

Een gezond toekomstperspectief voor de Hilversumse detailhandel

Ontwerp Detailhandelskader 2017



Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
2	Analyse vraag & aanbod	7
3	Beleidscontext	15
4	Visie	19
5	Uitvoeringsprogramma	27



1 Inleiding

Aanleiding

Voor u ligt het ontwerp Detailhandelskader van de gemeente Hilversum. Het vigerend beleid dateert uit 2008 (Uitwerkingsnota Detailhandel en Horeca, van Kerkstraat tot Biersteeg). Ontwikkelingen gaan snel. Herijking is dan ook wenselijk, omdat beleid snel verouderd.

Hilversum investeert in haar winkelgebieden. Dit is zichtbaar in het centrum, waar op basis van de Centrumvisie wordt gewerkt aan een gerenoveerde Hilvertshof en het vernieuwde Marktpllein, maar ook elders. Op de Gijsbrecht is een nieuwe Bedrijven Investeringszone (BIZ) opgezet, zodat de winkelstraat de positieve ontwikkeling van de afgelopen jaren kan doorzetten. De investeringen in onder andere de wijk- en buurtwinkelgebieden Kerkelanden, Heigalerij, de Meent en de Stephensonlaan hebben ook bijgedragen aan een beter functioneren van die gebieden.

Goed winkelaanbod is belangrijk voor Hilversum om een aantrekkelijke stad te zijn en blijven. Detailhandel in de stad zorgt voor levendigheid en leefbaarheid voor bewoners. Ook kan een goed aanbod aan winkels zorgen voor een toename van toeristisch bezoek aan de stad.

De uitdaging waarvoor Hilversum staat is het toekomstbestendig houden van haar detailhandelsstructuur en het herbevestigen van de regionale verzorgingsfunctie. Gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren blijven hierom investeren in aantrekkelijke winkelgebieden, die voldoen aan de moderne eisen die bezoekers stellen. Aan deze opgave zal deze nota een bijdrage leveren.

Proces en uitvoering

De Centrumvisie (vastgesteld door de gemeenteraad in november 2015) en de Visie op De Gijsbrecht (vastgesteld door het college van B&W in april 2016) zijn verwerkt in dit nieuwe kader.

Dit ontwerp kader wordt ter inzage gelegd. Zienswijzen worden van een antwoord voorzien. Het (gewijzigd) Detailhandelskader wordt daarna ter vaststelling aangeboden aan de gemeenteraad.

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt de detailhandel geanalyseerd en worden ook vraag en aanbod van detailhandel behandeld. De beleidscontext volgt in hoofdstuk 3. In hoofdstuk 4 wordt de visie op de detailhandel gepresenteerd. Hoofdstuk 5 geeft een overzicht van de actielijnen, die uit de visie volgen.



2 Analyse vraag & aanbod

In dit hoofdstuk worden de belangrijkste ontwikkelingen in de detailhandel benoemd. Hierna worden de vraag- en aanbodzijde in de detailhandel van Hilversum besproken. Vervolgens zijn hier enkele conclusies aan verbonden.

2.1 Trends en ontwikkelingen

De detailhandel staat onder druk. De wereld verandert snel, en dit merken retailers steeds vaker in hun portemonnee.

- Zo heeft de komst van het internet een hoop veranderd binnen de detailhandel. Verbeteringen in levertijd en veiligheid van betalen hebben hier aan bijgedragen. Omni-channel retailing (zowel online als offline verkopen) is het nieuwe ideaalbeeld. Maar het is moeilijk voor de kleinere spelers hierin mee te gaan, als ze maar beperkte tijd en het geld hiervoor over hebben. Toch biedt internet ook kansen, zoals een kans voor de markt voor een gedeeld platform waarop kleinere winkels hun producten kunnen aanbieden. Deze ontwikkeling zal de gemeente faciliteren. Het online verzorgingsgebied kan behoorlijk vergroot worden door een goede webshop. Ook het vergaren van klantkennis en online data geeft inzicht in het gedrag van de klant.
- De afgelopen jaren zijn grote retailers omgevallen (niet limitatief: V&D, Miss Etam, Schoenenreus, Free Record Shop, Polare). Dit is mede gebeurd door het veranderende koopgedrag van bezoekers. Deze zijn steeds beter geïnformeerd, veeleisender en mobieler geworden. Ze verwachten gastvrijheid en service tegen een zo scherp mogelijke prijs. Het is moeilijk om aan deze verwachtingen te voldoen voor sommige retailers, maar er zijn genoeg voorbeelden van retailers die zich hieraan goed aanpassen. Niet aanpassen betekent een marginale rol of geen bestaansrecht meer.
- Verder is het zo dat steeds meer grenzen in de detailhandel vervagen. Zo bieden steeds meer retailers binnen hun winkels horecafuncties aan. Het fenomeen van grensvervaging tussen de detailhandel en horeca wordt blurring genoemd. Ook treedt binnen met name perifere detailhandelsformules meer en meer branchevervaging. Dit houdt in dat sommige bouwmarkten tegenwoordig onder anderen fietsen en snoepgoed verkopen. Deze ontwikkelingen kunnen leiden tot nieuwe en spannende concepten die op de markt gezet worden. Echter dit leidt ook weer tot nieuwe vormen van concurrentie.
- Vergrijzing is een andere trend die zo langzamerhand steeds belangrijker wordt. Nederland vergrijst nog steeds, en over het algemeen geven ouderen minder uit in de retail dan jongere mensen. De regio Gooi- en Vechtstreek is al behoorlijk vergrijsd, en zal de komende decennia ook blijven vergrijzen. Zo lang er steeds meer ouderen komen, zal dit dus waarschijnlijk minder omzet in de retail betekenen. Echter zijn de ouderen van de toekomst niet dezelfde ouderen van nu. Het retailaanbod zal aangepast moeten worden op de veranderende marktomstandigheden. Dit zorgt voor kansen in een nieuwe markt die op dit moment nog niet voldoende bediend wordt. Ouderen hebben immers andere behoeften.
- Ook mondialisering speelt een rol, waarbij steeds meer grote(re) internationale retailers zich vestigen in de grote steden in Nederland (Amsterdam, Utrecht, Den Haag, Rotterdam). Nieuwe (internationale) spelers in de markt, waaronder Primark en Flying Tiger, zorgen voor toenemende concurrentie in de binnensteden en winkelcentra. Deze retailers genereren weer extra aantrekkingskracht, en dit zorgt ervoor dat deze steden een groter deel van de potentiële omzet uit de omliggende steden opslokken. Hierbij is het retaillandschap in Nederland steeds meer onder te verdelen in winnaars en verliezers, waarbij de grote steden en historische binnensteden vaak de winnaars zijn vanwege hun schaalvoordelen en natuurlijke aantrekkelijkheid. Hierdoor moeten andere steden ervoor zorgen dat zij zich onderscheiden van de rest om mee te kunnen in deze



concurrentie. De ontwikkeling van de metropoolregio Amsterdam en het idee van Hilversum als voorstad van Amsterdam biedt ook toeristische kansen.

- Door de jaren heen zijn centra van verschillende Nederlandse gemeenten meer en meer op elkaar gaan lijken door de aanwezigheid van dezelfde ketens, die de gevels van de panden op een zelfde manier bekleedden en waarvan de functie meer en meer online wordt overgenomen. Dit monofunctionele karakter van vele binnensteden zorgt ervoor dat bezoekers op zoek gaan naar extra beleving om juist daar een dagje te gaan winkelen. Veel steden zijn op dit moment net zoals Hilversum vanwege de ontwikkelingen in de detailhandel bezig met het versterken van hun centrum. Bezoekers willen winkelcentra nog wel bezoeken, maar centra functioneren steeds meer als een ontmoetingsplaats waar iets te beleven moet zijn. Winkelen wordt daarbij steeds meer een dagje uit, zoals een pretpark deze functie ook heeft. Er moet beleving en sociale meerwaarde geboden worden, anders is er voor de consument weinig reden om naar Hilversum te gaan ten opzichte van bijvoorbeeld Amsterdam of Utrecht. Gelukkig liggen hier veel kansen voor Hilversum als Mediastad. Media zijn namelijk specialist in het creëren van beleving en sociale meerwaarde.

2.2 Aanbodzijde

De gemeente Hilversum beschikt over ruim 129.514 m² aan winkelvloeroppervlak (wvo), verdeeld over 646 winkels. Sinds 2008 is het winkelvloeroppervlak (-5%) en het aantal winkels (-11%) in Hilversum afgenomen. De afname in detailhandel is groter dan landelijk (respectievelijk +4,4% en -7,4%). Waar de dagelijkse sector in Hilversum groter is dan in vergelijkbare gemeenten, is het beeld in de niet-dagelijkse sector wisselend. Over het algemeen is het aanbod in de recreatieve branches (bijvoorbeeld mode, schoenen) omvangrijk. Dit ruime aanbod duidt op de van oudsher regionale verzorgingsfunctie van het centrum

van Hilversum. De perifere detailhandel (dier en plant, doe-het-zelf, wonen) is daarentegen (nog) beperkt van omvang en (op Leen Bakker na) alleen op het Havenkwartier aanwezig. Leen Bakker zal verplaatsen naar het Havenkwartier en hier worden ook enkele andere zaken toegevoegd.

Hilversum	2008 aantal	2017 aantal	2008 m ²	2017 m ²
Levensmiddelen	129	123	26.126	27.893
Persoonlijke verzorging	39	34	4.744	3.925
Subtotaal dagelijks	168	157	30.870	31.818
Warenhuis	2	2	8.948	1.710
Kleding & Mode	138	108	20.993	18.051
Schoenen/Lederwaren	31	18	5.790	4.840
Juwelier en Optiek	27	22	1.773	1.437
Huishoudelijke/Luxe artikelen	17	18	4.421	5.036
Antiek & Kunst	10	5	538	190
Sport & Spel	25	20	6.747	5.021
Hobby	27	16	2.536	1.457
Media	29	16	3.493	1.824
Plant & Dier	47	37	4.522	4.131
Bruin & Witgoed	38	25	6.950	3.941
Auto & Fiets	21	20	3.449	2.938
Doe-Het-Zelf	19	12	9.243	6.853
Wonen	83	53	20.456	19.003
Detailhandel Overig	45	40	5.583	5.088
Subtotaal niet-dagelijks	559	412	105.442	81.520
Totaal	727	569	136.312	113.338

Spreiding (incl. leegstand)	Centraal		Ondersteunend		Verspreid		Totaal	
	aantal	m ²	aantal	m ²	aantal	m ²	aantal	m ²
Totaal	354	73.931	190	31.480	102	24.103	646	129.514
Dagelijks	57	10.649	74	17.789	23	3.120	154	31.558
Niet-dagelijks	297	63.282	116	13.691	79	20.983	492	97.956

Detailhandelsstructuur

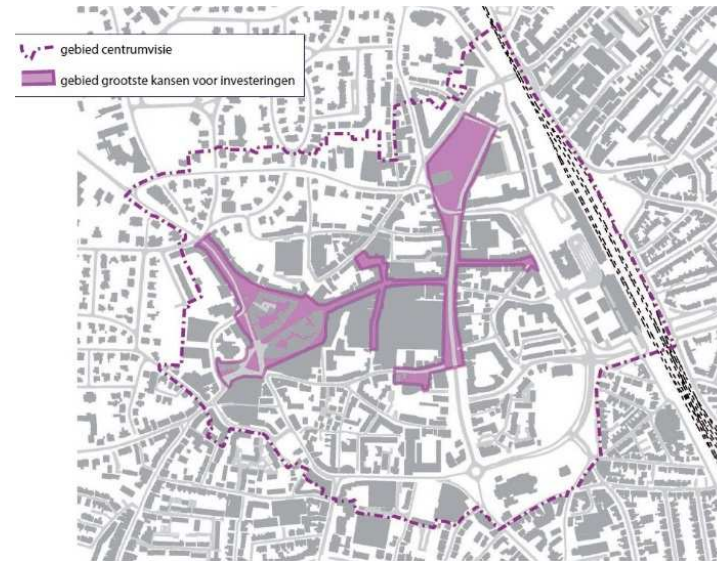
De detailhandelsstructuur van Hilversum kent een vrij heldere opzet met de centrum als regionaal verzorgend hoofdwinkelcentrum en diverse ondersteunende centra. De Gijsbrecht kan worden gekarakteriseerd als binnenstedelijke winkelstraat. Kerkelanden en Seinhorst zijn wijkwinkelgebieden. Buurtwinkelgebieden zijn De Meent, Riebeeckgalerij, Stephensonlaan, Heigalerij en Chatham. Verder ligt er een cluster van winkels en andere functies op de kop van de Larenseweg met een onduidelijk profiel. Waar dit in 2008 nog werd getypeerd als (incompleet) buurtwinkelgebied is verspreide bewinkeling nu een betere karakterisering. Een cluster van PDV is gelegen op het Havenkwartier. Overig aanbod is verspreid over de gemeente gelegen.

Centrum

Het centrum beschikt over een mix van functies met een accent op recreatief winkelen (winkelen voor het plezier). Het centrum van Hilversum heeft van oudsher een belangrijke positie in Hilversum en omliggende regio. Deze positie is echter niet onbetwist. De afgelopen jaren is de regionale functie afgenomen. Vooral in het randgebied rondom het centrum ligt veel aanbod dat matig functioneert. Op sommige locaties, zoals de Havenstraat, is zelfs sprake van structurele leegstand. Recente ontwikkelingen in het centrum, zoals de vernieuwing van de Hilvertshof en het aanleggen van een nieuw Marktpllein geven daarentegen belangrijke impulsen aan het centrum.

Naast het centrum met de grootste kansen voor investeringen, zoals dat is afgebakend in de centrumvisie (zie bovenstaand plaatje) ligt in het randgebied om het centrum heen ook nog steeds veel detailhandel. Hierbij gaat het om de Koninginneweg, Larenseweg, Nieuweg, Langestraat (vanaf Brinkweg naar Gooiland), Havenstraat, Vaartweg, Albertus Perkstraat en Emmastraat. Hierbij valt een duidelijk onderscheid te maken tussen beter functionerende delen van het randgebied (de Emmastraat) en de minder functionerende delen waar ook veel leegstand te zien is (de rest van het randgebied). Dit laat zich duidelijk zien in de

hoeveelheid leegstaande panden. Behalve op de Emmastraat in het randgebied sprake van substantiële structurelere leegstand.



De Gijsbrecht

De Gijsbrecht is het tweede winkelgebied van Hilversum, en is een binnenstedelijke winkelstraat. De Stichting Ondernemersfonds Gijsbrecht heeft in 2015 een visie geschreven voor de komende jaren van de Gijsbrecht. Deze visie is als basis gebruikt voor het bestemmingsplan dat sinds 2016 geldt, en is ook uitgangspunt voor deze nota. Deze visie geldt voor het BIZ-gebied. De detailhandel en horeca die buiten dit gebied valt, wordt aangeduid als randgebied van de Gijsbrecht. Winkelgebied De Gijsbrecht is een begrip. Door de omvang en de samenstelling van het aanbod trekt het winkelgebied niet alleen bezoekers uit Hilversum Zuid aan, maar ook van elders uit Hilversum en daarbuiten. De Gijsbrecht heeft een bovenlokale aantrekkingskracht. Wat de Gijsbrecht onderscheidend maakt is dat er vooral zelfstandige ondernemers gevestigd zijn die

daarmee een ander aanbod aanreiken dan in het centrum. De Gijsbrecht biedt veel aanbod voor klanten en onderscheidt zich met meer formules in een luxer segment. De Gijsbrecht zit de afgelopen jaren in de lift, mede dankzij de Bedrijven Investeringszone (BIZ) die is opgezet. Er worden jaarlijks enkele evenementen met bovenlokale trekkracht gehouden en de leegstand is fors teruggedrongen. Sinds 2016 is een nieuwe BIZ van kracht. Hiermee heeft de Gijsbrecht voor de volgende jaren naast het Stadsfonds middelen om door te kunnen op de ingeslagen richting. De stichting Ondernemersfonds Gijsbrecht wil komende jaren meer gaan doen in de openbare ruimte. Hiervoor stellen zij een plan op en gaan het gesprek aan met de gemeente om te kijken naar mogelijkheden voor realisatie.



Wijkwinkelgebieden

Karakteristieken

- Wijkwinkelgebieden vervullen een belangrijke verzorgende functie voor met name inwoners uit de eigen wijk. Er vloeien echter ook bestedingen toe vanuit omliggende wijken en kernen. Het benodigde primair draagvlak voor een wijkwinkelgebied omvat ca. 15.000 inwoners.
- De omvang van een wijkwinkelgebied ligt tussen de 6.000 en 8.000 m² wvo. Het accent ligt op dagelijkse artikelen, aangevuld met frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen. De trekkersrol wordt overwegend

ingevuld door minimaal twee gevestigde en elkaar (naar prijs/kwaliteit) aanvullende supermarkten. Het aanbod wordt gecompliceerd door een zo volledig mogelijk aanbod aan versspecialzaken en door bijvoorbeeld huishoudelijke artikelen, drogisterij artikelen, bloemen, diervoeding en enige ondersteunende horeca.

Hilversum telt twee wijkwinkelgebieden. Beide winkelcentra realiseren een hoge omzet. Wijkwinkelcentrum Kerkelanden trekt klanten uit Kerkelanden zelf, maar ook elders uit Hilversum en uit Wijdmeren. Door de verbouwing van het winkelcentrum is de uitstraling mooi en modern, is de routing verbeterd en is er nu voldoende parkeercapaciteit. Het vernieuwde winkelgebied wordt eind 2017 opgeleverd en heeft dan een omvang van ruim 7.000 m² wvo.

Wijkwinkelcentrum Seinhorst trekt door omvang en branching bezoekers uit Hilversum Oost en daarbuiten. Het aanbod voor de dagelijkse boodschappen is compleet en modern. Het wordt aangevuld met niet-dagelijks aanbod. De Jumbo wordt vanwege de nabijheid vaak gezien als deel van Seinhorst. Bereikbaarheid en parkeren zijn goed geregeld. Ook is Seinhorst een compact winkelgebied van ruim 7.000 m² wvo (inclusief Jumbo) met een aantrekkelijke presentatie en inrichting. Zowel Seinhorst als Kerkelanden hebben in de huidige opzet een prima toekomstperspectief.

Buurtwinkelgebieden

Karakteristieken

- Buurtwinkelgebieden vervullen een verzorgende functie voor inwoners uit de direct omliggende buurt(en). De omvang is indicatief 1.000 tot 2.000 m² wvo, aangevuld met andere functies (horeca, persoonlijke verzorging).
- Een primair verzorgingsgebied van 7.500 inwoners of meer en een supermarkt van moderne omvang zorgen voor een goede uitgangspositie.

- De toekomst voor buurtwinkelcentra is wisselend. Buurtwinkelcentra zijn kwetsbaar doordat slechts één supermarkt als trekker functioneert. Daarnaast winkelen bezoekers vaker in de grotere wijkwinkelgebieden. Buurtwinkelcentra hebben vaak een beter toekomstperspectief als ze op grotere afstand liggen van grotere winkelgebieden.

De Meent (of Meenterf) is het buurtwinkelcentrum voor de Hilversumse Meent van ongeveer 1.500m². Het inwonertal van De Meent is met ongeveer 4.000 inwoners relatief beperkt. Door bestedingen vanuit Bussum is toch sprake van een redelijk draagvlak. De geïsoleerde ligging ten opzichte van andere winkelgebieden in Hilversum is daarbij een voordeel. De Albert Heijn is de trekker in dit winkelgebied. Sinds de omzetting van de Golf formule naar de Albert Heijn, functioneert dit winkelgebied beter. Deze supermarkt wordt aangevuld door met name een compleet pakket aan levensmiddelenzaken.

De **Riebeeckgalerij** ligt in Hilversum Oost en heeft een omvang van zo'n 1.300m². Door de ligging langs de Oosterengweg vloeit enige koopkracht toe van buiten. Wel is sprake van concurrentie van wijkwinkelcentrum Seinhorst. Van een compleet boodschappenaanbod is geen sprake. Door de beperkte schaal kan de supermarkt daarnaast zijn functie als trekker niet optimaal waar maken. De leegstand is dan ook zichtbaar in dit buurtwinkelcentrum. Het perspectief voor de Riebeeckgalerij is lastig. Aan de ene kant zal door het toevoegen van de wijk Anna's Hoeve en woningen op Monnikenberg sprake zijn van een groter draagvlak dan nu het geval is, aan de andere kant zal Hoogwaardig Openbaar Vervoer (HOV) het functioneren in de komende jaren lastiger maken. Dit omdat de bereikbaarheid van het winkelcentrum aangetast zal gaan worden door de aanleg van de tunnel onder het spoor door. Om goed te kunnen functioneren is een modern supermarktaanbod wel vereist. De Plus kan deze trekkersrol door de beperkte schaal voorlopig onvoldoende

waarmaken. De geplande uitbreiding is tot nu toe door de gewenste aanleg van een tunnel onder het spoor voor HOV niet gerealiseerd.

Het buurtwinkelcentrum **Stephensonlaan** is decentraal gesitueerd in het verzorgingsgebied Hilversum Noord. Trekker is de Jumbo supermarkt. Het winkelgebied heeft een omvang van ongeveer 1.300m². De Jumbo is redelijk recent verbouwd en heeft dan ook een moderne uitstraling. Daarnaast is er beperkt ondersteunend aanbod aanwezig. De Stephensonlaan is vanwege de decentrale ligging geen optimale locatie voor een buurtwinkelcentrum voor Hilversum Noord. Vanwege de decentrale ligging is het autogebruik relatief hoog. Indien ooit sprake is van verplaatsing van het winkelgebied naar een meer centralere plek in Hilversum Noord, dan zal de gemeente dit faciliteren.

De **Heigalerij** heeft een primaire verzorgingsfunctie voor het Staatsliedenkwartier ten noorden van de Diependaalselaan in Hilversum Zuid. De omvang van het winkelgebied is ongeveer 1.300m². Het steunpunt ondervindt daarbij wel sterke concurrentie van winkelgebieden van hogere orde (Kerkelanden en in mindere mate De Gijsbrecht). Trekker is een Albert Heijn supermarkt. Deze is recentelijk uitgebreid. Door deze uitbreiding heeft de Heigalerij weer meer toekomstperspectief. Het aanbod wordt gecomplementeerd met een voor een buurtwinkelcentrum opvallend groot aantal levensmiddelenzaken en ander aanbod. Wel betreft dit veelal kleinschalig aanbod.

Het steunpunt **Chatham**, gelegen aan de Admiraal de Ruyterlaan, beschikt over een kleinschalige Hoogvliet supermarkt en een mix van een aantal andere functies. De uitstraling van het winkelgebied is verouderd. Ook is de omvang relatief klein met 800m². Ook zijn er naast de Hoogvliet nog maar weinig andere functies over. Het perspectief voor de toekomst is matig.

	Dagelijkse sector		Niet-dagelijkse sector		Totaal	
	aan tal	m ²	aan tal	m ²	aan tal	m ²
Centrum	57	10.649	249	50.108	306	60.757
Ondersteunende concentraties	70	17.879	98	20.142	168	38.021
- De Gijsbrecht	23	2.096	59	6.472	82	8.568
- Seinhorst (incl. Larenseweg 155)	14	5.434	9	1.304	23	6.738
- Kerkelanden	10	4.791	8	1.119	18	5.910
- De Meent	8	1.461	1	55	9	1.516
- Riebeeckgalerij	4	1.083	1	45	5	1.128
- Stephensonlaan	3	1.150	1	104	4	1.254
- Havenkwartier	0	0	14	10.878	14	10.878
- Heigalerij	4	1.115	4	145	8	1.260
- Chatham	4	749	1	20	5	769
Grootschalige concentraties	-	-	-	-	-	-
Verspreide bewinkeling	30	3.290	65	11.270	95	14.560
Totaal	157	31.818	412	92.020	569	113.338

Aan de kop van de Larenseweg is een beperkt aantal winkels gelegen. De omvang is ongeveer 900m². Het aanbod van met name dagelijkse winkels is in de afgelopen jaren afgenomen. Vrijkomende panden worden veelal gevuld door andere functies, zoals dienstverlening, yoga en woningen. Een ander deel staat leeg. Van een concentratie van winkels is geen sprake meer. Het gebied kan het beste worden getypeerd als verspreide bewinkeling en onderdeel van randgebied van het centrum.

Markt

De warenmarkt, die plaatsvindt op het Marktpllein, draagt bij aan de aantrekkingskracht van het centrum en heeft een op zichzelf staande aantrekkingskracht op bezoekers. De herinrichting van het Marktpllein heeft gezorgd voor een mooi plein waar de markt de komende jaren kan

plaatsvinden. De komende jaren zal de markt nog nadrukkelijker onderdeel van het centrum moeten gaan worden.

Standplaatsen

Verspreid over de gemeente zijn er verschillende standplaatsen, die een vaste, tijdelijke of seizoensgebonden functie hebben op een bepaalde plek of voor een bepaalde wijk.

Perifeer aanbod

Hilversum heeft een relatief klein aanbod aan perifere detailhandel. Slechts het cluster aan perifere detailhandel op het Havenkwartier kan als perifeer aanbod gezien worden. Hier is vooral grotere detailhandel uit de niet-dagelijkse sector gevestigd, zoals bouwmarkten en winkels in huis- en woninginrichting.

Overig aanbod

Het aanbod aan solitaire winkels is in de afgelopen periode in aantal afgenomen, maar in omvang nagenoeg gelijk gebleven. De Lidl aan de Lorenzweg maakt deel uit van dit aanbod. De huidige locatie is niet optimaal. In een van de bestaande buurt- of wijkwinkelgebieden zou deze supermarkt een trekkersfunctie kunnen vervullen. Concrete locaties zijn echter op dit moment niet voorhanden.

2.3 Vraagzijde

Draagvlak

Het draagvlak voor detailhandel in de gemeente Hilversum wordt in eerste instantie bepaald door de inwoners van de gemeente en die uit omliggende gemeenten. Vanuit de regio vloeien vooral bestedingen toe uit Wijdmeren, Huizen, Laren en Bussum. Ook inwoners uit andere gemeenten, zoals Weesp, Blaricum en Muiden weten Hilversum te vinden. Hilversummers zijn merendeels georiënteerd op het eigen aanbod. Echter wel minder dan in vergelijkbare plaatsen. Dit blijkt uit het koopstromenonderzoek van 2011. Binnenkort komen nieuwe cijfers (over

2016) beschikbaar. Het inwonertal van Hilversum groeit volgens prognoses licht tot 2025. Het draagvlak in omliggende plaatsen neemt over dezelfde periode naar verwachting iets af. Dit betekent in totaliteit wel een beperkte toename van het besteedbaar inkomen (de potentiële omzet).

Functioneren

De bestedingen van inwoners van Hilversum en omliggende regio liggen gemiddeld op een hoger dan landelijk niveau. Dit vertaalt zich echter niet in een bovengemiddeld functionerende detailhandel. Zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector functioneren niet meer dan redelijk. Dit komt omdat bezoekers van Hilversum minder dan het gemiddelde van Nederland uitgeven binnen de detailhandel. Omzetten per winkelgebied en per individuele winkel lopen sterk uiteen. Zaken als locatie, omvang, soort winkel en individueel ondernemerschap spelen daarbij een bepalende rol. Winkelgebieden die een relatief hoge vloerproductiviteit (omzet per m² vvo) realiseren zijn Kerkelanden en Seinhorst. Vooral enkele kleinere buurtwinkelgebieden functioneren moeizaam.

Vraagperspectief

Hilversum zit ruim in het aantal vierkante meters. Dit komt door de positie als centrumgemeente voor de regio. De afgelopen jaren heeft Hilversum deze functie niet op een zelfde wijze kunnen invullen zoals in het verleden. Aangezien steden met een groot winkelaanbod, zoals Amsterdam en Utrecht om de hoek liggen, is het aantrekkelijk voor bewoners van Hilversum en uit de regio om hier een dagje te gaan shoppen. Ook het winkelen via internet pakt een deel van de potentiële omzet weg. Dit zorgt ervoor dat relatief minder geld wordt uitgegeven in Hilversum. Hierdoor is de vraag naar winkelmeters afgenomen. Deze situatie zet zich naar verwachting door. Hier tegenover staan de forse investeringen van gemeente en marktpartijen waardoor het centrum in het concurrentieveld een sterkere positie zal weten in te nemen. Ook weten sommige ondernemers (bijvoorbeeld Oldenhof) succesvolle

webwinkels te exploiteren waarbij fysieke winkel en webwinkel geïntegreerd worden. Ook de combinatie winkels en afhaalpunt is inmiddels gemeengoed.

In het centrum zelf is bestemmingsplan technisch nog enige ruimte. Inzet hiervan moet leiden tot een kwalitatieve verbetering van de structuur. Daarnaast hebben de afgelopen jaren verschillende supermarkten de gemeente gevraagd om mee te denken over een verplaatsing.

2.4 Conclusies

De detailhandelsstructuur van Hilversum is nog steeds goed. De structuur staat wel onder druk, dit valt de zien aan de bovengemiddelde hoeveelheid leegstand. De meeste winkelgebieden in Hilversum functioneren goed, al hebben de kleinere winkelgebieden last van concurrentie van de grotere wijkwinkelgebieden. Wel is in het randgebied van het centrum en het randgebied van de Gijsbrecht sprake van (deels structurele) leegstand.

Op basis van de voorspelde bevolkingsontwikkeling en de ontwikkelingen met betrekking tot internet en de steeds sterker wordende positie van Amsterdam en Utrecht valt geen kwantitatieve uitbreidingsvraag te verwachten in Hilversum, waarschijnlijk zal de vraag naar meters zelfs minder worden. Er blijft binnen het centrum ruimte voor uitbreiding, bedoeld om het centrum als geheel of een deelgebied binnen het centrum hierdoor kwalitatief te versterken. Het kan dan bijvoorbeeld gaan om verplaatsing vanuit het randgebied, om verplaatsing van winkels die nu op slechte locaties zijn gelegen of om een branche/segment dat nu ontbreekt c.q. beperkt aanwezig is.

3 Beleidscontext

In dit hoofdstuk wordt de beleidscontext geschetst wat van invloed is op het voorliggende kader. Eerst is ingezoomd op de landelijke beleidscontext, vervolgens op de provinciale, om hierna op de regionale en lokale beleidscontext in te gaan. De gemeente Hilversum conformeert zich aan het beleid van deze hogere overheden.

3.1 Landelijk

Retaildeal

Hilversum was een van de eerste 31 gemeenten die met het Ministerie van Economische Zaken een retaildeal heeft gesloten. In deze retaildeal is afgesproken dat Hilversum samen met ondernemers, eigenaren werkt aan een toekomstbestendig centrum. Dit doet Hilversum op basis van de Centrumvisie.

3.2 Provinciaal

Detailhandelsbeleid 2015-2020

De missie van de provincie is 'het versterken van de detailhandelsstructuur in Noord-Holland'. Daarbij behoren de volgende drie hoofddoelstellingen:

- Een detailhandelsstructuur die uitgaat van duurzaam ruimtegebruik;
- Een detailhandelsstructuur die bijdraagt aan een vitale regionale economie;
- Een detailhandelsstructuur die bijdraagt aan een aantrekkelijke woon- en leefomgeving.

De hoofddoelstellingen zijn uitgewerkt in zes beleidsdoelen:

1. Prioriteit geven aan hoofdwinkelgebieden;
2. Voorkomen van extra leegstand;

3. Internet-afhaalpunten bij voorkeur plaatsen in bestaande winkelcentra;
4. Een vitale, dynamische en concurrerende detailhandelsstructuur, ruimte geven aan kwaliteit;
5. Primaire detailhandel bereikbaar op een aanvaardbare afstand;
6. Detailhandel die bijdraagt aan aantrekkelijke binnensteden.

Daarnaast blijft het verbod op weidewinkels gehandhaafd. Een internet-afhaallocatie waar goederen worden getoond beschouwt de provincie als een winkel, waardoor vestiging op bedrijventerreinen niet mogelijk is. Een internet-afhaalpunt waar geen goederen worden getoond worden bij voorkeur gevestigd in een winkelcentrum maar kunnen ook op een bedrijventerrein of kantoorlocatie worden gevestigd. Realisatie van deze zes beleidsdoelen vindt plaats met inzet van de volgende instrumenten.

Regionale Advies Commissie

Nieuwe detailhandelsontwikkelingen en uitbreidingsplannen vanaf 1.500 m² dienen aan de commissie te worden voorgelegd. Voor de grotere, specifiek benoemde centra geldt de norm van 3.000 m². Dit impliceert een verscherping van de norm. De norm was 5.000 m² voor uitbreidingen in alle winkelgebieden. Deze verscherping is het uitvloeisel van de toenemende leegstand waardoor weloverwogen keuzes noodzakelijk zijn.

Regionale visies

Het verplicht door de regio's opstellen van een detailhandelsvisie met daaraan verbonden inhoudelijke en procedurele eisen. In 2017 wordt herijking van de vigerende regionale visie opgestart.

Structuurvisie en ruimtelijke verordening

Verankering van het ruimtelijke aspect van het detailhandelsbeleid vindt plaats in de structuurvisie en in de Provinciale Ruimtelijke Verordening.



3.3 Regionaal

Bestaande planvoorraad leidt niet tot overbewinkeling

In de detailhandelsvisie van de Gooi- en Vechtstreek is uitgegaan van een uitbreidingsruimte van 15.000 tot 30.000 m² wvo in de periode 2008-2028. Deze zou zich vooral concentreren in Hilversum, Huizen en Weesp. Er zou geen dreiging van overbewinkeling of een sterk toenemende leegstand zijn door deze uitbreidingsplannen. De gemeenten in de Gooi en Vechtstreek waren tevens van mening dat er, naast de in deze nota genoemde uitbreidingsplannen, geen nieuwe plannen meer ontwikkeld moeten worden, tenzij tegelijkertijd een afbouw plaats vindt van minder goed functionerende winkelgebieden.

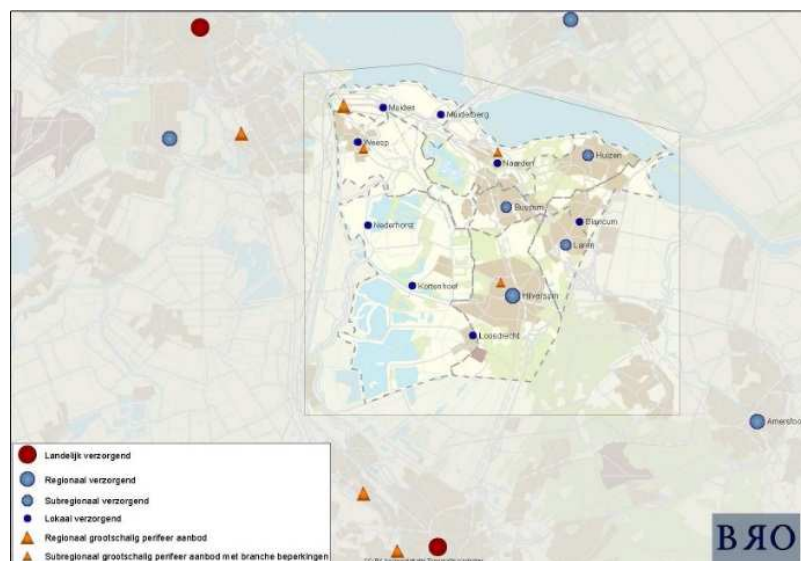
Handhaven structuur

De gemeenten in de Gooi- en Vechtstreek onderschrijven de hieronder grafisch weergegeven complementaire retailstructuur. In deze structuur heeft het centrum van Hilversum en de Maxis in Muiden een regionaal verzorgende functie. Maxis in Muiden is de regionale GDV locatie (perifere detailhandel zonder branchebeperkingen). De centra van Bussum, Huizen, Laren en de toekomstige perifere locaties met branchebeperkingen (PDV) in het Havenkwartier in Hilversum, de Hogeweyselaan/Bloemendalerweg in Weesp en Gooimeer-Zuid in Naarden hebben een subregionaal verzorgende functie. Nieuw in deze structuur waren de hierboven benoemde PDV gebieden.

Voor wat betreft de hierboven benoemde PDV-locaties geldt dat hier – onder strikte voorwaarden – ook mogelijkheden kunnen zijn voor vestiging van grootschalige winkels die niet onder het PDV-regime vallen. Hierbij zal o.a. aangetoond moeten worden dat:

- voldoende is nagegaan dat er op de regionale GDV-locatie Maxis in Muiden en in de centrumgebieden van de regio geen geschikte ruimte te vinden is;

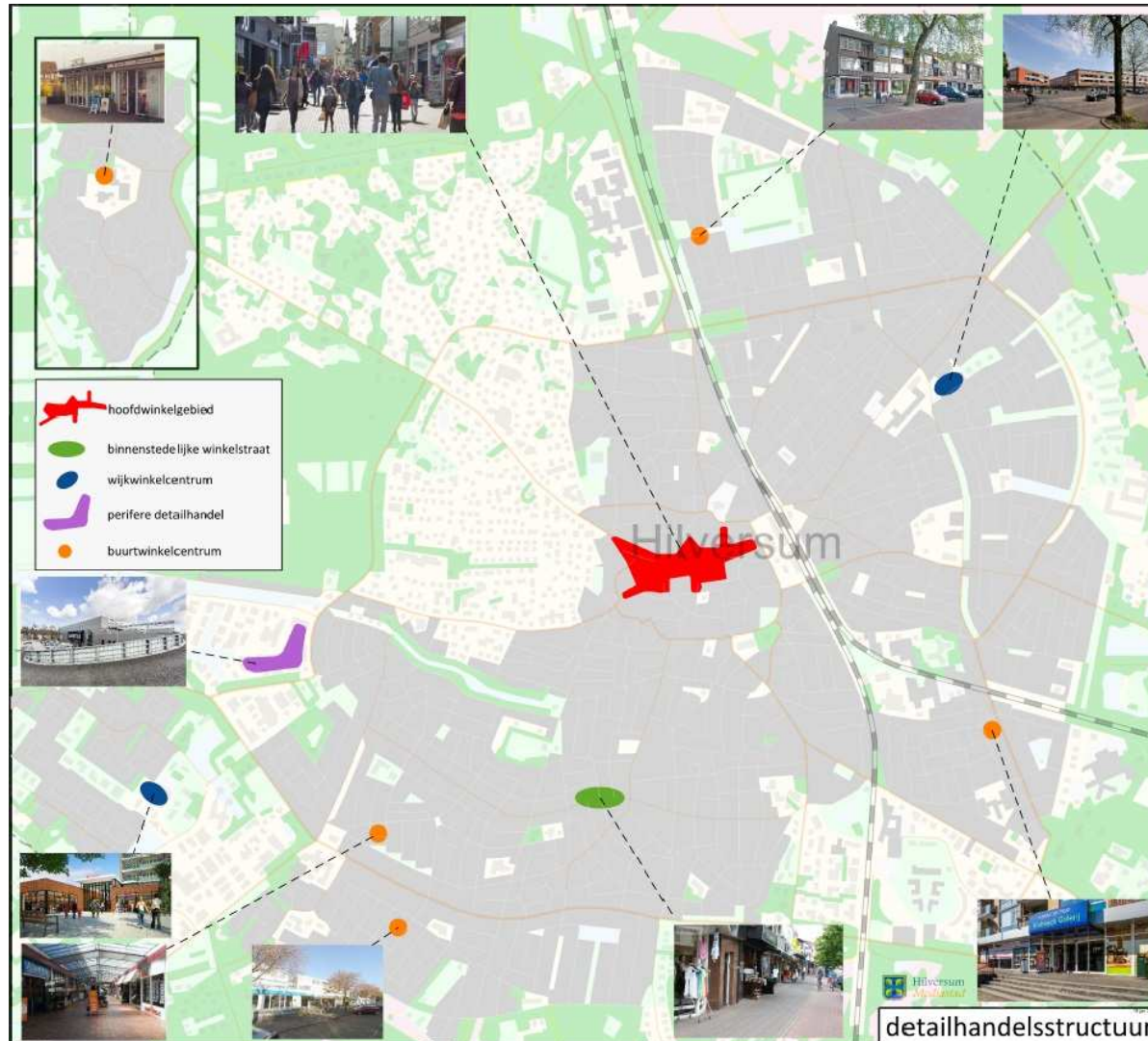
- vestiging op een PDV-locatie niet zal leiden tot een structurele verstoring van de detailhandelsstructuur in de regio;
- realisatie van een dergelijke winkel leidt tot beperking van de leegstand en daarmee verloedering tegengaat en
- realisatie van een dergelijke winkel als katalysator werkt voor de vestiging van andere, binnen het bestemmingsplan, passende functies en als katalysator voor een succesvolle revitalisering van het bedrijventerrein.



Gewenste retailstructuur in de Gooi en Vechtstreek

De structuur dient behouden te blijven en zo mogelijk versterkt te worden. Deze structuur dient voldoende mogelijkheden te bieden voor het accommoderen van de gewenste dynamiek. Belangrijk in de retailstructuur van de Gooi- en Vechtstreek is ook het behoud van haar kleinschaligheid en haar hoge kwaliteitsniveau.

Detailhandelsstructuur



4 Visie

4.1 Inleiding

Structuur is uitgangspunt

Hilversum beschikt over een heldere detailhandelsstructuur met een regionaal verzorgend centrum (met een functie voor de hele regio), een binnenstedelijke winkelstraat De Gijsbrecht, diverse wijk- en buurtwinkelgebieden en een cluster van perifere detailhandel op het Havenkwartier. Deze structuur blijft het uitgangspunt. Nieuwe concentraties van detailhandel zijn niet voorzien.

Sterke, compacte gebieden

Binnen deze structuur wordt ingezet op sterkere, compactere gebieden. Helaas heeft ook de gemeente Hilversum geen glazen bol en kunnen ontwikkelingen in de detailhandel in de komende decennia niet volledig worden voorzien. Toekomstverwachtingen gaan echter uit van een verdere afname van winkelaanbod. Volgens het ministerie van Economische Zaken is nu al sprake van 20% te veel winkeloppervlakte in Nederland. Met name aan de randen van het centrum, aan de randen van De Gijsbrecht en in buurtwinkelgebieden is een toename van leegstand te verwachten. Door te investeren in compacte winkelgebieden en op transformatie in randgebieden worden gebieden toekomstbestendiger.

Functies grijpen in elkaar

De detailhandel staat niet op zichzelf. Functies en concepten grijpen steeds meer in elkaar, waardoor vooral service en vermaak de kwaliteit van het toekomstige aanbod representeren. Het aanbod bestaat uit een aantrekkelijke mix van winkels, horeca, cultuur en evenementen. Niet voor niets zijn Centrumvisie en de visie op De Gijsbrecht integrale visies, waarbij functiemix hand in hand gaat met invulling van belangrijke

randvoorwaarden (identiteit, ruimtelijke kwaliteit, marketing, bereikbaarheid, parkeren).

4.2 Centrum

Ambitie

Met de Centrumvisie als basis wordt door ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente fors geïnvesteerd in het centrum. Ambitie is een centrum te realiseren dat aantrekkelijk is voor bezoekers uit Hilversum en daarbuiten, aantrekkelijk voor ondernemers en culturele organisaties en voor bewoners om in te wonen. Een centrum waar Hilversummers zich thuis voelen.

Regionale verzorgingsfunctie

De investeringen zorgen ervoor dat het centrum de verzwakte regionale verzorgingsfunctie voor 't Gooi en de Vechtstreek versterkt terug krijgt. Het vernieuwde Hilvertshof is daarin een factor van belang. Bezoekers weten het centrum weer te vinden en te waarderen. Inzet is gericht op een compleet, gevarieerd en attractief aanbod. Klassieke grenzen tussen diensten, horeca, cultuur en detailhandel verdwijnen daarbij.

Onderscheidend vermogen

Hilversum zet fors in op het versterken van de identiteit van Hilversum als Mediastad. Dit zorgt voor onderscheidend vermogen. Geen enkele stad in Nederland heeft zo'n uitgesproken media profiel als Hilversum. Tot op heden weet het centrum daarvan nog te weinig te profiteren. De mediabeleving zal zich meer gaan uiten door mediatoepassingen in de openbare ruimte en in winkels zelf. Naar verwachting nemen virtual en augmented reality komende jaren een vlucht. Tijdelijk leegstaande panden kunnen worden voorzien van decors die gebruikt zijn in tv- en internetprogramma's. Op schermen kan in de toekomst worden gegamed en geïnteractueerd met andere schermen door de stad heen. Op pleinen, zoals de Kerkbrink en het Marktpllein wordt ingezet op mediacultuur.

Programma

Als onderdeel van de uitvoering van de Centrumvisie werken gemeente, ondernemers/organisaties en vastgoedeigenaren reeds aan een fors aantal projecten en activiteiten. Deze zijn gericht op belangrijke voorwaarden, zoals (fiets)parkeren, bereikbaarheid, bevoorrading, bewegwijzering, stevig centrummanagement, vergroenen, venten, schoon centrum, veilig centrum, citymarketing. Ook de vernieuwing van het horecakader en evenementenkader zijn relevant.

- In het horecakader wordt in (en buiten) het centrum ruimte gegeven aan retailers met betrekking tot (alcoholvrije) blurring. Zo wordt het maximum van 10 winkels waarbij blurring is toegestaan losgelaten, mag een groter deel van de winkel gebruikt worden voor de ondergeschikte horeca (40% in plaats van 20%) en wordt het mogelijk een gevelterras te exploiteren.
- In het evenementenkader wordt meer ruimte gecreëerd om evenementen te organiseren. Evenementen worden kritischer beoordeeld op hun toegevoegde waarde. Evenementen leveren een belangrijke bijdrage aan de levendigheid in het centrum en kunnen goed gecombineerd worden met koopzondagen.

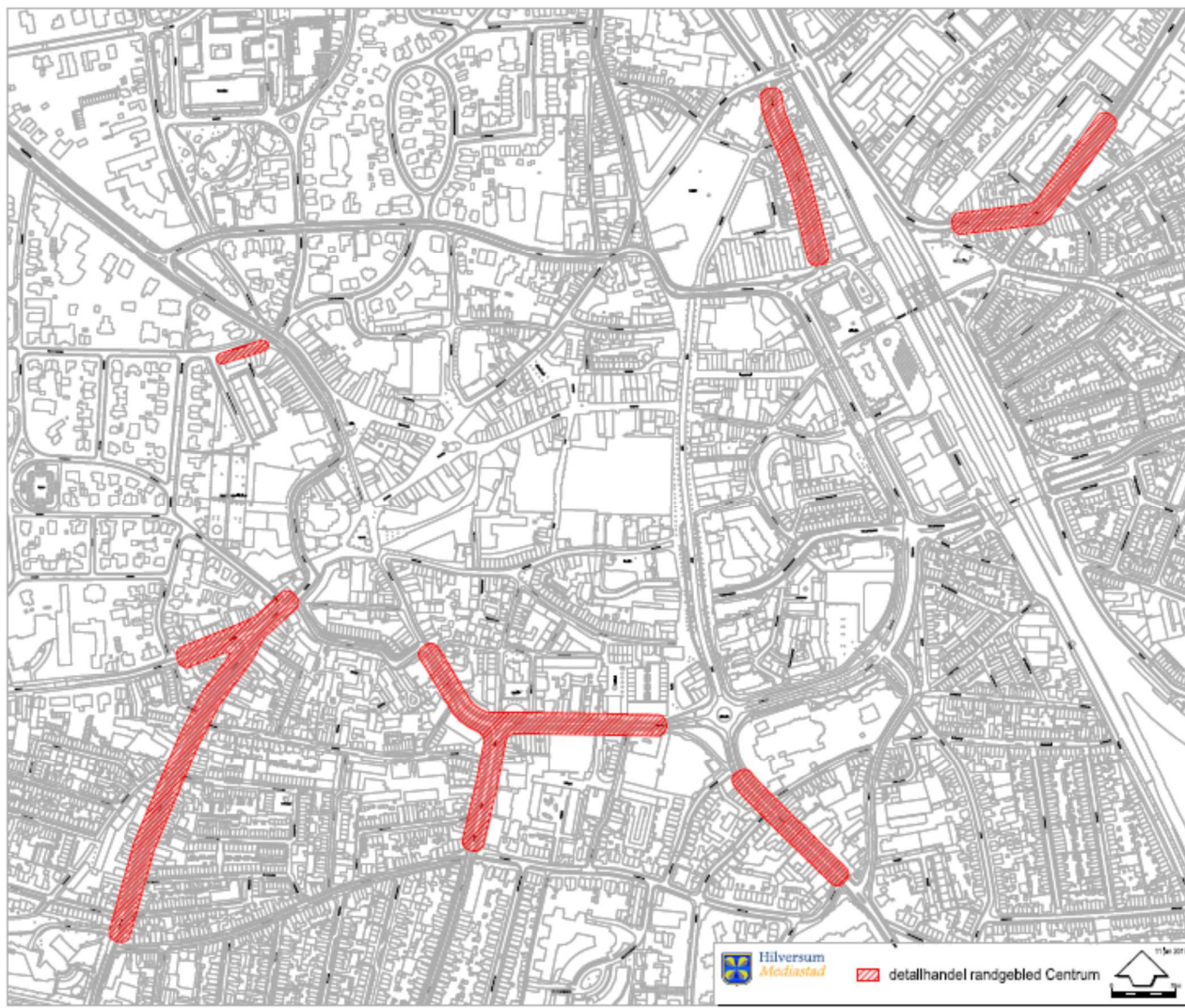
De huidige structuur van het centrum is niet optimaal, dit zorgt voor een te beperkte 'penetratiegraad' (de mate waarin bezoekers het gehele centrum van Hilversum bezoeken). Door gerichte inzet op Stationsgebied, Kerkbrink en omgeving Zeedijk/Koornstraat, door inzet op gebiedsprofielen, gerichte acquisitie (basis is door de gemeente al gelegd) en (city)marketing moet dit veranderen. Voor delen van het centrum voorzien we de volgende ontwikkelingen en inzet.

- De vernieuwing van het Marktplaatsplein vormt een belangrijke aanjager voor ontwikkelingen in dit deel van het centrum. De investeringen van de gemeente lokken private investeringen rond het plein en op de kop van de Groest uit.
- In de komende jaren krijgen de plannen voor het stationsgebied steeds meer vorm. Hier valt een beperkte uitbreiding van

detailhandel en horeca te verwachten met een "to-go" karakter, die de geleidingsfunctie van station naar centrum zal ondersteunen.

- Om het gebied rond C&A-plein, Keiplein, Schoutenstraat een impuls te geven wordt ingezet op het versterken van het al aanwezige profiel, bijvoorbeeld via gerichte acquisitie.
- Om de Kerkbrink een impuls te geven wordt ingezet op het toevoegen van aanbod (mediacultuur, cultuureducatie, horeca) en een andere profilering van de Kerkbrink gecombineerd met herinrichting.
- Er liggen kansen rond de Zeedijk/Koornstraat in combinatie met het voormalige V&D-pand. Herontwikkeling van dit gebied kan zorgen voor een verbinding van Zeedijk en Gooische Brink via de Koornstraat. Dit kan een impuls betekenen voor de Zeedijk en de Gooische Brink, delen van het centrum die dit goed kunnen gebruiken.
- Het gebied Bussumerstraat heeft het best lastig, getuige de aanwezige leegstand. Tegelijkertijd zijn er een aantal onderscheidende ondernemers gevestigd, vooral in (biologische) levensmiddelen. Ontwikkelingen, zoals het vergroenen van de Bussumerstraat en de realisatie van Marktplaatsplein en MOUT geven deze straat nieuwe kansen.
- Het Wagenmakersplein ontwikkelt zich meer en meer tot aantrekkelijke plek voor met name gezinnen. De vestiging van Your Coffee heeft hier een belangrijke bijdrage aan geleverd.
- Het Noordse Bosje (de hoek waar Aldi zit) is een gebied waarvan de ruimtelijke uitstraling van mindere kwaliteit is. De gemeente faciliteert ontwikkelingen om hier meer ruimtelijke kwaliteit toe te voegen. Concreet zien we diverse kantoren transformeren naar woningen. De locatie van Aldi is verre van optimaal. Mochten zich kansen voordoen voor een betere locatie dan staat de gemeente daarvoor open. Uiteraard binnen de bestaande detailhandelsstructuur.

Randgebied centrum



- Bezoekers kunnen door de opkomst van het internet steeds meer winkelen wanneer zij willen. Dit verwachten ze ook in de fysieke winkels. Er is in recreatieve gebieden, zoals het centrum en in mindere mate De Gijsbrecht, een verschuiving van de omzet naar de zondag te zien. Door ondernemers zelf invulling te laten geven aan de openingstijden en hier als gemeente geen beperkingen meer op te leggen, kunnen deze optimaal inspelen op de bezoekersbehoefte.
- Winkelen is tegenwoordig 24/7 mogelijk via internet. Een kans die hieruit voorkomt zijn pick-up points, waarbij goederen online besteld worden en offline afgehaald kunnen worden. Dit biedt mogelijkheden voor het centrum, maar ook voor andere winkelgebieden. De gemeente staat open voor initiatieven op dit vlak. Aandachtspunt is de logistieke stroom, een combinatie met een parkeergarage is hiervoor een mogelijkheid.

Markt

De markt is en blijft een belangrijke trekker binnen het centrum van Hilversum. In het Marktplaatsmanifest worden afspraken gemaakt waardoor de markt zelfstandig en als onderdeel van het centrum voldoende trekkracht kan genereren. De markt maakt zich klaar voor de toekomst. Op het levendige Marktplaats worden bezoekers verrast door het aanbod van lokale ondernemers, aangevuld met ondernemers uit de regio. De markt is een gezellige plek, waar ook de sociale ontmoetingsfunctie duidelijk aanwezig is. De markt en de gemeente hebben samen de intentie uitgesproken om de beste warenmarkt van Nederland te worden. In het Marktplaatsmanifest wordt uitgewerkt wat marktondernemers en gemeente zullen doen om deze ambitie binnen bereik te brengen. Ook de regels rond braderieën/themamarkten worden tegen het licht gehouden.

Randgebied

Er wordt terughoudend omgegaan met het toevoegen van detailhandel, zeker buiten het compacte centrumgebied. Straten in het randgebied, bestaande uit de Koninginneweg, Larenseweg, Nieuweg, Emmastraat,

Langestraat (vanaf Brinkweg naar Gooiland), Havenstraat, Vaartweg en Albertus Perkstraat hebben veelal weinig perspectief als winkelstraat. Vooral in de Havenstraat is relatief veel leegstand te zien. Volgens de laatste Locatus cijfers ongeveer 15%. De dynamiek in het randgebied is fors, leegstand vaak structureel hoog. Dit vraagt om een actieve omgang met transformatie in de vorm van multibestemmingen, aanpassing van de parkeernormen en actieve ombouw van percelen. Komende jaren wordt met extra capaciteit fors ingezet op aanpak van het randgebied. De Emmastraat is onderdeel van het randgebied. De leegstand in de Emmastraat is echter minimaal. Transformatie is daarmee nu niet aan de orde. Toch kan ook de Emmastraat waar nodig profiteren van de extra steun vanuit de gemeente.

Mede op basis van de deelname aan het Experiment Aangename Aanloopstraten van Platform31 en het advies van de Economic Board G&V (Straten in Transitie) heeft de gemeente een aanpak van het randgebied vormgegeven. De aanpak richt zich op het steunen van vastgoedeigenaren die hun pand willen transformeren (vaak naar wonen) en op het steunen van (kleine) collectieven van ondernemers en/of eigenaren (coalition of the willing) die initiatieven ontplooiën om het profiel van hun straat te versterken.

- De eigenaren worden ondersteund (meedenken, advisering) bij de uitwerking van hun plannen.
- Woningen moeten uiteraard voldoen aan gangbare eisen (kader meervoudige bewoning).
- Tot op heden is de parkeereis die wordt gesteld bij wonen (maar recent ook bij een dansschool), de belangrijkste blokkade. Op eigen perceel kunnen deze parkeerplaatsen doorgaans niet worden toegevoegd. Afkoop van de parkeereis wordt mogelijk gemaakt. Doordat de gemeente (waar mogelijk vooruitlopend hierop, met toepassing van het mobiliteitsfonds) in het randgebied parkeerplaatsen zal toevoegen, hoeft dit niet te leiden tot een verhoging van de parkeerdruk in de buurt. Voor de omgeving

Langestraat is een koppeling aan de parkeergarage Gooiland een mogelijke oplossing, dit geldt ook voor andere plekken met andere parkeergarages.

- Er zal sprake zijn van uitruil. Dit betekent dat wonen via het bestemmingsplan mogelijk gemaakt, waarbij tegelijkertijd de functie van detailhandel en horeca vervalt. Andere functies, zoals een invulling binnen de creatieve sector blijven wel mogelijk omdat deze kunnen bijdragen aan een aantrekkelijk gemengd gebied.
- Lokale ondernemers die toekomst zien in het compacte centrumgebied worden hierin begeleid.

4.3 De Gijsbrecht

Ambitie

De Gijsbrecht is een aantrekkelijk winkelstraat met een dorpse sfeer en winkelaanbod dat vooral bestaat uit lokale ondernemers in het luxere segment, ondersteunend door horeca en dienstverlening. Het trekt bezoekers vanuit Hilversum, maar ook van buiten. Dit komt door het onderscheidende aanbod van de Gijsbrecht ten opzichte van het centrum. De Gijsbrecht ontwikkelt zich tot een aantrekkelijke plek voor niet alleen boodschappen doen en winkelen, maar ook voor verblijven en recreëren. In 2025 is de programmatische samenhang met het centrum versterkt.

Programma

- Door samenwerking van stichting, ondernemers, vastgoedeigenaren, makelaars, bewoners en gemeente wordt het hoogwaardige, kwalitatieve, servicegerichte profiel verder versterkt.
- Daarbij is er specifiek aandacht voor uitbreiding met (biologisch) supermarktaanbod. Dat is belangrijk voor de boodschappenfunctie van De Gijsbrecht.
- In het horecakader krijgen retailers op De Gijsbrecht ruimte aan om ondergeschikte horeca (40% van het winkeloppervlak) te voeren en (mits ruimtelijk inpasbaar) een gevelterras te exploiteren.

- Het aantal horecazen is en blijft gemaximeerd (11 zaken).
- Door de stichting Ondernemersfonds Gijsbrecht wordt o.a. gebruik gemaakt van BIZ-gelden en een bijdrage van het stadsfonds om plannen te ontwikkelen en uit te voeren.
- De gemeente heeft een rol vervuld om een BIZ in te stellen. Er is geregeld overleg tussen stichting en gemeente waarbij mogelijkheden voor verbetering van de uitstraling van het gebied (openbare ruimte en panden) en randvoorwaarden (schoon, heel, veilig, parkeren, bereikbaarheid) aan de orde komen.
- De stichting Ondernemersfonds Gijsbrecht organiseert enkele themamarkten per jaar.

Randgebied

Net als het randgebied centrum wordt ook ingezet op transformatie van het randgebied van de Gijsbrecht. Vastgoedeigenaren krijgen hier, onder vergelijkbare voorwaarden als in het randgebied centrum, de mogelijkheid woningen te realiseren. Het randgebied bestaat uit alle winkels op en rondom de Gijsbrecht die buiten het BIZ-gebied vallen. (zie pagina 19 voor afbeelding).

4.4 Wijkwinkelcentra

Kerkelanden

Winkelcentrum Kerkelanden trekt klanten uit Kerkelanden zelf, maar oefent door het complete aanbod ook aantrekkingskracht uit op bezoekers elders uit Hilversum en op inwoners van Loosdrecht. Het aanbod is met de recente vernieuwing zeer compleet. Behoud van de huidige positie vormt het uitgangspunt, waarbij een sterke wijkfunctie (breder dan detailhandel) wordt nagestreefd.

Seinhorst

Wijkwinkelcentrum Seinhorst trekt bezoekers uit Hilversum Oost en daarbuiten. Het aanbod voor de dagelijkse boodschappen is compleet en

modern. Het wordt aangevuld met niet-dagelijks aanbod. Behoud van de huidige positie vormt het uitgangspunt, waarbij een sterke wijkfunctie (breder dan detailhandel) wordt nagestreefd.

4.5 Buurtwinkelcentra

Waar de beide wijkwinkelcentra een goed toekomstperspectief hebben is het beeld van de buurtwinkelcentra diffuser; met name modern supermarktaanbod bestendigt de toekomstpositie. Diverse buurtwinkelgebieden, zoals Chatham en de Riebeeckgalerij, hebben het lastig.

Gelet op het ontbreken van distributieve mogelijkheden is een zorgvuldige afweging van initiatieven van belang. Het behoud van een supermarkt als trekker in het buurtwinkelcentrum is bepalend voor de vitaliteit. Naast de economische functie kunnen buurtwinkelcentra door de kleinschalige lokale voorzieningen een belangrijke functie vervullen voor de buurt. De centra ondersteunen ontmoeting en sociale cohesie op buurtniveau, het ligt dan ook voor de hand om meer in te zetten op maatschappelijke functies. Denk hierbij aan een jeugdhonk, kinderopvang, verenigingen, gemeenteloket, politieloket, dependance van bibliotheek e.d.

De Meent

De Meent is en blijft het buurtwinkelcentrum voor de Hilversumse Meent en omstreken. Ook bezoekers uit Bussum komen hier hun boodschappen doen. Behoud van de bestaande positie is het uitgangspunt. Daarbij liggen er mogelijkheden om het zorgaanbod te versterken, gelet op de toevoeging van woningen in de omgeving. Randvoorwaardelijk zijn een goede uitstraling en voldoende parkeercapaciteit.

Riebeeckgalerij

De Riebeeckgalerij heeft het komende jaren, in relatie tot de werkzaamheden voor het HOV, lastig. De nieuwbouw op Anna's Hoeve en

Monnikenberg levert op termijn meer bezoekers op en vormt daarmee een positieve ontwikkeling. Inzet is gericht op modern supermarktaanbod. De uitgangspositie wordt daardoor beter. Initiatieven gericht op het versterken van de ontmoetingsfunctie voor de buurt worden reeds ondersteund. Randvoorwaardelijk zijn een goede uitstraling en voldoende parkeercapaciteit.

Stephensonlaan

De Stephensonlaan blijft naar verwachting de positie als buurtwinkelcentrum voor Hilversum Noord behouden. Randvoorwaardelijk zijn een goede uitstraling en voldoende parkeercapaciteit.

Heigalerij

De Heigalerij is afgelopen periode uitgebreid. Met modernisering van het supermarktaanbod heeft het buurtwinkelcentrum een beter toekomstperspectief gekregen. Het aan de Van Hogendorpstraat/Oude Loosdrechtseweg gelegen centrum met winkels, horeca en diensten heeft een primaire verzorgingsfunctie voor het Staatsliedenkwartier ten noorden van de Diependaalselaan in Hilversum Zuid.

Chatham

Chatham heeft in de huidige situatie een matig toekomstperspectief. De supermarkt is te klein van omvang. Door marktpartijen wordt onderzocht of verplaatsing van de winkels, met transformatie van de huidige plek, een beter perspectief biedt. De gemeente steunt dit traject. Uiteraard zijn hier voorwaarden aan verbonden gericht op een goede ruimtelijke inpassing op een mogelijke nieuwe locatie (stedenbouwkundig, bereikbaarheid, parkeren). De gemeente steunt geen initiatieven gericht op een solitaire supermarkt, ook niet in dit gebied. Bij een eventuele verplaatsing van het winkelcentrum zou transformatie van de oude locatie een randvoorwaarde zijn.

4.6 Standplaatsen

De gemeente Hilversum beschikt over verschillende standplaatsen, die een vast, tijdelijk en/of seizoensgebonden karakter hebben. De standplaatsen vullen ook naar de toekomst toe een behoefte in op het niveau van de plek of wijk en vormen een aanvulling op het reguliere horeca- en of winkelaanbod. De verschillende standplaatsen moeten ruimtelijk goed zijn ingepast en hebben een verzorgde uitstraling hebben. Standplaatsen vervullen vooral in en rondom (buurt)winkelgebieden een versterkende functie. De regels rond standplaatsen worden tegen het licht gehouden.

4.7 Perifere detailhandel

Het PDV-cluster op het Havenkwartier wordt op dit moment versterkt met de komst van enkele nieuwe bedrijven (totaal 9.000 m²). Dit zal zorgen voor een versterking van het cluster van perifere detailhandel op deze locatie. Bezoekers kunnen hier terecht voor bouwmarkten en winkels in woninginrichting. Buiten dit bestaande PDV-cluster is geen ruimte voor andere PDV elders in de stad. Het perifere cluster zorgt voor een completer winkelaanbod op het niveau van de stad en minder uitgaande koopkracht.

4.8 Grootschalige detailhandel

Grootschalige detailhandel in branches als bruin- en witgoed, sport en spel, rijwielen/autoaccessoires is belangrijk voor het centrum. Dit type aanbod wordt daarom niet op solitaire locaties, op bedrijventerreinen of in het PDV-cluster toegestaan.

4.8 Solitaire detailhandelsvestigingen

De gemeente gaat zeer terughoudend om met detailhandel op solitaire locaties. Daar waar mogelijk wordt verplaatsing naar een winkelgebied gefaciliteerd. Dit zou bijvoorbeeld kunnen gaan om de solitair gelegen Lidl supermarkt. Hilversum telt relatief weinig solitair winkelaanbod. Door transformatie neemt dit naar verwachting verder af. Ondernemers stoppen of zien meer toekomst binnen een van de winkelgebieden.

4.9 Detailhandel als nevenactiviteit

Ondergeschikte detailhandel als nevenactiviteit is toegestaan op bedrijventerreinen, conform ook het provinciaal beleid. Een nevenactiviteit is geen zelfstandige activiteit, maar komt rechtstreeks voort uit de hoofdactiviteit. Indien het gaat om een bestemming die groothandel toelaat is, incidenteel, in beperkte mate, en voortvloeiend uit en ondergeschikt aan de groothandelsactiviteiten, verkoop aan particulieren toegestaan. Het is aan de exploitant om aan te tonen dat de aard en de omvang van de detailhandel blijft binnen de grenzen van wat mogelijk is in het bestemmingsplan, bijvoorbeeld door het verstrekken van omzetcijfers. Van ondergeschikte detailhandel is sprake bij bijvoorbeeld een Sligro, die eigenlijk in de categorie groothandel valt maar ook een ondergeschikte detailhandelsfunctie heeft.

4.10 Gemeentelijke dienstverlening

De gemeente wil een goed bereikbare partner zijn voor alle ondernemers en dus ook de detailhandel. Hierom werkt de gemeente sinds kort met een 1-loket systeem. Accountmanagers hebben een coördinerende rol voor alle vraagstukken waarbij de detailhandel de gemeente nodig heeft of goed kan gebruiken. Verder ondersteunt de gemeente de stichting Centrum Hilversum en de stichting Ondernemersfonds Gijsbrecht waar mogelijk.



5 Uitvoeringsprogramma

Uit de visie volgt een uitvoeringsprogramma.

Wat	Wie	Wanneer
Centrum		
1. Het centrum wordt verder versterkt, waarbij komende jaren met name ingezet wordt op de Kerkbrink en omgeving, het Stationsgebied en de omgeving Zeedijk/Koornstraat.	Gemeente, vastgoedeigenaren, ondernemers	2017 e.v.
2. De gemeente heeft qua acquisitie een belangrijke basis gelegd waarop de stichting Centrum Hilversum in samenwerking met de gemeente verder doorbouwt om nieuwe partijen naar het centrum te trekken.	Centrummanagement, Gemeente	Continu
3. Om deze partijen op de juiste plek te laten landen worden gebiedsprofielen opgesteld door de stichting Centrum Hilversum in samenwerking met de gemeente.	Centrummanagement	2017
4. In het randgebied werkt de gemeente actief mee aan het uitruilen van de detailhandels- (en horeca) functie tegen een woonfunctie. Hierdoor krijgen deze straten een betere toekomstperspectief als entrees richting centrum.	Gemeente, vastgoedeigenaren	2017/2018
5. Door ondernemers zelf invulling te laten geven aan de openingstijden (inclusief koopzondagen) kan beter worden ingespeeld op de bezoekersbehoefte. De winkeltijdenverordening zal (voor de hele gemeente) worden aangepast op basis van de vraag van de detailhandel.	Gemeente, Centrummanagement	2017
6. Een Marktpluinmanifest wordt opgesteld om de markt goed te laten functioneren en afspraken te maken over het Marktpluin. Ambitie is de beste markt op het mooiste plein in 't Gooi.	Markt, Retail, Horeca, Cultuur, Parkeren, Evenementen, Gemeente	2017
7. De regels rondom standplaatsen, venten en braderieën/themamarkten worden herzien	Gemeente	2017
De Gijsbrecht		
1. De gemeente ondersteunt de BIZ gedurende de looptijd en faciliteert de activiteiten van de BIZ waar nodig.	Gemeente en stichting Ondernemersfonds Gijsbrecht	2016-2020
2. In het randgebied van de Gijsbrecht (alles buiten de BIZ) werkt de gemeente mee aan transformatie van de detailhandel- of horecafunctie naar een woonfunctie onder voorbehoud van parkeren en goede woonkwaliteit.	Gemeente, vastgoedeigenaren	2017/2018
3. De Gijsbrecht ontwikkelt een meerjarenplan gericht op de ambities van het gebied. Onderdeel hiervan zijn o.a. een positionerings- en profileringsaanpak, de kwaliteit van de openbare ruimte vanuit de wens het verblijfsklimaat te versterken, het gebied te verbijzonderen en de inzet om	stichting Ondernemersfonds Gijsbrecht, gemeente	2017

meer programmatische samenhang te borgen met het centrum. De Stichting gaat hierover in gesprek met de gemeente.			
4. De gemeente werkt mee aan de vestiging van een (biologische) supermarkt in het gebied, indien ruimtelijk inpasbaar	Initiatiefnemer, gemeente	Continu	
Wijkwinkelgebieden			
1. Kerkelanden: het aanbod is met de recente vernieuwing zeer compleet. Behoud van de huidige positief vormt het uitgangspunt. Een sterke wijkfunctie (breder dan detailhandel) wordt nagestreefd.	Ondernemers, Eigenaar, Gemeente	Continu	
2. Seinhorst: behoud van de huidige positief vormt het uitgangspunt, waarbij een sterke wijkfunctie (breder dan detailhandel) wordt nagestreefd.	Ondernemers, Eigenaar, Gemeente	Continu	
3. De gemeente faciliteert waar nodig initiatieven om de uitstraling en parkeermogelijkheden te verbeteren rondom wijkwinkelgebieden.	Ondernemers, Eigenaar, Gemeente	Continu	
Buurtwinkelgebieden			
1. De Meent: behoud van de bestaande positie is uitgangspunt.	Ondernemers, Eigenaar, Gemeente	Continu	
2. Riebeeckgalerij: Eventuele initiatieven voor completering van het aanbod, inclusief een beperkte uitbreiding van de supermarkt worden positief tegemoet getreden. Plannen dienen wel te passen binnen het aangegeven profiel. Aandacht voor de externe uitstraling, verblijfsklimaat en parkeercapaciteit is daarbij gewenst.	Ondernemers, Eigenaar, Gemeente	Continu	
3. Stephensonlaan: behoud van de bestaande positie is uitgangspunt.	Ondernemers, Eigenaar, Gemeente	Continu	
4. Heigalerij: behoud van de bestaande positie is uitgangspunt.	Ondernemers, Eigenaar, Gemeente	Continu	
5. Chatham: De gemeente staat positief tegenover onderzoek naar een mogelijke verplaatsing van het buurtwinkelcentrum, wanneer daarmee een betere toekomstperspectief geschapen kan worden. In deze verplaatsing zal uitbreiding van de supermarkt onderdeel zijn.	Ondernemers, Eigenaar, Gemeente	2017	
6. De gemeente faciliteert waar nodig initiatieven om de uitstraling en parkeermogelijkheden te verbeteren rondom buurtwinkelgebieden.	Ondernemers, Eigenaar, Gemeente	Continu	
Overig			
7. De gemeente faciliteert verplaatsing van solitaire detailhandel naar de bestaande detailhandelsstructuur als mogelijkheden zich voordoen.	Ondernemers, Eigenaar, Gemeente	Continu	

Financiële paragraaf

Het uitvoeringsprogramma kan grotendeels met bestaande capaciteit en middelen worden gerealiseerd. Wel is voor de actieve aanpak van het randgebied rond Centrum en De Gijsbrecht budget benodigd om een accountmanager in te kunnen huren. Uitgangspunt is deze voor 2017 en 2018 in te zetten, mogelijk met verlenging voor de periode erna. Budget wordt geraamd op 30.000 per jaar voor 2017 en 2018. De accountmanager zal eigenaren actief benaderen en met raad en daad terzijde staan bij transformatie van leegstaande winkel- en horecapanden naar woningen en zo het randgebied een beter toekomstperspectief geven.