

Onderwerp Verbetervoorstellen reclame korte termijn

Steller Marieke Eillert

De leden van de raad van de gemeente Groningen  
te  
GRONINGEN

Telefoon (050) 367 8718 Bijlage(n) 1

Ons kenmerk RO13.4055398

Datum **20 DEC 2013** Uw brief van -

Uw kenmerk -

Geachte heer, mevrouw,

Met deze raadsbrief informeren wij u over een aantal procedurele *quick wins* in ons reclamebeleid.

Vanaf de jaren negentig leggen we een sterke nadruk op ruimtelijke kwaliteit in ons beleid. Dit heeft een aantrekkelijke stad opgeleverd waar het plezierig wonen, werken en recreëren is en die uitnodigt tot investeren. In het Prinsenhofakkoord hebben we aangegeven dat we het ondernemersklimaat in de binnenstad verder willen verbeteren. Wij doen dat op een manier waarbij de binnenstad voor alle gebruikers plezierig en goed toegankelijk blijft. Met dit uitgangspunt hebben we onderzocht welke mogelijkheden er zijn om ons proces verder te optimaliseren.

In de zomer van 2013 zijn we daarom gestart met de analyse van ons huidige reclamebeleid. Gekeken is naar de huidige praktijk, welke reclame-uitingen er zijn, op welke manier we daar mee omgaan en waar de knelpunten liggen. Ook is gekeken naar hoe dit wordt ervaren door zowel ondernemers als bezoekers. Er hebben gesprekken plaats gevonden met bedrijvenverenigingen (VBZO, VBGW en VBNO), alsook met vertegenwoordigers van binnenstad ondernemers, de GCC en Marketing Groningen. Er is tevens een enquête uitgezet bij het Stadspanel, waarbij vragen zijn gesteld over de hoeveelheid reclame in woongebieden, binnenstad en bedrijventerreinen, de uitkomsten van deze enquête vindt u in de bijlage.

### **Quick wins**

Naar aanleiding van deze analyse hebben we een aantal procedurele *quick wins* geformuleerd, waar we direct mee aan de slag kunnen. Wij nemen hier op geen enkele

wijze een voorschot op de algehele beoordeling van de ruimtelijke kwaliteit van de stad in relatie tot de reclame-uitingen.

### *1. Procedure*

Wettelijk gezien staat er 8 weken voor de vergunningprocedure voor een omgevingsvergunning van een reclame uiting. Tijd is geld voor een ondernemer, in Groningen doen we daarom in de praktijk gemiddeld tussen de twee en zes weken over een dergelijke vergunningaanvraag.

Door een aantal verbeteringen in het proces door te voeren, kunnen we aanvragen binnen een werkweek afhandelen, uitzonderingen daargelaten. Zonder de inhoudelijke toets te veranderen, kan de aanvraag sneller worden afgehandeld. Daarnaast zal er bij een aanvraag omgevingsvergunning reclame direct gecommuniceerd worden waaraan getoetst zal worden.

### *2. Sneltoetscriteria*

Deze aanpassing heeft als doel om één van onze regels beter te laten aansluiten op de bestaande praktijk. Binnen beschermd stadsgezicht zijn in de welstandsnota sneltoetscriteria opgesteld voor het voeren van reclame. In de huidige situatie mogen op een gevel twee uit de volgende drie reclame uitingen worden gekozen:

- a. Belettering: enkelzijdige, plat op de voorgevel aangebrachte reclame, in de vorm van een eenzijdige, los op de gevel aangebrachte, horizontale belettering, of een aaneengesloten schrijffletter met een maximale hoogte van 45 centimeter en met een maximale lengte van 75% van de gevelbreedte.
- b. Lichtbakken: dubbelzijdige lichtreclame, haaks op de gevel aangebracht, maximale afmetingen van 90 x 90 cm, op dezelfde hoogte als de losse belettering geplaatst.
- c. Banieren. Niet groter dan 2 m2.

Markiezen komen steeds vaker voor, deze nemen we ook op in het aantal reclame uitingen waaruit gekozen kan worden. In de nieuwe situatie staan we ook markiezen toe.

- d. Markiezen. (type zonwering, zie onderstaande illustratie).

Met deze wijziging mogen op een gevel twee reclame- uitingen worden gekozen uit de genoemde vier: Belettering, banieren, lichtbakken en nu ook markiezen.





Voorbeeld van een reclame uiting op een markies. Reclame uitingen op markiezen zijn nu niet toegestaan. De belettering wordt per woord geteld, dus bovenstaand aantal is te hoog volgens de huidige regels. De nieuwe sneltoetscriteria gelden alleen voor nieuwe aanvragen.

Deze wijziging in de sneltoetscriteria gaat per direct in, en zal zo snel mogelijk geformaliseerd worden. Deze wijziging wordt niet apart in procedure gebracht, maar wordt meegenomen in het raadsvoorstel over de welstandsnota-wijzigingen in de binnenstad.

Overigens gelden de nieuwe sneltoetscriteria alleen voor nieuwe aanvragen.

### 3. Rotondes

Op bedrijventerrein Zuid- Oost is vanuit de ondernemers het initiatief genomen om het beheer en onderhoud van de rotondes (in totaal vijf) te adopteren. Na overleg is een overeenkomst gesloten waarin de wensen van de gemeentelijke ecologen en de wensen van de ondernemers gewaarborgd worden. Tevens is de afspraak gemaakt dat er reclame geplaatst mag worden, mits onder enkele voorwaarden. Dit staan we in ons huidige beleid niet toe in verband met verkeersveiligheid. Het gaat hier om een proef.

### Vervolg

Met deze *quick wins* brengen we direct een aantal procedurele verbeteringen aan. Wij komen in 2014 met een bredere afweging met betrekking tot het reclamebeleid in relatie tot ruimtelijke kwaliteit. Alle aspecten van het reclamebeleid, zowel kwantitatief als kwalitatief zullen hierbij worden meegenomen.

Wij hopen u hiermee voldoende te hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,  
burgemeester en wethouders van Groningen,

de burgemeester,  
dr. R.L. (Ruud) Vreeman

de secretaris,  
drs. M.A. (Maarten) Ruys

# De beleving van reclame

Opinieonderzoek naar reclamebeleid in de binnenstad,  
woongebieden en bedrijventerreinen van gemeente Groningen



## 1. Opiniepanel

Het opiniepanel van Onderzoek en Statistiek van de gemeente Groningen is gevraagd hun mening te geven over reclame-uitingen in de openbare ruimte. Dit is gedaan aan de hand van 6 gesloten vragen en een ruimte voor opmerkingen. Er hebben ruim 1.900 respondenten gereageerd op dit verzoek. Het opiniepanel bestaat uit inwoners van de gemeente Groningen. Over het algemeen zijn het iets oudere mensen en zijn hoger opgeleid. Daarnaast zijn het burgers met een bovengemiddelde betrokkenheid bij de stad en soms ook politiek actief zijn. Ook ondernemers kunnen onderdeel uitmaken van het opiniepanel. De zes vragen bestaan uit:

1. Hoe ervaart u de hoeveelheid reclame in de binnenstad?  
(cijfer 1: 'geheel niet storend' en 10: 'storend')
2. Bent u van mening dat meer reclame mag worden toegestaan in de binnenstad?  
Ja/Nee/Neutraal
3. Hoe ervaart u de hoeveelheid reclame op bedrijventerreinen?  
(cijfer 1: 'geheel niet storend' en 10: 'storend')
4. Bent u van mening dat meer reclame mag worden toegestaan op bedrijventerreinen?  
Ja/Nee/Neutraal
5. Hoe ervaart u de hoeveelheid reclame in woongebieden?  
(cijfer 1: 'geheel niet storend' en 10: 'storend')
6. Bent u van mening dat meer reclame mag worden toegestaan in woongebieden?  
Ja/Nee/Neutraal
7. Hebt u nog opmerkingen?



## 2. Reclame in de binnenstad

Het opiniepanel is gevraagd een cijfer te geven voor de huidige beleving van reclame in de binnenstad waarbij een 1 staat voor, reclame is geheel niet storend, en 10 voor heel erg storend. Het gemiddelde cijfer is een vier. Dit betekent dat reclame in de binnenstad over het algemeen niet als storend wordt ervaren. Wel moet worden opgemerkt dat dit cijfer snel hoger kan worden, vooral als dit cijfer in verhouding wordt gezien met de vraag of meer reclame mogelijk moet worden.

Wat daarnaast opvalt, is dat 22% van de respondenten een 1 hebben gegeven. Het gemiddelde wordt veroorzaakt door een hoog aantal respondenten dat een 5 of 6 heeft gegeven, elk cijfer kreeg 12% van de stemmen. Ruim 3% gaf een cijfer 9 of 10.

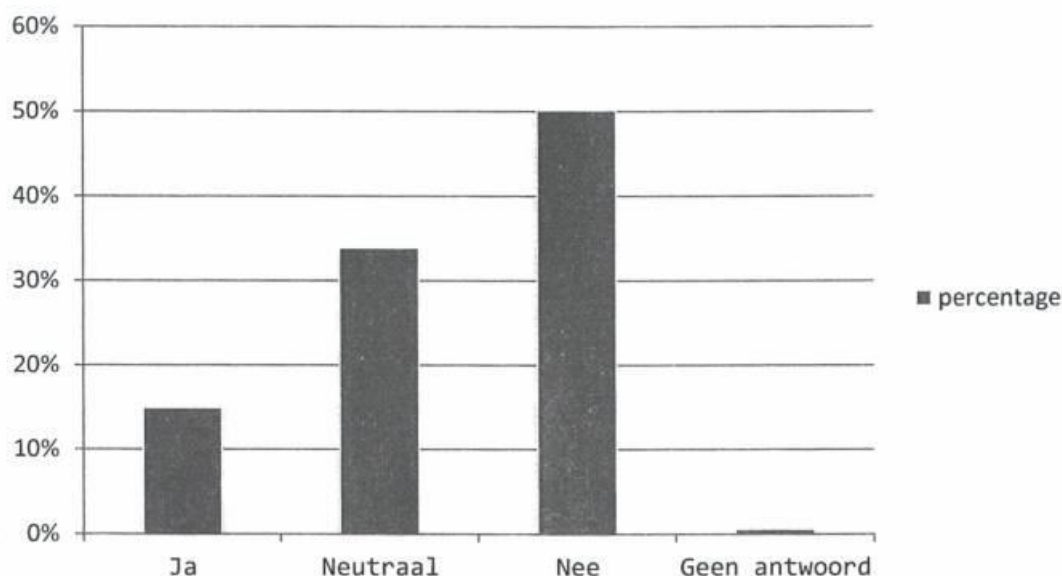


1: helemaal niet storend

10: heel erg storend

Het opiniepanel is vervolgens gevraagd naar hun mening of er meer reclame toegelaten mag worden in de binnenstad. Hieruit blijkt dat een meerderheid van 50% tegen meer reclame in de binnenstad is. 34% van de respondenten is neutraal en 15% zegt ja tegen meer reclame in de binnenstad.

### Meer reclame in de binnenstad?



### 3. Reclame op bedrijventerreinen

Het opiniepanel is gevraagd een cijfer te geven voor de huidige hoeveelheid aan reclame op bedrijventerreinen waarbij een 1 staat voor, reclame is geheel niet storend, en 10 voor heel erg storend. Het gemiddelde cijfer is een drie. Dit betekent dat de huidige hoeveelheid reclame op de bedrijventerreinen niet als storend wordt ervaren.

De verwachting is dat dit cijfers niet zo snel negatief zal omslaan richting storend of erg storend. Zo heeft 66% van de respondenten een cijfer gegevens tussen de 1 en de 4. Slechts 2% gaf een 9 of 10.

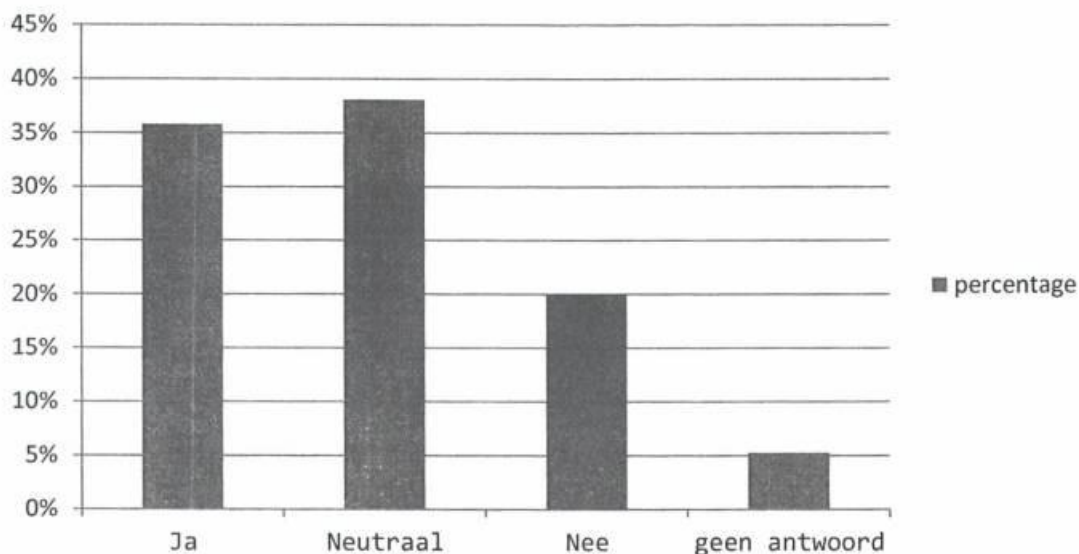
3

1: helemaal niet storend

10: heel erg storend

Ook voor de bedrijventerreinen is gevraagd of er meer reclame toegestaan mag worden. 38% van de respondenten is hier neutraal over. 36% geeft aan geen moeite te hebben met meer reclame op bedrijventerreinen. 20% is van mening dat er niet meer reclame mag komen op bedrijventerreinen. Dit laat een duidelijk ander beeld zien dan de binnenstad.

#### Meer reclame op bedrijventerreinen



#### 4. Reclame in woongebieden

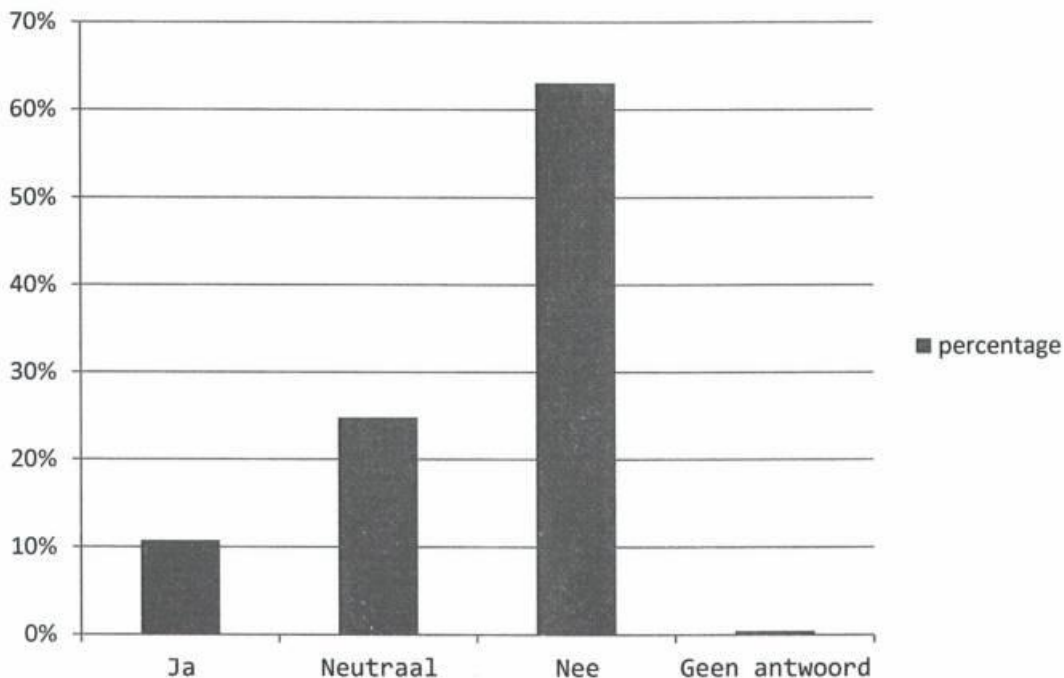
Net als in de binnenstad wordt de hoeveelheid reclame in het woongebied ervaren met een cijfer 4. Het valt wel op maar is dus niet storend. Bijna 60% van de respondenten geeft uiteindelijk een cijfer tussen de 1 en de 4. Wel is met ruim 5% het aantal personen dat een 9 of een 10 geeft hier hoger dan voor de binnenstad of voor de bedrijventerreinen.

Net als voor de binnenstad geldt voor het woongebied een aanzienlijke kans dat meer reclame sneller als storend wordt ervaren dan op bedrijventerreinen.



Dit blijkt ook uit de antwoorden op de vraag of meer reclame toegelaten mag worden in het woongebied. 63% wil niet meer reclame in het woongebied. Een kleine 11% staat hier wel positief tegenover en 25% is neutraal. Ten opzichte van bedrijventerreinen en de binnenstad wil men in het woongebied niet meer reclame toestaan.

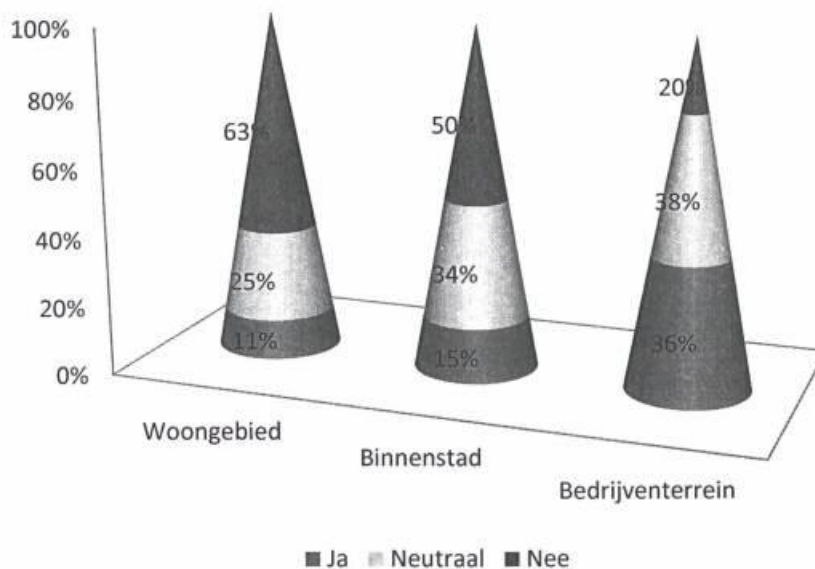
#### Meer reclame in woongebieden





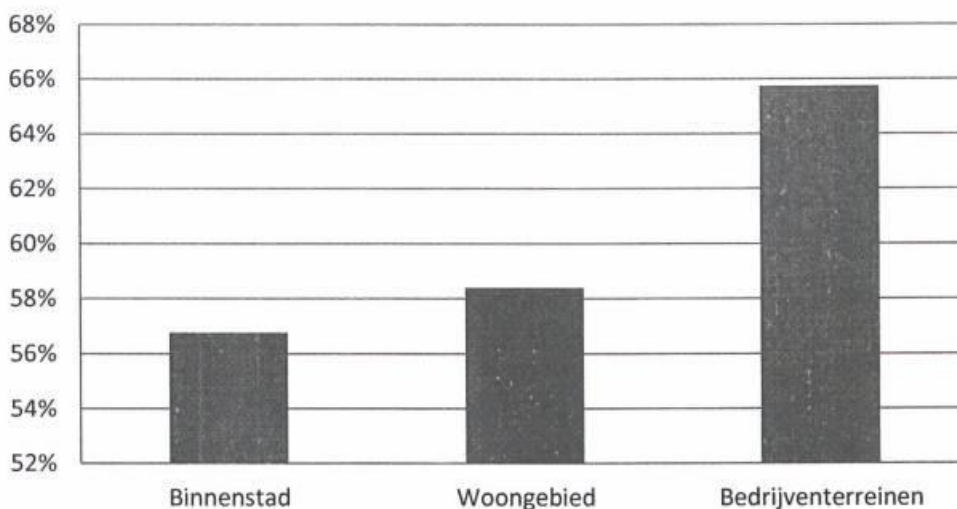
## 5. Locaties vergeleken

In dit hoofdstuk zetten we kort de drie locaties naast elkaar. Uit onderstaande grafiek blijkt dat uitbreiding van reclame het minst is gewenst in het woongebied, gevolgd door de binnenstad en als laatste de bedrijventerreinen. We hebben nog even speciaal ingezoomd op de groep respondenten die neutraal heeft geantwoord voor de binnenstad. Over het algemeen storen deze mensen zich ook minder aan de huidige reclame. Uit de reacties blijkt eveneens dat deze groep respondenten vinden dat reclame hoort bij een binnenstad. Men kan dus stellen dat de neutrale groep voor de binnenstad niet per definitie negatief staat tegenover meer reclame. Wel wordt vaak aangegeven dat reclame niet zondermeer moet kunnen en dat er duidelijk regels moeten zijn.



In de nu volgende grafiek wordt de huidige ervaring van de reclame op de drie locaties weergegeven. Hoe hoger de grafiek hoe positiever de huidige ervaring over de hoeveelheid van reclame in het betreffende gebied is. Het percentage is het percentage respondenten dat per gebied tussen de 1 en de 4 heeft gestemd bij vraag 1, 3 en 5.

### Positief over huidig beeld van reclame



## 6. Reacties van respondenten

In het nu volgende hoofdstuk volgt een bloemlezing van reacties van respondenten. Wat op valt is dat de meeste respondenten niet uitgesproken negatief zijn over de huidige mate van reclame, uitzonderingen daar gelaten. Wel wordt vaak opgemerkt dat de reclame moet voldoen aan randvoorwaarden en alleen daar waar toegestaan. Er wordt ook diverse keren gerefereerd aan de verkeersveiligheid, deze mag door reclame-uitingen niet in het geding komen. Ook moet er rekening gehouden worden met monumentale panden of openbaar groen.

Als laatst volgen nog een paar opmerkingen van respondenten die uitgesproken voorstander zijn van meer reclame en een paar opmerkingen van respondenten die uitgesproken tegenstander zijn van meer reclame.

### Organiseer de reclame die je als gemeente toestaat, maar ook niet te veel

- *"schreeuwende reclame vind ik storend, rustige bedrijvenreclame niet"*
- *"In Binnenstad zou wel iets meer reclame mogen, wat mij betreft, maar een gedoeerde toename en dan weer evalueren"*
- *"Reclame is meer straatgevoel en staat soms ook heel vrolijk"*
- *"Er zouden richtlijnen moeten zijn over de stijl en grootte reclame uitingen versus bouwstijl pand."*
- *"Reclame uitingen moeten een goede verhouding hebben tussen functionaliteit en leefbaarheid"*
- *"Vind dat reclame uiting wel moet kunnen maar vind weleens dat sommige zeer groot zijn en erg veel verlicht zijn vooral in deze tijd wij als bewoners worden verwezen om zuinig met stroom te doen maar zie dat in de verlichting reclameborden niet terug"*
- *"Gemeente moet m.i. minder krampachtig omgaan met reclame-uitingen/gevelreclame etc in de binnenstad"*
- *"De historische binnenstad en woongebieden dienen onder een streng reclameregime te vallen. Reclame mag niet ten koste gaan van: Monumenten, historische stadsgesichten, Beeldbepalende bouwwerken en groen structuren. Reclame draagt niet bij aan ruimtelijke..."*

### Verkeersveiligheid

- *"zorg dat reclame uitingen niet afleiden voor weggebruikers!"*
- *"Sommige reclame borden aan een lantaarnpaal nemen te veel ruimte in van een stoep"*
- *"De enige reclame waar ik me wel eens aan stoer is reclame langs (auto)wegen die te veel afleidt van het verkeer"*

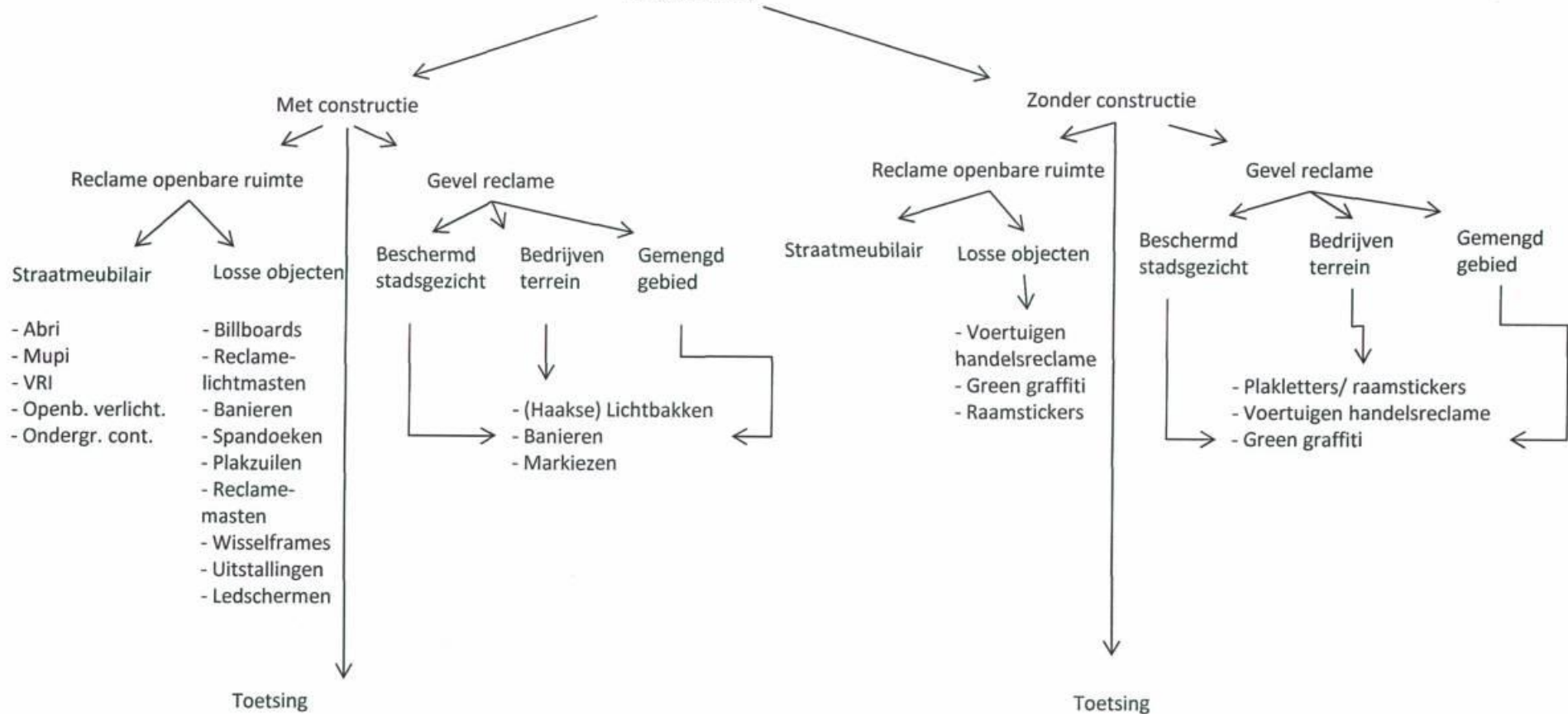
### Wel meer reclame

- *"reclame hoort bij en levendige stad"*
- *"Ik vind dat reclame in de stad Groningen er mee valt"*
- *"Ik heb reclames e.d. zoals jullie benoemen nooit als storend ervaren"*
- *"Reclame verlevendigt een stad. Kijkt in steden als New York, Barcelona, etc"*

### Niet meer reclame

- *"Wat betreft reclame-uitingen aan winkelpuien mag het van mij nog meer beperkt worden"*
- *"De financiële voordelen van reclame wegen wat mij betreft niet op tegen de nadelen. Een rustig straatbeeld is mij meer waard. Liever een hogere belasting"*

Omgevingsvergunning  
Reclame uiting



Omgevingsvergunning bouwactiviteit:

- Bouwbesluit
- Bouwverordening
- Bestemmingsplan
- Welstandsnota

Omgevingsvergunning reclameactiviteit:

- Reclamenota
- Welstandsnota
- APVG

\* Indien monument ook aanvraag omgevingsvergunning met monumentenactiviteit

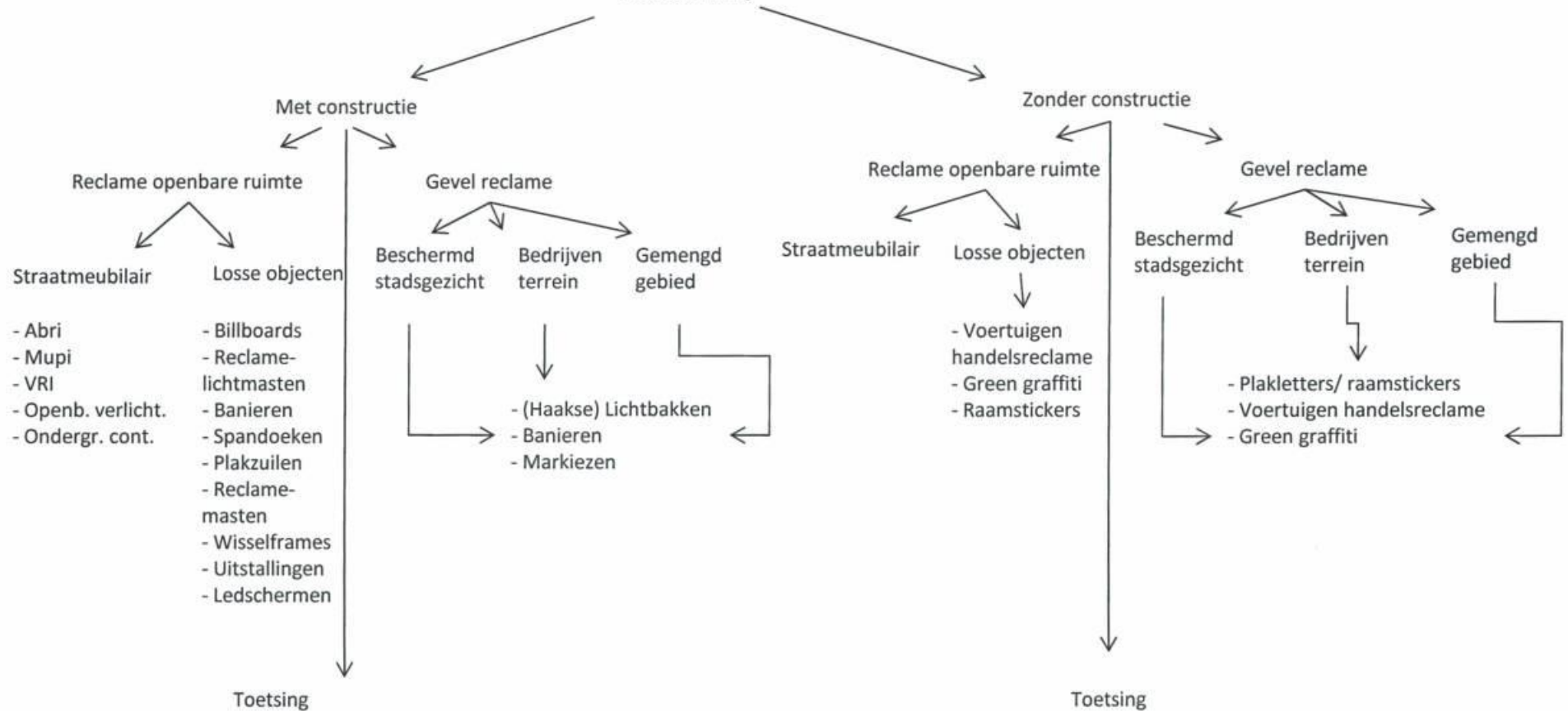
Omgevingsvergunning reclameactiviteit:

- Reclamenota
- Welstandsnota
- APVG

\* Indien monument ook aanvraag omgevingsvergunning met monumentenactiviteit



Omgevingsvergunning  
Reclame uiting



Omgevingsvergunning bouwactiviteit:

- Bouwbesluit
- Bouwverordening
- Bestemmingsplan
- Welstandsnota

Omgevingsvergunning reclameactiviteit:

- Reclamenota
- Welstandsnota
- APVG

\* Indien monument ook aanvraag omgevingsvergunning met monumentenactiviteit

Omgevingsvergunning reclameactiviteit:

- Reclamenota
- Welstandsnota
- APVG

\* Indien monument ook aanvraag omgevingsvergunning met monumentenactiviteit