

Beleidsregel van het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Gouda houdende regels omtrent buitenreclame Beleidsregels buitenreclame gemeente Gouda 2019

Het college van burgemeester en wethouders van Gouda,

overwegende dat,

het op grond van artikel 2:5 Algemene plaatselijke verordening Gouda 2009 (hierna: APV) verboden is zonder vergunning van het college een openbare plaats anders te gebruiken dan overeenkomstig de bestemming daarvan;

het op grond van artikel 4:11 APV verboden is om zonder vergunning op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke vorm dan ook, die vanaf de weg zichtbaar is;

het op grond van deze artikelen verboden is zonder vergunning reclame uitingen zoalsabri's, mupi's, reclamemasten, lichtmastreclame, A0 reclamedisplays, reclamevitrites, informatieborden, rotondereclame, te plaatsen op of boven een openbare plaats;

het met het oog op het uiterlijk aanzien van de gemeente en de verkeersveiligheid van belang is dat het aantal reclame uitingen aan een maximum wordt gebonden;

het voor het uiterlijk aanzien van de gemeente wenselijk is dat de tijdelijke aankondigingen worden geplaatst in een netwerk van vaste frames en dat deze goed worden onderhouden en beheerd;

het voor een doelmatig beheer en onderhoud van belang is dat het beheer en de exploitatie per perceel in handen is van één exploitant, de opdrachtnemer;

deze opdrachtnemers via aanbesteding worden geselecteerd;

voor het aanbrengen van meningsuitingen en aankondigingen zogenaamde vrije plakplaatsen worden aangewezen;

gelet op,

artikel 2:5 en 4:11 Algemene plaatselijke verordening (APV);

BESLUIT:

vast te stellen de navolgende:

Beleidsregels buitenreclame gemeente Gouda 2019

Artikel 1. Begripsbepalingen

In dit besluit en de daarop berustende bepalingen wordt verstaan onder:

1. Buitenreclame: reclame-uitingen in de openbare ruimte zoals opabri's, mupi's, reclamemasten, lichtmastreclame, A0 reclamedisplays, reclamevitrites, informatieborden, rotondereclame.
2. Evenement: een, al dan niet commercieel, georganiseerde publieke gebeurtenis.
3. Opdrachtnemer: de per perceel geselecteerde exploitant.
4. Opdrachtgever: gemeente Gouda.
5. Het college: het college van burgemeester en wethouders van Gouda.
6. Adverteerder: bedrijven, (sport)verenigingen, stichtingen, wijk-, en jongerenorganisaties, overheidsinstellingen e.d. die een affiche of reclame-uiting willen plaatsen.
7. Affiches: aankondiging van de adverteerder uitsluitend voor reclame-uitingen die in overeenstemming zijn met de ten tijde geldende Nederlandse Reclame Code, met de regelgeving bij of krachtens de Algemene plaatselijke verordening of ter aankondiging van een evenement of wel activiteit van een adverteerder.
8. Reclame-uitingen: reclamecampagnes met als doel het informeren van de inwoners van Gouda.
9. Gemeentelijke reclame-uitingen: reclamecampagnes met als doel het informeren van de inwoners van Gouda en waarvan de afzender de gemeente Gouda is.



10. Vrije plakplaats: aanplakbord of aanplakzuil voor het aanbrengen van meningsuitingen en aankondigingen. Handelsreclame is hierop niet toegestaan.
11. Nutsvoorziening: objecten van nutsbedrijven die geplaatst zijn in de openbare ruimte. Het aanbrengen van handelsreclame hierop is niet toegestaan, ook niet als daarvoor door de rechthebbende toestemming is verleend (zoals bedoeld in artikel 2:23 lid 2 APV).

Artikel 2. Toepassingsbereik beleidsregels

1. Deze beleidsregels zien op de volgende reclame-uitingen:
 - a. A0 reclaimedisplays die gemonteerd zijn rondom een lichtmast, die in een vast netwerk worden geplaatst, die affiches tonen met betrekking tot zowel commerciële als niet-commerciële evenementen en activiteiten en gemeentelijke reclame-uitingen. De gemeente biedt de mogelijkheid om maximaal 120 displays te plaatsen langs daartoe aangewezen invalswegen en doorgaande wegen.
 - b. Reclamevitruines in abri's, op toiletvoorzieningen en mupi's die voornamelijk ingezet worden door nationale en regionale adverteerders. De gemeente biedt, naast de abri's en de toiletvoorziening op de Markt, de mogelijkheid om maximaal 50 mupi's in de openbare ruimte te plaatsen.
 - c. Informatieborden langs invalswegen, die primair bedoeld zijn voor het aankondigen van lokale en gemeentelijke evenementen. De gemeente wenst op 4-6 locaties (digitale) informatieborden te laten plaatsen.
 - d. Lichtmastreclames, veelal verlichte bakken die aan lichtmasten gemonteerd worden die als lokale bewegwijzering en voor handelsreclame gebruikt worden. De gemeente biedt de mogelijkheid om maximaal 150 lichtmastreclames aan te brengen langs doorgaande wegen van de hoofdinfrastructuur.
 - e. Rotondereclame, kleine reclameborden die op een rotonde geplaatst worden waarbij de exploitant het beheer van de rotonde voor haar rekening neemt. In de gemeente aanwezige rotondes kunnen op aanvraag en onder door de gemeente te bepalen voorwaarden, worden 'geadopteerd' door lokale ondernemingen.
 - f. Reclamemasten, hoge masten met rondom meezijdige reclamevlakken die veelal zijn gesitueerd langs snelwegen bij bedrijventerreinen. De gemeente gaat actief op zoek naar een locatie voor een reclamemast op gemeentegrond.

Artikel 3: Concessieverlening in percelen en exclusiviteit

1. De gemeente Gouda biedt de mogelijkheid voor buitenreclame aan in verschillende percelen, per type reclame-uiting of een combinatie daarvan.
2. Per perceel selecteert de gemeente één exploitant (opdrachtnemer) die de exploitatie onder nader te bepalen voorwaarden en voor een nader te bepalen periode mag uitvoeren.
3. Met uitsluiting van derden sluit de gemeente Gouda met de per perceel geselecteerde exploitanten een overeenkomst inzake de exploitatie van de in het perceel vergunde type(n) reclame-uitingen in de openbare ruimte.
4. Er wordt per perceel slechts één vergunning verleend voor het plaatsen van reclame-uitingen in de openbare ruimte als bedoeld in artikel 2:5 APV en artikel 4:11 APV. Degene aan wie na openbare aanbesteding de opdracht is gegund tot het plaatsen en exploiteren van reclame-uitingen in de openbare ruimte dient daarvoor binnen zes maanden na de gunning een aanvraag bij het college in.
5. Het college wijst andere aanvragen voor betreffende reclame-uitingen in de openbare ruimte af.

Artikel 4. Inhoud reclame-uitingen

1. De opdrachtnemer brengt uitsluitend reclame-uitingen aan die in overeenstemming zijn met de ten tijde van het aanbrengen geldende Nederlandse Reclame Code (vastgesteld door Stichting Reclame Code) en de Algemene plaatselijke verordening. Tevens geldt er een verbod op alcoholreclame.
2. De opdrachtnemer onthoudt zich van het aanbrengen van reclame-uitingen die in strijd zijn met de openbare orde of de goede zeden, een en ander conform het gestelde hierover in de APV.
3. Het is de opdrachtnemer en alle aan de opdrachtnemer gelieerde bedrijven niet toegestaan om de in de gemeente Gouda geplaatste aankondigingsborden te combineren met andere door de opdrachtnemer gevoerde vormen van buitenstraatmeubilair.

Artikel 5. Veiligheid

De locaties voor de reclame-uitingen worden in onderling overleg tussen de gemeente Gouda en de opdrachtnemer bepaald. De verkeersveiligheid mag op geen enkele wijze in gevaar komen. Exploitanten dienen erop toe te zien dat de reclame-uitingen zodanig geplaatst zijn dat zij niet verder uitsteken dan strikt noodzakelijk en geen ander potentieel gevaar of hinder opleveren voor passanten en andere verkeersdeelnemers.



Artikel 6. Vergunningen

De opdrachtnemers dienen per perceel vergunning aan te vragen voor de daarin opgenomen toegestane type reclame-uiting(en).

Artikel 6. Voorrangsregels gebruik vast netwerk A0 displays

1. Om te garanderen dat lokale, niet-commerciële evenementencampagnes die plaatsvinden in de gemeente Gouda voorrang krijgen, hanteert de opdrachtnemer de navolgende voorrangsregel:
 - a. GROEP A: lokale niet-commerciële campagnes:
Campagnes primair bestemd voor niet-commerciële doeleinden.
Definitie lokale niet-commerciële campagnes: campagnes ten behoeve van uitingen en/of evenementen (zoals sportevenementen en lokale charitatieve evenementen) georganiseerd door of namens gemeente Gouda of door lokale (sport)verenigingen, stichtingen, politieke partijen, wijk- buurt- en jongeren- of ouderenorganisaties. Bij twijfel of een campagne onder deze groep valt, dient opdrachtnemer dit aan de opdrachtgever voor te leggen die vervolgens hierover zal beslissen.
 - b. GROEP B: Lokale sociaal-culturele en maatschappelijke campagnes en aankondiging van niet gesubsidieerde evenementen zoals genoemd in het evenementenbeleid van de gemeente Gouda. De campagne dient gericht te zijn op een tijdelijke activiteit die plaatsvindt in Gouda. Bij twijfel of een campagne onder deze groep valt, dient opdrachtnemer dit aan de opdrachtgever voor te leggen die vervolgens hierover zal beslissen.
 - c. GROEP C: alle overige campagnes
Alle overige reclame campagnes (inclusief handelsreclame).
2. Voorrangsregel:
Adverteerders uit GROEP A krijgen voorrang op lokale campagnes GROEP B en alle overige campagnes GROEP C, welke laatste bij voldoende beschikbaarheid van A0-reclamedisplays pas vanaf 8 weken voor de ingangsdatum van een campagne door de opdrachtnemer geaccepteerd mogen worden.

Artikel 7. Verkiezingen/referenda

1. Affichering van politieke partijen in de openbare ruimte kan worden aangebracht op de ongeveer 6 weken voor verkiezingen van gemeentewege speciaal daartoe aangewezen en geplaatste borden, of op de aangewezen vrije plakplaatsen. Daarnaast bestaat de gelegenheid tot reclamevoering via abri's, mupi's of via het netwerk van vaste A0 reclamedisplays.
2. Politieke partijen mogen in een tijdvak van drie weken voor een verkiezing maximaal 1/2 van het totaal aantal displays in het A0 netwerk voor maximaal twee weken gebruiken.

Artikel 8. Overgangmaatregel

1. Van de voor de datum van inwerkingtreding van deze beleidsregel afgegeven vergunningen kan gebruik worden gemaakt onder de in de vergunning vermelde periode en conform de daarin opgenomen voorschriften.
2. Een vergunningaanvraag, die voor de inwerkingtreding van deze beleidsregel is ingediend, maar waarop nog geen besluit is genomen op het moment dat de beleidsregel in werking treedt, wordt beoordeeld op grond van deze beleidregel.

Artikel 9. Handhaving

De handhaving van deze beleidsregel geschiedt op basis van het "Integraal Handhavingsbeleid Leefomgeving Gemeente Gouda 2012-2016" of nadien in het kader van handhaving leefomgeving vastgesteld beleid.

Artikel 10. Inwerkingtreding

De beleidsregel treedt in werking op de eerste dag na de bekendmaking ervan.

Artikel 11. Citeertitel

De beleidsregel wordt aangehaald als: Beleidsregels buitenreclame gemeente Gouda 2019.

Gouda, 20 december 2018

burgemeester en wethouders van de gemeente Gouda,

de secretaris, de burgemeester,



Toelichting Beleidsregels buitenreclame gemeente Gouda 2019

1. Inleiding

Dit hoofdstuk gaat in op de aanleiding voor het opstellen van beleidsregels voor reclame-uitingen in de openbare ruimte, biedt inzicht in de afbakening van de beleidsregels en formuleert de doelstellingen die de gemeente Gouda hanteert ten aanzien van de reclame in de openbare ruimte.

1.1 Aanleiding

De aanleiding voor deze beleidsregels is meerledig:

1. De huidige regels voor reclame in de openbare ruimte zijn gerelateerd aan de oude APV en daarmee achterhaald. Gezien de snelle ontwikkelingen in de markt, de wensen van de gemeente, stadsmarketing en andere belanghebbenden om reclamemedia in de openbare ruimte te gebruiken en het optimaliseren van de inkomsten is er een behoefte om beleidsregels voor buitenreclame in de gemeente Gouda vast te leggen.
2. De kwaliteit van de openbare ruimte kan nog worden verbeterd. De huidige reclame langs doorgaande wegen middels losse driehoeksborden en sandwichborden geeft bijvoorbeeld een rommelig beeld.
3. De wereld van (buiten)reclame verandert snel. Steeds meer gebeurt digitaal (minder statische panelen), en de plaatsen waar reclame gemaakt wordt veranderen mee. De huidige welstandsnota geeft aan dat led-reclames toegestaan zijn, mits voldaan wordt aan de richtlijnen van de NSVV. De welstandsnota is echter bedoeld voor reclame aan panden, daarnaast verdient de richtlijn van de NSVV een lokale verdieping slag. Er is behoefte aan duidelijke regels waar digitale reclame in de openbare ruimte zich aan dient te houden.
4. De Welstandsnota heeft specifieke criteria voor buitenreclame vastgelegd, maar deze zijn gericht op reclame aan gevels en/of eigen terrein. Reclame in de openbare ruimte wordt niet benoemd en heeft nog geen plek gekregen in de Welstandsnota.
5. De komende jaren lopen de twee privaatrechtelijke afgesloten contracten met exploitanten af, waarbij de verwachting is – bij ongewijzigd beleid - dat de inkomsten zullen gaan dalen. De gemeente moet tijdig voorbereid zijn op nieuwe aanbestedingsprocedures en (nieuwe) richtlijnen vaststellen die hierin meegegeven worden aan marktpartijen.

1.2 Onderwerp en definities

Om onduidelijkheden en spraakverwarringen te voorkomen, worden in deze paragraaf eerst de belangrijke begrippen afgebakend en de reikwijdte van de beleidsregels bepaald.

Handelsreclame

In de APV Gouda wordt onder handelsreclame het volgende verstaan: 'iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen'. Uit deze formulering blijkt dat het slechts gaat om reclame voor commerciële doeleinden.

De beleidsregels hebben niet alleen betrekking op handelsreclame zoals gedefinieerd in de APV, maar op reclame van commerciële én niet-commerciële aard, die zich bevindt in de openbare ruimte of vanuit de openbare ruimte zichtbaar is. Dit valt onder het overkoepelende begrip 'buitenreclame'.

Buitenreclame

Ieder opschrift, aankondiging en/of mededeling met een commercieel of niet-commercieel belang aan, boven of zichtbaar vanaf de openbare weg en/of de openbare ruimte, ongeacht het gebruikte communicatiemiddel.

Overal waar in deze toelichting gesproken wordt over 'reclame', wordt 'buitenreclame' bedoeld.

Lichtreclame

Reclame voorzien van verlichting of aangelicht door een kunstlichtbron, anders dan openbare verlichting.

Onderscheid commerciële en ideële reclame

In sommige gemeenten probeert men in het kader van beleidsontwikkeling voor reclame onderscheid aan te brengen tussen zogenaamde commerciële reclame en ideële reclame. In de praktijk is dit echter moeilijk toepasbaar. Het strikt hanteren van een commercieel belang voor de definitie van het begrip reclame is voor het maken van beleid op dit gebied ook te beperkend. Immers, ook organisaties die niet primair met een winst oogmerk opereren hebben behoefte om zich met reclame duidelijker te manifesteren. Dit heeft ook consequenties voor de openbare ruimte. Als zij hierbij gebruik maken van reclamedragers in de openbare ruimte, valt dit ook binnen het reclamebeleid.

1.3 **Afbakening**

De reclamewereld is een omvangrijke sector. Reclamebureaus moeten met steeds originelere en vooral opvallender concepten voor de dag komen. Reclame schreeuwt voortdurend en overal om aandacht. Het is dus niet zo verrassend dat talloze verschillende verschijningsvormen voor reclame-uitingen zijn ontstaan.

De beleidsregels hebben uitsluitend betrekking op reclame, zoals bedoeld in paragraaf 1.2.

Bij het omgaan met reclame heeft de gemeente een dubbelrol, te weten een publiekrechtelijke en een privaatrechtelijke. Publiekrechtelijk heeft de gemeente de zorg voor ruimtelijke kwaliteit, verkeersveiligheid, welstand en het tegengaan van overlast. In deze rol treedt de gemeente op als vergunningverlener en handhaver. De privaatrechtelijke rol heeft betrekking op de exploitatie van de ruimte waarvan zij eigenaar is (de openbare ruimte). De openbare ruimte wordt geëxploiteerd voor reclamedoeleinden, zoals billboards, reclame aan lichtmasten en inabri's. Hiervoor sluit de gemeente periodiek overeenkomsten met bedrijven die deze reclames voor adverteerders verzorgen. Ook voor deze vorm van reclame gelden spelregels, die in de beleidsregels staan.

Wat valt niet onder de beleidsregels:

- terrassen, terrasschotten en menuborden bij horecagelegenheden. Hiervoor geldt apart beleid, dat is opgenomen in de Welstandsnota Gouda 2017 en in de Beleidsregels Terrassen Gouda 2016;
- uitstallings- en verwijzingsborden; hiervoor is de "Regeling uitstallingen kernwinkelgebied Gouda 2018" vastgesteld
- bussen of andere (rijdende) voertuigen met reclame, met uitzondering van voertuigen die kennelijk rondrijden met de bedoeling reclame te maken. Voertuigen die geparkeerd staan met het kennelijke doel om daarmee handelsreclame te maken, vallen overigens onder het verbod van artikel 5:4 APV Gouda;
- reclame via flyer en promotieartikelen en dergelijke;
- standplaatsen en evenementen: hiervoor geldt apart beleid. Voor een standplaats moet een vergunning worden aangevraagd op basis van de APV. Reclame-uitingen op en rondom een evenemententerrein wordt geregeld via de evenementenvergunning;
- de inrichting van etalages door ondernemers.

1.4 **Doelstellingen beleidsregels buitenreclame gemeente Gouda**

In toenemende mate rijst de vraag naar een gecoördineerd gemeentelijk beleid met integrale afweging van een veelheid van en soms tegenstrijdige belangen bij de inrichting van de openbare ruimte en de formulering van regels met betrekking tot buiten- en lichtreclame. De complexiteit vraagt om een zo consistent en duidelijk mogelijk beleid voor reclame, dat in de beleidsregels is neergelegd.

De beleidsregels geven de kaders aan waarbinnen reclame in de openbare ruimte in Gouda mogelijk moet zijn en waar de prioriteiten liggen. Het doel daarbij is te komen tot een verantwoorde en beheersbare situatie in de openbare ruimte ten aanzien van reclame-uitingen, waarbij naar een evenwicht wordt gestreefd tussen het verhogen van de kwaliteit van de openbare ruimte enerzijds en het verkrijgen van inkomsten anderzijds.

In de beleidsregels worden zowel kwalitatieve als kwantitatieve doelen gesteld. Kwalitatieve eisen hebben betrekking op vormgeving, (verkeers)veiligheid, uiterlijk aanzien. Kwantitatieve eisen stellen een maximum aan het aantal reclameobjecten van een bepaalde categorie, zodat geen overdaad ontstaat.

Dit resulteert in de volgende doelstellingen:

- Duidelijke regelgeving, zodat ondernemers en burgers weten waar ze aan toe zijn;

- Het behouden en waar mogelijk verbeteren van de kwaliteit van de openbare ruimte door reclame zorgvuldig in te passen;
- het optimaliseren van de inkomsten uit reclame voor de gemeente;
- het juridisch sluitend maken van het reclamebeleid.

De beleidsregels zullen onderdeel uit maken van de (mogelijke) aanbesteding(en) van buitenreclame.

2. Juridisch en beleidsmatig kader

2.1 Inleiding

In het vorige hoofdstuk zijn de doelstellingen geformuleerd. In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de beleidsmatige en juridische kaders die relevant zijn voor het reclamebeleid. Het juridisch kader wordt vooral gevormd door de Algemene plaatselijke verordening Gouda 2009 (APV) en de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo). Beleidsmatig is het Welstandsbeleid Gouda 2017 van belang. Voor de leesbaarheid wordt in deze toelichting niet afzonderlijk ingegaan op aangrenzende regelgeving.

De beleidsregels zijn een nadere concretisering van de toetsingskaders uit de Wabo en de APV.

Hieronder worden de diverse juridische kaders nader uitgewerkt.

2.2 Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo)

Indien een reclameobject is aan te merken als een bouwwerk, is voor het bouwen daarvan een omgevingsvergunning vereist. Een bouwwerk is een constructie van enige omvang en heeft een plaatsgebonden karakter. Het maakt in eerste instantie niet uit of het bouwwerk op eigen terrein of op gemeentegrond gerealiseerd wordt. Voorbeelden van bouwwerken op het gebied van reclame zijn reclamemasten en billboards.

Een aanvraag voor een omgevingsvergunning wordt getoetst aan:

- het bestemmingsplan:
 - past het reclameobject in het bestemmingsplan, dan wordt op dit onderdeel niet verder getoetst;
 - past het reclameobject niet in het bestemmingsplan, dan beoordeelt het college of zij medewerking wil verlenen aan het plan.
- het Bouwbesluit (artikel 2 Woningwet): bouwtechnische eisen. Bouwwerken moeten, omgevingsvergunningvrij of niet, wel altijd aan de regels van het Bouwbesluit voldoen.
- de Bouwverordening (artikel 8 Woningwet): bouwtechnische eisen
- de Welstandsnota (artikel 12 Woningwet)
- de Monumentenwet: er wordt onderzocht of er sprake is van een monument; wanneer het reclameobject op een monument wordt bevestigd zijn er aanvullende regels van toepassing.

2.3 Algemene plaatselijke verordening Gouda (2009) (APV)

In de APV Gouda is een aantal bepalingen opgenomen waarmee reclameobjecten worden gereguleerd: artikel 2:5 (gebruik openbare plaats), artikel 2:23 (plakken en kladden), artikel 5:4 (reclamevoertuigen) en artikel 4:11 (handelsreclame).

Bij de toetsing van reclame zijn meestal de artikelen 2:5 of 4:11 relevant. Op deze artikelen wordt nader ingegaan in hoofdstuk 3.

2.4 Welstandsnota

In een welstandsnota legt een gemeente de welstandscriteria vast die van toepassing zijn op bouwwerken. In de gemeente Gouda heet de welstandsnota Herziening welstandsbeleid 2017 (hierna: Welstandsnota 2017). De welstandscriteria voor reclameobjecten zijn opgenomen in hoofdstuk 4 van deel C van de Welstandsnota Gouda 2017: "Specifieke welstandscriteria – reclames". De Beleidsregels buitenreclame Gemeente Gouda, zullen bij de herziening van de Welstandsnota aan deel C van de Welstandsnota worden toegevoegd.

De excessenregeling geldt niet alleen voor vergunningplichtige bouwwerken, maar ook bouwwerken waarvoor geen bouwvergunning hoeft te worden aangevraagd of die zijn vrijgesteld van welstandstoezicht moeten er 'mooi en netjes' uitzien (blz. 14 Welstandsnota 2017).

Daarnaast is de excessenregeling uit A.2.9 van de welstandsnota van toepassing. Indien het uiterlijk van een (bestaand) bouwwerk in ernstige mate in strijd is met redelijke eisen van welstand kunnen burgemeester en wethouders de eigenaar aanschrijven tot het opheffen van die strijdige situatie. Deze regeling is gebaseerd op artikel 12, lid 1 van de Woningwet en is bedoeld om excessen tegen te gaan.

De gemeente hanteert bij het toepassen van deze regeling het criterium dat er sprake moet zijn van een buitensporigheid in het uiterlijk die ook voor niet-deskundigen evident is en die afbreuk doet aan de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving.

2.5 Bevoegdheid

Op grond van artikel 4:81 Algemene wet bestuursrecht kan het college ten aanzien van haar toekomstige bevoegdheden beleidsregels opstellen, in casu het verlenen van vergunningen/ontheffingen op grond van de APV en de Wabo.

Het college maakt in dit kader van deze bevoegdheid gebruik om het mogelijk te maken om reclame te maken in de openbare ruimte.

3 Vergunningverlening voor reclame in de openbare ruimte

3.1 Gebruik van een openbare plaats

Op grond van artikel 2:5 APV is het verboden een openbare plaats anders te gebruiken dan overeenkomstig de bestemming daarvan, behalve voor:

- a. voorwerpen of stoffen waarop gedachten of gevoelens worden geopenbaard;
- b. standplaatsen als bedoeld in artikel 5:8 en de Marktverordening Gouda 2007;
- c. evenementen als bedoeld in artikel 2:10;
- d. terrassen als bedoeld in artikel 2:14;
- e. uitstallingen als bedoeld in de *Regeling uitstallingen kernwinkelgebied Gouda*.
- f.

Behalve in de gevallen a tot en met e, dient er dus altijd een vergunning te worden aangevraagd.

De weigeringsgronden zijn:

- a. indien het beoogde gebruik schade toebrengt aan de openbare plaats, gevaar oplevert voor de bruikbaarheid van de openbare plaats of voor het doelmatig en veilig gebruik daarvan, dan wel een belemmering kan vormen voor het doelmatig beheer en onderhoud van de openbare plaats;
- b. indien het beoogde gebruik hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving niet voldoet aan redelijke eisen van welstand;
- c. in het belang van de voorkoming of beperking van overlast of gevaar voor gebruikers van de in de nabijheid gelegen onroerende zaak.

Het college is echter op grond van lid 3 en 5 van artikel 2:5 APV bevoegd om Beleidsregels stellen en categorieën voorwerpen aanwijzen waarvoor het verbod in dit artikel niet geldt. Met de Beleidsregels buitenreclame gemeente Gouda wordt hieraan invulling gegeven.

3.2 Handelsreclame

Op grond van artikel 4:11 APV is het verboden zonder vergunning van het college op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren met behulp van een opschrift, aankondiging of afbeelding in welke zin dan ook, die vanaf de weg zichtbaar is.

Dit verbod geldt niet voor onverlichte:

- a. opschriften, aankondigingen of afbeeldingen in het inwendig gedeelte van een onroerende zaak, die niet kennelijk gericht zijn op zichtbaarheid vanaf de weg;
- b. opschriften of aankondigingen op of aan onroerende zaken, daartoe aangewezen door de overheid;
- c. in opschriften of aankondigingen kleiner dan 0,50 m² en de langste zijde korter dan 1 meter die betrekking hebben op:
 - i. een openbare verkoping of een aanbieding ter verkoop, verhuur of verpachting van een onroerende zaak, zulks voor zolang zij feitelijke betekenis hebben;
 - ii. het beroep, de dienst of het bedrijf dat in of op de onroerende zaak wordt uitgeoefend of waarvoor die zaak is bestemd;
- d. opschriften die betrekking hebben op de naam of aard van in uitvoering zijnde bouwwerken of op de namen van degenen die bij het ontwerp of de uitvoering van het bouwwerk betrokken zijn, mits deze opschriften zijn aangebracht op borden bij of op de in uitvoering zijnde bouwwerken zelf, zulks voor zolang zij feitelijke betekenis hebben;
- e. opschriften of aankondigingen op of aan onroerende zaken dienstbaar aan het openbaar vervoer, indien deze zijn aangebracht ten dienste van dat vervoer.
- f. Het verbod geldt ook niet voor opschriften of aankondigingen van kennelijk tijdelijke aard, voor zolang zij feitelijke betekenis hebben, mits:
 - van het aanbrengen ervan tevoren schriftelijk kennisgeving is gedaan aan het bevoegd gezag;



- het bevoegd gezag niet binnen twee weken na ontvangst van die kennisgeving van enig bezwaar heeft doen blijken;
- deze opschriften of aankondigingen niet langer dan negen weken op de onroerende zaak aanwezig zijn.

Zolang men binnen de kaders genoemd onder a tot en met f blijft, is geen vergunning nodig. Buiten deze kaders is het verbod van toepassing en dient dus een reclamevergunning te worden aangevraagd, om op of aan een onroerende zaak "vanaf de weg zichtbare" handelsreclame te voeren.

De weigeringsgronden zijn:

- a. indien de handelsreclame, hetzij op zichzelf, hetzij in verband met de omgeving niet voldoet aan redelijke eisen van welstand;
- b. in het belang van de verkeersveiligheid;
- c. in het belang van de voorkoming of beperking van overlast voor gebruikers van een in de nabijheid gelegen onroerende zaak.

Is het reclameobject een bouwwerk, dan zijn alleen de weigeringsgronden b. en c. van toepassing (zie ook paragraaf 3.3).

3.3 Bouwwerken

Als het reclameobject een bouwwerk is, dan is naast de APV-reclamevergunning ook een omgevingsvergunning verplicht op grond van artikel 2.1 lid 1 sub a van de Wabo. De APV-vergunning uit paragraaf 3.2 wordt overigens meegenomen bij de omgevingsvergunning (artikel 2.2 lid 1 sub h van de Wabo). Hiermee verminderen de administratieve lasten voor ondernemers. Aanvragers hoeven dus maar één aanvraag in te dienen, en ontvangen één gecombineerde vergunning. Aangezien het bouwwerk al aan welstand wordt getoetst, vervalt de welstandstoets voor de APV-vergunning (weigeringsgrond 4:11 lid 4 sub a APV). Dit is geregeld in een afbakeningsbepaling (artikel 4:11, lid 5 APV).

Het bouwwerk wordt getoetst aan de (wettelijke) regelingen genoemd in paragraaf 2.3. Er vindt dan een welstandstoets plaats, waarbij beoordeeld wordt of de reclame voldoet aan de welstandscriteria uit de Welstandsnota.

3.4 Overgangsrecht

Vanaf de inwerkingtreding van deze beleidsregels is het nieuwe beleid van toepassing op alle nieuwe aanvragen om een vergunning als bedoeld in artikel 2:5 APV en artikel 4:11 APV, met betrekking tot reclame. Op alle aanvragen van vóór het tijdstip van in werking treden van deze beleidsregels geldt de voor aanvrager meest gunstige regeling

Deze Beleidsregels buitenreclame gemeente Gouda vervangen het volgende bestaande beleid:

- Voorwaarden voor het plaatsen van driehoeks-of sandwichborden, waarbij wordt verwezen naar artikel 2.1.5.1 van de voorheen geldende APV.

4 Algemene uitgangspunten

4.1 Hoofdregel voor het tonen van reclame in de openbare ruimte is dat geen onevenredige afbreuk mag worden gedaan aan:

- de beleving en herkenbaarheid van de openbare ruimte
- de persoonlijke levenssfeer van de burgers

De gemeente zoekt per reclamevorm naar het optimum tussen kwaliteit en opbrengsten.

Daar waar voor gebieden beeldkwaliteitsplannen zijn vastgesteld zijn deze maatgevend.

4.2 Ontoelaatbare reclame

- In onderstaande gevallen is reclame in de openbare ruimte niet toelaatbaar:
- reclame in de directe omgeving van de ingang van een begraafplaats;
- reclame in parken en plantsoenen;
- reclame aan of rond bomen;
- reclame in of in de directe omgeving van waterpartijen;
- reclame op of aan kunstwerken zoals bruggen en viaducten;
- reclame in strijd met de Nederlandse Reclame Code.

4.3 Verkeersveiligheid

Er zijn geen landelijke eenduidige richtlijnen voor het plaatsen van reclame-uitingen langs de openbare weg. Belangrijkste uitgangspunt is dat reclame de verkeersveiligheid en het gebruik van de openbare ruimte niet negatief mag beïnvloeden.

Criteria:

- De reclame mag verkeersdeelnemers niet het zicht ontnemen op andere verkeersdeelnemers of verkeerssituaties, of op andere wijze hinder opleveren voor het verkeer.
- Verkeerstechisch belangrijke zichtlijnen, zoals op verkeerslichten, verkeersborden, straatnaamborden en andere verkeersaanduidingen mogen niet worden aangetast.
- Nieuwe contracten met reclame-exploitanten bevatten een clause die verwijdering van reclame mogelijk maakt indien het verkeersbelang dat verlangt.

4.4 **Gebruik en beheer openbare ruimte**

Voor wat betreft het reguleren van overlast en het waarborgen van de veiligheid is artikel 2:5 APV van toepassing. Onder andere de toegankelijkheid voor mindervaliden kan hiermee gewaarborgd worden. Er zullen via contractbepalingen ook aan reclameobjecten beperkingen worden opgelegd om daarmee de toegankelijkheid te waarborgen.

Criteria:

- Er blijft altijd vrije doorgang voor het verkeer, inclusief scootmobielen, rollators, kinderwagens, slechtzienden en hulpdiensten.
- Reclame dient niet verstorend in de buitenruimte te zijn, daarom wordt het aantal uitingen gereguleerd en mag de lichtintensiteit niet storend zijn. De gemeente sluit aan bij de vigerende Richtlijn Lichthinder van de NSVV.

Reclame dient niet verstorend in de buitenruimte te zijn, daarom wordt het aantal uitingen gereguleerd en mag de lichtintensiteit niet storend zijn. De gemeente sluit aan bij de vigerende Richtlijn Lichthinder van de NSVV.

4.5 **Ruimtelijke kwaliteit**

Ruimtelijke kwaliteit hangt samen met de waardering van de ruimte.

Criteria:

- Waar reclameobjecten ook worden aangebracht, ze mogen niet leiden tot een onevenredige aantasting van architectuur, bijzondere vormgeving van straatmeubilair, zichtlijnen en het ruimtelijke beeld.
- Commerciële reclame past binnen het straatbeeld en is per soort van uiting uniform van vormgeving, kleurstelling en materiaalgebruik.
- Reclame past in de schaal en de sfeer van de omgeving.
- Heldere afspraken over verwijdering en handhaving van ongewenste uitingen, zoals wildplak. Binnen de privaatrechtelijke contracten kan een signaleringsfunctie opgenomen worden (waarna de gemeente overgaat tot handhaven).

4.6 **Beschikbaarheid van reclameruimte**

Er dient voldoende betaalbare reclameruimte te zijn voor sociaal-culturele, maatschappelijke en gemeentelijke uitingen.

Criteria:

- In privaatrechtelijk af te sluiten overeenkomsten (zoals voorabri's, A0-reclamedisplays, digitale informatieborden) zal - indien gewenst door de gemeente - een deel van de reclameruimte tegen betaalbare tarieven beschikbaar gesteld moeten worden voor deze uitingen.

4.7 **Privaatrechtelijk af te sluiten overeenkomsten**

Concessies die de gemeente uitgeeft (dus wanneer de exploitant het exploitatierisico loopt) zullen via aanbestedingen in de markt gezet worden.

Criteria:

- De inkomsten uit privaatrechtelijk af te sluiten overeenkomsten worden toegevoegd aan de algemene middelen en komen tot stand na aanbestedingen.
- De gemeente sluit aan bij de Aanbestedingswet 2012 (laatste aanpassing april 2016) ten aanzien van de eisen voor het aanbesteden van reclame producten.
- Het inkoopbeleid van de gemeente blijft eveneens altijd van toepassing.

4.8 **Duurzaamheid**

Duurzame openbare ruimte is ruimte die mogelijkheden biedt voor betekenisvol gebruik nu en in de toekomst. Een duurzame ruimte is duurzaam in beheer, gebruik en inrichting. De openbare

ruimte draagt bij aan leefbaarheid in het algemeen en duurzaamheid is daarom meer dan een milieudoelstelling. Een duurzame openbare ruimte sluit qua gebruik ook aan bij het karakter van de omgeving.

Criteria:

- Reclameobjecten moeten worden uitgevoerd in duurzame, hoogwaardige materialen.
- Reclameproducten dienen zo veel mogelijk energiezuinig te zijn.
- Waar mogelijk dienen reclameproducten circulair uitgevoerd te worden.
- Bij het beheer- en onderhoud van reclameobjecten dient gestreefd te worden naar CO₂ neutraliteit.

Bij aanbestedingsprocedures dient altijd het thema duurzaamheid een onderdeel te vormen van de gunningcriteria, zodat de inschrijvers zich hierop verder kunnen onderscheiden.

4.9 **Grote vrijstaande reclameobjecten**

Voorkomen moet worden dat ongereguleerd grote vrijstaande reclameobjecten worden geplaatst door private partijen, die daarmee de kwaliteit van de openbare ruimte aantasten. Wel wordt ondernemers de mogelijkheid geboden de aandacht op hun bedrijf te vestigen, mits voldaan wordt aan de volgende criteria.

Criteria:

- Uitsluitend op eigen grond ten behoeve van het daar gevestigde bedrijf.
- De reclame moet betrekking hebben op het aldaar gevestigde bedrijf dan wel de in dat pand verrichte activiteit(en).
- Op bedrijventerrein niet hoger dan de max. bouwhoogte.
- In winkelgebieden maximaal 12 meter.
- In buitengebieden alleen bij snelweg gebonden functies op daarvoor nader te bepalen plaatsen, hoogte niet hoger dan maximale bebouwingshoogte; bij rijks- en provinciale weg maximaal 35 meter.

4.10 **Lichtreclame (inclusief digitale reclame)**

De huidige welstandsnota geeft aan dat led-reclames toegestaan zijn, mits voldaan wordt aan de richtlijnen van de NSVV (Richtlijn Lichthinder, laatste gepubliceerde versie januari 2017). De welstandsnota is echter bedoeld voor reclame aan bouwwerken. In deze toelichting worden daarom aanvullende criteria opgenomen om lichthinder van reclame in de openbare ruimte tegen te gaan.

Criteria:

- Alle reclameobjecten waarin sprake is van de toepassing van licht dienen te voldoen aan de meest actuele versie van de Richtlijn Lichthinder van de Nederlandse Stichting Voor Verlichtingskunde (NSVV) (www.nsvv.nl).
- Reclameproducten dienen zo veel mogelijk energiezuinig te zijn.
- Bewegende beelden ('dynamische reclame-uitingen categorie f4') zijn alleen toegestaan in voetgangersgebieden, of op locaties waar de gemeente specifiek toestemming geeft voor het tonen van bewegend beeld.
- Voor digitale reclame-uitingen zoals geplaatst langs doorgaande wegen zijn de frequentie-categorieën f1 en f2 van toepassing.

Bovenstaande criteria dienen als voorwaarden te worden opgenomen in privaatrechtelijk af te sluiten overeenkomsten (opnemen in de aanbestedingsdocumenten).

4.11 **Staat van onderhoud**

De staat van onderhoud van reclameobjecten is bepalend voor de kwaliteit en de veiligheid van de openbare ruimte.

Criteria:

- Goed onderhoud van objecten is vereist evenals onmiddellijk herstel of vervanging van beschadigde of vernielde objecten.
- Alle reclame en voorwerpen bestemd voor het aanbrengen van reclame die naar het oordeel van het college verwaarloosd zijn, in onvoldoende staat van onderhoud verkeren, niet meer gebruikt worden of hun feitelijke betekenis hebben verloren, moeten op schriftelijke last van of namens burgemeester en wethouders binnen de daarbij te stellen termijn worden hersteld dan wel verwijderd. Indien dat niet gebeurt, zullen deze op kosten van de eigenaar of gebruiker door de gemeente worden verwijderd.

4.12 **Bevestigingsconstructies**

Ondersteunings- en bevestigingsconstructies van reclame-uitingen, evenals toevoerleidingen en hulptoestellen voor lichtreclame, dienen zoveel mogelijk aan het oog te worden onttrokken.

5 **Uitgangspunten per reclamevorm**

In dit hoofdstuk worden de uitgangspunten geformuleerd die gelden voor de onderscheiden vormen van reclame in de openbare ruimte.

5.1 **Gecontracteerde reclamevormen**

5.1.1 *Abri-reclame (reclame op het 2m²-formaat)*



Abri in centrum (in buitenwijken ander type)

Toilet, voorzien van reclamevitрины

Vrijstaande reclamevitrine

Plattegrond op 1 zijde van vrijstaande reclamevitrine

In abri's worden reclamevitрины geplaatst, die voornamelijk door nationale adverteerders ingezet worden. Uit de opbrengsten wordt de investering in het straatmeubilair, het beheer en het onderhoud gefinancierd. Gekoppeld aan dit product worden door de exploitant ook vrijstaande reclamevitрины geplaatst, die op een aantal locaties ook gebruikt worden als plattegrondvoorziening.

Voor wat betreft abri's gelden de volgende criteria:

- Het aantal abri's wordt bepaald door de buslijnen.
- De gemeente hecht waarde aan een goede kwaliteit van de abri's inclusief marktconform beheer en onderhoud.
- Een toilet voorzien van reclamepanelen (op de Markt) is onderdeel van de abri-concessie. De gemeente wenst ook in de komende jaren een toiletvoorziening te kunnen aanbieden op deze locatie.

Voor wat betreft de vrijstaande reclamevitрины gelden de volgende criteria:

- Huidige aantal (circa 50) blijft gehandhaafd, hoewel de locaties opnieuw beoordeeld gaan worden (mogelijk verplaatsingen en/of beperkt aantal verwijderen voorafgaand aan de aanbesteding).
- Op een aantal zijden van de vrijstaande reclamevitрины dienen verplicht plattegronden getoond te worden (digitaal mag).
- Met name op digitale schermen wil de gemeente zendtijd claimen. Interactieve diensten voor bezoekers worden op prijs gesteld.

De gemeente zal de abri's aanbesteden in combinatie met het vergelijkbare reclameformaat in vrijstaande reclamevitрины.

5.1.2 *Informatieborden*



Langs de invalswegen staan informatieborden die primair bedoeld zijn voor het aankondigen van lokale en gemeentelijke evenementen. Op dit moment zijn deze 'welkomstborden' eigendom van SOG. Marktpartijen bieden tegenwoordig digitale informatieborden aan waarmee ook reclame gevoerd wordt.

Criteria:

- De gemeente wenst op 4-6 locaties digitale informatieborden te laten plaatsen (bij voorkeur zonder kosten voor de gemeente).
- Doelstelling is het verstrekken van informatie, meldingen, evenementen, gecombineerd met reclame. Circa 4-6 locaties bij de invalswegen zijn gewenst. Indien mogelijk dienen deze digitale informatieborden gecombineerd worden met de vrijstaande reclamevitрины, maar een separate concessie is ook mogelijk.
- De SOG welkomstborden kunnen –indien dit type nieuwe informatieborden gerealiseerd wordt- dan komen te vervallen.

5.1.3 Billboards



Billboards zijn grote reclamepanelen (meestal 6m² of meer) die los zijn opgesteld langs invalswegen, op grote parkeerterreinen en soms op pleinen. Billboards zijn primair bestemd voor commerciële reclameuitingen voor regionale en landelijke reclamecampagnes. Billboards worden alleen geplaatst voor het realiseren van een financiële vergoeding. De huidige exploitant van de (analoge) billboards zal deze borden bij het einde van het contract verwijderen.

Criteria:

- De huidige billboards worden aan het einde van de contracttijd verwijderd.
- Er zijn momenteel geen wensen om nieuwe billboards te laten plaatsen. Indien zich locaties en mogelijkheden voordoen, zal op dat moment bekeken worden of en op welke wijze deze reclamevorm weer toegelaten wordt.

5.1.4 A0-reclamedisplays



A0-reclamedisplays zijn vaste displays die middels trekband gemonteerd zijn rondom een lichtmast. De A0-reclamedisplays vervangen de tijdelijk geplaatste kartonnen sandwichborden en metalen driehoeksborden.

A0-reclamedisplays zijn ook bekend onder de naam '2-Signsborden'.

Eén van de voordelen van een vast netwerk van A0-reclamedisplays is dat het zorgt voor een verhoging van de kwaliteit van de openbare ruimte: nette, goed onderhouden A0 reclamedisplays met eenheid in uitstraling. Ook zal de exploitant de plaatsing en onderhoud van wildplakzuilen voor zijn rekening nemen. Een ander voordeel is dat een vast netwerk van A0 reclamedisplay kan zorgen voor vaste gegarandeerde financiële inkomsten. De hoogte van de inkomsten is wel afhankelijk van de commerciële mogelijkheden en vanzelfsprekend het resultaat van de aanbesteding.

Criteria:

- Middels de beleidsregels op grond van artikel 2:5 lid 3 en 5 van de APV (zie bijlage) wordt mogelijk gemaakt dat één exploitant via een aanbesteding het exclusieve recht kan worden gegeven om kwalitatief hoogwaardige A0-reclamedisplays te plaatsen ter vervanging van het huidige systeem met vergunningen. In deze beleidsregels worden ook waarborgen voor de openbare ruimte opgenomen, zoals het verbinden van een maximum aantal van deze categorie.
- Het aantal te plaatsen A0-reclamedisplays is maximaal 120 borden. De borden kunnen alleen geplaatst worden langs de door de gemeente vastgestelde wegen.
- De gemeente bepaalt de maximum tarieven voor lokale niet-commerciële en culturele instellingen.
-

5.1.5 Lichtmastreclames



Lichtmastreclames zijn (meestal verlichte) bakken die aan lichtmasten gemonteerd worden die als lokale bewegwijzering en voor handelsreclame gebruikt worden. De lichtbakken worden vrijwel altijd gebruikt voor uitingen die langere tijd hangen. Alle exploitanten sluiten doorgaans meerjarige (3-5) overeenkomsten af met adverteerders.

Criteria:

- Het maximaal aantal toegestane lichtmastreclames bedraagt 150.
- Lichtmastreclames zijn alleen toegestaan langs doorgaande wegen.
- Het maximale formaat van de lichtmastreclames is 100 x 120cm (b x h)
- Digitale lichtmastreclames worden toegestaan, echter slechts indien (verkeers)veiligheid en lichthinder niet in het geding komen
- Zonering: langs de hoofdinfrastructuur, uitgesloten in centrumgebieden

5.1.6 Rotondereclame



Door het toestaan van kleine reclameborden op een rotonde neemt de exploitant het beheer en onderhoud van de rotonde voor haar rekening.

Criteria:

- Rotondes worden geadopteerd door lokale ondernemingen die beheer en onderhoud voor hun rekening nemen. Deze situatie blijft ongewijzigd.

5.1.7 Reclamemasten



Reclamemast op Bedrijventerrein Gouwepark

Reclamemasten zijn hoge masten met rondom vaak meerzijdige reclamevlakken die veelal zijn gesitueerd langs snelwegen bij bedrijventerreinen. Ze zijn interessant op locaties waar veel publiek langskomt en kenmerken zich door een aanzienlijke hoogte en omvangrijke panelen. Ze hebben een zodanige maat en schaal dat ze een grote invloed kunnen uitoefenen op de directe omgeving. Ze trekken meestal sterk de aandacht en zijn daardoor zeer beeldbepalend. Daarom is een terughoudend beleid ten aanzien van grote reclamemasten wenselijk.

Criteria:

- Reclamemasten geëxploiteerd door derden zijn op grond van de Welstandsnota 2017 niet toegestaan. Zie ook algemene uitgangspunten voor grote vrijstaande reclameobjecten.
- Het vigerende beleid van Rijkswaterstaat voor het toelaten van reclameobjecten langs snelwegen is van toepassing.
- Er zal actief gezocht worden naar een locatie voor een reclamemast op gemeentegrond (langs de A12) met als doel het creëren van een landmark voor Gouda, mogelijkheden voor stadsmarketing en het genereren van inkomsten.
-

5.2 Overige reclamevormen

5.2.1 Vrije plakplaatsen



Vrije plakplaatsen zijn aanplakborden of aanplakzuilen voor het aanbrengen van meningsuitingen en aankondigingen. Iedere gemeente moet het recht op vrije meningsuiting faciliteren door minimaal per 10.000 inwoners een vrije plakplaats te regelen. Plakplaatsen op grond van de APV zijn niet bestemd voor handelsreclame.

Criteria:

- De huidige vrije plakplaatsen ten behoeve van vrije meningsuiting blijft ongewijzigd.
- Beheer en onderhoud van de vrije plakplaatsen wordt ondergebracht bij de exploitant van de A0-reclamedisplays, waarbij deze verplicht zal worden om het onderhoud te laten verrichten door werknemers van de sociale werkvoorziening.

5.2.2 Spandoeken



Er is een vergunning benodigd voor het plaatsen van reclame via ophanging van spandoeken of banieren. De persoon of organisatie die een spandoek of banier wil plaatsen vraagt hiervoor uiterlijk 3 weken van tevoren schriftelijk toestemming aan bij burgemeester en wethouders. Dit kan door middel van een aanvraagformulier. Op de aanvraag dient in elk geval vermeld te staan: naw-gegevens van de aanvrager; soort activiteit, locaties(s) en in welke periode ze opgehangen worden.

Criteria:

- De aangewezen locaties zijn alleen beschikbaar voor de niet-commerciële evenementen. Alleen meldingsplicht.

5.2.3 Reclame op nutsvoorzieningen



Door de gemeente voorzien van uitingen



Reclame op objecten van derden (Stedin, KPN)

Criteria:

- Reclameframes op objecten van derden die geplaatst zijn in de openbare ruimte (zoals nutsvoorzieningen) worden niet toegestaan ook niet als daarvoor door de rechthebbende toestemming is verleend (zoals bedoeld in artikel 2:23 lid 2 APV). Dit legt naast de al toegestane vormen van reclame een te grote reclamedruk op de openbare ruimte, die ten koste gaat van de kwaliteit daarvan.

5.3 Toelatingscriteria nieuwe vormen van reclame

Zoals gesteld is de wereld voor buitenreclame steeds in beweging. Bij de introductie van nieuwe reclamevormen zal een afweging gemaakt worden of deze een goede aanvulling of vervanging zijn op het reeds bestaande reclame aanbod in Gouda en of deze aansluiten bij het bestaande aanbod. Ook moet onderscheid worden gemaakt tussen reclame die zich leent voor een gemeentelijke concessie of niet. Bij het beoordelen van nieuwe reclameobjecten worden de volgende algemene toetsingscriteria toegepast:

- Qua uiterlijke verschijning en constructie mag het object geen afbreuk doen aan het uiterlijk aanzien van de gemeente, en moet het bij voorkeur een positieve bijdrage daaraan leveren.
- Nieuwe reclameobjecten mogen geen afbreuk doen aan bestaande uitingen. Dit geldt zowel voor de afdrachten die de bestaande uitingen genereren als voor de plaatsing in de openbare ruimte (geen overdaad).