

[Geef tekst op]

Zwolle

EVALUATIE BELEIDSVISIE ATTENTIEMASTEN

12 juli 2017



1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Op 13 februari 2017 heeft de raad het bestemmingsplan Foodcourt de Vrolijkheid vastgesteld. Bij dit besluit heeft de raad de motie 'Mastenbeleid nu evalueren' aangenomen. Daarin verzoekt de raad het college om 'de Beleidsvisie Attentiemasten nog voor de zomer 2017 te evalueren en de resultaten ter discussie voor te leggen'. In deze notitie worden de resultaten van deze evaluatie gepresenteerd.

1.2 Vraagstelling

Met de evaluatie willen we de volgende vragen beantwoorden:

- Hoeveel aanvragen zijn er geweest voor het oprichten van een attentiemast en hoeveel daarvan zijn vergund na toetsing aan deze visie?
- Voldoet het afwegingskader om aanvragen op een juiste manier te beoordelen?
- Hoe gaan andere gemeenten om met dit vraagstuk?
- Willen we de visie, al dan niet met aanpassingen, behouden om vanuit publieke regie te kunnen sturen?

1.3 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 komen we kort terug op de geschiedenis van de visie en waarom deze is opgesteld. In hoofdstuk 3 volgt een overzicht van verleende (en geweigerde) vergunningen. In hoofdstuk 4 is uiteengezet op welke manier de aanvragen zijn getoetst aan de visie. In hoofdstuk 5 wordt een vergelijking met andere gemeenten gemaakt. Tot slot worden in hoofdstuk 6 conclusies getrokken en in hoofdstuk 7 aanbevelingen gedaan.

1.4 Beslisnota

Deze evaluatie wordt aangeboden aan de gemeenteraad met een beslisnota. De raad wordt gevraagd te besluiten over het continueren van de Beleidsvisie onder verbetering van toetsingscriteria voor nieuwe initiatieven.

2. Beknopte geschiedenis

De aanleiding voor het opstellen van de visie was het ontbreken van beleid waar een attentiemast aan getoetst kon worden. Op grond van het destijds geldende reclamebeleid mocht een reclame-uiting niet hoger zijn dan het betreffende pand. Om toch medewerking te kunnen verlenen aan verzoeken vanuit de markt, zijn een aantal masten ad-hoc getoetst en vergund.

Vòòr 2009 zijn er attentie- en reclamemasten geplaatst bij Scania (hoogte 20 meter) en de IJsselhallen (hoogte 25 meter). In 2009 is het bestemmingsplan aangepast om een mast van 30 meter hoog te kunnen realiseren nabij het truckersrestaurant Lichtmis. Omdat het pand onder het talud ligt en bovendien aan het zicht werd onttrokken door een bomenrij voldeed het reclamebeleid niet en was reclame niet zichtbaar wanneer het zo hoog als het pand geplaatst zou worden. In de onderbouwing werd gesteld dat 'voor horecabedrijven langs de A28, die een grote mate publiek van buiten Zwolle aantrekken, een uitzondering kan worden gemaakt'.

Hierop is McDonalds in het verweer gekomen omdat voor McDonalds al jarenlang geen toestemming voor een mast werd verleend en een bestaande, illegaal geplaatste 'M' aan de Burgemeester Roelenweg verwijderd moest worden.

In 2012 is het Programma van Eisen voor Ikea vastgesteld door de gemeenteraad. Hierin besloot de raad medewerking te verlenen aan een navigatiemast van 40 meter hoog nabij de nieuw te bouwen Ikea. Ongeveer gelijktijdig is alsnog gezocht naar een locatie voor een mast waarop McDonalds een logo kon plaatsen. Omdat zowel de mast van Ikea en de navigatiemast voor McDonalds, waarop ook de aanduiding voor een hotel en het voetbalstadion staat, niet gezien worden als reclamemast, maar als navigatie- of attentiemast, hoefde niet te worden afgeweken van het reclamebeleid. Daarom kon de mast voor McDonalds buiten haar eigen terrein, aan de noordzijde van de A28, worden geplaatst. Met name over de mast van McDonalds ontstonden, nadat de procedure was afgerond, klachten en bezwaren bij omwonenden uit de Aalanden.

Gelet op de ad-hoc-toetsing van deze aanvragen heeft de raad gevraagd om een beleidskader waarbij gekeken zou worden naar stedenbouwkundige inpassing op basis van toetsbare definities, criteria, randvoorwaarden, eisen en richtlijnen omtrent specifieke plek, hoogte, functionaliteit en maximum aantal masten. Deze visie is opgesteld, mede omdat er aantal verzoeken aan zouden komen voor herontwikkeling van het Shellterrein (met een Hornbachmast) en restaurant De Vrolijkheid met een FoodCourt-mast. Deze visie is met dit heldere toetsingskader op 6 januari 2014 door de raad vastgesteld.

Met mogelijk direct-belanghebbende partijen is tijdens de visievorming gecommuniceerd, zoals nieuwe initiatiefnemers voor masten langs de A28 en vertegenwoordigers van de ondernemersverenigingen Voorst, Hanzeland, Oosterenk-Vrolijkheid-Berkum, Hessenpoort en De Marslanden.

Zoals afgesproken in de gemeenteraad van 6 januari 2014 is het college met de bewoners van de oostelijke rand van de Aa-landen en Brinkhoek e.o. in gesprek gegaan over de geplaatste Navigatiemast Zwolle Noord aan de Haersterveerweg. Op basis hiervan is deze McDonaldsmast op verzoek van het college aangepast.

3. Overzicht vergunde attentiemasten

De volgende masten zijn vergund voordat de Beleidsvisie Attentiemasten werd vastgesteld.

- 1. Attentiemast Scania**
Hoogte: 20 meter
Afstand tot (buitenkant vluchtstrook) A28: ca. 500 meter
Terrein: eigen terrein
Beeldeffectrapportage: nee
- 2. Reclamemast IJsselhallen**
Hoogte: 25 meter
Afstand tot (buitenkant vluchtstrook) A28: 65 meter
Terrein: eigen terrein
Beeldeffectrapportage: nee
- 3. Navigatiemast Lichtmis**
Hoogte: 30 meter
Afstand tot (buitenkant vluchtstrook) A28: 70 meter
Terrein: eigen terrein
Beeldeffectrapportage: nee
- 4. Navigatiemast Ikea**
Hoogte: 40 meter
Afstand tot (buitenkant vluchtstrook) A28: 250 meter
Terrein: eigen terrein
Beeld-effectrapportage: ja
- 5. Navigatiemast stadion, hotel, McDonalds**
Hoogte: 40 meter
Afstand tot (buitenkant vluchtstrook) A28: 50 meter
Terrein: gemeentegrond
Beeld-effectrapportage: nee
[De mast is op kosten van de gemeente door de eigenaar aangepast: doek met zwarte ondergrond \(i.p.v. wit\) + compartimentering + dimmer.](#)

De volgende masten zijn, na vaststelling van de visie en met toetsing hieraan, vergund:

- 6. Attentiemast Hornbach**
Hoogte: 40 meter
Afstand tot (buitenkant vluchtstrook) A28: 225 meter
Terrein: eigen terrein
Beeld-effectrapportage: ja
- 7. Attentiemast Foodcourt Vrolijkheid**
Hoogte: 40 meter
Afstand tot (buitenkant vluchtstrook) A28: 110 meter
Terrein: eigen terrein
Beeld-effectrapportage: ja

Daarnaast zijn, aan de hand van de criteria in de visie, aanvragen geweigerd voor:

- **Mast met een ledscherm nabij de IJsselbrug** (t.b.v. dynamische reclame)
- **Rieteweg 13**

4. Stedenbouwkundige inpassing en draagvlak

4.1. Drie beoordelingsstappen

De beleidsvisie geeft kaders voor maximaal 8 nieuwe hoge attentiemasten langs de A28 en langs de Buitenring en aanvoerwegen. Daarnaast kunnen er maximaal 7 attentiemasten op beeldbepalende locaties worden geplaatst die zijn aangewezen in de visie; het gaat om de entrees van bedrijventerreinen Hessenpoort, Marslanden, Voorst, Ceintuurbaan-Spoorzone. Er zijn alleen aanvragen voor masten langs de A28 gedaan – hierover gaat de evaluatie.

De visie gaat uit van drie stappen om een aanvraag voor een attentiemast langs de A28 te beoordelen. Kort samengevat komen deze neer op het volgende.

In **Stap 1 Toetsing aan criteria** wordt gekeken of de mast past binnen de vooraf opgestelde criteria. Gekeken wordt of het bedrijf dat aanvraagt een economisch belang heeft, daarnaast wordt gekeken of de gewenste locatie in overeenstemming is met de in de visie voor masten aangewezen zones (zie afbeelding hieronder), of de mast past binnen de gestelde limitering en of er geen noemenswaardige verstoring plaatsvindt. De aangewezen zones zijn tot stand gekomen door de te kijken naar:

- groenstedelijke dragers en het groene ommeland;
- de kwaliteit van woon- en leefomgeving van woonwijken;
- het beeld van de stad vanuit het historisch stadscentrum.

ZONERINGSKAART (ATTENTIE)MASTEN NABIJ A28



De *kwaliteit van woon- en leefomgeving van woonwijken* is een belangrijk criterium waarmee de zones zijn bepaald, waarbinnen geen masten worden toegestaan (**rode gebieden**).

Bij **Stap 2 Toetsing aan randvoorwaarden** wordt gekeken of de mast voldoet aan randvoorwaarden uit beleid van Rijkswaterstaat (m.b.t. verkeersveiligheid), laagvliegroutes en straalpaden.

Bij **Stap 3 'Toetsing aan eisen richtlijnen'** wordt het initiatief getoetst aan de volgende eisen en richtlijnen:

- minimale afstand tussen masten: de minimale afstand moet 5x de hoogte zijn van beide masten;
- handhaving limiet;
- zichtbaarheid: de mast mag niet onnodig hoog zijn en moet tijdig zichtbaar zijn vanaf de snelweg zodat passanten de juiste afslag kunnen nemen;
- aanzien; geen nachtelijke verlichting, geen dynamische beelden, redelijke eisen van welstand;
- Beeldeffect Rapport (BER). Hiermee wordt duidelijk wat gelet op de zichtbaarheid, de optimale locatie en hoogte van de mast wordt, hoe deze eruit gaat zien en hoe beeldbepalend / verstorend de mast naar de omgeving gaat werken.

4.2. Evaluatie vier aanvragen

Mast IJsselbrug (2014)

Een initiatief voor een attentiemast met dynamische led-verlichting nabij de IJsselbrug is afgewezen omdat deze buiten de aangewezen zone viel en omdat dynamische beelden niet worden toegestaan. Dit initiatief is niet tot een aanvraag gekomen.

Mast Rieteweg 13 (2017)

Een mast ter plaatse van Rieteweg 13 met een hoogte van 10 meter is afgewezen omdat deze 'te dicht' bij de bestaande mast van de IJsselhallen kwam te staan. Op basis van het afstandscriterium is deze afgewezen.

Attentiemast Hornbach

Nabij de nieuw te bouwen Hornbach is een attentiemast vergund. Deze voldoet aan de criteria uit de visie. De mast is 40 meter hoog. De mast is nog niet geplaatst. De mast wordt zichtbaar vanuit delen van Holtenbroek en vanaf het Zwarte water.

De mast is blijkens het BER op de A28 pas laat vanuit Harderwijk zichtbaar. Vanuit Meppel is deze goed en tijdig zichtbaar, ware het niet dat men dan afslag Zwolle-zuid moet nemen, terwijl via Zwolle-centrum een kortere route is. Vanaf de ring (Blaloweg) is de mast goed en duidelijk zichtbaar.

De mast komt te staan op een bedrijventerrein aan het Zwarte water. In de omgeving staat veelal lagere bebouwing. De mast sluit in die zin niet aan bij andere hogere objecten en torent boven de bebouwing uit. Vanaf de snelweg zal de mast opgaan in het stedelijke landschap, mede vanwege de afstand tot aan de snelweg (ca. 250 meter). Vanuit de directe omgeving zal de mast als fors ervaren kunnen worden. Vanuit Holtenbroek is de mast zichtbaar op ca. 300 tot 500 meter.

Bewoners in Holtenbroek hebben beroep aangetekend tegen de omgevingsvergunning voor de Hornbach vanwege de attentiemast. Zij hebben niet eerst een zienswijze ingediend die door de gemeenteraad behandeld is.

De Raad van State verklaarde het beroep weliswaar ontvankelijk, maar ongegrond vanwege het afstandscriterium. De Raad van State oordeelde dat op een afstand van 324 meter tussen bewoners en mast niet gesproken kan worden van aantasting van het woon- en leefklimaat.

Attentiemast Foodcourt

De attentiemast bij het Foodcourt voldoet aan de gestelde criteria uit de visie. De hoogte wordt 40 meter, initiatiefnemer wilde een hoogte van 55 meter. De mast is nog niet geplaatst. Vanuit de Aalanden is de mast zichtbaar.

De mast is blijkens het BER vanuit Harderwijk laat zichtbaar op de A28 (op de afrit). Vanuit Meppel is deze goed en tijdig zichtbaar. Ook vanaf de Ceintuurbaan is de mast goed en tijdig zichtbaar.

De mast komt te staan op de rand van een bedrijventerrein aan de zuidkant van de A28, welke hier op een talud ligt. Vanaf deze kant gezien sluit de mast goed aan op de bestaande bebouwing van De Vrolijkheid en past de mast in de infrastructurele omgeving van de A28 in combinatie met de kruisingen aan de Ceintuurbaan. Aan de overkant van de snelweg bevindt zich een groen en open agrarisch gebied met daarachter de woonwijk Aalanden. Vanuit de Aalanden is de mast zichtbaar, maar heeft de mast, evenals de mast voor McDonalds, geen relatie met bebouwing. De mast staat in een groen landschap.

Tegen de attentiemast zijn door omwonenden van Aalanden diverse bezwaren kenbaar gemaakt. Er loopt een beroepsprocedure tegen het bestemmingsplan en de omgevingsvergunning.

Met het BER zijn geen alternatieven in beeld gebracht met bijvoorbeeld een mast van 20 of 30 meter. Het lijkt aannemelijk, dat hierbij de attentiewaarde veel lager zal zijn. En voorts was het niet verplicht/mogelijk te bezien wat de gevolgen voor de beeldverstoring en attentiewaarde zijn, als de mast op een alternatieve locatie wordt geplaatst. Omwonenden hebben voorgesteld een lagere mast dichterbij de A28 te plaatsen.

In de Beleidsvisie is de optie voor een mogelijk lagere mast buiten het eigen terrein niet voorzien. Dit is daarom niet onderzocht – een initiatiefnemer kan en hoeft dit niet te onderzoeken in het BER. De initiatiefnemer wilde hier dan ook niet in mee gaan. Wij hebben ambtshalve wel naar deze optie gekeken, maar niet uitgebreid onderzocht, omdat:

- op grond van de vigerende visie niet wordt gedefinieerd wat 'voldoende attentiewaarde' en 'beeldverstoring' betekenen, waardoor alsnog nieuwe discussie kan ontstaan;
- er bij een mast op een andere plek mogelijk voor andere omwonenden in Dieze of Aalanden mogelijk beeldverstoring ontstaat;
- er op gronden van derden gebouwd moet worden, waarover we als gemeente geen zeggenschap hebben.

Nadere reactie bewoners Aalanden

In het kader van deze evaluatie hebben we gesproken met de vertegenwoordigers van de groep bewoners die bezwaar hebben gemaakt tegen de attentiemast. Daarbij is gevraagd naar hun ervaringen tijdens het proces met deze visie. De bewoners geven aan dat er in de voorbereiding naar deze visie geen participatiemogelijkheden zijn geboden, zodat vanuit het perspectief van bewoners niet gereageerd kon worden op ruimtelijke toetsingscriteria van de visie. Daardoor is het altijd een gegeven geweest dat er naast de navigatie mast voor McDonalds ook een mast zou kunnen komen bij de Foodcourt, zonder dat daar vooraf bij de visie inspraakmogelijkheden tegenover stonden.

Over de visie zelf wordt gezegd dat negatieve gevolgen van het plaatsen van een attentiemast, zoals extra verkeersaantrekkende werking (met als gevolg extra geluidsoverlast, toename fijnstof) en overlast van verlichting, onvoldoende worden meegewogen bij een aanvraag. Daarnaast wordt gezegd dat het criterium 'plaatsen op eigen terrein' de zoekmogelijkheden beperkt naar alternatieve mogelijkheden die voor bewoners mogelijk beter zijn en wellicht voldoende attentiewaarde genereren; hierdoor had een initiatiefnemer verplicht kunnen worden om buiten de eigen locatie te zoeken naar een mogelijk optimalere mastplek.

Tot slot geeft men aan dat het Beeldeffect Rapport een goed instrument is om de gevolgen van een aanvraag inzichtelijk te maken, maar dat onduidelijk is hoe het instrument in de afweging te gebruiken is.

5. Vergelijking andere gemeenten

Het staat elke gemeente vrij om haar eigen hoogbouw- en reclamebeleid vorm te geven. We hebben een aantal gemeenten onderzocht met vergelijkbare horecalocaties waarbij attentiemasten zijn opgericht langs een snelweg (bron foto's: google maps).

Lelystad

Langs de A6 bij afslag Lelystad zijn twee attentiemasten gerealiseerd ten behoeve van twee horecagelegenheden (McDonalds, Burger King). Volgens het ter plaatse geldende bestemmingsplan mogen de masten 20 meter hoog zijn. Wat opvalt is dat de hoogte ongelijk is en dat beide masten op korte afstand van elkaar zijn gerealiseerd hetgeen een onrustig stedenbouwkundig beeld geeft. In Lelystad is het reclamebeleid onderdeel van de welstandsnota. Er is geen generiek beleid voor reclamemasten. Reclamemasten worden toegestaan via het bestemmingsplan in combinatie met een zogenaamd beeldregieplan. Hierbij wordt geen maximum gesteld aan het aantal masten. Per mast is reclame voor één bedrijf toegestaan.



Hoogeveen

Bij afslag Hoogeveen-centrum (A28) staan drie reclamemasten op korte afstand van elkaar (dynamische reclame, Shell, McDonalds). De ogenschijnlijk willekeurige ligging en verschillende uitvoeringen van de masten zorgen voor een rommelig aanzicht. Dit komt de stedenbouwkundige kwaliteit van de 'entree' van Hoogeveen niet ten goede. Hoogeveen heeft beleid geformuleerd ten aanzien van reclamemasten via de welstandsnota. Er is echter geen limitering opgenomen. Per gebouw, binnen de bestemmingen Bedrijf en Horeca, is een mast toegestaan van 30 meter hoog.



Veenendaal

Langs de A12 bij afslag Veenendaal-west zijn een McDonalds, Burger King en Kentucky Fried Chicken gevestigd aan weerszijde van de snelweg. McDonalds en Burger King hebben op eigen terrein, naast het gebouw, en attentiemast opgericht. Op grond van het daar geldende bestemmingsplan is er ruimte geboden voor één reclameobject per zone (dus één voor McDonalds, één voor Burger King, Kentucky Fried Chicken heeft geen mast) met een maximum hoogte van 25 meter. Daarnaast is er langs de A12 een zone aangewezen waarin nog een mast mag worden opgericht van 25 meter hoog. Hiervan is gebruikt gemaakt door McDonalds en Burger King. Deze staat op 1 kilometer voor de afslag waaraan beide bedrijven liggen. Samengevat biedt Veenendaal ruimte aan een beperkt aantal masten met beperkte hoogte. Dit gaat ten koste van de attentiewaarde waardoor (ruim) voor de afslag nog een mast is toegestaan.





Deventer

De gemeente Deventer heeft begin 2017 aanvullend reclamebeleid vastgesteld. Tot dan toe waren geen reclamemasten toegestaan binnen de gemeente. “De veranderende ruimtelijke context van de A1 ter hoogte van Deventer door de ontwikkeling van het bedrijvenpark A1, de (mondiale) trend om meer reclame te maken, de wens van reclame- en/of verwijsmasten langs de A1 als voorwaarde voor bedrijfsvestiging etc. waren aanleiding om te onderzoeken hoe met handelsreclame in de A1-zone om te gaan (uit reclamebeleid gem. Deventer, 2017).” De gemeenteraad heeft besloten om nabij de A1 twee reclamemasten mogelijk te maken met een hoogte van 60 meter. Vanuit omliggende dorpen zijn petitie gestart om dit besluit ongedaan te maken.

Groningen

In 2012 heeft de provincie groningen in haar verordening opgenomen dat er geen reclame-objecten hoger dan 6 meter geplaatst mogen worden. Dit geldt voor de gehele provincie. Ook in de stad Groningen zijn er geen nieuwe reclamemasten meer toegestaan (er staan al enkele hoge masten bij Ikea en de meubelboulevards). De gemeente Groningen ving bot bij de Raad van State in een procedure tegen de provincie om voor de stad Groningen een uitzondering te mogen maken.

6. Conclusies

6.0 Algemeen

De beleidsvisie is conform het plan van aanpak tot stand gekomen na overleg met mogelijk direct-belanghebbende partijen. Bewoners waren niet betrokken bij het tot stand komen van de visie. De bewoners uit de Alanden betreuren dit, omdat er na oprichting van McDonaldsmast al klachten van hen over de komst van deze mast waren.

6.1 Hoeveel aanvragen zijn er geweest voor het oprichten van een attentiemast en hoeveel daarvan zijn vergund na toetsing aan deze visie?

Voordat de visie werd vastgesteld zijn er **5** aanvragen vergund voor hoge masten. Met behulp van de criteria uit de visie zijn **2** masten vergund en **2** initiatieven afgewezen.

6.2 Voldoet het afwegingskader om aanvragen op een juiste manier te beoordelen?

Sinds 2014 zijn er vier verzoeken voor masten langs de A28 ingediend. Met behulp van de criteria zijn de Hornbach- en FoodCourtmast vergund en twee andere initiatieven afgewezen.

Sterke punten visie

Het kader *limiteert* het aantal masten. Hierdoor ontstaat geen wildgroei aan masten.

Het kader vereist een *minimale afstand tussen masten*, zodat masten niet te dicht bij elkaar staan wat een verrommeld en onrustig beeld geeft.

Met het kader kunnen *eisen aan de uitvoering* gesteld worden, zoals geen nachtelijke verlichting, geen dynamische beelden, voldoende beeldkwaliteit (vergelijk Staphorst – dynamische beelden, McDonalds Zwolle – nachtelijke verlichting).

Door het vereiste criterium van *plaatsing op eigen terrein* ontstaan geen solitaire masten en masten zonder stedenbouwkundige relatie met het gebouw waarvoor het bedoeld is.

Zwakke punten visie

In Stap 1 is 'de kwaliteit van woon- en leefomgeving van woonwijken' een criterium waarmee de zones waarbinnen masten worden toegestaan zijn bepaald. Zo is de plaatsing van masten in woonwijken niet toegestaan (rode gebieden). 'Zicht op masten' vanuit niet cruciale punten in woonwijken is geen criterium geweest.

Waar masten in zijn algemeenheid in het stedelijk weefsel zijn ingepast (Hornbach, Ikea, IJsselhallen, Scania) of aansluiten bij de schaal van het landschap (Lichtmis), kijken bewoners van Aa-landen aan tegen een groene landelijke omgeving, met daarin twee hoge masten. Deze zones pakken ongelukkig uit voor het zicht van bewoners vanuit hun huis in de Aa-landen. Overigens kan daar op grond van de gestelde limiet geen mast meer bij komen.

De visie biedt geen ruimte voor maatwerkoplossingen, wanneer bewoners vragen om alternatieve locaties buiten het eigen private domein: de Hornbach- en Foodcourtmast blijken beide bij 40 meter net voldoende hoog om vanaf de A28 goed zichtbaar te zijn; dit is de maximaal toelaatbare hoogte. Er is in de visie met het oog op de mogelijke beeldverstoring hiervan niet de mogelijkheid of verplichting gegeven in beeld te brengen wat de effecten zijn van een lagere mast op een alternatieve beschikbare plek buiten het eigen terrein. Als het verplicht wordt hiernaar op zoek te gaan zou een BER in Stap 3 meer duidelijkheid kunnen bieden wat de optimale hoogte wordt in verband met voldoende attentiewaarde en zo min mogelijk beeldverstoring.

6.3 Hoe gaan andere gemeenten om met dit vraagstuk?

De meeste gemeenten hebben reclamebeleid opgesteld via de welstandsnota waarin eisen gesteld worden. In de meeste gemeenten geldt geen specifiek mastenbeleid. Bij de onderzochte gemeenten valt op dat er niet altijd een limitering van het aantal masten is, waardoor elke ondernemer een mast kan plaatsen (Lelystad, Hoogeveen). Daarnaast valt op, daar waar een beperkte hoogte wordt toegestaan (25 meter), er meer masten 'nodig' zijn om de gewenste attentiewaarde te verkrijgen (Veenendaal).

6.4 Willen we de visie, al dan niet met aanpassingen, behouden om vanuit publieke regie vanuit een goede ruimtelijke ordening te kunnen sturen?

Varianten

In vier varianten is een vervolg te geven aan deze evaluatie:

- de visie intrekken: verbod op nieuwe masten;
- de visie intrekken: nieuwe aanvragen ad-hoc behandelen
- de huidige visie ongewijzigd behouden;
- de visie met enkel verbeteringen continueren;

I. Visie intrekken: verbod op nieuwe masten

Onder het mom van 'genoeg is genoeg' is de visie in te trekken en kan er worden besloten geen nieuwe masten meer toe te staan. *Dat betekent echter niet direct dat geen masten meer vergund mogen worden.* In dit geval moet worden teruggevallen op de ter plaatse geldende bestemmingsplannen waarin 'overige bouwwerken' (waaronder masten vallen) zijn toegestaan. Meestal zijn deze toegestaan tot maximaal 6 tot 10 meter hoogte. Dit verschilt per bestemming en bestemmingsplan. Daarnaast moet worden getoetst aan de welstandsnota. Hoge masten (+ 10 meter) kunnen dan niet meer worden toegestaan. Masten zullen dan ook uitsluitend op eigen terrein aangevraagd kunnen worden.

Een totaalverbod op het plaatsen van reclame- of attentiemasten kan door het nemen van een voorbereidingsbesluit op alle Zwolse bestemmingsplannen plus aanpassing van deze bestemmingsplannen. Om te voorkomen dat er überhaupt masten worden geplaatst, moet het verboden worden om 'overige bouwwerken' op te richten. Met een dergelijk besluit kan bepaald worden dat het niet toegestaan is om 'overige bouwwerken' te plaatsen (of slechts tot aan een bepaalde zeer beperkte hoogte). *NB: Hierbij moet bedacht worden dat in een dergelijk geval ook geen 'overige bouwwerken' ten behoeve van andere doelen geplaatst mogen worden (lichtmasten, vlaggenmasten, verkeersobjecten, kunstobjecten, etc.).*

In dit scenario kunnen dus geen reclame- en / of attentiemasten meer geplaatst worden en kunnen 'overige bouwwerken, geen reclamemast zijnde', welke dus wel gewenst zijn, onder een vergunningstelsel gebracht worden. Het college kan dan via een aanvraag om omgevingsvergunning bepalen of en onder welke voorwaarde een 'overig bouwwerk' wel vergund kan worden. *NB: bedacht moet worden dat dan bij elke aanvraag voor een overig bouwwerk een ruimtelijke onderbouwing opgesteld moet worden voor het meewerken aan een vergunning voor planologisch strijdig gebruik.*

II. Visie intrekken: nieuwe reclame- en navigatiemasten ad-hoc behandelen

Er van uitgaande dat in het huidige economisch klimaat reclame en zichtbaarheid steeds belangrijker worden, moeten in dit scenario initiatieven voor reclame- en attentiemasten, zoals voorheen, op ad-

hoc basis worden getoetst. Dat betekent dat vooraf geen eisen aan beeldkwaliteit of bijvoorbeeld nachtelijke verlichting gesteld kunnen worden. Per geval moet dit dan beoordeeld worden. Hetzelfde geldt voor hoogte en locatie van de mast. Initiatiefnemers kunnen masten op elke gewenste plek aanvragen. Per geval moet dan beargumenteerd worden waarom de mast wel of niet inpasbaar is en wat de gevolgen voor omwonenden zijn. Er dient getoetst te worden aan de Welstandsnota, maar zoals al bleek bij de masten voor Lichtmis, McDonalds en Ikea, voldoet dit toetsingskader niet. Op grond van precedentwerking kan in principe ieder bedrijf zijn eigen mast aanvragen, waardoor er een veelvoud aan masten geplaatst zou kunnen worden. Weigeringen of afwijzingen moeten goed gemotiveerd worden. Mogelijk volgen dan (opnieuw) aanvragen voor reclames met dynamische beelden of nachtelijke verlichting. Er kan op deze wijze een wildgroei aan masten gaan ontstaan omdat op grond van precedentwerking elke onderneming zijn eigen mast zou moeten mogen plaatsen - het eind is dan zoek.

III. Huidige visie ongewijzigd behouden

De visie biedt een ruimtelijk-strategisch kader voor attentiemasten. Het weert masten op locaties die landschappelijk niet in te passen zijn en het weert ongewenste reclame-uitingen al dan niet met dynamische beelden. In de nacht gaat het licht uit en er worden eisen & richtlijnen gesteld aan de vormgeving en het aanzien. Door de visie ongewijzigd te behouden zal langzaamaan het quotum aan masten worden verbruikt. Dit betekent dat er nog 6 nieuwe masten geplaatst kunnen worden langs de A28: 2 op Voorsterpoort / Voorst van maximaal 40 meter hoog (naast de al verleende van Hornbach); 3 in de zone Achmea-Wehkamp van maximaal 30 meter hoog en 1 op Hessenpoort van maximaal 40 meter hoog. In de zone Vrolijkheid – Ceintuurbaan mag geen mast meer geplaatst worden. Daarnaast kunnen nog steeds het maximum van 7 attentiemasten op beeldbepalende locaties worden geplaatst bij de entrees van Hessenpoort, Marslanden, Voorst en Ceintuurbaan-Spoorzona. Nadat gekeken is naar bepaalde technische eisen en richtlijnen, is het de vraag hoe beeldbepalend/-verstorend een in hoogte en aanzien geoptimaliseerde mast werkt vanaf nader te bepalen *cruciale punten in beeldgevoelige woongebieden, historische binnenstad en groenzones*. In dit verband blijft als ruimtelijke studie een Beeld Effect Rapport (BER) nodig. Aan de hand van het BER kan een afweging gemaakt worden tussen het sociaaleconomische belang (attentiewaarde) van een mast en het belang van omwonenden (zicht op een mast vanuit *cruciale punten in woongebieden*) om zodoende een mast in hoogte te optimaliseren.

IV. Visie met enkele aanpassingen continueren

Met het BER dient een balans gevonden te worden tussen de noodzaak om op te vallen en het voorkomen van horizonvervuiling door een onnodig hoge mast. Met andere woorden: met welke hoogte is een mast zichtbaar vanaf de A28 – en is deze niet onnodig hoog? Bij de Hornbach- en Foodcourtmast bleek een 40 meter hoge mast op eigen terrein het optimum; een lagere zou vanaf de A28 niet goed zichtbaar zijn – dit is in het BER daarom niet nader onderzocht. In de Beleidsvisie is de optie voor een mogelijk lagere mast buiten het eigen terrein niet voorzien. Toen de bewoners van de Aa-landen hierom vroegen bij de Foodcourtmast is dit daarom niet onderzocht – een initiatiefnemer kan en hoeft dit niet te onderzoeken in het BER.

Om de visie van bewoners in de omgeving beter te kunnen meewegen in het eindoordeel, verdient de beleidsvisie op dit onderdeel aanpassing. Daarbij is een verruiming nodig van het criterium *cruciale punten in beeldgevoelige woongebieden* door hierbij het criterium *zicht vanuit woningen* bij op te nemen: dan moet met het BER ook onderzocht worden of er vanuit bepaalde woningen zicht is op de mast en of er dus belangen van individuele bewoners moeten worden meegewogen. Met het BER moet aangetoond worden in hoeverre dit '*zicht vanuit woningen*' verstoord wordt. Dit geldt waarschijnlijk voor een toenemend aantal woningen naarmate deze dichter bij de A28 liggen.

Daarom is het voor de afweging nodig met het BER te onderzoeken of er alles aan gedaan is een mast de meest optimale (zo gering mogelijke) hoogte en uitstraling te geven. Als een lagere mast op het eigen perceel onvoldoende attentiewaarde heeft, dan moet onderzocht worden of een lagere mast op een alternatieve locatie (bijv. dicht bij een weg), wel voldoende attentiewaarde heeft met minder beeldverstoring vanuit de woning. Dit mag ook een plek buiten het private perceel zijn, bij voorkeur op gemeentegrond. Als voorwaarden hierbij geldt dat :

- de alternatieve locatie privaatrechtelijk gezien beschikbaar is en de mast hierop ruimtelijk te plaatsen is;
- de mast lager kan zijn, dan de mast van de oorspronkelijke aanvraag en past binnen de overige voorwaarden van de visie (afstandscriterium, in opgestelde zones, verlichting, etc.).
- belanghebbende bewoners worden bij dit onderzoek worden betrokken.

Het wegingsproces zou er dan als volgt uit kunnen komen te zien (nog nader uit te werken):

1. voldoet de mast aan de huidige criteria (stap 1 t/m 3)?
 - nee → verzoek afwijzen
 - ja → stap 2
2. is op het eigen terrein, gezien het BER, de laagst denkbare mast mogelijk (ca. 25-30 meter)?
 - nee → stap 3
 - ja → geen bezwaar
3. is een op een alternatieve locatie een lagere mast mogelijk met een goede attentiewaarde en minder zicht voor omwonenden?
 - nee → kritische belangenafweging gewenst tussen sociaal-economische waarde en verstoring voor omwonenden
 - ja → kiezen voor deze optie

Met deze voorgestelde aanpassingen biedt de visie een duidelijk en begrijpelijk kader voor de afweging van de 6 nog mogelijke masten langs de A28. Op deze manier kunnen aan de hand van het BER de belangen van omwonenden (zicht op de mast) optimaler afgewogen worden tegen de sociaaleconomische belangen (attentiewaarde). Het is aan het college om op basis van deze afweging al dan niet te vragen een principebesluit te laten nemen om een (geoptimaliseerde) mast toe te staan.

Bij een aanpassing van de Beleidsvisie Attentiemasten ware expliciet als *overgangsrecht* op te nemen, dat de huidige Beleidsvisie van toepassing is op aanvragen voor masten, die zijn ingediend voor de datum van vaststelling van de aangepaste beleidsvisie.

7. Aanbevelingen

Visie als publiek beleidskader met aanpassingen continueren

De visie heeft volgens het college zijn waarde bewezen. Met de visie zijn ongewenste masten geweerd en zijn eisen gesteld aan het aanzien en de verlichting van twee vergunde masten. Daarnaast biedt de visie ruimte aan een beperkt aantal masten. Tevens blijft een duidelijk kader vastgelegd om ongewenste vormen van reclame en nachtelijke verlichting te weren en is ongelimiteerde wildgroei te voorkomen. Om met de visie de belangen van bewoners in de omgeving beter te kunnen meewegen in het eindoordeel, verdient de beleidsvisie aanpassing:

- door verruiming van het criterium *cruciale punten in beeldgevoelige woongebieden* met het criterium *zicht vanuit woningen* bij op te nemen;
- als blijkt, dat omwonenden hinderlijk zicht hebben op een nogal hoge mast, wordt hierbij verplicht gesteld ook een beschikbare locatie buiten het eigen terrein in het BER te betrekken. Hiermee ware te onderzoeken of een lagere mast op deze alternatieve plek met voldoende attentiewaarde minder beeldverstoring oplevert.

Met deze aanpassingen wordt, naar onze mening, voor een groot deel tegemoet gekomen aan de kritiek die bewoners van Aalanden hebben geuit op het proces rondom de mast voor het Foodcourt.

Wij pleiten er daarom voor om de visie als strategisch publiekrechtelijk kader voor nieuwe attentiemasten met de voorgestelde aanpassingen en daarbij aangegeven voorwaarden te behouden. Aan de hand van het BER kan een afweging gemaakt worden tussen het sociaaleconomische belang (attentiewaarde) van een mast en het belang van omwonenden (zicht op een mast vanuit *cruciale punten in woongebieden*) om zodoende een mast in hoogte te optimaliseren en hierbij ook een alternatieve plek buiten het eigen perceel te moeten onderzoeken.