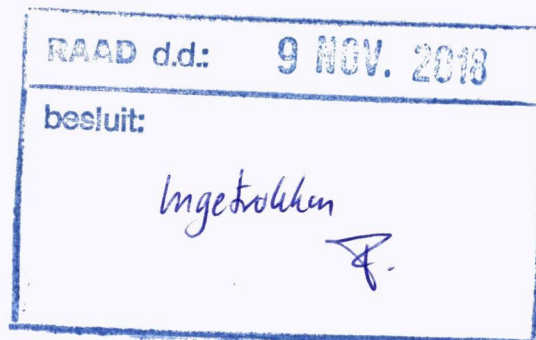


1300272



Motie (M1)

Raadsvoorstel: Programmabegroting 2019

Agendapunt: 5

Onderwerp: Reclame in (historische) binnenstad

De raad van de gemeente Meppel in vergadering bijeen op 8 en 9 november, gehoord de beraadslaging.

Constateerende dat:

- De gemeente Meppel een nota Reclamabeleid heeft (30 mei 2013) met de bepaling dat drie jaar na vaststelling er een evaluatiemoment zou komen (zie: bijlage);
- Uitgangspunt van de nota m.b.t. de binnenstad is dat het cultuurhistorisch karakter dominant in het straatbeeld aanwezig is of zou moeten zijn;
- Voor het Uitstallingen beleid verwezen wordt naar de Nadere regels voor uitstallingen;
- Het college overweegt de precariorechten voor kleine uitstallingen af te schaffen mits verrommeling tegengegaan kan worden.

Overwegende dat:

- De gewenste uitgangspunten van de nota Reclamebeleid op veel plekken niet zijn overgenomen;
- Het ingezette beleid van een compacte binnenstad nog meer reclame uitingen binnen een kleiner gebied kan opleveren;
- Er geen evaluatie heeft plaatsgevonden om te bezien of aanpassingen gewenst zijn;
- Voor een binnenstad met breed winkelaanbod er voldoende mogelijkheden zijn voor een bij de historische binnenstad passende reclame- en uitstallingsbeleid.
- Een reclame- en uitstallingen beleid met respect voor de cultuurhistorische uitstraling van het centrumgebied, mits gehandhaafd, zal helpen om verrommeling tegen te gaan.

Roept het college op om:

- Op korte termijn de evaluatie van het huidige reclamebeleid uit te voeren;
- Op basis van o.a. de evaluatie in overleg met alle betrokkenen (inclusief raad) een raadsvoorstel met (vernieuwde) kaders voor het reclamebeleid voor de binnenstad (inclusief nadere regels voor uitstallingen) aan de raad voor te leggen;
- Gelijktijdig met het voorstel een gedragen handhavingsvoorstel aan de raad voor te leggen, waarbij de administratieve regeldruk vooraf zo minimaal mogelijk is;
- De raad voor de behandeling van de perspectiefnota 2020-2023 een voorstel voor te leggen.

En gaat over tot de orde van de dag

Sterk Meppel, Elisabeth Bakkenes

VVD, Robin van Ulzen

BIJLAGE: Uittreksel Reclamebeleid gemeente Meppel 2013

1.1 Aanleiding

De gemeente Meppel zet zich samen met de ondernemers in om de openbare ruimte van de stad zichtbaar en beleefbaar te houden. Voor de Meppeler binnenstad is hiervoor de Binnenstadsvisie opgesteld. Het ontwikkelen van een handhaafbaar beleid voor reclamevoering wordt genoemd als ambitie voor de gemeente Meppel.

Primair doel:

- Het reguleren van reclame-uitingen op of aan de gevel of op eigen erf om hiermee de ruimtelijke kwaliteit van de openbare ruimte in de gemeente Meppel te handhaven en versterken.

Secundaire doelen:

- Het opstellen van een eenduidig beleid ten aanzien van reclame-uitingen, waarbij een vermindering van de regel druk wordt gerealiseerd.
- Het waarborgen van een doelmatig en veilig gebruik van de openbare ruimte.

In deze Nota Reclamebeleid wordt de reikwijdte van reclame-uitingen als volgt gedefinieerd:

- Reclame aan gevels en zuilen, lichtelementen, vaste elementen zoals (verlichte) platte borden, uithangborden en vlaggen. Hierbij kan reclame ook uit losse letters bestaan.
- Inpandige reclame (tegen of maximaal 0,50 meter achter glas) en voor zover zichtbaar vanaf de openbare weg.
- Vrijstaande reclame-uitingen op eigen terrein; met uitzondering van uitstallingen en terrassen, hiervoor gelden de Nadere regels uitstallingen en terrassen.

Ten aanzien van reclame-uitingen heeft deze nota geen betrekking op:

- Handelsreclame in etalages of op straatmeubilair zoals lichtmasten ofabri's.
- Handelsreclame op uitstallingen of terrasmeubilair in de openbare ruimte.
- Reclame-uitingen op rijdende, varende of vliegende objecten.

3.2 Binnenstad Meppel

De historische binnenstad van Meppel is het middelpunt van de stad en cultuurhistorisch en economisch een waardevol gebied. Een aantrekkelijk verblijfsklimaat van de binnenstad heeft een positieve uitstraling naar de stad als geheel. De binnenstad vertegenwoordigt een combinatie van woningen, winkels en horeca. Het cultuurhistorisch karakter is dominant in het straatbeeld, of zou dit moeten zijn. Daarom worden reclame-uitingen in dit deelgebied door de gemeente Meppel beperkt. Zo garandeert zij dat iedere ondernemer door het winkelend publiek gezien kan worden, maar ook dat het winkelend publiek de historische binnenstad kan beleven

Voor de reclame-uitingen in de binnenstad van Meppel wordt onderscheid gemaakt tussen reguliere en monumentale panden. Voor monumenten zijn de randvoorwaarden stringenter dan voor reguliere panden en moet meer aandacht worden besteed aan de architectonische relatie met het pand. Reclame-uitingen aan de gevel worden in de binnenstad beperkt tot maximaal twee stuks per (bedrijfs-)pand, hiervan staat er maximaal één haaks op de gevel. Reclame plat op de gevel is bij voorkeur uitgevoerd met open letters, bij monumenten is dit verplicht. Hiermee wordt het gevelbeeld en de architectonische relatie tussen onder- en bovenbouw zo min mogelijk verstoord. Om de toepassing van open letters te stimuleren is hier mee de grootste breedte toegestaan. In de tabel is per categorie aangegeven wat wel of niet wenselijk is.

Wenselijk beeld regulier pand: Plaatsen van maximaal twee reclame-uitingen per bedrijfspand, waarvan maximaal één haaks op de gevel (voor hoekpanden geldt één extra reclame-uiting per extra voorzijde).

Wenselijk beeld monumentaal pand: Reclame-uitingen zijn ondergeschikte bouwkundige elementen en passend bij het architectonisch karakter van het pand.

3.3 Aanloopgebieden

Het deelgebied aanloopgebieden bestaat uit de verschillende invalswegen richting de binnenstad. Deze routes hebben veelal een cultuurhistorische kwaliteit (Marktstraat, Stationsweg, Zuideinde) en zijn mede bepalend voor de beleving en aantrekkelijkheid van de Meppeler binnenstad. In de aanloopgebieden is woningbouw de hoofdfunctie, maar daarnaast komt een mix van functies voor, zoals kleinschalige detailhandel, horeca en kantoorfuncties. Voor reclame uitingen in de aanloopgebieden gelden voor een groot deel dezelfde randvoorwaarden als in de historische binnenstad. Ook hier wordt onderscheid gemaakt tussen reguliere panden en monumenten. In de tabel is per categorie aangegeven wat wel en niet wenselijk is.

Hoofdstuk 4: overige reclame

Naast reclame-uitingen aan de gevel of op het eigen erf komt er in de openbare ruimte een veelheid aan reclame voor: uitstallingen, twee- en drievlaksborden, verwijsborden enzovoorts. Met name in het kernwinkelgebied is een overdaad aan (reclame)objecten in de openbare ruimte aanwezig. Hierdoor is de kernkwaliteit, namelijk het cultuurhistorische karakter van de binnenstad, niet meer overal meer zichtbaar. In het kader van het project 'Meppel Schoon, Stads en Sjik' zet de gemeente Meppel zich in om de openbare ruimte van de Meppeler binnenstad zichtbaar en beleefbaar te houden. De herinrichting van de binnenstad is de directe aanleiding om het beleid ten aanzien van objecten in de openbare ruimte op te pakken. Hiermee kan de economische potentie van de binnenstad worden versterkt en het verblijfsklimaat worden verbeterd.

Voor uitstallingen in de openbare ruimte wordt in de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) verwezen naar Nadere regels voor uitstallingen. Deze zijn 25 juni 2012 vastgesteld door het college van burgemeester en wethouders. Hierbij gaat het om uitstallingen bij een winkel of horeca-voorzieningen, zoals reclameborden, bloembakken, kledingrekken enzovoorts. Ook voor terrassen en de inrichting daar van wordt in de APV verwezen naar Nadere regels voor terrassen, deze zijn 25 juni 2012 vastgesteld door de burgemeester.

5.2 Evaluatie

Het is mogelijk dat de gestelde regels in de toekomst niet meer synchroon lopen met de maatschappelijke ontwikkelingen. Drie jaar na vaststelling van de nota wordt bekeken of er aanpassingen nodig zijn aan de eisen en wensen van dat moment. Tevens kan op dat moment worden geëvalueerd of de nota voldoende handvatten biedt voor de regulering van reclame-uitingen