

Raadsvoorstel

GEMEENTEBESTUUR

onderwerp Reclamenota Binnenstad Venlo 2014
raadsnummer 2014 35
collegevergadering d.d. 22 april 2014
raadsvergadering d.d. 28 mei 2014
fatale termijn
programma Centrum Euregio: hoofdstad en vitaal hart
portefeuillehouder S. Satijn

team REWLE
steller ir. PFJ Pepels
doorkiesnummer +31 77 3596571
e-mail p.pepels@venlo.nl
registratienummer 14-4531
datum 14 april 2014
bijlage(n) 3
datum verzonden

Voorstel om te besluiten

Wij stellen de raad voor om te besluiten tot:

- Vaststelling van de Reclamenota Binnenstad Venlo 2014;
- Toevoeging van de Reclamenota Binnenstad Venlo 2014 aan de gemeentelijke Welstandsnota voor wat betreft de regels voor reclames;
- Intrekking van de Reclamenota, alleen voor wat betreft de binnenstad;
- Intrekking van de aanvullende reclame-eisen uit de Welstandsnota voor wat betreft de binnenstad;

Burgemeester en wethouders van Venlo
de secretaris de burgemeester

Piet Lucassen

Antoin Scholten

Raadsvoorstel

Samenvatting (Verplicht, maximaal een half A4)

Actualisatie van het reclame- en uitstallingsbeleid is nodig omdat het reclamebeleid uit 2001 is verouderd én het uitstallingsbeleid uit 1990 nog geharmoniseerd diende te worden. Daarnaast hebben grote veranderingen in de binnenstad geleid tot verschil in reclameregels. Met name het verschil tussen de Maasboulevard en de rest van de binnenstad zorgt voor onbegrip, gevoel van ongelijkheid en illegale gevelreclames.

Met het nieuwe beleid is vooral ingezet op duidelijkheid en eenduidigheid voor de ondernemers. Daarbij is evenwicht gezocht tussen enerzijds individueel ondernemerschap en anderzijds de ruimtelijke en historische kwaliteit van de binnenstad. Het doel is dat de kwaliteit van het centrum als geheel gaat functioneren als het visitekaartje van Venlo en ook de individuele ondernemers.

De regels voor reclames en ook uitstallingen zijn in hoofdlijnen vergelijkbaar met het huidige beleid; er is vooral gestreefd naar duidelijke en eenduidige regels.

Een aanvankelijk voorstel voor een strenger uitstallingsbeleid is aangepast nadat in februari 2014 met ondernemers opnieuw overleg werd gevoerd. Het uitstallingsbeleid is weer grotendeels in overeenstemming gebracht met het eerdere beleid.

Met de externe partners, onder andere de ondernemersvereniging Venlostad.com, is goed samengewerkt om de belangen van de individuele ondernemers te kunnen betrekken in het beleid.

Er is gekozen is voor een aanpassingstermijn van vijf jaar voor gevelreclames.

Uitstallingen zijn vergunningsvrij indien ze voldoen aan de regels.

Het eerste jaar wordt als een pilot ingericht waarbij handhavers steekproefsgewijs checken en waar nodig ondernemers verzoeken om de gevelreclames en uitstallingen aan te passen aan de nieuwe regels. Illegale reclames en uitstallingen die niet voldoen, zullen worden aangepakt.

Er wordt geen financiële ondersteuning geboden bij aanpassing van gevelreclames en uitstallingen.

Bijlagen

Nr.	Naam	Datum
1.	Reclamenota Binnenstad Venlo 2014	April 2014
2.	Inspraaknotitie 1, concept reclamebeleid Binnenstad (2012)	
3	Inspraaknotitie 2, voorstel Reclamenota Binnenstad 2014	..

Onderbouwing

Algemene toelichting

Dit raadsvoorstel is voortgekomen uit RV 2014-6, Op verzoek van de raad heeft het college op 15 januari de nota teruggenomen om opnieuw overleg te plegen met de ondernemers.

1. Wat is kernopgave (Wat is de belangrijkste opdracht voor de gemeenteraad?)

De opgave is actualisering van beleid voor reclames en uitstallingen in de binnenstad. Daarbij is duidelijkheid en eenduidigheid van de regels voor de ondernemers van belang. Verder wordt met het nieuwe reclamebeleid een evenwicht gezocht tussen enerzijds het individuele ondernemerschap en anderzijds de historische kwaliteit van de bebouwing in de binnenstad. Een evenwichtig beleid voor reclames en uitstallingen zal zorgen voor een aantrekkelijker en dus economisch sterkere binnenstad.

2. Relatie met programma

De ambitie voor de binnenstad is vervat in het programma Centrum Euregio: het reclamebeleid draagt bij aan programmaliijn 2 'Verbeteren ruimtelijke kwaliteit centrum'. Een hoogwaardige historische binnenstad heeft een grote aantrekkingskracht op bezoekers en geeft bovendien een extra impuls aan het ondernemerschap. De ruimtelijke en historische kwaliteiten van de Venlose binnenstad zijn dan ook van grote invloed op de economische kracht van het binnenstedelijk centrum. Evenwichtig reclamebeleid vergroot die ruimtelijke kwaliteit en biedt ondernemers tevens mogelijkheden om zich te profileren.

3. Wat is het beoogde maatschappelijke resultaat (Wat wilt u bereiken?)

Het afgelopen decennium is in de binnenstad een flinke kwaliteitssprong in het straatbeeld gemaakt. Ook het reclamebeleid heeft hieraan bijgedragen. Het reclamebeeld is rustiger geworden waardoor de bijzondere gevelkwaliteit van de historische binnenstad beter beleefd kan worden. Met name de architectonische samenhang tussen de winkelpui en de gevel daarboven is op veel plaatsen hersteld. Tevens is de inrichting van de openbare ruimte op veel plaatsen vernieuwd. Daardoor is sprake van een evenwichtig en kwalitatief totaalbeeld. Dit totaalbeeld van de binnenstad is naast het bedrijfspand met zijn reclame-uitingen het visitekaartje van de ondernemer.

Met het nieuwe beleid wordt in hoofdlijnen aangesloten op de huidige praktijk. Er is evenwicht gezocht tussen enerzijds het individuele ondernemerschap en anderzijds de kwaliteit van de bebouwing in de binnenstad. Niet alleen bij historische gebouwen maar ook bij nieuwere bebouwing zoals de Maasboulevard, dienen reclames zorgvuldig afgestemd te zijn op de architectuur. Dit betekent niet dat slechts een ingetogen reclamevoering mogelijk is. Ruimte voor ondernemerschap heeft eveneens een vergroting van de aantrekkelijkheid tot gevolg. De ondernemers moeten zich kunnen onderscheiden, zonder dat ze elkaar gaan 'overschreeuwen'. Het reclamebeleid moet evenwicht brengen tussen het belang van de aanwezige ruimtelijke kwaliteit en het individuele ondernemerschap.

4. Wat en waarom? (Waarom is dit voorstel nodig?)

Actualisering van het reclame- en uitstallingenbeleid voor de binnenstad is nodig omdat het reclamebeleid uit 2001 is verouderd én het uitstallingenbeleid uit 1990 nog geharmoniseerd diende te worden. Daarnaast hebben nieuwe kwaliteitskaders voor projecten in de binnenstad geleid tot verschil in regels voor reclames en uitstallingen. Met name het verschil tussen de Maasboulevard en de rest van de binnenstad zorgt voor

Raadsvoorstel - onderbouwing

onbegrip en een gevoel van ongelijkheid.

Bij de vergunningverlening van reclameobjecten in de binnenstad hanteert de gemeente de reclameregels uit de Welstandsnota uit 2013 waarin reclameregels uit 2004 zijn voortgezet.

Met de ontwikkeling van de Maasboulevard is een afzonderlijk en strenger kwaliteitskader voor de winkelpoint opgesteld, de zogenoemde Shopfront Guide Maasboulevard. De verhuurder van de winkelpanden gebruikt dit kader in contracten met huurders. De regels uit de Welstandsnota en Shopfront Guide verschillen. Hierdoor is het voor ondernemers niet duidelijk aan welke regels zij moeten voldoen. Ook bij de gemeentelijke vergunningverlening en handhaving van reclameobjecten en uitstallingen was geen eenduidigheid.

Verder blijkt 'het waarom' van afwijkende regimes onvoldoende gecommuniceerd. Nut en noodzaak van de specifieke regels leeft daardoor niet. Onbegrip bij ondernemers leidt vervolgens weer tot gevoel van rechtsongelijkheid en illegale gevelreclames.

De gemeenteraad zal met de vaststelling van de nieuwe reclamenota de noodzakelijke duidelijkheid en eenduidigheid in het beleid verschaffen.

5. **Afweging / argumentatie** (Welke politieke keuzevraagstukken dienen zich aan? Zijn er reële alternatieven? Welke belangenafweging moet daarbij door de raad worden gemaakt?)

Voor gevelreclames en uitstallingen zijn de regels grotendeels gelijk aan het huidige beleid. Er is geen aanleiding om dat rigoures te wijzigen omdat het vigerend beleid het afgelopen decennium heeft geleid tot een flinke kwaliteitsverbetering in de binnenstad. Bij het nieuwe beleid wordt vooral ingezet op duidelijkheid en eenduidigheid voor de ondernemers. De ondernemer kan zo een grotere verantwoordelijkheid nemen voor de vormgeving van reclame-uitingen en uitstallingen. Daarmee wordt meer creativiteit, differentiatie en eigenheid bij de uitstraling van het Venlose centrum nagestreefd.

Voor gevelreclames worden in hoofdlijn de regels van het bestaande beleid gevolgd. De regels voor uitstallingen daarentegen waren aanvankelijk gericht op beperking van het aantal objecten, mede op verzoek van de ondernemers om verrommeling tegen te gaan. Tijdens het besluitvormingstraject heeft de raad verzocht om opnieuw het draagvlak bij de ondernemers te peilen. De peiling heeft geleid tot bijstelling van de volgende onderdelen:

- Er worden ruimere mogelijkheden voor uitstallingen geboden dan 2 plantenbakken. Het voorstel is in lijn met het eerdere beleid. Tevens wordt het aantal, de maximale afmetingen en de locatie van de uitstalling preciezer aangegeven. Verder mogen bloemen, planten, groente en fruit vanwege de bijzondere uitstraling over de volle breedte van het pand en tot een afstand van 1m vanaf de gevel worden uitgesteld.
- De bemoeienis van de gemeente met reclames achter het etalageraam wordt opgeheven. Het past in de tijdsgeest en ook bij de beleidsvoornemens dat de gemeente zich terugtrekt uit het private domein en de huidige invloedzone van 1m achter het etalageraam loslaat. Het raam – en beplakken van het glasvlak - is een deel van het gevelvlak en blijft het domein waar de gemeente sturing wil geven op ruimtelijke kwaliteit en dus ook op reclame-uitingen.

Daarnaast wordt de wens van ondernemers gedeeld om gevelreclames en uitstallingen naar een hoger kwaliteitsniveau te tillen. Temeer omdat daardoor de uitstraling van het centrum wordt vergroot. Om de ondernemers te helpen bij realisatie van een kwalitatieve gevelreclame en/of uitstalling zal onderzocht worden of een informele adviescommissie kan worden gevormd. De gemeente wil ook hier meer loslaten en verantwoordelijkheid bij de ondernemers leggen. Venlostad.com en Venlo-Partners staan positief tegenover een dergelijk initiatief.

Raadsvoorstel - onderbouwing

Voor bijzondere situaties is ruimte voor afwijking van de regels voor gevelreclame. Te denken valt aan monumenten, bedrijvigheid op een verdieping of in de kelder, leegstaande panden en aan bepaalde bijzondere stedelijke ruimtes. In deze gevallen wordt altijd onafhankelijk welstandsadvies gevraagd.

Artikel 2:10c APV biedt het college de mogelijkheid om nadere regels vast te stellen voor categorieën gebruik van de weg, waarvoor geen vergunningplicht geldt. Door het vaststellen van deze nadere regels, geldt een helder uniform systeem voor alle uitstallingen in de gemeente. Wanneer een ondernemer voldoet aan de nadere regels, heeft hij geen vergunning nodig voor het plaatsen van uitstallingen

6. Welke externe partners en adviesraden zijn erbij betrokken?

Diverse externe partners zijn betrokken bij de totstandkoming van de reclamenota. Belangrijkste partner is de ondernemersvereniging Venlostad.com die de belangen van de individuele ondernemers behartigt. Samen met Venlostad.com zijn enkele bijeenkomsten georganiseerd waarbij alle ondernemers de kans hebben gekregen om te reageren op het conceptbeleid. Ook is het conceptbeleid gepubliceerd op de website van de ondernemersvereniging. De reacties van de ondernemers tijdens de twee informatiebijeenkomsten is vervat in twee afzonderlijke inspraakverslagen en zijn als bijlage bij dit raadsvoorstel is gevoegd.

Daarnaast is Venlo Partners betrokken en is haar advies meegenomen. Ook is het beleid besproken met de Commissie Ruimtelijke Kwaliteit en de Gehandicaptenraad.

7. Financiële paragraaf

Er is geen financiële ondersteuning voor ondernemers bij aanpassing van gevelreclames en uitstallingen.

Gekozen is voor een aanpassingsperiode van vijf jaar voor gevelreclames om zo aan te sluiten op de gebruikelijke vernieuwing van reclames .

Het eerste jaar na vaststelling van het beleid wordt als een pilot ingericht waarbij handhavers steekproefsgewijs checken en zo nodig ondernemers verzoeken om de gevelreclames en uitstallingen aan te passen aan de nieuwe regels.

Uitstallingen zijn vergunningsvrij indien ze voldoen aan de regels. Illegale reclames en uitstallingen die niet voldoen, zullen worden aangepakt.

8. Risicoparagraaf (welke risico's spelen een rol bij de besluitvorming?)

Wel of geen risico	Wel of niet
Juridische aspecten en wettelijk kader	niet
Financiële risico's en aspecten	niet
Economische risico's	niet
Maatschappelijke risico's	niet
Exploitatie, realisatie, ontwikkeling, beheer, bouw- en planschade	niet
Afbreukrisico's en mogelijke contractschade (in relatie tot externe partners)	niet
Overige strategische risico's	niet

9. Vervolgprocedure voor de raad

De gemeentelijke inspraakverordening stelt in artikel 2 dat elk bestuursorgaan ten aanzien van zijn eigen bevoegdheden bepaalt of inspraak als bedoeld in de inspraakverordening (afdeling 3.4 Awb) wordt verleend bij de voorbereiding van gemeentelijk beleid. Besloten is van deze inspraakprocedure af te zien, omdat belanghebbende partijen bij de voorbereiding van dit beleidsdocument reeds uitvoerig zijn betrokken. Er heeft dus inspraak plaatsgevonden, zij het in een andere vorm dan in genoemde verordening is beschreven.

De Reclamenota Binnenstad 2014 wordt na vaststelling en bekendmaking daarvan tevens onderdeel van de huidige Welstandsnota en biedt daarmee een kader voor welstandsadvisering van reclames.

Raadsbesluit

GEMEENTEBESTUUR

onderwerp Reclamenota Binnenstad Venlo 2014
raadsnummer 2014 35
raadsvergadering d.d. 28 mei 2014

team REWLE
steller ir. PFJ Pepels
doorkiesnummer +31 77 3596571
e-mail p.pepels@venlo.nl
datum 14 april 2014

De raad van de gemeente Venlo;

gelezen het voorstel van het college van 22 april 2014, registratienummer 14-4531;
gelet op de Woningwet, Wabo, de Apv Venlo en art. 4:81 Awb;
gezien het advies van het college d.d. 22 april 2014;
overwegende dat aanpassing van het gevelreclamebeleid en uitstallingenbeleid gewenst is;

besluit(en) tot:

- Vaststelling van de Reclamenota Binnenstad Venlo 2014;
- Toevoeging van de Reclamenota Binnenstad Venlo 2014 aan de gemeentelijke Welstandsnota voor wat betreft de regels voor reclames;
- Intrekking van de Reclamenota 2001 alleen voor wat betreft de binnenstad;
- Intrekking van de aanvullende reclame-eisen uit de Welstandsnota Venlo voor wat betreft de binnenstad.

Aldus vastgesteld in de openbare raadsvergadering van 28 mei 2014

De griffier

De voorzitter

Geert van Soest

Antoin Scholten