

016.001925



# Reclamebeleid

## Inhoudsopgave

1. Rapport in het kort .....	3
2. Inleiding .....	4
3. Begrippen en wijze van meten .....	5
4. Kaders .....	7
5. Vormen van reclame-uitingen .....	8
6. Regelgeving en systematiek .....	11
7. Slotbepalingen .....	12

## 1. Rapport in het kort

Op 27 juni 2013 is het 'Reclamebeleid Súdwest-Fryslân Buitengebied' vastgesteld. Dit beleid had als doel de wildgroei aan reclame-uitingen in het buitengebied aan te kunnen pakken. Het college van burgemeester en wethouders besloot daarnaast in 2014 een vast netwerk van A0-reclamedisplays te laten plaatsen voor buitenreclame. De voorwaarden die van toepassing zijn op het recht deze displays te plaatsen, zijn vastgelegd in een concessieovereenkomst. De vaste displays zijn ondertussen in de gehele gemeente geplaatst en in gebruik. Het 'Reclamebeleid Súdwest-Fryslân Buitengebied' strookt hier niet mee. Het beleid vergt daarom nu een aanpassing.

Daarnaast is op 14 juli 2016 de wijziging van de APV vastgesteld door de gemeenteraad. Voorheen stonden in artikel 4:15 specifieke bepalingen over handelsreclame. Het artikel ging uit van een vergunningplicht. In de gewijzigde APV is nu volstaan met een algemeen verbod om op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren waardoor het verkeer in gevaar wordt gebracht of ernstige hinder ontstaat voor de omgeving. Het verbod geldt niet voor vormen van handelsreclame die passen binnen de door het college vastgestelde beleidsregels. In de voorliggende beleidsnotitie zijn deze beleidsregels opgenomen.

Ook andere ontwikkelingen geven reden voor een aanpassing van het reclamebeleid. Zo zijn met bedrijven overeenkomsten gesloten voor bepaalde specifieke vormen van reclame op of aan andere objecten zoals bushokjes (abri's) en lichtmasten. Daarnaast heeft zich rond verkiezingen een praktijk gevormd die het voor politieke partijen mogelijk maakt om onder voorwaarden driehoeks- en sandwichborden te plaatsen.

In enkele van de voormalige gemeenten was men jarenlang gewend om plaatsgebonden traditionele evenementen zoals dorpsfeesten en markten aan te kondigen op zelfgemaakte borden. Dit vraagt nu om een praktische regeling die tegemoet komt aan deze gewoonte.

Nu de gemeente Súdwest-Fryslân ruim 5 jaar draait, is het zaak het beleid en de uitvoeringspraktijk op elkaar af te stemmen en vast te leggen in een integraal beleidsdocument. Dit schept duidelijkheid over de vormen van reclame die de gemeente Súdwest-Fryslân wil toestaan. Dit is ook van belang om effectief te kunnen handhaven.

## 2. Inleiding

Reclame trekt aandacht. Dit is natuurlijk de bedoeling van reclame, maar mag niet leiden tot visuele chaos en wildgroei. Teveel reclameborden kan bovendien leiden tot verkeersonveilige situaties. Het is daarom zinvol de mogelijkheden om reclameborden te plaatsen, te regelen in beleidsregels. Voor het buitengebied gelden al beleidsregels. Op 27 juni 2013 werd de notitie 'Reclamebeleid Súdwest-Fryslân Buitengebied' vastgesteld. Het beleid/nadere regels voor reclame in het stedelijk gebied (vastgesteld op 20 november 2012) bleef hierbij van kracht. Doel van die notitie was het plaatsen van reclame in goede banen te leiden om recht te doen aan het landelijk gebied.

De voorliggende beleidsnotitie is een vervolg op en vervangt de notitie 'Reclamebeleid Súdwest-Fryslân Buitengebied'. Nu de plaatsing van reclame in steden en dorpen ook vorm heeft gekregen, is het van belang om beleidsmatig ook te regelen welke vormen van reclame hier zijn toegestaan. Dit beleid is niet van toepassing op gevelreclame en andere reclamevormen op het eigen perceel ten behoeve van de promotie van het eigen bedrijf. De notitie heeft ten doel de mogelijkheden om reclame te maken in onze gemeente, zo volledig mogelijk te regelen. We willen daarbij ook de mogelijkheid benutten de uitvoeringslasten te beperken. Niet alleen de gemeente heeft daar baat bij, de systematiek is er ook op gericht bedrijven en instellingen zoveel mogelijk te vrijwaren van administratieve verplichtingen.

Het beleidsstuk is als volgt opgebouwd. Eerst worden de begrippen en de wijze van meten toegelicht. Vervolgens wordt ingegaan op de algemene kaders. Daarna komen de criteria voor de verschillende soorten reclame aan de orde. Hoofdstuk 6 gaat in op de (vereenvoudiging van de) systematiek. Ten slotte komt toezicht en handhaving aan bod en de slotbepalingen.

### 3. Begrippen en wijze van meten

#### Begripsbepalingen

Buitengebied: gebied gelegen buiten de bebouwde kom, waarbij voor de bepaling van de bebouwde kom wordt aangesloten bij de borden die de bebouwde kom aangeven.

Bedrijf: het bedrijfsmatig vervaardigen of repareren van goederen, dan wel het verrichten van ambachtelijke diensten.

Bouwwerk: elke constructie van enige omvang van hout, steen, metaal of ander materiaal, welke hetzij direct of indirect met de grond verbonden is, hetzij direct of indirect steun vindt in of op de grond.

Commerciële reclame: iedere openbare aanprijzing van goederen, diensten, activiteiten of namen waarmee kennelijk een commercieel belang wordt gediend met uitzondering van evenementen.

Driehoeks- / sandwichbord: tijdelijke reclame-uiting bestaande uit minimaal twee borden bevestigd aan een lichtmast of palen op of aan een openbare plaats.

Erf: bebouwd perceel, of een gedeelte daarvan, dat direct is gelegen bij een hoofdgebouw en dat feitelijk is ingericht ten dienste van het gebruik van dat gebouw en de bestemming deze die inrichting niet verbieden.

Evenementenreclame: reclame voor een tijdelijke voor publiek toegankelijke verrichting van vermaak.

Gebouw: elk bouwwerk, dat een voor mensen toegankelijke, overdekte, geheel of gedeeltelijk met wanden omsloten ruimte vormt.

Hoofdgebouw: gebouw, of gedeelte daarvan, dat noodzakelijk is voor de verwezenlijking van de geldende of toekomstige bestemming van een perceel en, indien meer gebouwen op het perceel aanwezig zijn, gelet op die bestemming het belangrijkste is.

Ideële reclame: reclame met een maatschappelijk doel, waaronder niet wordt verstaan politieke reclame.

Ondergeschikt: deel uitmaken van/afhankelijk zijn van.

Perceel: een stuk grond, soms fysiek begrensd door middel van een omheining of een natuurlijke afscheiding (zoals een heg of een sloot), volgens de afmetingen in het Kadaster.

Perceelsgebonden: relatie met bedrijf dat op het perceel gevestigd is.

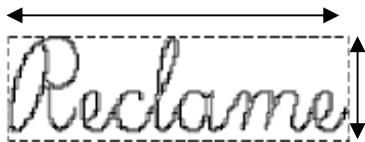
Reclame-uiting: iedere vorm van openbare aanprijzing van goederen, diensten, evenementen en andere activiteiten of namen, inclusief drager waarmee kennelijk een commercieel/ideeel belang wordt gediend.

Te koopborden: borden waarop wordt aangegeven dat een kavel of onroerend goed te koop staat of een onroerend goed te huur staat.

Vaste A0-reclamedisplays: 2-zijdige displays waarin statische reclameaffiches aangebracht kunnen worden met een oppervlakte van 88 cm (b) x 120 cm (h). De A0-reclamedisplays hebben een vaste locatie.

### Wijze van meten

- De oppervlakte (afmetingen) van reclameobjecten wordt gemeten langs de buitenomtrek. De achtergrond/ondergrond van het bord wordt daarbij inbegrepen. Een eventuele ophangconstructie, niet zijnde het bord zelf, valt hier niet onder.
- De hoogte van een reclame-uiting wordt gemeten vanaf het aansluitend terrein tot aan het hoogste punt van de reclame-uiting inclusief de eventuele ophangconstructie.
- Voor het bepalen van de oppervlakte van losse letterreclame wordt buitenwerks gemeten. Voorbeeld:



## 4. Kaders

### Juridisch kader

In artikel 2:10 van de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) staat een verbodsbepaling over het plaatsen van voorwerpen op, aan of boven de openbare weg. Dit artikel bepaalt dat het verboden is de weg of een weggedeelte anders te gebruiken dan de publieke functie daarvan in bepaalde situaties. In artikel 4:15 van de APV staat een algemeen verbod om op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren waardoor het verkeer in gevaar wordt gebracht of ernstige hinder ontstaat voor de omgeving.

Als de reclame-uiting een bouwwerk is, is de Wabo van toepassing. Als de reclame-uiting niet als bouwwerk aangemerkt wordt, dan is zowel de Wabo als de APV van toepassing. Dit beleidsstuk is in beide gevallen van toepassing.

Het college vindt het van belang beleidsregels vast te stellen voor de toepassing van deze artikelen. In samenhang hiermee zal ook een voorstel worden gedaan deze artikelen te wijzigen. Met deze wijziging wil het college komen tot een systematiek die het mogelijk maakt de uitvoeringslasten te beperken. De beleidsregels moeten mede worden gezien als een onderdeel van deze systematiek.

### Uitgesloten reclamevormen

Dit beleid is niet van toepassing op gevelreclame en andere reclamevormen op het eigen perceel ten behoeve van de promotie van het eigen bedrijf.

### Algemene uitgangspunten

Binnen het reclamebeleid van de gemeente Súdwest-Fryslân worden de volgende algemene uitgangspunten gehanteerd:

Algemene uitgangspunten van het reclamebeleid van de gemeente Súdwest-Fryslân zijn:

- Reclame moet worden aangebracht in het vaste netwerk van A0-displays die zijn verspreid over de gehele gemeente.
- Reclame op of aan andere objecten zoals bushokjes (abri's) en lichtmasten is uitsluitend toegestaan als daarvoor exclusieve overeenkomsten zijn gesloten waarin is uitgewerkt onder welke voorwaarden deze objecten mogen worden gebruikt als reclamedrager.
- Voor bepaalde vormen van reclame gelden uitzonderingen op de algemene uitgangspunten. Deze reclamevormen en de criteria die daarvoor gelden worden beschreven in hoofdstuk 5.
- De afstand tussen reclame-uitingen en verkeerslichten, kruispunten en spoorwegovergangen moet minimaal 40 meter zijn.

## 5. Vormen van reclame-uitingen

Dit hoofdstuk gaat over vormen van reclame waarvoor aanvullende of afwijkende criteria gelden.

### Commerciële reclame

Commerciële reclame op driehoeks-, sandwich of vergelijkbare borden is niet toegestaan. Commerciële reclame-uitingen moeten in de vaste A0-reclamedisplays worden geplaatst.

### Evenementenreclame

In afwijking van de ‘Algemene uitgangspunten’ in hoofdstuk 4, is evenementenreclame onder voorwaarden wel toegestaan.

Reclame op het terrein van het evenement tijdens het evenement is toegestaan. Buiten het evenemententerrein gelden de volgende regels:

- Per evenement zijn maximaal 5 reclameobjecten toegestaan.
- Evenementenreclame is toegestaan vanaf maximaal 3 weken voor het evenement en tijdens het evenement.
- De evenementenreclame dient binnen 1 week na het evenement te worden verwijderd.
- Verlichten/aanlichten van reclame is niet toegestaan.
- Reclame in de vorm van bewegende delen/beelden is niet toegestaan.
- Het plaatsen van evenementenreclame is enkel toegestaan op een erf (zie begripsbepaling).
- De borden mogen inclusief ophangconstructie niet groter zijn dan 3 m<sup>2</sup>.
- Bewegwijzeringsborden voor een evenement zijn alleen toegestaan als er vanuit verkeersveiligheid maatregelen noodzakelijk zijn. De gemeente zal dan eventueel in overleg met de nood- en hulpdiensten moeten instemmen met de bewegwijzering.

### Ideële reclame-uitingen

Ideële reclame moet in de vaste reclamedisplays worden geplaatst. Voor ideële reclame bestaat de mogelijkheid om met de exploitant van de A0-displays een speciaal tarief overeen te komen.

Voor spandoeken waarmee ideële reclame wordt gemaakt, geldt een uitzondering op deze beleidsregel. De criteria die daarvoor gelden, staan vermeld bij de uitwerking van deze vorm van reclame.

### Verkiezingsborden

Partijen kunnen op de volgende twee manieren verkiezingsposters aanbrengen:

#### 1. Gebruik sandwich- en driehoeksborden

Iedere partij mag naar eigen behoefte sandwich- en driehoeksborden plaatsen in de openbare ruimte met daarop verkiezingsposters. Daarbij moet men zich houden aan de volgende voorschriften:

- a. De borden mogen een maand voorafgaand aan de verkiezingen of het referendum worden geplaatst. Startdatum is de dag waarop een maand later de verkiezingen plaatsvinden (dus bijv. 20 maart in het geval 20 april de verkiezingsdatum is).
- b. Uiterlijk de maandag na de verkiezingen moeten de borden, posters en het bevestigingsmateriaal verwijderd zijn.
- c. De sandwich- en driehoeksborden mogen geen gevaar of hinder kunnen veroorzaken. De borden mogen ook geen obstakel zijn voor de doorstroming van het verkeer op zowel de rijbaan als fiets- en voetpaden.
- d. De sandwich- of driehoeksborden mogen het zicht op verkeersborden niet belemmeren.
- e. Het is niet toegestaan sandwich- en driehoeksborden te plaatsen binnen een afstand van 40 meter van kruisingen, verkeerslichten en spoorwegovergangen.
- f. U mag geen posters of ander materiaal plakken in of op bushokjes, elektriciteitshokken en andere dergelijke objecten.
- g. U moet de openbare weg en de zaken waarop de borden/posters zijn aangebracht, onbeschadigd en schoon achterlaten. Als u dit niet of onvoldoende doet, herstelt de gemeente dit op uw kosten.



- h. U bent verplicht aanwijzingen van de gemeente, brandweer en politie in het belang van de openbare orde, de veiligheid of het verkeer, zorgvuldig en direct op te volgen.
- i. Deze regeling geldt niet voor het plaatsen van sandwich- en driehoeksborden op provinciale N-wegen en landelijke A-wegen, ook al vallen deze wegen gedeeltelijk binnen onze gemeente.

## 2. Verkiezingsborden in Sneek, Bolsward en Workum

In deze steden worden verkiezingsborden geplaatst waarop partijen hun posters mogen aanplakken. De borden komen te staan op de volgende locaties:

Bolsward: hoek Broerestraat / Jongemastraat

Sneek: Wip, hoek Leeuwenburg / Schaapmarktplein

Workum: Merk, nabij de Protestantse Kerk

Als u posters aan wilt plakken op verkiezingsborden, moet u zich houden aan de volgende regels:

- a. De verkiezingsposters mogen een maand voorafgaand aan de verkiezingen op de verkiezingsborden worden geplakt;
- b. Partijen mogen alleen posters op A2-formaat gebruiken (42 x 60 cm);
- c. Partijen mogen hun posters niet over posters van andere partijen heen plakken;
- d. Partijen moeten de posters zelf aanplakken. Het is niet mogelijk een beroep te doen op gemeentelijke diensten.

## Reclame bij tankstations

Bij tankstations komt reclame in meerdere vormen voor. Naast reclame-uitingen die van oudsher bij tankstations horen, komen we ook reclame tegen die zich richt op aanvullende activiteiten die tegenwoordig in en bij tankstations plaatsvinden. Die activiteiten zijn algemeen geaccepteerd en vinden in de regel ook plaats in de directe omgeving van het tankstation die als zodanig ook herkenbaar is. Een regeling daarvoor acht het college niet nodig.

## LED-schermen

LED-schermen is een vrij nieuwe verschijningsvorm van reclame. LED-schermen hebben grote impact op de omgeving en kunnen verkeersdeelnemers afleiden van hun oriëntatie op het verkeer. LED-schermen zijn daarom in principe verboden. Als uitzondering kan door het college van burgemeester en wethouders ontheffing worden verleend van dit verbod voor LED-schermen met een tijdelijke functie/gedurende evenementen. Voor de beoordeling of het LED-scherm voor ontheffing in aanmerking komt is het afwegingskader onder “toekomstige reclamevormen” van toepassing.

## Toekomstige reclamevormen

De reclamebranche blijft zich verder ontwikkelen. We kunnen nu nog niet voorzien welke aanvragen er in de toekomst op ons afkomen. Om op deze nieuwe ontwikkelingen te kunnen inspelen is het volgende afwegingskader geformuleerd:

1. De reclame-uiting mag niet ten koste gaan van de verkeersveiligheid. Hiervoor hanteren we de richtlijnen van het CROW.
2. De reclame-uiting mag niet leiden tot hinder voor de omgeving, waaronder geluid- en lichthinder. Hiervoor hanteren we de normen uit de Wet geluidhinder en de Richtlijn Lichthinder van de NSVV.
3. De reclame-uiting mag geen overlast veroorzaken voor omwonenden en gebruikers van omliggende percelen.
4. De reclame-uiting mag geen schade toebrengen aan de weg.
5. De reclame-uiting mag geen belemmering vormen voor het beheer en het onderhoud van de openbare weg.

Dit afwegingskader kunnen we ook gebruiken bij aanvragen voor (tijdelijke) reclame-uitingen op plekken die nu nog niet zijn voorzien. De bevoegdheid hiervoor ligt bij het college.

## Spandoeken

Spandoeken worden onder voorwaarden toegestaan voor:

- charitatieve doeleinden;
- evenementen;
- activiteiten van ideële of sociaal culturele aard die binnen de gemeente zelf plaatsvinden dan wel een duidelijk relatie hebben met (de bevolking van) de gemeente.

De voorwaarden betreffen de volgende:

- Per locatie maximaal één spandoek.
- Plaatsing uitsluitend tijdens de actie met een maximum van vier weken.
- Niet toegestaan boven de weg.
- De verkeersveiligheid mag niet in gevaar komen.
- Niet bevestigd aan openbare voorzieningen zoals lichtmasten en/of verkeersborden.

## 6. Regelgeving en systematiek

### Huidige situatie

In paragraaf 4 werd al melding gemaakt van de twee artikelen over reclame in de Algemene Plaatselijke Verordening. Artikel 2:10 gaat over voorwerpen op of aan de weg in strijd met de publieke functie ervan. Dit gebruik is verboden als schade kan ontstaan aan de weg, de bruikbaarheid van de weg of het doelmatig en veilig gebruik daarvan in gevaar kom of het gebruik een belemmering kan vormen voor het doelmatig beheer en onderhoud.

Het tweede lid van artikel 2:10 geeft het college de bevoegdheid nadere regels te stellen met het oog op deze belangen en in het belang van de openbare orde of de woon- en leefomgeving. Het college stelde op 12 november 2012 nadere regels en beleidsregels vast over uitstallingen en tijdelijke reclame-uitingen. Die regels traden op 1 januari 2013 in werking. Met de vaststelling van de notitie 'Reclamebeleid Súdwest-Fryslân Buitengebied' op 27 juni 2013 werden deze regels ingetrokken voor zover deze betrekking hadden op het buitengebied. De regels gelden dus nog wel voor het stedelijk gebied zoals omschreven in artikel 1 van de nadere regels (= het grondgebied van de voormalige gemeenten Bolsward en Sneek). Die regels stroken niet met het reclamebeleid zoals dat de afgelopen jaren vorm heeft gekregen. Met deze notitie is dit verholpen en zijn ze integraal beschreven.

### Nieuwe situatie

Op 14 juli 2016 is de wijziging van de APV vastgesteld door de gemeenteraad. Artikel 2:10 is in grote lijnen hetzelfde blijven. De leden 1 en 4 sluiten nu aan op de (vereenvoudigde) redactie van de model-APV.

Voorheen stonden in artikel 4:15 specifieke bepalingen over handelsreclame. Het artikel ging uit van een vergunningplicht. In de gewijzigde APV is nu volstaan met een algemeen verbod om op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren waardoor het verkeer in gevaar wordt gebracht of ernstige hinder ontstaat voor de omgeving. Het verbod geldt niet voor vormen van handelsreclame die passen binnen de door het college vastgestelde beleidsregels. In de voorliggende beleidsnotitie zijn deze beleidsregels opgenomen.

## 7. Slotbepalingen

### **Toezicht en Handhaving**

Met het toezicht op de naleving van het bepaalde in deze regels zijn belast: het team Toezicht en Handhaving Omgeving en het team Handhaving Publiek Domein.

### **Hardheidsclausule**

Het college kan in bijzondere omstandigheden afwijken van deze regels of deze buiten toepassing laten voor zover toepassing voor één of meer belanghebbenden gevolgen zou hebben die onevenredig zijn in verhouding tot de met het beleid te dienen doelen. Het toepassen van deze hardheidsclausule wordt gemotiveerd in het besluit.

### **Excessenregeling**

Het college kan handhavend optreden indien sprake is van een exces. Dit is het geval als een reclame-uiting in ernstige mate in strijd is met de redelijke eisen van welstand. Het moet dan gaan om reclame die buitensporig inbreuk maakt op het uiterlijk aanzien. Vaak heeft dit betrekking op het niet passen van een reclame-uiting in de omgeving door slecht materiaalgebruik, afwijkend contrasterend kleurgebruik, te opvallende reclames, etc.

### **Intrekking**

De notitie ‘Reclamebeleid Súdwest-Fryslân Buitengebied’ en de “Nadere regels uitstallingen en tijdelijke reclame-uitingen gemeente Súdwest-Fryslân” worden ingetrokken.

### **Uitsterfconstructie**

Bestaande vergunde reclameobjecten die niet aan dit beleid voldoen mogen blijven staan. Alle reclame-uitingen die na de vaststelling van dit beleid zijn geplaatst, dienen te voldoen aan de criteria zoals gesteld in deze regels.

### **Citeertitel**

Dit beleid wordt aangehaald als: ‘Reclamebeleid gemeente Súdwest-Fryslân’

### **Inwerkingtreding**

Dit beleid treedt in werking op 30 december 2016.

### **Evaluatie**

Dit beleid zal na één jaar worden geëvalueerd en indien nodig geactualiseerd. Dan zal ook worden bepaald welke termijn voor evaluatie in het vervolg zal worden aangehouden.