

## Beleidsregels toezicht en handhaving reclame Nijmegen

Het college van Burgemeester en wethouders van de gemeente Nijmegen

Gelet op

Artikel 125 Gemeentewet  
Hoofdstuk 5 Algemene wet bestuursrecht  
Titel 4.3 Algemene wet bestuursrecht  
Hoofdstuk 2 en 5 Wet algemene bepalingen omgevingsrecht  
Hoofdstuk 7 Besluit Omgevingsrecht  
Artikel 2.1.5.1 en artikel 4.6.2. Algemene Plaatselijke Verordening gemeente Nijmegen

De Uitwerkingsnota reclame  
De Beleidsregels Reclame 2016

Overwegende dat het wenselijk is beleidsregels vast te stellen voor het toezicht en de handhaving ten aanzien van de wet- en regelgeving en het beleid met betrekking tot reclame in de gemeente Nijmegen;

### Besluit

Vast te stellen: Beleidsregels toezicht en handhaving reclame Nijmegen

#### Artikel 1. Inleiding

In 2016 is door het college van Burgemeester en Wethouders en de gemeenteraad nieuw reclamebeleid vastgesteld. Met dit beleid heeft het gemeentebestuur eenduidig, integraal, overkoepelend beleid vastgesteld voor alle vormen van reclame in de gemeente Nijmegen. Doelstelling van dat beleid is alleen reclame toe te laten die past bij de stad.

Deze beleidsregels richten zich specifiek op het toezicht op en de handhaving van het in 2016 vastgestelde reclamebeleid.

Om reclame beter te laten passen in het diverse beeld van de stad is gebiedsgericht beleid ontwikkeld. Bij het aanbrengen van reclame moet rekening worden gehouden met de architectuur, de uitstraling en de visuele kwaliteit van de gebouwde omgeving. Herkenbare structuurlijnen (invalswegen, stedelijke wegen) vragen om uniformiteit en herkenbaarheid. Reclame-uitingen moeten daarop worden afgestemd qua maat, schaal en verschijningsvorm. In de gebieden die binnen de structuurlijnen liggen moet reclame worden afgestemd op functie en belevingswereld. Zo kunnen sommige gebieden meer en drukker reclame aan (centrum, winkelcentra en bedrijventerreinen) terwijl in andere gebieden juist minder of geen reclame is gewenst (woonwijken en groengebieden). Per gebied zijn dan ook verschillende (gebiedsgerichte) criteria ontwikkeld. Een belangrijk uitgangspunt in het nieuwe beleid is "Less is more". We kiezen voor meer kwaliteit maar minder kwantiteit om verrommeling tegen te gaan; bijvoorbeeld door de plaatsing van minder objecten in de openbare ruimte maar met roterende vlakken, door een betere spreiding door de stad en door concentratie op plekken die reclame goed verdragen.

Het is van belang dat vastgesteld beleid ook gehandhaafd wordt. Als dit niet gebeurt tast dit de geloofwaardigheid van de overheid aan en zal de animo om een vergunning aan te vragen en vervolgens de voorschriften na te leven teruglopen. Het moet niet lonend zijn om zonder of in afwijking van een vergunning reclame aan te brengen. Toezicht en handhaving zijn van belang om te voorkomen dat reclame afbreuk doet aan een schone, hele, veilige, fraaie en duurzame stad. Handhaving is derhalve een integraal, onlosmakelijk en noodzakelijk onderdeel van het reclamebeleid.

Er dient consequent en consistent tegen overtredingen te worden opgetreden, zodat het bevoegd gezag betrouwbaar en geloofwaardig handelt en rechtsongelijkheid voorkomt.

In deze beleidsregels wordt uitgewerkt hoe het bevoegd gezag invulling geeft aan haar toezichts- en handavingsbevoegdheden met betrekking tot reclame. De beleidsregels gelden voor het hele grondgebied van de gemeente Nijmegen.

#### Artikel 2. Juridisch kader

1. De juridische basis voor het gemeentelijk reclamebeleid is gelegen in:
  - de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) (omgevingsvergunning)
  - de Woningwet
  - het Besluit omgevingsrecht (Bor)
  - de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) (reclamevergunning) en
  - het eigendomsrecht - privaatrecht

2. Het hele wetgevende kader beschouwend kunnen feitelijk vier verschillende categorieën reclame-uitingen worden onderscheiden. Dit op basis van de beoordeling of:

- 1) een reclame-uiting een (onderdeel van een) bouwwerk óf niet-bouwwerk is en
- 2) deze zich bevindt in de openbare ruimte óf (aan een gevel) op particulier terrein.

Het eerste aspect bepaalt of de bouwwetgeving (Woningwet en Wabo) van toepassing is en daarmee of een "omgevingsvergunning voor bouwen" is vereist. In geval het om een niet-bouwwerk gaat, is de APV van toepassing.

3. Dit resulteert in de volgende vier categorieën reclame-uitingen:

- I. reclame bouwwerken op particuliere percelen (bijv. reclameborden en neonreclames op winkels)
- II. reclamebouwwerken in de openbare ruimte (bijv. mupi's,abri's en lichtmastreclame)
- III. overige reclame-uitingen op particuliere percelen (bijv. spandoeken en stickers aan gevels)
- IV. overige reclame-uitingen in de openbare ruimte (bijv. spandoeken en stoepborden buiten).

Deze vier categorieën zijn hieronder grafisch in een matrix weergegeven. Met blauwe pijlen is aangegeven op welke rij dan wel kolom van categorieën een bepaalde wet- of regelgeving betrekking heeft. Deze beleidsregels zien op het toezicht en de handhaving op alle vier categorieën reclame-uitingen.

### **Artikel 3. Actief toezicht en handhaving**

1. Het bevoegd gezag treedt niet alleen op naar aanleiding van klachten of verzoeken om handhaving, maar houdt ook zelf regelmatig actief toezicht of het vastgestelde beleid wordt nageleefd (artikel 5.2 lid 1 Wabo). Aangewezen toezichthouders controleren of een reclame conform een verleende vergunning is of wordt aangebracht en sporen ook zelf illegale reclame op door na te trekken of voor een reclame een vergunning is verleend. De wijze waarop hier uitvoering aan wordt gegeven wordt opgenomen in het jaarlijkse programma (werkplan van de Omgevingsdienst Regio Nijmegen).

2. Prioriteiten

Het bevoegd gezag kan bij de uitvoering van de toezichthoudende en handhavende taken prioriteiten stellen. Niet iedere overtreding kan altijd direct worden aangepakt en sommige overtredingen zijn ernstiger dan andere. Het bevoegd gezag hanteert de volgende prioriteiten:

1. Er wordt gedifferentieerd naar gebied. Het stadscentrum en een beschermd stadsgezicht of beschermd stadsbeeld hebben meer prioriteit. Invalswegen, stadsring en stedelijke wegen (de wegen die bepalend zijn voor de herkenbare structuurlijnen) hebben meer prioriteit.
2. Er wordt gedifferentieerd naar type of aard van een bouwwerk. Illegale reclame aan een beschermd monument heeft meer prioriteit dan aan een ander gebouw.
3. Excessen hebben prioriteit. Zie artikel 3 voor nadere uitwerking van deze prioriteit.

Deze prioriteiten zijn gebaseerd op het welstandsbelang. Als andere belangen aan de orde zijn (bijvoorbeeld overlast of verkeersveiligheid) dan wordt elk geval op die aspecten ad hoc beoordeeld en geldt deze prioritering niet.

De jaarlijkse programmering wordt afgestemd op de hiervoor genoemde prioriteiten.

3. Projectmatige, gefaseerde aanpak

Toezicht en handhaving kan plaatsvinden middels een projectmatige, gefaseerde aanpak. In het jaarlijkse programma wordt bepaald in welke straten/gebieden dat jaar actief gecontroleerd en zo nodig gehandhaafd wordt op illegale reclame-uitingen. Het stadscentrum is het eerste gebied dat gefaseerd wordt aangepast. In 2017 is gestart met de controle en handhaving van de reclame in de Molenstraat.

### **Artikel 4. Passief toezicht en handhaving**

1. Als een belanghebbende klaagt over een reclame-uiting of een verzoek om handhaving indient, wordt de klacht of het verzoek in alle gevallen in behandeling genomen; de klacht of het verzoek wordt onderzocht op gegrondheid en zo nodig wordt handhavend opgetreden. Dit op basis van de beginselplicht tot handhaving.
2. Bij de afhandeling worden in ieder geval de voornoemde prioriteiten en de ernst van de overtreding meegewogen. Soms is handhaven namelijk onevenredig in verhouding tot het belang dat gediend is met handhaving. Van handhaving kan ook worden afgezien als er concreet zicht is op legalisatie.

### **Artikel 5. Excessen**

1. Tegen excessen wordt steeds met prioriteit opgetreden. Een exces is een evidente en ook voor niet-deskundigen duidelijk herkenbare buitensporigheid in het uiterlijk van een reclame-uiting

(zowel bouwwerk als niet-bouwwerk) Hiervan is sprake als (een deel van) een gebouw/bouwwerk geen gebouw zijnde als gevolg van een reclame-uiting op zichzelf, maar vooral in relatie tot de omgeving in ernstige mate in strijd is met redelijke eisen van welstand (artikel 12a lid 1 sub b Woningwet). Op grond van artikel 13a Woningwet kan het bevoegd gezag de eigenaar van dat gebouw/bouwwerk geen gebouw zijnde aanschrijven om voorzieningen te (laten) treffen waarmee de strijdige situatie ongedaan wordt gemaakt. Het kan gaan om een vrijstaande reclameconstructie die ernstig ontsierend is. Het kan ook gaan om een ernstig ontsierende reclame op of aan een gebouw, waardoor de gevel van het gebouw (ook) ernstig ontsierd wordt. Of sprake is van een exces kan per gebied verschillen. In een beschermd stadsgezicht zal eerder sprake zijn van een exces dan op een bedrijventerrein.

2. De excessenregeling is in ieder geval van toepassing in de volgende gevallen:
  - Het ontkennen of vernietigen van architectonische kenmerken of bijzonderheden van een bouwwerk.
  - Armoedig materiaalgebruik bij reclames die zichtbaar zijn vanuit openbaar toegankelijk gebied (waaronder ook materialen waarvan bekend is dat die onevenredig 'lelijk' verouderen).
  - Reclameconstructies of reclames aan bouwwerken die in een ontsierende staat zijn komen te verkeren als gevolg van ernstig achterstallig onderhoud (veroudering, slijtage), brand, beschadiging e.d.
  - Het ondoorzichtig maken van glasvlakken (bijvoorbeeld door glasvlakken dicht te plakken of te beschilderen met reclame-uitingen) waardoor het uiterlijk aanzien van het bouwwerk of de omgeving ernstig wordt ontsierd.
  - Te opdringerige of te veelvuldig herhaalde reclameconstructies en reclames die de architectuur van de gevel ontkennen of vernietigen.
  - Een te grove inbreuk op wat in de omgeving gebruikelijk is, daar waar er geen aanleiding voor is.

## Artikel 6. Naleefstrategie

### 1. Voorlichting en preventie

Voorlichting kan voorkomen dat bedrijven en instellingen in strijd met het reclamebeleid handelen. Het reclamebeleid is om die reden toegankelijk gemaakt middels de gemeentelijke website en via [overheid.nl](http://overheid.nl). Op de website wordt aangegeven bij welk onderdeel van de organisatie men terecht kan voor vragen en voor het indienen van een aanvraag (contactpersonen, telefoonnummers e.d.). Een stroomschema op de website maakt duidelijk of er een vergunning nodig is en welke (welstands)eisen er gelden.

### 2. Zelfregulering

De gemeente stimuleert initiatieven waarbij ondernemers gezamenlijk afspraken maken over de reclame-uitingen in hun eigen straat of gebied. Ondernemers zullen daarbij ook elkaar moeten aanspreken op afwijkingen (zelfregulering). De gemeente biedt een juridisch vangnet om excessen tegen te gaan als partijen er samen niet uitkomen.

### 3. Sanctionerend optreden

Het toezicht op de naleving van de regelgeving kan in laatste instantie pas effectief en efficiënt plaatsvinden als er bij constatering van een overtreding ook sanctionerend wordt opgetreden. Het sanctionerend optreden is op de volgende manieren mogelijk:

- bestuursrechtelijk: het opleggen van een last onder bestuursdwang dan wel last onder dwangsom;
- privaatrechtelijk;
- strafrechtelijk.

Het bevoegd gezag volgt als uitgangspunt voor het sanctionerend optreden de Landelijke Handhavingsstrategie (d.d. 24 april 2014), te vinden in bijlage 2. Kern van de Landelijke Handhavingsstrategie is de Interventiematrix, waarbij zowel de ernst van de gevolgen van de overtreding als de intentie van de overtreder worden meegewogen. Hiermee wordt bewerkstelligd dat in dezelfde gevallen dezelfde aanpak wordt gekozen en uitgevoerd, wat bevorderlijk is voor de onafhankelijkheid, de betrouwbaarheid, de rechtsgelijkheid en rechtszekerheid voor betrokken actoren.

### 4. Stappenplan bij programmatisch toezicht en handhaving

Bij de uitvoering van het programmatisch toezicht en handhaving volgt het bevoegd gezag het volgende stappenplan:

1. Betrokken actoren worden allereerst schriftelijk geïnformeerd.
2. Vervolgens vinden er één of meerdere gesprekken plaats met de betrokken actoren.
3. De mogelijkheid tot legalisatie wordt onderzocht en besproken met de betrokken actoren.
4. In het geval geen legalisatie mogelijk is, dan wel de betrokkene niet bereid is de benodigde vergunning aan te vragen, wordt een brief verstuurd, waarin aangegeven staat welke maatregelen genomen moeten worden of welke voorzieningen getroffen moeten worden om na te leven, en binnen welke termijn dit dient te gebeuren, om een formeel handhavingstraject te voorkomen.

5. In het geval de in voornoemde brief opgenomen maatregelen of voorzieningen niet zijn getroffen na het verstrijken van de termijn, wordt een bestuursrechtelijk handhavingstraject opgestart (middels vooraanschrijving en aanschrijving).

In het geval een situatie urgent is (bijvoorbeeld bij een exces of een gevaarlijke situatie), kan van dit stappenplan worden afgeweken.

#### **Artikel 7. Organisatie en financiën**

De toezicht en handhavingstaak ten aanzien van reclame is door het bevoegd gezag neergelegd bij de Omgevingsdienst Regio Nijmegen (ODRN).

Voor deze taak is structureel in de begroting een budget van €90.321 euro opgenomen. Jaarlijks wordt in het handavingsprogramma (werkplan van de ODRN) aangegeven op welke wijze het beschikbare budget ingezet wordt.

#### **Artikel 8. Inwerkingtreding en citeertitel**

1. Deze beleidsregels treden in werking met ingang van de eerste dag na bekendmaking.

2. Deze beleidsregels kunnen worden aangehaald als: Beleidsregels toezicht en handhaving reclame Nijmegen.

Aldus vastgesteld in de vergadering van: 16 mei 2017

De Gemeentesecretaris,  
Mr. drs. A.H. van Hout

De Burgemeester;  
Drs. H.M.F. Bruls