

SCHRIFTELIJKE VRAAG

nr. 267

van **MANUELA VAN WERDE**

datum: 5 april 2016

aan **GEERT BOURGEOIS**

MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDS BELEID EN ONROEREND ERFGOED

Beschermde gebouwen - Aanbrengen van publiciteit

Volgens artikel 6.4.3 van het Onroerenderfgoeddecreet is het "verboden om beschermde goederen te ontsieren, te beschadigen, te vernielen of andere handelingen te stellen die de erfgoedwaarde ervan aantasten".

Meer en meer zien we publiciteit verschijnen - al dan niet van tijdelijke aard - aan, op of in beschermde gebouwen. Het aantal affiches, publiciteitsinrichtingen of uithangborden in de stations van Gent en Antwerpen bijvoorbeeld neemt steeds toe, wat mogelijk negatief afstraalt op de erfgoedwaarde van dit industrieel erfgoed.

Naar aanleiding van de 100^{ste} editie van de Ronde van Vlaanderen werd - naar jaarlijkse traditie - een groot spandoek opgehangen aan de Belforttoren in Brugge. Dit jaar ging het echter fout door de hevige wind. Het belfort liep grote schade op bij het ophangen en opnieuw verwijderen van het spandoek. Verscheidene bakstenen pilaren braken af en brokstukken beschadigden de dakconstructie. Gelukkig vielen er geen gewonden.

1. Vindt de minister dat het aanbrengen van publiciteit aan, op of in beschermde gebouwen verenigbaar is met de erfgoedwaarde van het patrimonium? Zo ja, onder welke randvoorwaarden?
2. Wat is de correcte procedure voor het aanbrengen van permanente of tijdelijke (> 90 dagen) publiciteit aan, op of in beschermde gebouwen? Is de minister van mening dat de bestaande reglementering afdoende is?
3. Wie houdt toezicht op het afleveren van toelatingen voor het plaatsen van publiciteit aan, op of in beschermde gebouwen?
4. Kan de eigenaar, de zakelijkrechthouder en/of de gebruiker van een monument in gebreke worden gesteld op het ogenblik dat de erfgoedwaarde van een monument wordt aangetast door het aanbrengen van publiciteit? Zo ja, op welke manier(en)?
5. Indien het aanbrengen (of verwijderen) van publiciteit fysieke schade toebrengt aan een beschermd monument, wie is hiervoor verantwoordelijk en wie draait (eventueel) op voor de kosten?
6. Vindt de minister het gebruik van beschermd erfgoed voor publicitaire doeleinden (van welke aard dan ook) opportuun? Heeft hij zicht op de baten en kosten van dit soort gebruik?

GEERT BOURGEOIS

MINISTER-PRESIDENT VAN DE VLAAMSE REGERING, VLAAMS MINISTER VAN BUITENLANDS BELEID EN ONROEREND ERFGOED

ANTWOORD

op vraag nr. 267 van 5 april 2016

van **MANUELA VAN WERDE**

1. Ik vind het aanbrengen van publiciteit aan, op of in beschermde gebouwen onder bepaalde randvoorwaarden verenigbaar met de erfgoedwaarde van het patrimonium.

Daarbij dienen een aantal overwegingen gemaakt te worden waarbij het belangrijkste een evenwicht is tussen enerzijds "visibiliteit" van de publiciteit en anderzijds de impact van de voorgestelde ingreep op de erfgoedwaarden. Het erfgoed mag bijvoorbeeld niet "overladen" worden met reclame en men dient de gevelgeleding, gevelopbouw, schaalverhouding,... te respecteren. De zichtbaarheid en de leesbaarheid van het erfgoed primeren. Er dient uniformiteit te zijn in vormgeving, kleur- en materiaalgebruik. Grote terughoudendheid dient ook besteed te worden aan lichtreclames, aangezien die visueel nog meer de aandacht trekken.

Om aan iedereen duidelijker te maken welke criteria belangrijk zijn bij de beoordeling van het aanbrengen van publiciteit aan, op of in beschermd erfgoed, zal het agentschap Onroerend Erfgoed dit jaar werk maken van een afwegingskader "publiciteit" dat ook extern ontsloten zal worden.

Naast de individuele behandeling van toelatingen en adviezen, kunnen er ook projectmatige afspraken gemaakt worden om een uniforme visie uit te werken over publiciteit op erfgoed.

- De stad Kortrijk heeft bijvoorbeeld een globale jaarlijkse vergunning voor het ophangen van spandoeken aan het belfort, met een beperkt aantal evenementen per jaar, gedurende enkele dagen. De gekozen evenementen zijn hier niet commercieel en hebben een maatschappelijk draagvlak.
- De NMBS hanteert voor publiciteit in het centraal station te Antwerpen een op maat gemaakt richtinggevend kader dat werd opgesteld in overleg met het agentschap Onroerend Erfgoed.

2. Er is geen onderscheid in de juridische procedure voor het verkrijgen van een toelating voor het aanbrengen van permanente publiciteit of het aanbrengen van tijdelijke publiciteit. Dit wordt wel genuanceerd benaderd, ik licht dit later in mijn antwoord verder toe.

Voor de administratieve procedure bestaat er een verschil tussen het aanbrengen van reclame bij monumenten of bij stads- en dorpsgezichten:

Volgens het Onroerenderfgoedbesluit van 16 mei 2014 is er voor reclame op monumenten een toelatingsplicht van kracht (zie artikel 6.2.4.4.f): *'De volgende handelingen aan of in beschermde monumenten kunnen niet worden aangevat zonder toelating van het agentschap of, zoals vermeld in artikel 6.4.4, § 1, eerste lid, van het Onroerenderfgoeddecreet van 12 juli 2013, van de erkende onroerenderfgoedgemeente:*

4° het uitvoeren van de volgende werken aan het dak en de buitenmuren van constructies:

f) het aanbrengen, vervangen of wijzigen van opschriften, publiciteitsinrichtingen of uithangborden, met uitzondering van verkiezingspubliciteit en met uitzondering van publiciteitsinrichtingen, waarbij wordt bekendgemaakt dat het goed te koop of te huur is, op voorwaarde dat de totale maximale oppervlakte niet meer bedraagt dan 4 m²'

Voor reclame bij stads- en dorpsgezichten is er een meldingsplicht van kracht (zie artikel 6.2.5.3.e): *'Voor de volgende handelingen aan of in beschermde stads- en dorpsgezichten geldt de procedure van artikel 6.3.12 van dit besluit:*

3° het uitvoeren van de volgende werken aan het dak en de buitenmuren van constructies:

e) het aanbrengen, vervangen of wijzigen van opschriften, publiciteitsinrichtingen of uithangborden, met uitzondering van verkiezingspubliciteit en met uitzondering van publiciteitsinrichtingen, waarbij wordt bekendgemaakt dat het goed te koop of te huur is, op voorwaarde dat de totale maximale oppervlakte niet meer bedraagt dan 4 m²'

De procedure voor het aanbrengen van publiciteit (permanent en tijdelijk) is bepaald in het Onroerendergoedbesluit van 16 mei 2014. Voor monumenten is de procedure in artikel 6.3.5. omschreven. Voor stads- en dorpsgezichten is artikel 6.3.12. van kracht.

Als de publiciteitswerken vervat zitten in een stedenbouwkundige vergunningsaanvraag, wordt in het advies het actief- en passief behoudsbeginsel afgetoetst en zit de toelating hierin vervat.

Ik ben van mening dat de bestaande reglementering voor het aanbrengen van publiciteit bij beschermde gebouwen afdoende is.

In dit specifieke geval heeft de stad Brugge geen toelating gevraagd voor het aanbrengen van een spandoek en is hiermee in strijd met art. 6.2.4 4° f. Het agentschap Onroerend Erfgoed is in gesprek met de stad Brugge en het agentschap Inspectie over de te treffen maatregelen. In het recente verleden werden trouwens al aanvragen voor tijdelijke reclame (banieren en grote vaandels) op de belforttoren in Brugge geweigerd omwille van de fragiele bouwfysische toestand van de toren.

3. Het toezicht op het afleveren van toelatingen voor het plaatsen van publiciteit aan, op of in beschermd erfgoed gebeurt naargelang de aard van het erfgoed en de procedure:

- Bij reclame op monumenten zijn de werken toelatingsplichtig en gebeurt het toezicht door het agentschap Onroerend Erfgoed.
- Bij reclame in stads- en dorpsgezichten zijn de werken meldingsplichtig en gebeurt het toezicht door de gemeente. In geval van weigering van de melding is de toelatingsplicht van kracht en verschuift de verantwoordelijkheid naar het agentschap, zowel voor het al dan niet verlenen van een toelating als op vlak van het toezicht.
- Bij werken vervat in een stedenbouwkundige vergunning oefenen zowel de vergunningverlenende instantie als de adviesverlenende instantie het toezicht uit.

4. Indien het aanbrengen van publiciteit volgens de verleende vergunning of toelating is uitgevoerd en er ondanks het opvolgen van de richtlijnen toch schade ontstaat, is er, naast de plicht tot herstel in oorspronkelijke toestand, geen direct gevolg voor de eigenaar, zakelijkrechthouder en/of gebruiker van het erfgoed. Er blijft wel het actief en passief behoudsbeginsel. Het is namelijk verboden beschermde goederen te ontsieren, te beschadigen, te vernielen of andere handelingen te stellen die de erfgoedwaarde ervan aantasten.

Indien het aanbrengen van publiciteit daarentegen niet werd aangevraagd of vergund, is de opdrachtgever hiervan niet in regel met de vooropgestelde procedure. Het 'ingebreke stellen' van de eigenaar, zakelijkrechthouder en/of gebruiker van het erfgoed gebeurt via het handhavingsluik voorzien binnen het Onroerendergoeddecreet van 12 juli 2013. Als er bovendien ook schade aan het erfgoed wordt veroorzaakt begaat men in dit geval een tweede misdrijf die door hetzelfde handhavingsdecreet wordt benaderd.

Het handhavingsluik bevat een ruime waaier aan mogelijke benaderingswijzen bij het vaststellen en handhaven van inbreuken. Zo bestaan er:

- de gerechtelijke handhaving versus de bestuurlijke handhaving;

- de strafrechtelijke beboeting versus de bestuurlijke beboeting;
- de harde handhaving versus de zachte handhaving;
- de dwangmatige herstelhandhaving versus de consensuele herstelhandhaving;
- de rechtstreekse handhaving versus de onrechtstreekse (financiële) handhaving;
- het feitelijk herstel versus het herstel bij equivalent.

5. Algemeen gesteld zijn de overtreder(s) en eventuele betrokkenen verantwoordelijk voor de schade aan het monument en moeten zij ook instaan voor mogelijke kosten. Dit kunnen zowel de eigenaars, zakelijkrechthouders en/of gebruikers als uitvoerders of ontwerpers zijn, voor zover zij als veroorzaker van de schade kunnen worden beschouwd. De overtreder in kwestie kan worden belast met het herstel in de oorspronkelijke toestand volgens de rechterlijke herstelmaatregel in artikel 11.4.1§2 van het Onroerenderfgoeddecreet van 12 juli 2013. Het agentschap Inspectie volgt deze procedures op en kan klacht neerleggen om de ingebrekestellingsprocedure op te starten.

6. Mits waarborgen van respect voor het beschermde onroerend erfgoed in al zijn facetten is publiciteit in zekere zin een opportuniteit om de sociaaleconomische mogelijkheden van het erfgoed optimaal te benutten. Deze opportuniteit biedt echter een brede waaier van publiciteitsvormen en -noden die een gedifferentieerde aanpak vereisen. Ik licht dit toe met een aantal voorbeelden:

- Een spandoek op het belfort te Brugge voor een tijdelijke activiteit is van een andere orde dan de mogelijke publiciteitsnood bij de herbestemming tot brasserie van een herenwoning in een stad. Commerciële exploitaties zijn in grote mate afhankelijk van publiciteit (en visibiliteit) om zich kenbaar te maken aan het publiek. Functiewijzigingen in erfgoed hebben veelal nood aan reclame.
- De variatie in typologie van het erfgoed is bepalend voor de aantrekking van publiciteit: torens fungeren als landmarks, stations als transit voor een groot publiek,...
- Bovendien spelen de specifieke erfgoedwaarde (artistiek, historisch, industrieel-archeologisch,...) en context (gebouw bestemd voor eredienst, commerciële functie, ...) een determinerende rol.

Het afwegingskader dat mijn administratie opmaakt zou moeten resulteren in een soort beoordelingsinstrument dat zowel door de consulent als door de eigenaar, zakelijkrechthouder en/of gebruiker van het erfgoed gehanteerd kan worden. Dit beoordelingsinstrument met randvoorwaarden/criteria zou het mogelijk moeten maken om te kunnen bepalen wat voor soort van publiciteit vergunbaar kan zijn.

De baten en kosten variëren naargelang de locatie, de visuele zichtbaarheid en de afspraken tussen de zakelijke rechthouder/gebruiker van het erfgoed en de aanbrengrer van publiciteit. Mijn administratie heeft hierop evenwel niet altijd zicht.