **Klimaatbestendigheid:** ontwikkelen van een klimaatbestendige, prettige leefomgeving die bestand is tegen toekomstige veranderingen als meer hitte, extreme buiten en/of meer droogte.
- **Vitaliteit:** bijdragen aan de vitaliteit: gezondheid, ontspanning, geluk, ontmoeten en samen doen.

Aanvullend kan groen ook een bijdrage leveren aan een positievere winkelbeleving en bezoekerservaring in het centrum en bijdragen aan het versterken van het imago van het centrum als aantrekkelijk gebied om te wonen, ontmoeten, werken, winkelen en recreëren. Ook de waardering van centrumbewoners voor hun woonomgeving wordt hiermee vergroot.

In het centrum is weinig ruimte op het maaiveld om nog grote groenoppervlakten toe te voegen. Bovendien is vergroening vaak in strijd met benodigde ruimte voor andere functies, bijvoorbeeld parkeerplaatsen en laad- en losplekken, kabels en leidingen, ruimte voor voetgangers en fietsen en terrassen. Voor de vergroening van het centrum zijn daarom creatieve en innovatieve oplossingen nodig, waarbij binnen de beperkte ruimte vergroeningskansen optimaal worden verzilverd. Blijvend groen met bomen en vaste planten genieten de voorkeur boven planten- en bloembakken. Positief is dat bewoners deels bereid zijn ruimte voor de rijbaan

of parkeerplaatsen voor de deur op te geven om ruimte te creëren voor meer groen. In het centrum zijn door de gemeente zoekgebieden aangewezen waar maatregelen voor waterberging op straat en onder het maaiveld worden getroffen, om toekomstige wateroverlast te voorkomen en/of te beperken.

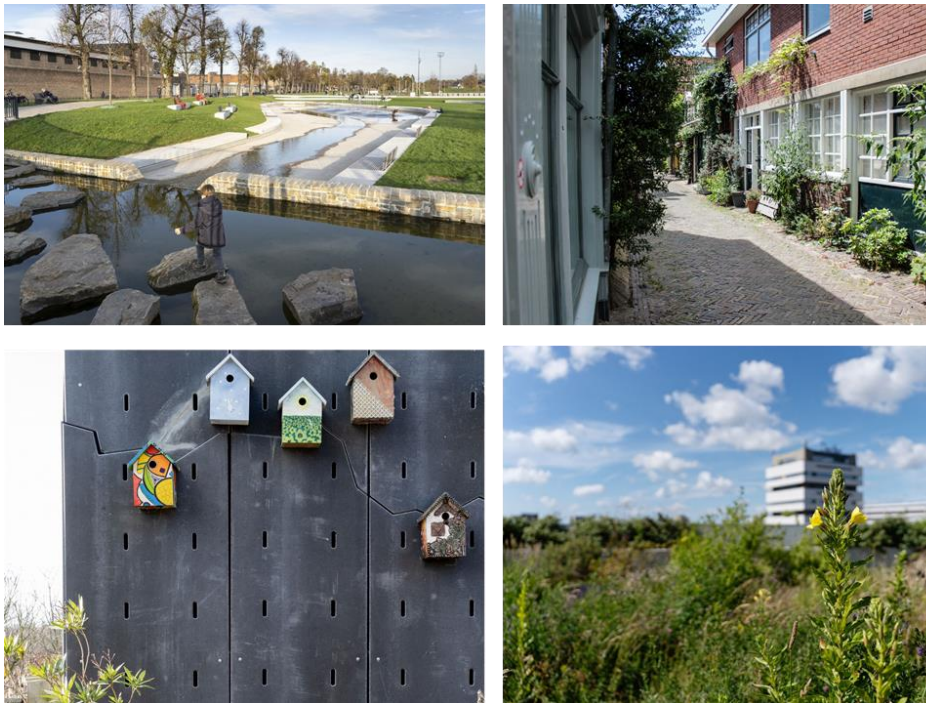


Figuur 16 – fantasiebeeld van een groen en natuurinclusief Hilversum centrum. Bron: programma Groen Hilversum 2040, gemeente Hilversum.

Groenblauwe oplossingen

In het gehele centrum zijn groenblauwe oplossingen nodig. Uit de participatie en vanuit de ruimtelijke inpassingsmogelijkheden zijn een aantal locaties in het centrum met name geschikt om hier invulling aan te geven. Dit zijn het Wagenmakersplein, de kop van de Zeedijk (aan de kant van de Herenstraat), het brinkje aan de Kerkstraat ('Voorhoeveplein') en het Herenplein. Concrete voorbeelden van creatieve en innovatieve oplossingen voor de inpassing van groen en water(berging) zijn:

- Planten van bomen waar de ruimte dit toelaat en dit niet in strijd is met andere functies en (ondergrondse) infrastructuur.
- Toevoegen van plantenvakken met vaste planten in de openbare ruimte. Dit in combinatie met water, om verdroging tegen te gaan door hemelwater vast te houden en infiltreren, waarmee de beschikbaarheid van bodemvocht voor groen wordt vergroot.



Figuur 17 - Voorbeelden groenblauwe oplossingen. Bron: Sweco, 2022.

- Stimuleren van groene gevels en daken door vastgoedeigenaren. De relatief grote dak- en geveloppervlakten van winkelpanden zijn hierin specifiek kansrijk.
- Stimuleren van geveltuintjes, die op kleine schaal bijdragen aan klimaatbestendigheid en de groene uitstraling sterk kunnen verbeteren. Er zijn plannen in de maak om de Zeedijk te voorzien van geveltuintjes.
- Natuurinclusieve maatregelen bij transformatieprojecten en toevoeging van vogelhuisjes, insectenhôtels en vleermuiskasten in de bestaande gebouwde omgeving.
- Creëren van verkoelings- en schaduwplekken op strategische locaties op centrumplekken waar hittestress optreedt. Een idee zijn waterspeelplekken voor kinderen of fontein. Dergelijke plekken kunnen ook een functie als wateropvangplek krijgen voor de momenten dat een te veel aan water in het centrum aanwezig is door bijvoorbeeld zware regenbuien.
- Vergroenen van loop- en fietsroutes vanuit het centrum naar groene plekken aan de randen van het centrum. Door groene daken en groen op het maaiveld slim aan elkaar te koppelen, ontstaan betere ecologische verbindingen.

- Beperken van wateroverlast bij hevige regenval, bijvoorbeeld door middel van waterberging en infiltratie. De riolering in het gebied is gescheiden, dus hemelwater wordt al apart van vuilwater verwerkt.
- Toevoegen van (tijdelijk) verplaatsbaar groen, waar geen ruimte is voor vaste groenoplossingen. Dit kan vooral een belangrijke bijdrage leveren aan een groene uitstraling van een straat of plein, mits het goed wordt onderhouden. Het marktplein is een locatie waar dit een waardevolle toevoeging kan zijn, zonder dat dit de warenmarkt- en evenementenfunctie beperkt.

Duurzaamheid

Er is de komende jaren een grote slag te maken in de verduurzaming van het centrum. Dit vergt inspanning op verschillende duurzaamheidsthema's. De energietransitie en klimaatadaptatie vormen daarbij de focus. Klimaatadaptatie wordt vormgegeven door een groene(re) invulling van het centrumgebied en oplossingen voor wateropvang, zoals beschreven in de voorgaande alinea. De opgaven in de energietransitie vragen om het verduurzamen van het vastgoed. De energiecrisis heeft de noodzaak van het verminderen van het energieverbruik nog urgenter gemaakt. Energiebesparende maatregelen zijn dan ook noodzakelijk. Collectieve afspraken en commitment vormen de basis voor ondernemers en vastgoedeigenaren om belangrijke stappen te kunnen maken. Denk aan een collectief 'deuren dicht-beleid' van winkeliers en afspraken om lichten in alle kantoren en werkruimten 's nachts uit te zetten.

Naast reductie van de energievraag door het besparen van energie, is het van belang om energie waar mogelijk lokaal op te wekken. Door de beperkte ruimte in het centrum vraagt dit om het benutten van de aanwezige oppervlakten voor zonne-energie. Daarnaast is het bij grotere projecten kansrijk om te onderzoeken of een warmtekoelopslag kan worden toegepast.

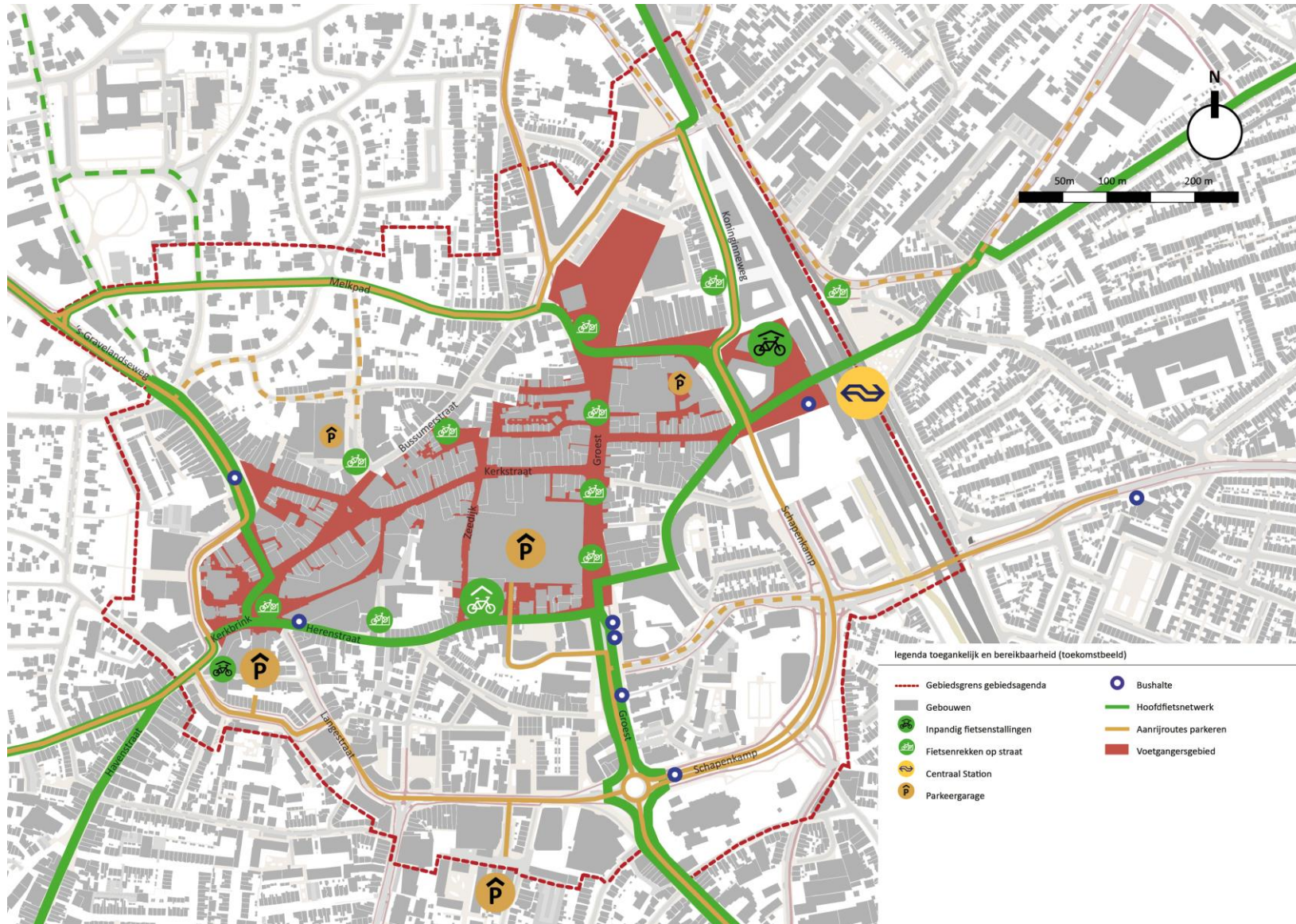
Vooralsnog kan met lokale opwekking niet in de volledige energiebehoefte in het centrum worden voorzien. De ambitie is om zo snel mogelijk aardgasvrij te worden. Elektrificatie is daarom van groot belang. Zo wordt het centrum minder afhankelijk van externe factoren bij het voorzien in de energiebehoefte. Belangrijke randvoorwaarden daarbij zijn de verzwaring van het energienet en ruimtelijke reserveringen voor bijvoorbeeld transformatorvoorzieningen. Het is in het centrum van belang om te onderzoeken of dergelijke voorzieningen voor het energienet inpandig zijn op te lossen en te combineren met fietsenstallingen en/of bedrijfsafvalcontainers. Grootschalige projecten bieden in het bijzonder kansen voor de energietransitie. Bij grote nieuwe ontwikkelingen, zoals in het Stationsgebied, ligt het voor de hand om te zoeken naar collectieve oplossingen.

Om schone mobiliteit verder te stimuleren is van belang om meer laadplekken te creëren in het centrum, vooral in de parkeergarages. Insteek is om het centrum aantrekkelijker te maken voor bezoekers te voet, met de fiets en elektrische auto's dan voor bezoekers met benzine- en dieselauto's.



Figuur 18 - Lokaal energie opwekken: zonnepanelen op daken langs de 's-Gravelandseweg en Oude Torenstraat. Bron: gemeente Hilversum, 2022.

4.5 Toegankelijk & bereikbaar



Figuur 19 - Toekomstbeeld toegankelijk en bereikbaar. Bron: gemeente Hilversum, 2022.

Ambitie: in 2030 is het centrum voor iedereen toegankelijk, goed bereikbaar en verkeersveilig

Optimale bereikbaarheid voor fiets en voetganger

Het Koopstromenonderzoek 2021 toont aan dat nu 42% van de huidige bezoekers met de fiets komt, gevolgd door de auto (36%), te voet (18%) en het openbaar vervoer (4%). In het centrum, als hart van Hilversum, wordt in de toekomst nog meer prioriteit gegeven aan de bereikbaarheid voor de voetganger en fietser. Daarna wordt ingezet op bereikbaarheid via het openbaar vervoer en tot slot op bereikbaarheid voor de auto. Dit is noodzakelijk voor een veilig, gezond en duurzaam centrum, waar het prettig is om te verblijven en waar ruimte is om te flaneren. Hier past een dominante rol voor de auto niet in. Het vraagt echter om een andere inrichting van de openbare ruimte en een andere manier van denken door bezoekers van het centrum. Deze ontwikkeling is al gaande. Mensen kiezen er steeds vaker voor om de auto te laten staan, uit duurzaamheids- of gezondheidsoverwegingen of omdat het de meest efficiënte keuze is. Stap voor stap wordt toegewerkt naar een centrum met minder auto's en meer ruimte voor mensen, dieren, planten en bomen.

Bereikbaarheid nu nog niet optimaal

Het centrum van Hilversum heeft een regionale functie. Het is hét winkelgebied voor de regio Gooi- en Vechtstreek. Een goede bereikbaarheid is daarom van groot belang, maar op dit moment nog niet optimaal. De bereikbaarheid en toegankelijk voor de fietser en voetganger dient te worden verbeterd. De toegangsstraten (bijvoorbeeld de Havenstraat, Vaartweg, Noorderweg, de oversteek over de Schapenkamp vanaf de Interwijk tunnel richting het centrum) zijn vaak smal, verkeersonveilig en worden als onprettig ervaren. Ook sommige straten in het centrum zelf zijn niet optimaal voor langzaam verkeer. Zo wordt de Herenstraat gedomineerd door auto's en vrachtwagens die de laad- en losplaats van de bevoorrading inrijden of langs de weg laden en lossen. De routes van en naar de parkeergarages leveren onveilige verkeerssituaties op, zoals bij het Hilvertshof, Noordse Bosje en Gooische Brink. Op veel wegen in en rond het centrum ontbreekt een duidelijke plek voor de fiets (Bussumerstraat, Herenstraat). Voor de voetganger is de ruimte vaak zeer beperkt, door smalle trottoirs, waarop scooters en fietsen gestald worden en waar auto's worden geparkeerd.

Verschillende maatregelen om ambitie te verwezenlijken

De ambitie is om het centrum zo in te richten dat het aantrekkelijk is om te voet, met de fiets of met het openbaar vervoer naar het centrum te gaan. Dit vraagt om verschillende maatregelen en inspanningen. Deze zijn opgenomen in het uitvoeringsprogramma mobiliteit. Ten eerste is een maatregel om het centrum (binnen de Centrumring) autoluw te maken. Dit zorgt voor meer ruimte voor

fietsers en voetgangers. Hoe het autoluwe centrum er precies uit gaat zien, wordt momenteel onderzocht. Het verleggen van de Centrumring zodat de Stationsstraat autoluw wordt, is een eerste stap, die als onderdeel van het Stationsgebied wordt uitgevoerd. Het blijft voor bezoekers uit de regio van belang dat er op acceptabele loopafstand voldoende autoparkeerplekken beschikbaar blijven.

Van de Herenstraat willen we een fietsstraat maken. Dit betekent dat de straat wordt ingericht voor de fiets, en de auto te gast is. Ook voor andere straten in het centrum wordt onderzocht of er mogelijkheden zijn om fiets- of leefstraten te realiseren. Een leefstraat houdt een andere straatinrichting in, met minder ruimte voor de auto en meer ruimte voor groen, om elkaar te ontmoeten en te spelen. Zo'n andere inrichting biedt ook de mogelijkheid om meer in te zetten op een groen centrum. Een derde maatregel is om deelfietsen te stimuleren, om de fiets een nog gemakkelijkere en aantrekkelijkere keuze te maken en auto's waar mogelijk buiten het centrum te houden. Dit wordt in een apart plan uitgewerkt.

Daarnaast worden extra fietsenstallingen in het centrum gerealiseerd. De bestaande inpandige stalling op de Zeedijk wordt goed gebruikt. Ook bij de Kerkbrink en het Stationsgebied worden (bewaakte) inpandige fietsenstallingen gerealiseerd. Onder het Stationsplein komt een grote ondergrondse fietsenstalling met 5.000 plekken. De zuid-, oost- en westzijde van het centrum lijken daarmee in de toekomst goed voorzien te zijn van stallingsmogelijkheden voor fietsen op korte afstand van het centrum. Aan de noordzijde kan het echter nodig zijn een overdekte fietsenstalling toe te voegen. De gemeente onderzoekt daarom ook of en waar het wenselijk is om dit te realiseren. Om een optimale centrumbeleving te creëren wordt in het kader van het uitvoeringsprogramma mobiliteit een visie uitgewerkt op de routing binnen het centrum voor loop- en fietsroutes en voor de auto. Deze sluiten aan op de fietsenstallingen en de parkeergarages. Een andere ambitie is om de maximumsnelheid op de centrumring te verlagen naar 30 km/u. Dit zorgt voor minder verkeersonveilige situaties, bijvoorbeeld bij kruisende fietsers en voetgangers. Daarnaast leidt het tot een lagere geluidbelasting en mogelijk tot minder uitstoot van schadelijke stoffen, en daarmee tot een fijnere (leef)omgeving. Om die reden wordt ook een zero-emissiezone ingesteld. In deze zone zijn alleen vrachtwagens en bestelbussen zonder CO₂-uitstoot welkom.

Via gebiedsgerichte afspraken over bevoorrading, afvalverwerking en eventuele pakketkluisen kan het aantal vrachtwagens en bestelbusjes worden gereduceerd. Ondernemers en winkeliers zien ook kansen voor logistieke hubs. Ook dit draagt bij aan een schoner en verkeersveiliger centrum.

Een toegankelijk centrum

Het centrum is van iedereen, en iedereen is welkom in het centrum. Voor de toekomst wordt daarom ingezet op gastvrijheid: het verbeteren van de inclusiviteit

en toegankelijkheid van het centrum. Dat kan zich uiten bijvoorbeeld in het toevoegen van openbare (mindervaliden)toiletten, het verwijderen van drempels of andere hoogteverschillen en voldoende ruime paden. Daarnaast is het voor mensen met een visuele beperking van belang dat de geleidelijnen vrij blijven van obstakels, dat er duidelijke nummering is op winkels en een goede verlichting. Hiervoor heeft de gemeente afspraken met winkeliers en horeca; van belang is om die afspraken te blijven bekrachtigen. Mensen die slecht ter been zijn willen in de buurt van de winkels kunnen parkeren met de fiets of auto en ergens kunnen zitten om even uit te rusten.



Figuur 20 - Voorbeelden toegankelijk en bereikbaar centrum. Bron: gemeente Hilversum, 2022.

5. Uitvoering

5.1 Rol partners

Alle direct betrokken partijen hebben een rol in het realiseren van een levendig, gastvrij en toekomstbestendig centrum in 2030. De gemeente vanuit het scheppen van de randvoorwaarden, eigenaren en gebruikers (ondernemers en inwoners) geven invulling aan de randvoorwaarden.

Voor de maatregelen is een groot palet aan instrumenten beschikbaar voor de partners. Op **juridisch** gebied zijn het bestemmingsplan voor de gemeente belangrijke instrumenten. Belangrijk is dat het concentratiegebied tot uitdrukking komt in het bestemmingplan. Binnen het gebied waar de hoofdwinkelstraten en entreegebieden toe behoren zijn op de begane grond centrumfuncties toegestaan. Buiten dat gebied wordt de winkelfunctie minder relevant.

Voorbeelden van **organisatorische** instrumenten die kunnen bijdragen om te komen tot een levendig, gastvrij en toekomstbestendig centrum zijn het neerzetten van een transformatie expert pool, een transformatiemanager en een krachtig samenwerkingsverband. Een transformatie-expert-pool bestaat uit specialisten, zoals een financieel specialist, architect en bouwkundig specialist die ieder op hun eigen vakgebied eigenaren en ondernemers kunnen helpen in het transformatieproces. Voor gebruikmaking van de experts kan de planontwikkelingssubsidie worden ingezet. De pool wordt aangestuurd door een beleidsmedewerker van de gemeente die als linking-pin zorgt dat eigenaren en ondernemers door de juiste specialisten worden geholpen. Ook begeleidt die persoon het gemeentelijke proces.

Als **financiële** instrumenten kunnen de volgende instrumenten helpen om veranderingen tot stand te brengen: subsidies, zoals plan-, verplaatsings- en ontwikkelingssubsidies (zie paragraaf 4.1, die gedurende een afgebakende periode worden ingezet om bijvoorbeeld transformaties tot stand te brengen en het behoud van de bijdrage van de gemeente aan de marketing en communicatie van het kernwinkelgebied. De gemeente en/of de partners kunnen ook overgaan tot het opkopen van vastgoed via een fonds om de functie van een pand te beïnvloeden. Dit is een vergaande vorm van beïnvloeding om de visie tot stand te brengen. Het kan echter een interessant instrument zijn om snel tot resultaat te komen.

5.2 De Uitvoeringsagenda

In de uitvoeringagenda staan per speerpunt maatregelen voor de periode 2023-2026. Het gaat om maatregelen die bij de gemeente liggen en om maatregelen waarbij wordt samengewerkt met vastgoedeigenaren, winkeliers, ontwikkelaars en maatschappelijke partners.

De kolom 'financiering' geeft de investering voor concrete maatregelen weer. De personele inzet vanuit de gemeente valt hier buiten, evenals eventuele toekomstige extra beheerkosten. Per maatregel is bekeken wat mogelijke koppelkansen zijn, zodat er aan verschillende opgaven tegelijkertijd wordt gewerkt.

De gemeente heeft een taak om voorwaarden te scheppen. Deze rol is zichtbaar in de aanpassing van de openbare ruimte door middel van de bestrating, groenelementen en inrichtingselementen zoals bankjes en prullenbakken. Met behulp van de inzet van de centrummanager en inzet van een transformatiemanager, samen met subsidies, kunnen verplaatsingen en transformaties worden gestimuleerd. De private partijen hebben naast een rol ten aanzien van hun eigen pand(en) ook gezamenlijk een taak om het centrum te versterken.

De ene maatregel heeft meer impact dan de andere. Bij het maken van keuzes wordt voorrang gegeven aan de maatregelen met een hoge impact. In de tabel zijn deze groen gemarkeerd.

Er zijn koppelingen gemaakt met andere interne budgetten, zoals het Programma Groen en het uitvoeringsprogramma mobiliteit, de investeringen voor het project Kerkbrink en het project Stationsgebied.

In deze gebiedsagenda staan de wensen en ambities voor investeringen in het centrum. We kunnen de komende jaren al veel maatregelen uitvoeren. Voor grote fysieke investeringen in de openbare ruimte worden aparte investeringsvoorstellen gedaan als de financiële ruimte er is. Dit zijn maatregelen zoals het vervangen van de bestrating, beweegvriendelijke omgeving en klimaatadaptatiemaatregelen.

Speerpunt	Maatregel	Trekker	Impact	Planning	Financiering	Incidenteel / structureel	
Compact centrum	PRIORITEITEN	Aanstellen transformatiemanager voor twee jaar met als taken; verplaatsen van winkels naar het hoofdwinkelgebied; nieuw perspectief voor achtergebleven vastgoed.	Taskforce, gemeente opdrachtgever	Hoog	Q3 2023 start werving	€75.000 per jaar	Incidenteel
		Onderzoeken en vervolgens instellen transformatie-, verplaatsings- en/of ontwikkelingssubsidies om beweging naar compact centrum te versnellen.	Gemeente	Hoog	Q3 2023	€100.000	Incidenteel
		Aanpassing bestemmingsplannen: centrumfuncties voorbehouden aan het hoofdwinkelgebied en aangewezen entreegebieden. Voorzienbaarheid creëren op locaties waar geen detailhandel gewenst is.	Gemeente	Hoog	Q1 2024	Reguliere inzet	
	DIT DOEN WE OOK	Onderzoeken wenselijkheid en vervolgens instellen transformatieexpertpool.	Gemeente	Gemiddeld	Q3 2023	Reguliere inzet	
		Acquisitie door centrummanager en Hilversum Marketing – doorlopende activiteit.	sCH i.s.m. Hilversum Marketing	Gemiddeld	Doorlopende activiteit	Reguliere inzet	
		Deelname aan de City Deal dynamische binnensteden. City Deals zijn thematische samenwerkingen waarin de grootste gemeenten, ministeries, private partijen, kennisinstellingen en andere organisaties werken aan innovatieve oplossingen voor complexe stedelijke opgaven. We verkennen en ontwikkelen instrumentarium om de regierol waar te maken.	Gemeente	Gemiddeld	2023 en verder	€40.000 per jaar voor 2023 – 2025. Claim in voorjaarsnota.	Incidenteel

Speerpunt	Maatregel	Trekker	Impact	Planning	Financiering	Incidenteel / structureel	
Aantrekkelijk & levendig	PRIORITEITEN	Verdere invulling geven aan Hilversum Mediastad met programmering van cultuur en evenementen gericht op media. Aanhaken op Hilversum 600 jaar.	Taskforce, trekkersrol Hilversum Marketing	Hoog	Doorlopend	Reguliere inzet	
		Opstellen en uitvoeren integraal verlichtingsplan	sCH, met gemeente	Hoog	2023 aanvang	Reguliere inzet	
		Herbestrating en bijvoorbeeld bankjes, planten, (media en groene) kunst ontwikkelen in de publieke ruimte van 'Hilversum Mediastad'. Bij uitvoering volgt apart investeringsvoorstel.	Gemeente	Gemiddeld	Aanvang in 2024	Dekking vanuit coalitieakkoord, middelen ter dekking van kapitaallasten	Incidenteel
	DIT DOEN WE OOK	Opnieuw instellen gevelherstelfonds, om eigenaren te stimuleren historische karakter gevel te versterken. Bij succes regeling mogelijk verlenging.	Gemeente	Gemiddeld	Q3 2023 start	€100.000 voor subsidiefonds	Incidenteel
		Handhaven en opnieuw bekrachtigen bestaande afspraken over uitstallingen (reclameborden, luifels etc., zoals in vastgelegd in 'nadere regels')	Gemeente en ondernemers	Gemiddeld	Doorlopend	Reguliere inzet	
		Vaststellen locatieprofielen en verwerken in het bestemmingsplan	Gemeente	Gemiddeld	2023	Reguliere inzet	
		Nadere regels terrassen evalueren en eventueel herijken, met oog voor ontwikkeling corona en wensen	Gemeente	Gemiddeld	2024	Reguliere inzet	
		Vergroting van de levendigheid: beleving bij de commerciële functies. Niet alleen in de openbare ruimte, maar ook bij de voorzieningen wordt de bezoeker verrast. Etalages zijn aantrekkelijk, evenementen en winkels sluiten op elkaar aan. Ondernemers doen mee.	sCH, ondernemers, taskforce	Gemiddeld	Doorlopend	Reguliere inzet	

Speerpunt	Maatregel	Trekker	Impact	Planning	Financiering	Incidenteel / structureel	
Fijne leefomgeving	PRIORITEITEN	Inzet van (parkeer)BOA's en politie om het gevoel van veiligheid overdag en 's avonds te versterken. Mogelijk d.m.v. de uitwerking van een veiligheids- en sfeerplan hoofdwinkelgebied en entreegebieden, met aandacht voor onoverzichtelijke plekken.	Gemeente	Medium	Aanvang 2023	Reguliere inzet	
		Ontwikkelen plan voor laagdrempelige ontmoetingsplekken, ook voor jongeren. Kansen zijn een gamehal en aanbod zoals muziekstudio's rondom cultuurplein Kerkbrink en Gooische Brink.	Gemeente met transformatie manager	Medium	Aanvang 2023	Inzet transformatie-manager	
		Betere regulering van bedrijfsafval (incl. afvalscheiding) en zoeken naar inpandige oplossingen.	sCH i.s.m. individuele ondernemers en gemeente	Medium	Aanvang 2023	Reguliere inzet	
	DIT DOEN WE OOK	Ontwikkeling plan voor beweegvriendelijke omgeving (routes voor ommetjes, fitnessstoestellen). Deel dekking uitvoering mogelijk uit programma groen, programma mobiliteit	Gemeente i.s.m. partners	Medium	Aanvang 2024	Dekking vanuit coalitieakkoord, middelen ter dekking van kapitaallasten	Incidenteel
		Handhaven van overlast van scooters en fietsers, lawaai en onveilige situaties	Gemeente	Medium	Doorlopend	Reguliere inzet	
		Stimuleren communitybuilding bewoners i.s.m. hilversummers.nl	Gemeente	Medium	Doorlopend	Reguliere inzet	

Speerpunt	Maatregel	Trekker	Impact	Planning	Financiering	Incidenteel / structureel	
Groen & duurzaam	PRIORITEITEN	Ontwikkelen groen-/blauwplan elementen: meer bomen, plantenvakken, groen in de openbare ruimte in combinatie met opvang hemelwater, groene gevels/daken, geveltuinen). De brinken/middeleeuwse wegenstructuur zichtbaar maken (vergroening en verbinding).	Gemeente	Hoog	Q3 2023 aanvang	Dekking vanuit coalitieakkoord, middelen ter dekking van kapitaallasten	
		Klimaatadaptatiemaatregelen om hittestress tegen te gaan en wateroverlast te voorkomen. Zorgen voor grotere plekken in het centrum waar bewoners en bezoekers verkoeling ervaren door groen en water (o.a. Marktplein). Dit koppelen aan aantrekkelijke inrichtingselementen.	Gemeente	Hoog	Q3 2023 aanvang	Dekking (deels) uit programma groen	
		Vermindering energieverbruik: door afspraken te maken voor terrasverwarming, 'deuren dicht' in de wintermaanden en lichten 's nachts uit.	Taskforce	Medium	Doorlopend	Reguliere inzet	
	DIT DOEN WE OOK	Onderzoek naar ruimtelijke reserveringen voor transformatorvoorzieningen. Mogelijkheden onderzoeken voor inpandig oplossen en combinaties met fietsenstallingen en/of bedrijfsafvalcontainervoorzieningen.	Gemeente	Medium	2023 aanvang	Reguliere inzet	
		De loop- en fietsroutes vanuit het centrum naar groene plekken aan de randen van het centrum vergroenen (o.a. Dudokpark, Gedenkt te Sterven, Vitushof, etc.).	Gemeente	Medium	2024	Uitvoeringsprog mobiliteit, groen, herinrichting Kerkbrink	
		Biodiversiteit stimuleren door te investeren in vogelhuisjes, insectenhotels,	Gemeente	Medium	Q3 2023 aanvang	Dekking (deels) uit programma groen	

		vleermuiskasten e.d. in samenwerking met vastgoedeigenaren.					
		Verduurzamen vastgoed (elementen: o.a. energie besparen, energie opwekken binnen en buiten gebied, circulariteit/hergebruik, klimaatadaptatie).	Vastgoedeigenaren	Medium	Doorlopend	Investering door vastgoedeigenaren, actief subsidiemogelijkheden	

Speerpunt	Maatregel	Trekker	Impact	Planning	Financiering / dekking / personele inzet	Incidenteel / structureel	
Toegankelijk & bereikbaar	PRIORITEITEN	Nadere afspraken maken over bevoorrading, afvalverwerking, plaatsing bedrijfscontainers	Gemeente, sCH	Medium	Doorlopend	Reguliere inzet	
		Onderzoeken mogelijkheden voor extra (in pandige) fietsenstallingen aan noordzijde centrum.	Gemeente	Medium	Doorlopend	Onderzoek is reguliere inzet. Bij geschikte locatie volgt investeringsvoorstel	Incidenteel
		Aandacht voor inclusiviteit en toegankelijkheid (toiletten, geleidelijnen, uitstallingen etc.)	Gemeente	Medium	Doorlopend	Reguliere inzet	
	DIT DOEN WE OOK	Uitwerken centrumring 30 km/u als onderdeel uitvoeringsprogramma mobiliteitsvisie	Gemeente	Medium	2023 en verder	Dekking uit uitvoeringsprogramma mobiliteit	
		Uitwerken plan autoluwe binnenstad binnen de centrumring	Gemeente	Medium	2023 en verder	Dekking uit uitvoeringsprogramma mobiliteit	
		Instellen zero emissiezone	Gemeente	Medium	2023 en verder	Dekking uit uitvoeringsprogramma mobiliteit	

5.3 Monitoring

Met de uitvoeringagenda zijn de te treffen maatregelen in de periode 2023-2026 uitgestippeld, die bijdragen aan het verwezenlijken van de ambities. In 2026 zal een evaluatiemoment plaatsvinden, waarin beschouwd wordt welke maatregelen effect hebben gehad en voor welke ambities nog extra aandacht en actie noodzakelijk is. Ook kunnen tussentijdse evaluatiemomenten plaatsvinden, om te inventariseren of er stappen zijn gemaakt en/of eventuele tussentijdse bijsturing noodzakelijk is.

Om het effect van de maatregelen in de uitvoeringsagenda meetbaar te kunnen maken, zijn in onderstaande tabel Kritieke Prestatie-indicatoren (KPI's) per speerpunt weergegeven. Het hoofddoel is het vasthouden en verbeteren van de beoordeling van het centrum door inwoners en bezoekers verhogen. Het huidige rapportcijfer is een 7,5 (bron: Koopstromenonderzoek 2021).

Tabel 1 – KPI's per speerpunt

Ambitie	KPI	Bron	Percentage en/of rapportcijfer
Compact centrum	Leegstandspercentage	Locatus 2022	9%
Aantrekkelijk & levendig	Hilversum is bekend bij jong en oud, vooral als Mediastad en als bestemming om te winkelen	Onderzoek Hilversum Marketing 2021	84%
	De beoordeling van de sfeer en uitstraling van het centrum	Koopstromenonderzoek 2021	7,1
	Tevredenheid over het winkelaanbod	Koopstromenonderzoek 2021	7,4
	Tevredenheid over de horeca	Koopstromenonderzoek 2021	7,9
Fijne leefomgeving	De mate waarin het prettig wonen is in de buurt	Inwoners centrum Hilversum Monitor 2021	6,2
	De tevredenheid over de kwaliteit van de fysieke omgeving	Inwoners centrum Hilversum Monitor 2021	7,7
	Veiligheid	Koopstromenonderzoek 2021	7,4
Toegankelijk & bereikbaar	Stalling fiets	Koopstromenonderzoek 2021	7,1
	Parkeren auto	Koopstromenonderzoek 2021	6,8
	De bereikbaarheid van het centrum met de auto	Koopstromenonderzoek 2021	6,4
	De bereikbaarheid per fiets	Koopstromenonderzoek 2021	8,1
	De bereikbaarheid van het centrum met het OV	Koopstromenonderzoek 2021	7,6
	Het percentage bezoekers te voet en met de fiets.	Koopstromenonderzoek 2021	18% en 42%
Groen & duurzaam	Aanwezigheid groen	Koopstromenonderzoek 2021	5,6