

## **RAADSVOORSTEL:**

2008-2009

Ons kenmerk: RO 08.1660109

Registratienummer : GR 08.

Ingekomen op :

Onderwerp: Reclamenota 2008

Groningen,

Aan de raad,

### **Inleiding**

In uw raadsvergadering van 31 oktober 2007 heeft u een motie over het vergroten van het aantal reclameobjecten ingediend. Deze nieuwe reclameobjecten zouden volgens de motie vanwege hun plaats geschikt zijn voor inpassing van antenne-installaties voor mobiele telefonie. Ons college heeft deze motie betrokken bij de update van de reclamenota 2005. Dit heeft geleid tot de bijgevoegde reclamenota 2008.

#### *Geschiktheid reclameobjecten voor antenne-installaties.*

In uw motie is gesteld dat reclameobjecten uitermate geschikt zouden zijn voor de plaatsing van de antenne-installaties. Antenne-installaties ten behoeve van mobiele telefonie worden over het algemeen op een hoogte van minimaal 15 meter geplaatst.

Alleen in uitzonderlijke situaties (als er geen andere mogelijkheden zijn) wordt voor een lagere hoogte gekozen. Bijna alle reclameobjecten in de gemeente Groningen zijn (veel) lager dan 15 meter.

De billboards waarnaar u verwijst, zijn circa 6 meter hoog en komen daardoor niet in aanmerking voor plaatsing van antenne-installaties.

Langs de ringweg staan bij de hoofdontsluitingswegen naar de bedrijventerreinen enkele reclamemasten (bijvoorbeeld de IKEA-mast) die qua hoogte wel geschikt zijn voor de antenne-installaties. Deze reclamemasten zijn hoofdzakelijk bedoeld als verwijzing naar het bedrijventerrein en de hierop aanwezige bedrijven. De meeste reclamemasten staan echter niet op gemeentegrond en geen van deze masten wordt door de gemeente geëxploiteerd.

Langs de ringweg is, vanuit ruimtelijk perspectief, slechts een beperkte uitbreiding (twee stuks) van het aantal reclamemasten mogelijk. Het gaat hierbij om locaties waarvan de grond niet in eigendom van de gemeente Groningen is. Verder zal langs de A7 ter hoogte van het toekomstige industrieterrein Westpoort nog een reclamemast worden gerealiseerd. Deze reclamemast zal echter niet door de gemeente geëxploiteerd worden. We zien verder binnen de gemeente Groningen geen mogelijkheden om nog meer van deze reclamemasten te realiseren. Mocht er bij ons een verzoek van een aanbieder van mobiele telefonie

worden ingediend voor de plaatsing van een antenne-installatie in de omgeving van een reclamemast dan kunnen we hem verwijzen naar de eigenaar van de betreffende reclamemast.

We moeten concluderen dat het merendeel van de reclameobjecten niet geschikt is voor het aanbrengen van antenne-installaties ten behoeve van mobiele telefonie.

### **Reclamenota 2005.**

In uw raadsbesluit over reclamenota 2005 heeft u een aantal acties vastgesteld, te weten;

1. uitbreiding aantal plakzuilen van 10 naar 35;
2. uitbreiding van de reclameobjecten rondom lichtmasten (driehoeksborden) van 200 naar 250;
3. uitbreiding van het Mupi's (Mobilier Urbain pour Publicité et Information ofwel de stadsplattegronden met reclame op de achterzijde) met 5 à 10;
4. het in exploitatie nemen van wisselframes en het formuleren van de toetsingscriteria voor wisselframes.

#### *Plakzuilen.*

Een groot deel van de uitbreiding van het aantal plakzuilen is gerealiseerd. Er zijn nu 27 plakzuilen in de gemeente Groningen. Een aantal plakzuilen is vanwege wijkvernieuwing (bijv. winkelcentrum Lewenborg) of grootschalige ruimtelijke ontwikkelingen (bijvoorbeeld CiBoGa) nog niet geplaatst. Deze plakzuilen zullen na afloop van deze projecten alsnog geplaatst worden.

#### *Aanpassing APVG artikel 5.8.1 en de beleidsregels reclameobjecten rondom lichtmasten.*

Voor deze vorm van reclame-uitingen is in de APVG een artikel (5.8.1) opgenomen. Wij hebben de beleidsregels voor de reclameobjecten gewijzigd. Het aanpassen van deze beleidsregels is een bevoegdheid van ons college. In deze beleidsregels hebben wij nieuwe locaties aangewezen om de uitbreiding van het aantal reclameobjecten te realiseren.

Ook zijn in de APVG en de beleidsregels criteria voor de aanbesteding opgenomen. Deze criteria komen niet meer overeen met het aanbestedingsbeleid dat wij concernbreed hanteren. Om deze reden stellen we voor om deze aanbestedingscriteria uit de APVG en de beleidsregels te verwijderen. Om deze reden hebben we de wijzigingsverordening toegevoegd.

Verder hebben wij bij de weigeringsgronden twee zaken gewijzigd. Het reclameobject dient minimaal 0,50 m (was 0,40 m) boven de weg of groenstrook te worden bevestigd. Hierdoor kan effectiever onderhoud worden verricht. Verder dient de minimale doorloopbreedte na plaatsing van het reclameobject minimaal 0,90 m (was 1,50 m) te zijn, omdat anders in veel straten geen reclameobjecten rondom lichtmasten kunnen worden toegepast. Overigens is deze doorloopbreedte voldoende voor rolstoelgebruikers. De vorenstaande wijzigingen zijn verwerkt in de nieuwe beleidsregels die deel uit maken van de reclamenota 2008.

#### *Aanpassing beleidsregels artikel 4.4.3 en 4.4.4 APVG (reclamevergunning).*

Het aanpassen van deze beleidsregels is een bevoegdheid van ons college. Wij hebben als afgeleide weigeringsgrond over verkeersveiligheid een regel toegevoegd. De afstand

tussen het reclameobject en de weg dient tenminste 0,60 m te zijn. Bij in- en uitritten geldt een grotere afstand. Met deze toevoeging kunnen we voorkomen dat er reclameobjecten worden geplaatst op plaatsen waar vrij uitzicht voor het verkeer noodzakelijk is. De vorenstaande wijzigingen zijn verwerkt in de nieuwe beleidsregels die deel uit maken van de reclamenota 2008.

#### *Mupi's.*

Het aantal mupi's is gegroeid van 104 naar 114. We verwachten geen substantiële verhoging van dit aantal mupi's. In het centrum zijn tien "standaard" mupi's vervangen door mupi's waarin de reclame-uitingen roteren.

#### *Wisselframes.*

In de welstandsnota 2008 zijn toetsingscriteria voor wisselframes geformuleerd. Daarnaast exploiteert de gemeente een aantal wisselframes. Het gaat hierbij om de wisselframes die zijn bevestigd op verkeersregelinstallaties. We onderzoeken de mogelijkheden om het aantal te exploiteren wisselframes uit te breiden.

Deze specifieke vorm van reclame is in deze reclamenota niet gelimiteerd in aantal en plaats. Als een wisselframe gelijmd wordt op een bouwwerk dan is deze niet bouwvergunningplichtig. Bovendien heeft de eigenaar van de bouwwerken (bijvoorbeeld transformatorkasten Essent) de exploitant toestemming gegeven voor het aanbrengen van de wisselframes. Dergelijke wisselframes zijn moeilijk te reguleren. Wel is het beeld van deze wisselframes beter dan de compleet dichtgeplakte transformatorkasten.

Het is wel mogelijk om de wisselframes op gemeentelijke eigendommen te reguleren. Voor nieuwe definitieve locaties zal een welstandstoets plaatsvinden. In onze contract-onderhandelingen met de exploitant van deze wisselframes zal hieraan extra aandacht worden besteed.

#### **Reclamenota 2008.**

Op verzoek van uw raad zijn wij op zoek gegaan naar de mogelijkheden om het aantal reclameobjecten uit te breiden. Ruimtelijk gezien, heeft reclame veel invloed op de openbare ruimte en de stad in het algemeen.

Uitgangspunt voor deze nieuwe reclamenota, maar ook voor de oude reclamenota, is verbetering van de ruimtelijke kwaliteit, leefbaarheid en herkenbaarheid van onze stad.

Op dit moment kan voor de stad Groningen geconstateerd worden dat er een goed en zorgvuldig evenwicht is. Evenwicht tussen de hoeveelheid reclame en de ruimtelijke kwaliteiten van de stad, zonder dat deze kwaliteit geweld wordt aangedaan. De reclamenota 2008 is een goed hulpmiddel om het evenwicht te bewaren. De reclamenota 2008 komt in veel opzichten overeen met de reclamenota 2005. Hoewel we vinden dat de hoeveelheid en soort reclames een grens heeft bereikt, zien we in de reclamenota 2008 nog een (beperkt) aantal mogelijkheden om het aantal reclames uit te breiden. Het gaat hierbij om de volgende reclames.

#### *Exposureboxen.*

Een nieuw fenomeen in Nederland is de toepassing van zogenaamde exposureboxen.

Een exposurebox is een transparante container waarin een product zichtbaar is. Een dergelijk reclameobject is erg opvallend en kan een positieve bijdrage leveren aan de openbare ruimte. Er zijn nog erg weinig steden in Nederland waar deze vorm van reclame wordt toegepast. Introductie van deze reclamevorm heeft een meerwaarde voor het reclamebeleid van de gemeente Groningen. Wel is het zaak om zorgvuldig de locaties te bepalen. Niet elke plaats is geschikt voor de exposurebox. Alleen grote open plaatsen, waarin de exposurebox ruimtelijk gezien geen dominante rol inneemt, zijn geschikt. De exposurebox kan bijvoorbeeld worden gebruikt tijdens een periode dat er een autoshow in de stad plaatsvindt, waarbij dan een auto zichtbaar is. We onderzoeken de (planologische) mogelijkheden om de exposurebox in Groningen toe te passen.

#### *Bedrukken bouwsteigerdoeken.*

Op verschillende plaatsen in Groningen vinden bouwactiviteiten plaats die langer dan zes maanden duren. Gedurende deze tijd staan er visueel erg storende bouwsteigers. De belevingswaarde van de stad wordt hierdoor negatief beïnvloed. Het gaat hierbij vooral om bouwactiviteiten in het centrum of langs de doorgaande wegen. Juist op deze plaatsen moet veel aandacht aan de openbare ruimte worden besteed. Deze plaatsen zijn immers het visitekaartje van de stad.

Met de toepassing van steigerdoeken op deze visueel storende bouwsteigers wordt de belevingswaarde van de stad verhoogd. Op deze steigerdoeken kan bijvoorbeeld een afbeelding van het toekomstige pand worden weergegeven. Wel stellen we als eis dat maximaal 15% van dit steigerdoek mag bestaan uit een reclame-uiting. Dit om te voorkomen dat een steigerdoek geheel uit reclame zal gaan bestaan waardoor er een averechts effect zal gaan optreden.

#### *Telefooncellen.*

Op dit moment zijn we met KPN in onderhandeling over het aanbrengen van reclame-uitingen in een aantal telefooncellen. Door het toelaten van reclame-uitingen kan KPN een aantal niet rendabele telefooncellen toch blijven exploiteren. Het gaat overigens om een ruimtelijk bescheiden reclame-uiting.

We stellen wel als voorwaarde dat in de nabijheid van de beoogde telefooncellen geen andere reclame-uitingen aanwezig zijn. Om deze reden komen niet alle telefooncellen in aanmerking voor een reclame-uiting. Dit om de belevingswaarde van de openbare ruimte niet negatief te beïnvloeden. Naar verwachting komen circa 15 telefooncellen in aanmerking voor het aanbrengen van een reclame-uiting. Overigens neemt het aantal telefooncellen in de stad wel af, doordat KPN niet meer wettelijk verplicht is om per 5000 inwoners een telefooncel te exploiteren.

#### *Banieren.*

De Grote Markt is nog niet aangewezen als locatie waar het ophangen van banieren aan lichtmasten is toegestaan. Ons college heeft de stichting Marketing Groningen toestemming gegeven om banieren op de Grote Markt op te hangen. Wij hebben u hierover op 25 maart 2008 geïnformeerd. In die brief hebben wij aangekondigd om de Grote Markt bij de update van de reclamenota 2005 als locatie voor het ophangen van banieren aan te wijzen. Naast de Grote Markt waren op het Gedempte Zuiderdiep, het Gedempte Kattendiep en de Ebbingbrug al banieren aan lichtmasten toegestaan.

Bij (zeer) grote evenementen zoals het EK <21 en de Giro is het mogelijk om op andere locaties banieren op te hangen. Bij tijdelijke banieren (buiten de aangewezen plaatsen) moet worden gewerkt met reeksen, reeksen die de ruimtelijke kwaliteit ondersteunen. Om het kwaliteitsniveau te waarborgen moeten deze tijdelijke voorzieningen ruimtelijk en uitvoeringstechnisch goed worden onderbouwd en getoetst. Onder deze condities leveren de banieren een toegevoegde waarde aan de openbare ruimte.

Op de banieren mogen alleen zaken worden aangekondigd die betrekking hebben op city promotion. Handelsreclame is nadrukkelijk niet toegestaan.

*Uniforme bewegwijzering bedrijventerreinen.*

Om een eind te maken aan een veelvoud aan verschillende soorten en maten bewegwijzeringsborden op de bedrijventerreinen is samen met de bedrijven naar een oplossing gezocht.

De ruimtelijke kwaliteit en de representativiteit van de bedrijventerreinen had ernstig te leiden onder het grote scala van dergelijke borden. In samenspraak met de bedrijvenverenigingen is via het project Terreinwinst een uniforme bewegwijzering tot stand gekomen. Deze uniforme bewegwijzering heeft de ruimtelijke kwaliteit van de bedrijventerreinen aanzienlijk verbeterd.

*Inspraak.*

Gezien de geringe ruimtelijke gevolgen van deze nieuwe reclamenota heeft er geen formele inspraak plaatsgevonden.

**Duurzaamheid.**

Ook in de reclamenota 2008 kunnen we onze ambities op het gebied van duurzaamheid verwezenlijken. Het gaat hierbij dan om de verlichte reclamevoorzieningen. Dit heeft in de contractonderhandelingen met de exploitant van de lichtmastreclame al geleid tot het toepassen van LED-verlichting. LED-verlichting zorgt voor een aanzienlijke energiebesparing.

De betreffende exploitant zal gefaseerd de huidige reclamevoorzieningen vervangen. We zullen ook in de toekomstige contractonderhandelingen het duurzaamheidsaspect meenemen.

Gelet op het voorgaande stellen wij u voor te besluiten:

- I. de reclamenota 2008 vast te stellen;
- II. de reclamenota 2008 bekend te maken door plaatsing in het gemeenteblad en publicatie in de Groninger Gezinsbode;
- III. kennis te nemen van de aangepaste beleidsregels "reclameobjecten rondom lichtmasten" artikel 5.8.1 APVG;

- IV. kennis te nemen van de aangepaste beleidsregels artikel 4.4.3 en 4.4.4 APVG;

- V. de verordening tot wijziging van de APVG 2005 vast te stellen en bekend te maken door plaatsing in het gemeentebblad en publicatie in de Groninger Gezinsbode.

Burgemeester en wethouders  
van Groningen,

de burgemeester,

de secretaris,

Jacq. Wallage.

H.P. Bakker.