

## VRAGEN

door de leden van de raad gesteld overeenkomstig artikel 38 van het Reglement van Orde voor de vergaderingen van de raad van de gemeente Groningen.

2004 - Nr. 26.

VRAGEN van de VVD van mevrouw B.G. de Boer en de heer D. Jager betreffende reclame-uitingen.  
(Binnengekomen: 17 maart 2004.)

De verruiming van het uitstallingsbeleid lijkt een groot succes te gaan worden. Iedereen is enthousiast! Het betuttelende stringente beleid van de gemeente is beknellend voor het ondernemerschap en is uiteindelijk de dood in de pot voor een gezond leefklimaat in de binnenstad. Geef de mensen wat meer vrijheid, de keerzijde is verantwoordelijkheid en daar weet de individuele burger best mee om te gaan. Zo heeft een plaatselijke hotelhouder besloten om zijn neonreclame te vervangen door een houten opschrift aan de gevel omdat hij van mening is dat dit beter past bij de gevel van het hotel. Zo op het eerste gezicht, kan de VVD fractie de ondernemer daar geen ongelijk in geven, sterker nog, we vinden het mooi. Daarmee blijkt de omstreden ophanging van een houten bebording kennelijk een kwestie van smaak. Naar aanleiding van het voorval, dat de VVD toch wel als zeer knellend ervaart voor goed ondernemerschap in de binnenstad, willen we het college het volgende voorleggen.

Gezien het succes van het verruimen van het uitstallingsbeleid in de binnenstad, is de VVD van mening dat dergelijke successen navolging verdienen. Het ophangen van bebording en reclameuitingen moet binnen zekere grenzen van welstand plaatsvinden. Een voorval als de onderhavige, houten bebording aan de gevel van het Martini Hotel, geeft toch aan dat de regels voor de ophang van dergelijke bebording als zeer knellend wordt ervaren en in feite niet bijdraagt aan een mooiere binnenstad. De VVD stelt het college dan ook de volgende vragen:

1. Is het College met de VVD van mening dat het te ver gaat dat het ophangen van houten bebording, aan de gevel van het Martini Hotel, het 'beschermd stadsgezicht' meer zou aantasten dan neonreclame? Zo ja, waarom? Zo neen, waarom niet?
2. Verdient het beleid inzake reclameuitingen, binnen de grenzen van welstand en in navolging van het verruimde uitstallingsbeleid, ook een verruiming in aanpak? Zo ja, waarom? Zo neen, waarom niet?

Het college beantwoordt de vragen als volgt:

Groningen, 21 april 2004.

Algemeen.

Op 30 januari 2002 heeft de gemeenteraad van Groningen de geactualiseerde nota "Reclame in goede banen" vastgesteld naar aanleiding van de evaluatie van het gemeentelijk reclamebeleid. Bij deze actualisatie heeft de raad gekozen voor een nieuwe indeling van de stad in twee soorten reclamegebieden. Voor de beschermde stadsgezichten geldt sindsdien terughoudendheid; in de overige gebieden heeft de raad daarentegen de reclamemogelijkheden verruimd. Daarnaast heeft de raad bij deze actualisatie objectieve toetsingscriteria vastgelegd voor de Welstandscom-missie, om discussies over mooi of lelijk te voorkomen.

Over het nieuwe bord van het Martinihotel adviseerde de Welstandscommissie ons het volgende:

“Het aanbrengen van een reclamebord en een lantaarn (naast het verwijderen van monumentale niet genoemde delen) is ernstig in strijd met redelijke eisen van welstand. Bovendien worden de monumentale waarden van dit pand hiermee onaanvaardbaar geschaad. Het pand kent een monumentenstatus voor de voorgevel. Toevoegingen en wijzigingen dienen dus met de grootste terughoudendheid te geschieden. Ten aanzien van reclame stelt de Reclamenota, dat borden als reclame-uiting tegen de gevels niet zijn toegestaan in de beschermde binnenstad. De naamsaanduiding die recent aanwezig was voldeed volledig aan de normen die de Reclamenota stelt. Daarnaast had deze naamsaanduiding een meerwaarde, die de plek op een monumentale gevel rechtvaardigt.

Het nu aangebrachte reclamebord heeft deze meerwaarde niet, is daarentegen grof uitgevoerd en is daarom onvoldoende passend bij het gerestaureerde gebouw. Ook de lantaarn is een niet-passend element bij de gevel.”

Gelet op dit advies van de Welstandscommissie delen wij uw mening dan ook niet, dat de beoordeling van de omstreden ophanging van de door u bedoelde houten bebording slechts een kwestie van smaak zou zijn. Wij hebben het advies van de commissie voor de welstand gevolgd.

Aangezien in dit geval een bezwaarschrift is ingediend, is de kwestie voorgelegd aan de ambtelijke commissie voor de beroep- en bezwaarschriften. Deze commissie zal ons adviseren over het ingediende bezwaarschrift. Wij vinden het niet juist om in afwachting van dit advies nu al een definitief standpunt in te nemen.

T.a.v. de vragen.

1. Gelet op het vorenstaande beantwoorden wij deze vraag ontkennend.
2. Nee. In de praktijk is de aangepaste Reclamenota 2002 een werkbaar instrument gebleken waarover weinig klachten van ondernemers zijn ontvangen en waarmee o.i. een goede afweging kan worden gemaakt tussen het algemeen belang en individuele belangen. Bovendien is de Reclamenota nog maar ruim twee jaar geleden door de raad vastgesteld.