

## Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1	Inleiding .....	2
Hoofdstuk 2	Reclame.....	3
Hoofdstuk 3	Reclame in Kampen in historisch perspectief .....	4
Hoofdstuk 4	Bestaand beleid .....	5
Hoofdstuk 5	Vormen van reclame in de openbare ruimte .....	6
Hoofdstuk 6	Handhaving.....	18
Hoofdstuk 7	Financiële aspecten.....	19
Hoofdstuk 8	Aanbestedingsaspecten .....	20

## Hoofdstuk 1 Inleiding

Zowel de voormalige gemeente IJsselmuiden als de voormalige gemeente Kampen hadden niet de beschikking over een actueel en vastgesteld reclamebeleid. Tijdens het proces van fusie is wel aangegeven om de regels van het reclamebeleid te harmoniseren. Er is toen een duidelijke wens aangegeven om het reclamebeleid in de nieuwe gemeente te ontwikkelen en daarmee een integraal reclamebeleid vast te stellen.

Wij hebben er voor gekozen om in de vorm van deze beknopte notitie het reclamebeleid vast te leggen en daarmee ook concreet aan te geven welke vormen van reclame in de gemeente kunnen worden toegestaan maar ook te bepalen welke limitering er moet gelden, immers buitenreclame is in principe positief te waarderen maar kan snel leiden tot irritaties als er sprake is van een opeenhoping van forse en opvallende reclameobjecten.

Het reclamebeleid voor Kampen moet de volgende kwalificaties kunnen dragen: verlevendiging, vrolijk, gevarieerd, overzichtelijk, dynamiek, kwaliteitsverbetering.

Aan de hand van deze beleidsnota nemen wij de lezer mee langs de wereld van reclame zoals die in Kampen gestalte moet krijgen

Ten behoeve van het ontwikkelen van het integrale reclamebeleid is er een gedegen analyse en inventarisatie gedaan van het wettelijk kader van reclame, welke soorten en vormen van reclame zijn er, welke werkwijze wordt gehanteerd etc. Ook wordt bestaand beleid omschreven. Die rapportage geeft een overzichtelijk beeld van alle vormen van reclame waarmee de gemeentelijke overheid te maken heeft en vormt een goed gedocumenteerd naslagwerk. De lezer die zich iets verder in de materie wil verdiepen verwijzen wij naar deze documentatie.

Wij hebben gemeend om het reclamebeleid te moeten inperken tot reclame die in de openbare ruimte is geplaatst dan wel zichtbaar is vanaf voor het publiek toegankelijke plaatsen.

In deze beleidsnota wordt het concreet te voeren reclamebeleid omschreven waarbij er voor elke vorm van reclame een concreet beleidsvoorstel is waar de gemeenteraad haar oordeel over kan geven. Na vaststelling van het reclamebeleid stellen wij ons voor dat ertussen de gemeente Kampen en belanghebbenden bij het reclamebeleid duidelijkheid en eenduidigheid is. Het reclamebeleid is dan onderdeel van inspraak geweest en ook zijn de ondernemersvereniging bij de besluitvorming betrokken.

## Hoofdstuk 2 Reclame

### Doelstelling reclamebeleid

Een goede doelstelling voor het gemeentelijke reclamebeleid is het reguleren van reclame om te komen tot een goede, acceptabele ruimtelijke kwaliteit van het buitengebied, het cultuur-historische centrumgebied, de woongebieden en de bedrijventerreinen.

Het betreft hier een doelstelling waarbij gestuurd wordt op 2 doelen: het reguleren van reclame en het verbeteren van de ruimtelijke kwaliteit. Een bijkomend derde doel is hierbij nog het waarborgen van een doelmatig en veilig gebruik van de weg.

### Aard reclame

In de "Van Dale" wordt reclame omschreven als: openbare aanprijzing om de afzet van goederen of diensten te bevorderen.

De Nederlandse Reclame Code verstaat onder reclame: iedere openbare aanprijzing van goederen, diensten, of denkbeelden. Onder reclame wordt mede verstaan het vragen van diensten.

Bij het begrip aanprijzing speelt de totale uiting een rol. Het gaat niet alleen om de tekst maar ook om grootte, opmaak, kleurgebruik en dergelijke.

Voor het reclamebeleid van de gemeente Kampen hanteren wij de volgende definitie.

**RECLAME**  
**iedere openbare aanprijzing van**  
**produkten, inclusief het vragen**  
**van diensten**

Reclame kan worden onderscheiden in:

**Commercieel**

**Niet**  
**commercieel**

**Ideëel**

Bij commerciële reclame wordt er een commercieel belang gediend. Daar is geen sprake van bij niet-commerciële en ideële reclame. Het onderscheid tussen commerciële en niet-commerciële reclame is niet altijd even eenvoudig te geven. Voorbeelden van producten, diensten en activiteiten die als **niet-commercieel** worden aangemerkt zijn onder anderen Kamper Ui(t)dagen, braderieën, jaarmarkten, circussen, sportwedstrijden, bioscoopreclame, tentoonstellingen, (theater)voorstellingen en festiviteiten (muziek e.d.).

Bij ideële reclame staat niet het handelsbelang voorop maar een ideëel, maatschappelijk of politiek belang. Ideële reclame wordt beschermd door artikel 7 van de Grondwet (vrijheid van meningsuiting).

Reclame komt in verschillende omgevingen tegen.

Te onderscheiden valt:

**Buitenreclame**

**Binnenreclame**

\* gevelreclame  
\* reclame in de openbare ruimte

\* reclamefolders  
\* tv-spotjes

De binnenreclame maakt verder geen onderdeel uit van het gemeentelijk reclamebeleid.

### Hoofdstuk 3 Reclame in Kampen in historisch perspectief

Buitenreclame is in Kampen niet iets van de laatste decennia.

In Kampen kan kennisgemaakt worden met een stukje reclamegeschiedenis.

In de Hanzestad Kampen bevinden zich meer dan 500 monumenten. Naast die kerken stadspoorten en herenhuizen, bezit de stad enkele tientallen authentieke muurreclames. Deze wervende teksten van veelal kleine middenstanders bevinden zich op de gevels en zijmuren van huizen in de oude binnenstad.

“Fresco’s van de kleine middenstand” worden ze genoemd.

De meeste muurreclames zijn van voor 1930. Met veel gevoel voor typografie en kleur zijn ze aangebracht door plaatselijke schilders. De invloeden van Jugendstil en De Stijl zijn onmiskenbaar aanwezig.

Inmiddels zijn er 40 muurreclames gerestaureerd en voor het publiek zichtbaar gemaakt. Het is de bedoeling om jaarlijks enkele muurreclames te restaureren.

Daarmee wordt bevestigd dat buitenreclame in principe positief is te waarderen.



muurreclame op de zijgevel van Café de Unie, hoek IJsekade/Vispoort

## Hoofdstuk 4 Bestaand beleid

Zoals in de inventarisatienota is omschreven, is er bestaand beleid in het Beeldkwaliteitplan Kampen Oudestraat en de Welstandsnota gemeente Kampen. Ook zijn er nog andere beeldkwaliteitsplannen die regels geven over reclame om dat specifieke gebied zoals Zendijk, Bedrijvenpark Rijksweg 50. In het beeldkwaliteitplan Kampen Oudestraat wordt ingegaan op kwaliteitsbeheer van bestaande of te realiseren bebouwing, specifiek in de Oudestraat. Het plan definieert objectieve criteria om de kwaliteit van de Oudestraat beter te benoemen en op elkaar af te stemmen. Daarnaast geeft het regels ten aanzien van uitstallingen en terrassen op straat en reclame-uitingen, luifels/zonweringen en rolluiken/-hekken aan de gevel.

Het Beeldkwaliteitsplan Bedrijvenpark Rijksweg 50 kent voor de verschillende gebieden, deelplannen. In deze plannen staan voor de architectuur van het gebied o.a. regels over de reclamemogelijkheden binnen het bouwperceel en op/aan de te realiseren bebouwing.

Het Beeldkwaliteitsplan Zendijk geeft eveneens regels voor reclamevoering op, aan en bij bedrijfsgebouwen in het gebied Zendijk.

In de Welstandsnota wordt door middel van algemene criteria aandacht geschonken aan reclame. Bepaalde verschijningsvormen worden aangegeven en de noodzaak van een reclamevergunning wordt voor sommige vormen van reclame beschreven.

De algemene criteria zijn onderverdeeld in criteria voor reclame in de bebouwde kom, in een woonomgeving, op winkels en bedrijven, in het buitengebied en tenslotte reclame in de binnenstad van Kampen.

In de Welstandsnota is specifiek voor vormen van reclame in de binnenstad van Kampen opgenomen de 'Reclamerichtlijnen centrum Kampen 2004'. In deze richtlijnen wordt uitgebreid aandacht geschonken aan reclames en uitstallingen op de weg, lichtmastreclame, reclame op terrassen en bouw-en projectreclame.

Overigens maken de gemeentelijke beeldkwaliteitplannen, na formele vaststelling, integraal onderdeel uit van de Welstandsnota.

Genoemde regelgeving kan gewoon blijven bestaan en dient te worden toegepast.

Deze beleidsnota geeft het nieuwe beleid weer betreffende de buitenreclame. In deel 2 is er een bundeling van het toe te passen wettelijk kader, alsmede de actuele beeldkwaliteitsplannen en richtlijnen e.d.

Het reclamebeleid zoals omschreven in deze notitie gaat meer in op de verschijningsvormen die door de gemeente zelf worden geïnitieerd en waarbij behoefte is aan een eigen beleidskaders. Het is zeker niet de bedoeling om alle regelgeving en kaders te bundelen in dit beleid.

Voor het totale overzicht wordt in de volgende hoofdstukken ingegaan op de diverse verschijningsvormen van reclame. Per vorm wordt dan omschreven welk wettelijk kader van toepassing is en of er sprake is van ondersteunend beleid en/of aanvullende richtlijnen voor vergunning c.q. ontheffingverlening.

Daarnaast zal uitgebreider worden ingegaan op de beleidskaders voor vormen van reclame alsabri's, stadsinfo's, billboards, reclametorens, driehoeksborden en lichtmastreclame.

## Hoofdstuk 5 Vormen van reclame in de openbare ruimte

Zoals in hoofdstuk 2 is aangegeven kan reclame commercieel, niet-commercieel of ideëel zijn.

Er zijn verscheidene verschijningsvormen van reclame.

Te noemen zijn:

Buitenetalages (commercieel en niet-commercieel)

Bouw en projectreclame (commercieel)

Spandoeken, vlaggen en vaandels (commercieel en niet commercieel)

Terrasschotten en parasols (commercieel)

Reclamevoertuigen (commercieel en niet commercieel)

Weideconomie (commercieel en niet-commercieel)

Sandwich-/driehoeksborden (commercieel en niet commercieel)

Lichtmastreclame (commercieel)

Reclame opabri's en stadsinfo's (commercieel)

Billboards (commercieel)

Reclamemasten (commercieel)

Plakplaatsen en wildplakken en verkiezingsaankondigingen zijn nog verschijningsvormen van ideële reclame.




plakzuil bij station

Hierna beschrijven wij de verschillende verschijningsvormen waarbij kort wordt ingegaan op aspecten als toetsingskader, gebiedsbegrenzing, maximumstelsel e.d.

Er is dus een beschrijving van het reclamebeleid zoals dat na vaststelling moet gaan gelden, dus de nieuwe toestand.


Reclamevorm	Buitenetalages, reclameborden en uitstallingen bij winkelpanden 
Toetsingskader	APV artikel 2.1.5.1.
Aantal vergunningen	relatie met winkelpanden
Maximumstelsel	limitering per winkelpand
Gebiedsbegrenzing	n.v.t.
Beleidsvoorstel	Welstandsnota § 6.6 toepassen en voor de Oudestraat het beeldkwaliteitplan Kampen Oudestraat in samenhang met de betreffende bepalingen van de Reclamerichtlijnen voor de binnenstad van Kampen.
Bijzonderheden	Er is onderscheid tussen de ondernemers in het winkelgebied van IJsselmuiden en het winkelgebied van Kampen. Dit beleidskader moet basis zijn om één en ander weer gelijk te trekken.
Financiële aspecten	Er zijn precariorechten verschuldigd door vergunningaanvrager. Dit is in IJsselmuiden nog niet het geval omdat het reclamebeleid nog niet is geharmoniseerd. Het nieuwe reclamebeleid in casu de financiële aspecten geldt voor de gehele gemeente.

Reclamevorm	Bouw- en projectreclame 
Toetsingskader	Bouwvergunning art 45 Woningwet (tijdelijke bouwwerken); APV artikel 2.1.5.1; Artikel 14 van de Reclamerichtlijnen voor de binnenstad van Kampen.
Aantal vergunningen	Relatie met het aantal bouwprojecten
Maximumstelsel	1 per project
Gebiedsbegrenzing	n.v.t.
Beleidsvoorstel	Bij grote bouwprojecten artikel 45 Woningwet toepassen, tijdelijke bouwvergunning. De kaders van de Reclamerichtlijnen voor de binnenstad van Kampen, artikel 14, hanteren voor het gebied van de gemeente Kampen en toepassen bij de toetsing van een aanvraag artikel 45 Woningwet. APV niet toepassen.
Bijzonderheden	Gekozen wordt voor de praktische benadering waarbij niet aan de APV wordt getoetst. Het toetsingskader Woningwet en artikel 14 Reclamerichtlijnen is voldoende.
Financiële aspecten	Legesverordening is van toepassing voor bouwaanvraag

Reclamevorm	Spandoeken, vlaggen en vaandels 
Toetsingskader	APV artikel 2.1.5.1;
Aantal vergunningen	1 per periode
Maximumstelsel	Uitsluitend op de vastgestelde locaties
Gebiedsbegrenzing	n.v.t.
Beleidsvoorstel	<p>Artikel 2.1.5.1 van de APV toepassen en uitsluitend vergunning c.q. ontheffing verlenen voor niet-commerciële activiteiten. Beeldkwaliteitplan Kampen Oudestraat en Reclamerichtlijnen voor de binnenstad van Kampen tekstueel aanscherpen zodat het verbod volgens deze beleidsregels uitsluitend geldt voor vaandels en vlaggen die voor commerciële doeleinden worden gebruikt. Er geldt dan zowel voor spandoeken, vlaggen en vaandels een verbod op de commerciële reclame.</p> <p>Strikt formeel genomen geldt dit verbod voor alle spandoeken en vlaggen zoals die veelvuldig voorkomen bij bouwmarkten, autodealers e.d. Omdat meestal sprake is van eigen terrein en de verschijningsvorm niet voor de omgeving bezwaarlijk is, is deze vorm van reclame tot op heden steeds toegelaten. Er is geen aanleiding om hier anders mee om te gaan. Er kan immers altijd worden opgetreden tegen niet acceptabel spandoeken en/of vlaggen.</p>
Bijzonderheden	Als vaste locaties voor de spandoeken, vlaggen en vaandels aanwijzen: Stadsbrug, Vispoort, Oudestraat, Geerstraat en Van Heelfabriek in Kampen; Burgemeester van Engelenweg (tussen nr. 5 en politiebureau), Markeresplein (tussen de bomen ter hoogte van Het Kruidvat), Oosterholtseweg in IJsselmuiden
Financiële aspecten	geen



Reclamevorm	Terrasschotten en parasols 
Toetsingskader	Artikel 2.3.1.2. APV regelt de exploitatie van een horecabedrijf, waaronder ook het bijbehorende terras.
Aantal vergunningen	Is afhankelijk van toegelaten horecabestemmingen
Maximumstelsel	Gezamenlijke afspraken over indeling terras bij gezamenlijk gebruik van plein/straat
Gebiedsbegrenzing	n.v.t.
Beleidsvoorstel	De terrasvergunning is gekoppeld aan de exploitatievergunning van een horecabedrijf. In deze exploitatievergunning nadere voorwaarden stellen over reclame-uitingen op terrasmeubilair, zoals terraschotten, parasols, zonneschermen en markiezen. De kaders van de Reclamerichtlijnen voor de binnenstad van Kampen, Beeldkwaliteitplan Kampen Oudestraat en de vastgestelde regels terrassen en serres op de Plantage hanteren bij het stellen van de nadere voorwaarden over reclame-uitingen.
Bijzonderheden	geen
Financiële aspecten	Voor terrassen wordt precariorecht per m2 terras gerekend.


Reclamevorm	Reclamevoertuigen 
Toetsingskader	APV artikel 5.1.6 geldt voor parkeren reclamevoertuigen op de weg. APV artikel 4.7.2 geldt voor reclamevoertuigen op particulier terrein.
Aantal vergunningen	In uitzonderlijke gevallen ontheffing verlenen van artikel 5.1.6 APV
Maximumstelsel	Van geval tot geval uitzonderlijkheid bepalen
Gebiedsbegrenzing	n.v.t.
Beleidsvoorstel	Reclamevoertuigen op de weg in de gemeente zeer beperkt toestaan. Overigens zijn er geen aanvragen om een vergunning bekend. Er moet sprake zijn van een uitzonderlijk geval. Dus geen reguliere handelsreclame. Zeer bijzondere en voor de gemeente ook belangrijke evenementen zouden met deze vorm van reclame kunnen worden toegestaan. Omdat het niet eenvoudig is om vooraf toetsingscriteria te bepalen verdient het aanbeveling om de beoordeling van een aanvraag van geval tot geval te bezien Reclamevoertuigen op particuliere grond strikt toetsen aan Artikel 4.7.2, lid 4 APV.
Bijzonderheden	n.v.t.
Financiële aspecten	Er wordt precariorecht gerekend.

Reclamevorm	Weidecommercie 
Toetsingskader	APV artikel 2.1.5.1 voor de openbare ruimte, tenzij Woningwet van toepassing is. Reclame op particuliere grond, niet zijnde een bouwwerk in de zin van de Woningwet is vergunningplichtig op grond van artikel 4.7.2 APV.
Aantal vergunningen	geen
Maximumstelsel	n.v.t.
Gebiedsbegrenzing	n.v.t.
Beleidsvoorstel	Het buitengebied moet worden beschouwd als landschapsschoon en dient niet te worden ontsierd door weidecommercie. Het beleid moet zijn dat deze reclamevorm niet meer wordt toegestaan. De bestaande vormen van weidecommercie moeten worden geïnventariseerd en moeten worden verwijderd.
Bijzonderheden	Betrekken bij invulling taken van de nieuw te vormen eenheid Toezicht en Handhaving van de gemeente Kampen.
Financiële aspecten	geen

Reclamevorm	Sandwich-/ driehoeksborden 
Toetsingskader	Artikel 2.1.5.1 APV
Aantal vergunningen	1 vergunning
Maximumstelsel	Het aantal te plaatsen sandwichborden maximaliseren op 40 permanente borden
Gebiedsbegrenzing	Vastgestelde locaties: 25 in Kampen, 10 in IJsselmuiden, 5 verdeeld over de Grafhorst, 's-Heerenbroek, Wilsum en Zalk.
Beleidsvoorstel	Voor deze vorm van reclame een overeenkomst aangaan met één exploitant (in onze netwerkstad Zwolle is Hofman Buitenreclame vergunninghouder) die zorgt voor plaatsing, gebruik, beheer en onderhoud van 40 permanente (sandwich) borden. De exploitant zorgt voor affichering. Aanvragers voor aankondigingen komen bij de exploitant terecht. De gemeente geeft deze activiteit uit handen aan de vergunninghouder. In de vergunning worden de voorwaarden verder uitgewerkt. De gemeente stelt de 40 locaties vast. Er ontstaat een kwaliteitsverbetering van de stad
Bijzonderheden	In een veel eerder stadium is geprobeerd om deze vorm van reclame te reguleren volgens voorliggend beleidsvoorstel. In die fase is door de Stadsgehoorzaal aangegeven te willen samenwerken met een exploitant. De Stadsgehoorzaal assisteert bij het beheer van de borden met als tegenprestatie dat de Stadsgehoorzaal 13 keer per jaar vrij mag afficheren in 20 displays gedurende 14 dagen tijdens het schouwburgseizoen. De gemeente kan ook gebruik maken van zgn. stoppers (er is dan geen verhuur)
Financiële aspecten	geen




dubbelzijdig bord van Hoffman Outdoor Media in Zwolle


Reclamevorm	Lichtmastreclame 
Toetsingskader	APV artikel 2.1.5.1; Beleidsplan Openbare Verlichting 2004-2013; Reclamerichtlijnen voor de binnenstad van Kampen, artikel 8.
Aantal vergunningen	1 exploitatievergunning voor stedelijk gebied van de gemeente
Maximumstelsel	Maximumstelsel is gerelateerd aan de vastgestelde wegen/straten waar deze vorm van reclame wordt toegestaan.
Gebiedsbegrenzing	Aangewezen straten/wegen
Beleidsvoorstel	Voor lichtmastreclame een exploitatievergunning verlenen op grond van artikel 2.1.5.1 en daarbij aansluiting te zoeken bij het bepaalde in de Reclamerichtlijnen voor de binnenstad van Kampen. Lichtmastreclame is toelaatbaar op de volgende wegen: Kampen: Vanaf bebouwde kom Kamperstraatweg; Europa-allee; IJsseldijk tot H. van Viandenstraat; Europa-allee/Beneluxweg/Haatlanderdijk/Constructieweg/Van Doorneweg/Zambonistraat; Industrierweg. IJsselmuiden: Burgemeester van Engelenweg/Plasweg tot rotonde Grafhorsterweg, Oosterlandenweg Burgemeester en wethouders kunnen wegen waar lichtmastreclame wordt toegestaan toevoegen. Voor de afgifte van de exploitatievergunning een aantal bedrijven uitnodigen een aanbieding te doen.
Bijzonderheden	De beleidsdocumenten Welstandsnota (reclamerichtlijnen) en het Beleidsplan Openbare Verlichting zijn strijdig met elkaar. Het BOV geeft geen ruimte voor het bevestigen en aansluitingen van reclame-uitingen aan lichtmasten. De Welstandsnota biedt die ruimte wel voor door het college aangewezen wegen. In het reclamebeleid wordt vastgelegd dat de lichtmastreclame wel toelaatbaar is. Deze vorm van reclame toe te staan op de aangewezen wegen. De uiteindelijke toelaatbaarheid is afhankelijk van de sterkte, lengte en locatie van de lichtmasten. Met de vaststelling van het reclamebeleid wordt het Beleidsplan Openbare Verlichting voor wat betreft dit aspect gewijzigd.
Financiële aspecten	De gemeente ontvangt een vergoeding per lichtmastreclame, die is afgestemd op het totale exploitatieplaatje van de lichtmastreclame in de gemeente Kampen. Bedragen van € 600,00 tot € 800,00 zijn een indicatie als pachtafdracht per reclamelichtbak.





toepassing lichtmastreclame

Reclamevorm	Reclame op abri's en stadsinfo's 
Toetsingskader	Het plaatsen van straatmeubilair in het publieke domein is veelal autonomie van de gemeente omdat het straatmeubilair eigendom van de gemeente is. Het uitnutten van het straatmeubilair als reclamedrager is aanleiding om tussen betrokken partijen bij overeenkomst afspraken te maken. Voor Kampen gaat het om abri's en stadsinfo's. Er is een overeenkomst met Wall Nederland te Arnhem. Artikel 2.1.5.1. APV is van toepassing.
Aantal vergunningen	n.v.t.
Maximumstelsel	1 exploitatiecontract waarbij het aantal abri's maximaal 25 bedraagt en het aantal stadsinfo's minimaal 20 moet zijn.
Gebiedsbegrenzing	n.v.t
Beleidsvoorstel	Conformereren aan lopende overeenkomst. Einddatum is 1-1-2012. Mogelijkheden bezien om het contract met name voor wat betreft de stadsinfo's uit te breiden voor het stedelijk gebied van IJsselmuiden en de wijk Onderdijks.
Bijzonderheden	Het is niet uit te sluiten dat de contractsduur voor deze reclamedragers betrokken zal worden bij een eventueel nog te sluiten contract voor de billboards.
Financiële aspecten	geen


Reclamevorm	<p>Billboards</p> 
Toetsingskader	Voor deze reclamevorm is een overeenkomst nodig tussen de gemeente en de reclame-exploitant. Voor het plaatsen is een bouwvergunning op grond van artikel 44 Woningwet vereist. APV artikel 2.1.5.1.
Aantal vergunningen	n.v.t.
Maximumstelsel	1 exploitatiecontract met een maximum aantal billboards
Gebiedsbegrenzing	Concreet locaties aangeven en/of locaties/gebieden uitsluiten
Beleidsvoorstel	<p>Deze reclamedrager toestaan in de gemeente Kampen. Ingaan op de aanbieding van Wall Nederland waarin wordt uitgegaan van minimaal 12 reclamevlakken en maximaal 16 reclamevlakken. Het aantal reclamevlakken per billboard hangt af van de vorm van publicatie. De statische vorm is 2 vlakken en de dynamische vorm is 4 vlakken.</p> <p>De aan te wijzen locaties zijn bepalend voor het totaal aantal vlakken. De volgende locaties aanwijzen voor een billboard: Flevoweg nabij Oranjesingel; Flevoweg nabij Wederiklaan; Flevoweg nabij N50; Europa-allee nabij Kamperstraatweg; Europa-allee nabij Flevoweg.</p>
Bijzonderheden	<p>Een aantal van de geïnventariseerde locaties maken onderdeel uit van toekomstige herinrichtingsplannen. Deze middenbermlocaties zullen niet meer mogelijk zijn omdat de middenberm dan vervalt. Met de exploitant zullen derhalve vervangende locaties gezocht moeten worden.</p> <p>De abri-overeenkomst gelijktrekken met de billboardovereenkomst met als inzet uitbreiden stadsinfo's/abri's in overige kernen van de gemeente.</p> <p>De gemeente kan periodiek 1 vlak per billboard benutten voor de aankondiging van plaatselijke evenementen e.d.</p>
Financiële aspecten	<p>Per reclamevlak ontvangt de gemeente pachtafdracht van € 2.000,- per jaar exclusief btw met jaarlijkse indexering.</p> <p>Gemeentelijk gebruik van 1 vlak per billboard is voor rekening van de gemeente (aanmaakkosten affiches e.d.).</p>

Reclamevorm	<p>City-toilet</p> 
Toetsingskader	Voor deze reclamevorm is een overeenkomst nodig tussen de gemeente en de reclame-exploitant. Voor het plaatsen is een bouwvergunning op grond van artikel 44 Woningwet vereist. APV artikel 2.1.5.1.
Aantal vergunningen	1
Maximumstelsel	1
Gebiedsbegrenzing	n.v.t.
Beleidsvoorstel	Huidige overeenkomst tussen Wall Nederland bv en de gemeente tussentijds proberen te beëindigen. Strikt formeel is de overeenkomst binnen de looptijd niet opzegbaar. Huurovereenkomst in ieder geval per 1 juni 2009 opzeggen of eerder beëindigen als Wall daartoe bereid is en de afkoopsom daartoe aanleiding geeft.
Bijzonderheden	<p>Bij het aangaan van de overeenkomst tussen Wall Nederland en de gemeente is er voor gekozen om het City-toilet niet als reclamedrager te exploiteren. De gemeente huurt het toilet van de Wall Nederland bv. De huurovereenkomst loopt tot 1 juni 2009. De jaarlijkse huurprijs bedraagt thans € 23.535,- (jaarlijkse indexatie) Het gebruik van het toilet genereert een jaarlijkse opbrengst van ongeveer € 800,- (1600 gebruikers).</p> <p>De voorziening is erg kostbaar ten opzichte van het gebruik. Bovendien is het aannemelijk dat er in het kader van het zgn. VOS-project urinoirs op strategische plekken in de binnenstad worden geplaatst.</p> <p>Het City-toilet is vandalisme aantrekkelijk en de daarmee verbonden reparatiekosten worden doorberekend aan de gemeente.</p>
Financiële aspecten	Jaarlijkse huurprijs € 23.535,-; Elektra/water € 3.500,-; Kosten vandalisme € 3.000,-; Opbrengst voor gebruik € 800,-; Kostprijs per gebruiker € 18,- (afgrond).

Reclamevorm	Reclamemasten 
Toetsingskader	Woningwet; Provinciale wegenverordening Overijssel 1978; artikel 2.1.5.1 APV
Aantal vergunningen	2
Maximumstelsel	2
Gebiedsbegrenzing	Bedrijventerrein Rijksweg 50; gebied Zuiderzeehaven
Beleidsvoorstel	Deze reclamemasten met een hoogte van 15 tot 25 meter worden vaak geplaatst bij wegen met veel verkeer zoals auto(snel)wegen. In verband met de ligging van de N50 ten opzichte van het bedrijventerrein Rijksweg 50 en de Zuiderzeehaven is niet uit te sluiten dat er vergunningaanvragen in de toekomst zullen worden gedaan. Als beleidslijn hanteren dat op het bedrijventerrein Rijksweg 50 één reclamemast wordt toegestaan en bij de Zuiderzeehaven ook één reclamemast.
Bijzonderheden	n.v.t.
Financiële aspecten	Bij het verlenen van de vergunning een nader te bepalen pachtafdracht bedingen.

Reclamevorm	Plakplaatsen en wildplakken. 
Toetsingskader	Artikel 2.4.2. lid 2 APV
Aantal vergunningen	n.v.t.
Maximumstelsel	n.v.t.
Gebiedsbegrenzing	Aanplakmogelijkheden plakzuil NS station en op de muur Vispoort
Beleidsvoorstel	Beide aanplakmogelijkheden handhaven
Bijzonderheden	geen
Financiële aspecten	nvt



Reclamevorm	Verkiezingsborden 
Toetsingskader	Artikel 2.4.2, lid 4 en artikel 2.1.5.1 APV
Aantal vergunningen	n.v.t.
Maximumstelsel	Uitsluitend bij verkiezingen Europees Parlement, Tweede Kamer, Provinciale Staten, Gemeenteraad en Waterschapsbestuur
Gebiedsbegrenzing	Aangewezen locaties
Beleidsvoorstel	Toestaan om ten behoeve van de vermelde verkiezingen tijdelijk verkiezingsposters aan te plakken
Bijzonderheden	Locaties waar de aanplakborden worden geplaatst zijn: Engelenbergstraat nabij de Engelenbergschool Lelystraat nabij de dependance van afdeling Groen en Gebouwen Kennedylaan nabij het appartementencomplex Hoek Symfonielaan/mr. J.L.M. Niersallee Burgemeester van Engelenweg nabij het oorlogsmonument Markeresplein Splitsing Plasweg/Groenendael Oosterlandenweg/Goudplevier bij rotonde Zwolsesweg/Oosterlandenweg, 100 m. Oosterlandenweg in. Grafhorst: ingang Grafhorsterweg Wilsum: Dorpsweg nabij café IJsselzicht 's-Heerenbroek: Zwolsesweg nabij verkeerslichten De Zande: nabij café De Huifkar Zalk: nabij Kerkplein Zuideinde: Zuideinde West nabij de Rabobank
Financiële aspecten	geen

## Hoofdstuk 6 Handhaving

### **Algemeen**

Handhaving is de basis van regelgeving. Bij de lokale overheid zijn er veel regels waaraan burgers en belanghebbenden zich dienen te houden. Essentieel daarbij is dat er ook voor wordt gezorgd dat de regels worden nageleefd.

De controlerende en corrigerende taak van de overheid is in de afgelopen decennia aanzienlijk uitgehold. Samen met de maatschappelijk ontwikkeling heeft het idee 'dat er toch niet wordt opgetreden' ertoe geleid, dat steeds meer mensen regels negeerden en soms niet eens wisten dat die regels bestonden.

Door de veranderde publieke moraal wordt het handhaven sterk bemoeilijkt. Er is in de praktijk een handhavingtekort gegroeid. Er behoort wel te worden gehandhaafd maar de overheid wil of kan niet handhaven.

Zo langzamerhand is het besef teruggekomen dat deze ontwikkeling teruggedrongen moet worden en dat de handhaving aangescherpt en sterk geïntensiveerd moet worden.

Handhaving en toezicht op straat zijn hiervoor noodzakelijk.

Dat dit onderwerp ook binnen de gemeente Kampen actueel is blijkt wel uit het besluit van de gemeenteraad waarbij de bestuurlijke visie op de handhaving is vastgesteld. De gemeentelijke handhavingstaken zijn inzichtelijk gemaakt en deze taken zijn in onderling verband afgewogen en geprioriteerde op basis van een risicoanalyse.

Het college wil een vervolgstap zetten door te komen tot een integrale handhavingseenheid.

Handhaving krijgt daarmee een eenduidige, herkenbare plaats in de gemeentelijke organisatie.

Inmiddels is er besluitvorming over de opzet van een afzonderlijke eenheid Toezicht en Handhaving. Bij besluit van 10 maart 2005 hebben burgemeester en wethouders besloten uitvoering te geven aan de handhavingstaken gebaseerd op 16 fte's voor de feitelijke handhaving.

De invulling is gebaseerd op risicoanalyses van handhavingsthema's.

### **Handhaving en toezicht reclamebeleid.**

Met deze beleidsnota wordt structuur gegeven aan het gemeentelijke reclamebeleid. Toepassing van het reclamebeleid vraagt dus ook om handhaving en toezicht. Er zal zelfs sprake kunnen/moeten zijn van een inhaalslag.

Hoewel de risicoanalyse binnen het reclamebeleid niet verontrustend is, is wel essentieel dat dit een handhavingsthema binnen de nieuwe handhavingorganisatie dient te worden.

In het kader van de Reclamenota wordt aanbevolen om handhaving van het reclamebeleid in de meest brede zin te prioriteren als handhavingsthema. De gemeente dient dan niet alleen naar aanleiding van klachten en van incidentele waarnemingen op te treden maar zal per jaar ook gericht te werk moeten gaan.

## Hoofdstuk 7 Financiële aspecten

### **Algemeen**

Buitenreclame kan voor een gemeente een substantiële bron van inkomsten zijn. Buitenreclame genereert ieder jaar voor enkele honderden miljoenen euro's aan omzet in Nederlandse gemeenten. De commerciële aantrekkelijkheid van de gemeente hangt af van factoren als de omvang, de ligging en uitstraling.

Met een slag om de arm kan een regel zijn dat gemeenten die meer dan drie euro per inwoner uit reclame-inkomsten ontvangen het goed doen, met uitschieters naar boven. Tussen de anderhalf en drie euro zit een gemeente in de middenmoot. Inkomsten die per inwoner variëren tot anderhalve euro zijn voor verbetering vatbaar.

Genoemde bedragen zijn exclusief de op geld gewaardeerde voordelen die een gemeente uit een overeenkomst met gesloten beurzen kan verkrijgen.

Er is sprake van gesloten beurzen als bijvoorbeeld een openbaar toilet tegen x billboards, x aantal abri's tegen beheer en onderhoud door exploitant wordt aangeboden.

Het idee hierachter is dat er zo een maatschappelijk nuttige voorziening aangeboden wordt, die de gemeente geen geld kost of waar de gemeente zelfs geld mee bespaart.

### **Lokale situatie**

Voor de gemeente Kampen zijn de inkomsten uit de buitenreclame op dit moment zeer beperkt. De overeenkomst betreffende de abri's en stadsinfo's is er een met gesloten beurzen. De gemeente heeft geen kosten aan beheer en onderhoud van deze reclamedragers.

Voor het verlenen van vergunningen betreffende reclameborden e.d. worden de leges- of precarioverordening toegepast. In 2004 waren hiervan de inkomsten € 2.300,--

Voor de toekomstige situatie waarbij uitvoering wordt gegeven aan het voorliggende reclamebeleid kunnen meer inkomsten uit de buitenreclame worden gegenereerd.

De navolgende specificatie geeft een beeld van mogelijke structurele inkomsten aan reclamebeleid.

Abri's en stadsinfo's	geen kosten aan beheer en onderhoud
Inkomsten aan precario	vervalt door uitbesteding driehoeksborden - € 2300,--
Billboards	minimaal € 24.000,--
Lichtmastreclame (ong. 15 reclamebakken)	€ 10.000,--

Een eerste aanzet zou ongeveer structureel € 34.000,-- generen waarbij bij de billboards sprake is van een minimumpakket. Hier is een uitbreiding mogelijk naar € 32.000,--. Onduidelijk is hoe de afzetmogelijkheden zijn van de lichtmastreclame in de gemeente Kampen. Toepassing van een zekere groei naar 30 lichtbakken zou betekenen dat deze beide reclamedragers na verloop van tijd een structurele inkomst kunnen geven van ongeveer € 50.000,--.

### **Bestemming inkomsten**

Zonder hier nadere besluiten over te nemen zullen de inkomsten uit het reclamebeleid in de algemene middelen verdwijnen. De algemene regel is dat de gemeente niet aan reservering c.q. fondsvorming doet. Dit is ingegeven ten behoeve van een integrale afweging voor het doen van uitgaven. Bij een doelbestemming is de besteding vooraf al bepaald.

Hoewel het om betrekkelijk lage bedragen gaat verdient het aanbeveling om voor de inkomsten een doelbestemming te vinden. Naast de uitgaven die betrekking hebben op de reclameconcessies dient het restant ten gunste te komen aan het verbeteren van de kwaliteit van de buitenruimte. Te denken valt aan het bekostigen van extra handhavinginspanningen, informatiesystemen, bewegwijzering e.d.

## Hoofdstuk 8 Aanbestedingsaspecten

In de beleidsvoorstellen van verschijningsvormen van reclame zijn er enkele waarbij nader wordt ingegaan op aspecten die een affectie hebben met het gemeentelijk aanbestedingsbeleid.

Het gaat hier met name om de reclamevormen lichtmastreclame, billboards en de sandwich-(driehoeks) -borden.

### *Lichtmastreclame*

Voor deze reclamevorm wordt voorgesteld om een aantal bedrijven uit te nodigen om voor de exploitatie van lichtmastreclame in de gemeente een aanbieding te doen.

Omdat er sprake is van specifieke bedrijven die de exploitatie van lichtmastreclame verzorgen kan worden gewerkt met de meervoudig onderhandse aanbesteding voor maximaal drie bedrijven.

### *Billboards*

Voor deze reclamevorm is het voorstel om op de aanbieding van Wall Nederland in te gaan. Hierbij zou strijdigheid gedacht kunnen worden met het aanbestedingsbeleid. Er zijn immers andere concurrerende partijen die billboards kunnen aanbieden.

In de beleidsnota is aangegeven dat er sprake is van lopende contracten met Wall Nederland. Een van de dingen die hierbij is vastgelegd is dat er sprake is van een alleenrecht voor deze onderneming voor wat betreft het plaatsen van straatmeubilair en vitrinekasten met reclame op gemeentegrond. Deze contractuele afspraken dienen te worden gerespecteerd.

### *Sandwich (driehoeks) –borden*

In 2003 is al geprobeerd om de exploitatie van de sandwichborden te regelen. Op basis van een drietal offertes bleek Hoffman Outdoor Media een goed aanbod te hebben voor deze verschijningsvorm.

Hoffman Outdoor Media heeft deze aanbieding geactualiseerd. Vergelijking met recente aanbesteding leert ons dat deze prijzen marktconform zijn. In Dalfsen heeft Hoffman Outdoor Media recent de exploitatie, beheer en onderhoud van de A0 borden ook aangeboden en gekregen. Bovendien is er een zeer beperkt aantal aanbieders in deze branche.

Er is geen aanleiding om voor deze verschijningsvorm opnieuw een aanbestedingsprocedure te starten.

