

Onderwerp Voornemen opstellen beleid digitale reclame
(wensen en bedenkingen)

Steller Jan Pieter Koppert

De leden van de raad van de gemeente Groningen
te
GRONINGEN

Telefoon +316 1173 5571 Bijlage(n) 0

Ons kenmerk



Datum 12-02-2020 Uw brief van

Uw kenmerk

Geachte heer, mevrouw,

De betekenis van digitale reclames voor stedelijke gebieden als Groningen neemt toe. De gemeente krijgt steeds meer verzoeken voor toepassingen van digitale reclame, zowel op zichtlocaties buiten het centrum, als in de binnenstad en bij evenementen. Daarnaast worden waardes als rust, donkerte en het voorkomen van afleiding door o.a. reclames ook steeds belangrijker. Wij hebben geconstateerd dat het huidige reclamebeleid uit 2016 onvoldoende handvatten biedt om alle aanvragen voor digitale reclame te beoordelen. Dit leidt soms tot onduidelijkheid, interpretatieverschil en onzekerheid, zowel bij initiatiefnemers als bij de afhandeling van aanvragen. Daarbij komt dat dit huidige beleid alleen van toepassing is op het grondgebied van de oude gemeente Groningen. Haren en Ten Boer hadden vrijwel niks geregeld voor digitale reclame.

Met deze brief willen wij uw raad vragen wensen en bedenkingen naar voren te brengen in het proces om te komen tot een beleidsregel voor *digitale reclame-uitingen*. Via deze brief laten wij de dilemma's zien waarop een antwoord gegeven moet worden en stellen wij uitgangspunten voor. Afhankelijk van de discussie met uw raad wijzigt uw raad het beleidskader (Welstandsnota en/of APV) en / of stelt het college een beleidsregel digitale reclame vast als uitwerking van de Welstandsnota of APV. In beide gevallen moeten de Welstandsnota en APV eerst zijn geharmoniseerd. Dat betekent dat wij op zijn vroegst in het najaar van 2020 het nieuwe beleid kunnen formaliseren.

Het huidige Reclamebeleid vindt zijn weerslag in de Welstandsnota waarin sneltoetscriteria zijn opgenomen voor gevel- en buitenreclame en in de APV

waarin regels zijn opgenomen voor onder andere gecontracteerde reclame (abri's, lantaarnpalen, reclamevitruines, etc.). Bij vergunningverlening moet worden getoetst aan de criteria 'voorkomen van lichthinder' en 'verkeersveiligheid'. Tot nu toe zorgen juist deze criteria voor onduidelijkheid omdat deze niet verder zijn uitgewerkt. Het voorkomen van lichthinder gaat over de mate van lichtuitstraling, lichtsterkte en de mate van bewegend beeld (van vrijwel stilstaand beeld tot full motion). Verkeersveiligheid gaat over de invloed van bewegende beelden op het verkeer (afleiding).

Vooraf stellen we dat we zoeken naar een balans tussen het beschermen van belangrijke waarden als rust, beleving en donkerte enerzijds en economische belangen anderzijds. We willen in principe terughoudend zijn als het gaat om vergunnen van digitale reclame. In de zogenaamde 'specials' (gebieden met grote publieksaantrekkende werking, zie bij bullit 7 hieronder) willen we meer ruimte bieden. We sluiten aan bij twee belangrijke richtlijnen; de Richtlijn Lichthinder (Nederlandse stichting voor verlichtingskunde) en de CROW-publicatie 'Reclame langs wegen'. De eerste geeft richtlijnen voor het voorkomen van lichthinder en de tweede ziet op het aspect verkeersveiligheid. Beide stukken vragen een nadere afweging.

Wij stellen voor om voor het 'voorkomen van lichthinder' de volgende uitgangspunten te hanteren in nieuw beleid¹:

1. Wij staan geen vormen van digitale reclame toe buiten het stedelijk gebied. Dus niet in het buitengebied en niet in de dorpen.
2. Voor het centrum van Haren en Ten Boer gelden dezelfde regels als binnen het stedelijk gebied. Deze worden hiermee dus gelijkgesteld met de stadse winkelcentra. Hiervoor geldt dus het bepaalde onder bullit 4.
3. In parken en groene gebieden (waaronder het Noorderplantsoen) alsmede in enkele 'groene' beschermde stadsgezichten (Verlengde Hereweg, Zuiderpark, Bloemenbuurt, Petrus Campersingel / S.S.Rosensteinlaan) staan we geen vormen van digitale reclame toe.
4. Daarbuiten staan we (binnen het stedelijk gebied Groningen) voor commerciële functies altijd één digitaal reclamescherm per pand toe op de begane grond, geplaatst in het raamkozijn op 0,3 meter uit het glas (mits op voldoende afstand van verkeersroutes). Dit sluit aan bij de huidige mogelijkheden voor led-reclame in winkelstraten van de oude gemeente Groningen.
5. Voor bedrijven op bedrijventerreinen geven we in aanvulling op voorgaande bullit ruimte voor één digitaal scherm per gebouw aan de gevel (mits op voldoende afstand van verkeersroutes). Hierbij sluiten we aan bij de huidige mogelijkheden voor analoge reclame voor

¹ Een nadere uitwerking van de CROW-richtlijn is voornamelijk niet nodig omdat de in deze publicatie voorgeschreven afstanden van reclame tot de weg helder zijn en het aspect 'afleiding voor het verkeer' al voldoende wordt beantwoord door de Richtlijn Lichthinder verder in te vullen.

- bedrijventerreinen. Dat betekent dat er een scherm mogelijk is van max. 20% van de gevel.
6. Voor kantoorpanden geven we in aanvulling op bullit 4 ruimte voor één digitaal scherm per pand. Hierbij geven we geen (sneltoets)criteria voor grootte, maar moet een scherm altijd voldoen aan redelijke eisen van welstand. Er vindt dus (vrijwel) altijd een gesprek plaats over de inpassing van het scherm, waarbij een uitkomst ook negatief kan zijn. Tevens wordt getoetst aan de CROW-richtlijn.
 7. In een aantal publieksaantrekkelijke gebieden ('Specials') bieden we ruimte voor meer en nieuwe vormen van digitale reclame aan de gevel. Op voorhand geven we geen maatvoering op en wordt getoetst aan redelijke eisen van welstand. Uiteraard is ook de CROW-richtlijn hierbij van belang. Het gaat bijvoorbeeld om Zernike – centrumgebied, stationsgebied (CS), UMCG, Euroborg, Martiniplaza, sportcentrum Kardinge, winkelgebied Sontplein, winkelgebied Hoendiep/Peizerweg.
 8. Voor de vertoning van de digitale reclame is het uitgangspunt uitsluitend 'vrijwel stilstaande beelden'. Daarmee bedoelen we dat een beeld eens per 10 seconden mag wisselen, mits de overgang geleidelijk is.
 9. Een uitzondering op bullit 8 is wat ons betreft op zijn plaats voor de onder 4 genoemde digitale reclame in kozijnen op de begane grond en de onder 7 genoemde specials. Hier willen we ook geanimeerde beelden (van vrijwel stilstaand tot full motion) toestaan, mits deze op voldoende afstand van verkeersroutes liggen (toets aan CROW-publicatie).
 10. Aanvullend geldt wat ons betreft dat altijd wordt voldaan aan de luminantiewaarden en compensatiefactor uit de Richtlijn Lichthinder welke er voor zorgen dat de lichtsterkte past bij de omgeving en is afgestemd op de mate van bewegend beeld.
 11. Aanvullend geldt tevens dat te tonen content pandgebonden is. Er wordt dus geen reclame gemaakt voor een bedrijf dat niet met het pand verbonden is. Dit is conform het huidige reclamebeleid. We voegen toe dat er ruimte zou moeten zijn voor boodschappen van algemeen belang (gemeentelijke informatie, amber-alerts, boodschappen van Marketing Groningen, etc.).
 12. Digitale schermen staan alleen aan tijdens openingstijden en gaan uit na 22.00 uur (met uitzondering van uitgaansstraten in de binnenstad).
 13. De overgang van dag naar nacht (licht naar donker tijdens de schemering) gaat geleidelijk.

Over de hierboven genoemde uitgangspunten willen we uw raad nu vragen wensen en bedenkingen te uitten. We starten hiermee een inhoudelijke discussie en afhankelijk van de uitkomsten geven we het besluitvormingsproces verder vorm. Met bovenstaande is het niet nodig om inhoudelijke wijzigingen aan te brengen in de Welstandsnota en hoeft uw



raad, los van de harmonisatie, hier geen besluit over te nemen. Uiteraard staat het uw raad vrij om ook een wijziging van het Welstandsbeleid bespreekbaar te maken. Totdat het huidige beleid is geharmoniseerd zullen we bovenstaande uitgangspunten als leidraad gebruiken voor het beoordelen van aanvragen.

Wij vertrouwen er op dat wij u hiermee voorlopig voldoende hebben geïnformeerd.

Met vriendelijke groet,
burgemeester en wethouders van Groningen,

burgemeester,
Koen Schuiling

secretaris,
Christien Bronda

Deze brief is elektronisch aangemaakt en daarom niet ondertekend.