

Buitenreclamebeleid Meierijstad

De raad van de gemeente Meierijstad,
Gezien het voorstel van het college van burgemeester en wethouders van 6 maart 2018
Besluit gemeenteraad:
het 'Buitenreclamebeleid Meierijstad' vast te stellen.

1. Het buitenreclamebeleid

1.1 Inleiding

Reclame uitingen in de openbare ruimte hebben impact op een gebied. Het aanzien en de beleving van een gebied worden mede bepaald door deze uitingen. Reclames hebben de eigenschap om op te vallen, waardoor de impact relatief groot is. Zeker kwetsbare gebieden, zoals historische dorpskernen en het buitengebied, zijn daarvoor gevoelig.

Deze buitenreclamenota is opgesteld om een balans te vinden in een verzorgd straatbeeld enerzijds en het economisch belang van reclamevoering anderzijds. Heldere richtlijnen voor reclame uitingen moeten aantasting van het straatbeeld voorkomen en bijdragen aan de (ruimtelijke) kwaliteit van de gemeente. Reclame in de openbare ruimte is 'enige vorm van reclame of aanprijzing op grond van de gemeente of op particulier terrein gericht op het openbaar gebied'. Hierbij valt bijvoorbeeld te denken aan billboards, A0 reclame en trottoirreclame, maar ook aan gevelreclame. In Meierijstad moet er (beperkt) ruimte zijn om deze uitingen toe te staan. Belangrijke overwegingen hierbij zijn:

- Regie vanuit de gemeente, door het stellen van kaders voor buitenreclame.
- Het tegengaan van wildbeplakking en andere illegale reclamevormen.
- De mogelijkheid voor ondernemers om naamsbekendheid te vergroten door middel van buitenreclame.
- Financiële compensatie voor de gemeente, die kan worden geherinvesteerd in verbetering van de (economische) structuur van de gemeente.

Op 1 januari 2017 zijn de voormalige gemeenten Schijndel, Sint-Oedenrode en Veghel gefuseerd tot de nieuwe gemeente Meierijstad. Dit document is het uitgangspunt voor alle reclame uitingen in de gemeente. Tot op heden had alleen de voormalige gemeente Sint-Oedenrode dit beleid verankerd in een beleidsnota. Schijndel en Veghel kenden nog geen buitenreclamebeleid.

Meierijstad is een diverse gemeente. Veghel kent een stevige economische kern. Delen van de kernen van Schijndel en Sint-Oedenrode zijn betiteld als gemeentelijk stads- en dorpsgezicht. De gemeente bestaat verder nog uit verschillende kleinere kernen en een groot buitengebied. De bedrijvigheid binnen de gemeente varieert dan ook van kleinschalige, lokaal gebonden bedrijven tot grootschalige internationaal georiënteerde spelers. De gewenste reclame-uitingen van deze bedrijven kunnen dan ook erg van elkaar verschillen. Omdat behoud van het dorps karakter van de kleinere kernen erg belangrijk is, wordt in deze beleidsnota een onderscheid gemaakt in deelgebieden.

1.2 Doelstelling van het beleid

Reclame vormt een onderdeel van de inrichting van de gemeente en neemt daarbij een deel van de openbare ruimte in beslag. Daarnaast heeft reclame op privé terrein gericht op de openbare ruimte ook zijn effect op de openbare ruimte. Bij gebrek aan beleid en beheer kan wildgroei ontstaan. Het te voeren beleid beoogt het scheppen van een beleidskader waarin de mogelijkheid tot het aanbrengen van reclame is vastgelegd. Centrale doelstelling daarbij is het optimaliseren van de reclamevoering. Daarbij wordt rekening gehouden met de ruimtelijke kwaliteit, de leefbaarheid en herkenbaarheid van de kernen, de bruikbaarheid van de weg en de toegankelijkheid.

Het doel van deze notitie is derhalve het vastleggen van het te voeren beleid en het vaststellen van toetsingscriteria waaraan reclamevoorzieningen moeten voldoen. Dit schept duidelijkheid, voor zowel gemeente als ondernemer. Bovendien moet het beleid een zodanig draagvlak hebben en behouden, dat handhaving ervan op een adequate wijze kan plaatsvinden. In dit beleid maken we onderscheid in enerzijds reclame in de openbare ruimte (hoofdstuk 2) en anderzijds reclame op grond in eigendom van particulieren (hoofdstuk 3)

1.3 Regelgeving en handhaving

In de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) is aangegeven dat het college in het belang van de openbare orde of de woon- en leefomgeving nadere regels kan stellen met betrekking tot reclameborden (artikel 2:10, lid 3). Met het opstellen van dit buitenreclame- beleid worden deze kaders aangegeven. Daarnaast zijn er verschillende regels uit de APV, provinciaal en landelijk beleid, waar rekening mee gehouden moet worden.

Algemene plaatselijke verordening

- Het is verboden een openbare plaats of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf die plaats zichtbaar is, te bekrassen of te bekladden. Het college kan aanplakborden aanwijzen voor het aanbrengen van meningsuitingen en bekendmakingen (Artikel 2:42).
- Het is verboden op of aan een onroerende zaak handelsreclame te maken of te voeren door middel van een opschrift, aankondiging of afbeelding waardoor het verkeer in gevaar wordt gebracht of ernstige hinder ontstaat voor de omgeving (Artikel 4:15).
- Het is verboden een voertuig dat is voorzien van een aanduiding van handelsreclame, op de weg te parkeren met het kennelijke doel om daarmee handelsreclame te maken. Het college kan van het verbod ontheffing verlenen (Artikel 5:7).

Grondwet

Artikel 7 van de Grondwet regelt de vrijheid van meningsuiting. Lid 1 van dit artikel luidt als volgt: Niemand heeft voorafgaand verlof nodig om door de drukpers gedachten of gevoelens te openbaren, behoudens ieders verantwoordelijkheid volgens de wet. In lid 4 van dit artikel is geregeld dat de drukpersvrijheid niet van toepassing is op het maken van handelsreclame.

In tegenstelling tot bij handelsreclame, kan en mag de gemeentelijke wetgever derhalve bij ideële reclame niet beperkend optreden ten aanzien van de inhoud, maar is wel bevoegd het in het openbaar bekendmaken (verspreiden) van dergelijke gedrukte stukken aan beperkingen te onderwerpen in het belang van de openbare orde, zedelijkheid, gezondheid en andere zaken betreffende de huishouding van de gemeente.

Nederlandse Reclame Code

Reclame kan informatief, humoristisch of ontroerend zijn maar mag niet misleidend, grievend of discriminatoir zijn. De Nederlandse Reclame Code van de stichting Reclame Code telt een twintigtal algemene regels waaraan reclame moet voldoen. Daarnaast heeft zij ook een aantal bijzondere reclame codes opgesteld voor veel voorkomende reclame-producten.

Illegale reclamevormen komen voor. Naast handhaving door de gemeente bestaat de mogelijkheid om in de privaatrechtelijk af te sluiten overeenkomsten (zoals abri's, A0-reclamedisplays, lichtmastreclames) bepaalde vormen van handhaving onder te brengen bij de desbetreffende exploitanten.

2. Reclame in de openbare ruimte

2.1 Uitgangspunten

Dit hoofdstuk geeft de richting aan voor reclame uitingen in de openbare ruimte voor de gemeente Meerijstad. Hier worden verschillende vormen van reclame aangeduid waarvoor ruimte moet zijn in de gemeente. Naast de specifieke eisen die in dit hoofdstuk aan bod komen, moet buitenreclame in ieder geval voldoen aan de volgende eisen:

- Reclame in de openbare ruimte moet passen binnen het straatbeeld en uniform van vormgeving, kleurstelling en materiaalgebruik te zijn.
- Reclame in de openbare ruimte mag de buitenruimte niet verstoren. Terughoudendheid met het aantal uitingen en niet storende licht- en geluidsintensiteit is gewenst. Gebruik van LED-verlichting is mogelijk, mits dit de buitenruimte niet verstoort.
- Alle te voeren reclame moet voldoen aan de Nederlandse Reclame Code.
- In de openbare ruimte moet ook voldoende mogelijkheid zijn voor culturele, maatschappelijke en gemeentelijke uitingen.
- Door het diverse karakter van de gemeente bestaan niet overal dezelfde mogelijkheden. Door middel van zoneringen wordt per reclame uiting aangegeven waar mogelijkheden bestaan.
- Een deel van de reclame in de openbare ruimte wordt uitbesteed aan een commerciële partij. De gemeente is daarbij verantwoordelijk voor het afsluiten van contracten met deze partijen.

2.2 Vergunningen en beheer

In Meerijstad maken we onderscheid in vergunningsvrije en vergunningsplichtige reclame.

Vergunningsvrije reclame is reclame die onder bepaalde voorwaarden mag worden aangebracht, zonder dat hiervoor toestemming gevraagd hoeft te worden. Voor vergunningsplichtige reclame is wel toestemming nodig. Dit beleid vormt het toetsingskader voor het wel of niet verlenen van een vergunning (of afsluiten van een overeenkomst).

Daarnaast maken we onderscheid in reclame in eigen beheer en uitbestede reclame uitingen. Reclame in eigen beheer behelst alle reclame waarvoor de gemeente de dagelijkse gang van zaken in eigen beheer houdt. Uitbestede reclame wordt beheerd door een (commerciële) exploitant. De contracten voor het maken van reclame in de openbare ruimte komen tot stand via een aanbestedingsprocedure, waarbij lopende contracten worden gerespecteerd. Per categorie wordt een contract opgesteld met betreffende exploitant.

In de figuur hieronder wordt een beschrijving gegeven van verschillende typen toegestane buitenreclame en de mogelijkheden binnen de gemeente. Een toelichting van alle reclame volgt na de figuur.

Vergunningsvrij

Vergunningsplichtig

Eigen beheer
Uitbesteed

Verkiezingsborden
Bouwborden

Rotondes
Abri's
A0-reclame
Billboards
Lichtmastreclame
Informatiesystemen
Aankondiging evenementen

2.3 Vergunningsvrije reclame in eigen beheer

Verkiezingsborden

Definitie

Verkiezingsborden zijn tijdelijke borden waarop politieke partijen posters kunnen plakken. De gemeente draagt zorg voor de plaatsing van deze borden.

Kwaliteitseisen

- Uniforme borden door de gehele gemeente.
- Plakken alleen toegestaan op de daarvoor bestemde ruimte, niet op het frame.
- Alleen politieke partijen die deelnemen aan betreffende verkiezing mogen maximaal 1 poster per bord aanbrengen.
- Een poster heeft een maximale afmeting van 60x84 centimeter (A1 formaat).

Zonering

Ten tijde van verkiezingen worden op de gemeente vastgestelde plaatsen binnen de bebouwde kom borden geplaatst, waar politieke partijen campagne op kunnen voeren. Deze borden worden geplaatst in een periode van 8 weken voor de verkiezingen tot 2 weken na de gemeenteraads-, provinciale- en Tweede Kamerverkiezingen

2.4 Vergunningsplichtige reclame in eigen beheer

Rotondes

Definitie

Om de ruimtelijke kwaliteit van de rotondes te kunnen verhogen, is het voor een bedrijf (of groep van bedrijven) mogelijk om deze rotondes te adopteren. Daarbij verzorgt het bedrijf het onderhoud van de rotonde, in ruil voor beperkte reclame uitingen op de rotonde. Niet geadopteerde rotondes blijven in beheer van de gemeente.

Kwaliteitseisen

- Sponsoring van rotondes is toegestaan.
- Belangstellenden moeten bij de aanvraag een plan indienen, die door de gemeente wordt getoetst. Hierin moet in ieder geval aandacht zijn voor:
 - Beeldkwaliteit van de rotonde. Het ontwerp moet aanspreken en een plus ten opzichte van de huidige situatie opleveren.
 - Plan van aanpak met betrekking tot plaatsing en onderhoud op de rotonde. Per definitie worden de locaties omgeven door drukke wegen. Het is daarom van belang dat gekwalificeerd personeel de rotondes onderhoudt.
 - Onderhoudsplan van de rotonde.
 - Maximaal één reclame uiting per toegangsweg.
 - De reclame uitingen mogen maximaal 40 x 80cm groot zijn en 60cm boven het maaiveld uitsteken.
 - Gebruik van gewasbeschermingsmiddelen is niet toegestaan.

Zonering

Uitgangspunt van dit beleid is om adoptie van alle rotondes in de gemeente mogelijk te maken, met uitzondering van rotondes die kunstwerken bevatten. Exploitatie van de rotondes loopt via de gemeente, welke een lijst met beschikbare rotondes voorhanden heeft

2.5 Uitbestede vergunningsvrije reclame

Bouwborden

Definitie

Een bouwbord is een bord die door een projectontwikkelaar wordt geplaatst bij een te ontwikkelen locatie. Op dit bord wordt informatie verschaft over de bouw van het project.

Kwaliteitseisen

- Maximaal 1 bouwbord per perceel, geplaatst op of direct nabij het te bebouwen perceel.
- Het bord moet verwijderd worden bij afronding van de bouw.
- Informatie op het bord heeft alleen betrekking op de bouw op het perceel.

Zonering

Het plaatsen van een bouwbord is in de gehele gemeente toegestaan, mits een geplaatst bord geen overlast geeft.

2.6 Uitbestede vergunningsplichtige reclame

Abri's

Definitie

Een Abri is een bushokje, een constructie van glas en metaal die reizigers comfort biedt bij het wachten op de bus. Voor de inwoners van Meerijstad is het van belang dat de gemeente goed bereikbaar is met het openbaar vervoer. Goede faciliteiten maken daar onderdeel van uit. De aanschaf- en onderhoudskosten voor abri's zijn vaak hoog. Daarom is in veel gemeenten in Nederland gekozen voor een constructie met exploitanten van reclame in de abri's, die zorgen voor aanschaf, beheer en onderhoud van de abri's. In ruil daarvoor kunnen ze (een deel van) de abri verhuren als reclameruimte.

Kwaliteitseisen

- Uniforme uitvoering van abri's binnen de gemeente, afhankelijk van de vervoersfunctie van het openbaar vervoer (HOV, OV of buurt- bus).
- Reclame aan we wegrijdzijde van de abri toegestaan, de overige wanden moeten worden uitgevoerd in transparant glas.
- Reclame op vitrines kan op een rol zijn aangebracht, zodat op een zijde meerdere vlakken getoond kunnen worden.
- Exploitant draagt zorg voor het beheer en onderhoud van de abri.

Zonering

In voormalig gemeente Veghel en Schijndel gebeurde dit al, in Sint-Oedenrode zijn deze abri's nog in bezit van de gemeente. Het streven van de gemeente is om het eigen bezit van abri's af te bouwen en een exploitant deze abri's te laten exploiteren. Het aantal is afhankelijk van ontwikkelingen in het openbaar vervoer.

A0-reclame

A0-reclame is reclame aangebracht aan de onderkant van (lantaarn)palen, waarin statische reclame posters aangebracht kunnen worden met een oppervlakte van 88 centimeter (b) x 120 centimeter (h). Het display heeft een vaste locatie en wordt aan een door de gemeente aangewezen/ goedgekeurde lichtmast bevestigd. Afhankelijk van de wensen van de exploitant kan gekozen worden voor 2-zijdige of 3-zijdige reclame.

Kwaliteitseisen

- Uniforme stellages door de gehele gemeente, te plaatsen door de exploitant.
- Frame met een maximumafmeting van 130 bij 50 cm, wind- en stormvast bevestigd op maximaal 40cm boven het maaiveld.
- Minimaal 5 meter afstand van oversteekplaatsen en verkeersborden.
- Exploitant draagt zorg voor invulling van reclame uitingen.
- Exploitant draagt zorg voor plaatsing en verwijdering van de frames.
- Vastgestelde tarieven voor culturele en commerciële evenementen.
- Landelijke commerciële reclame toegestaan.
- Maximaal 1 stelling per lichtmast.

Zonering

Het plaatsen van A0-reclame is mogelijk in de kernen van Meerijstad, met uitzondering van de kernen Schijndel en Sint-Oedenrode, ter bescherming van het karakter van deze kernen. Verder is plaatsing langs de hoofdinfrastructuur mogelijk. Voor elke locatie moet een vergunning worden aangevraagd

Billboards

Definitie

Een billboard is een reclame uiting van een groot formaat. Op een billboard is ruimte voor één reclame uiting.

Kwaliteitseisen

- Uniforme uitvoering van de billboards.
- Verlichting niet toegestaan.
- Maximale afmetingen van 3.10 bij 1.55m.
- Exploitant draagt zorg voor plaatsing en verwijdering van de billboards.
- Exploitant draagt zorg voor invulling van reclame uitingen
- Vastgestelde tarieven voor commerciële reclame.

Zonering

Billboards zijn alleen toegestaan in de kern van Veghel en op de bedrijventerreinen in de gehele gemeente. In totaal is er ruimte voor maximaal 10 billboards, waarvoor een vergunning nodig is.

Lichtmastreclame

Definitie

Een inwendig (verlicht) reclameobject in een lichtmetalen frame dat op hoogte wordt opgehangen aan een lichtmast en waarin plaats is voor één uiting. De onderkant van het bord bevindt zich minstens 4,5 meter boven het maaiveld.

Kwaliteitseisen

- Uniforme uitvoering van de frames.
- De onderkant van de uiting bevindt zich minstens 4,5 meter boven het maaiveld.
- Exploitant draagt zorg voor invulling van reclame uitingen.
- Exploitant draagt zorg voor plaatsing van de frames.
- Vastgestelde tarieven voor commerciële reclame.

Zonering

Het plaatsen van lichtmastreclame is mogelijk in de kernen van Meierijstad, met uitzondering van Schijndel en Sint-Oedenrode. Ook in woonwijken in de andere kernen is plaatsing van deze reclame niet mogelijk. Verder is plaatsing langs de hoofdinfrastructuur mogelijk. Voor elke locatie moet een vergunning worden aangevraagd.

(Digitale) Informatiesystemen

Definitie

Informatiesystemen zijn primair bedoeld om niet-commerciële boodschappen uit te dragen. Om deze inrichtingen rendabel te houden wordt vaak ook enige vorm van commerciële reclame gemaakt op deze systemen. Deze informatiesystemen bestaan in zowel digitale als niet-digitale vorm.

Kwaliteitseisen

- Streven naar uniformiteit binnen de gemeente.
- Ondersteunende commerciële reclame uitingen toegestaan.
- Exploitant draagt zorg voor invulling van reclame uitingen.
- De gemeente krijgt (deels) toegang tot de LED-verlichting voor het voeren van niet-commerciële reclame.

Zonering

In de hele gemeente staan diverse niet-digitale informatiesystemen, zoals plattegrondkasten. Daarnaast staan er al een aantal jaar digitale informatiesystemen (5 stuks) bij de toegangswegen naar Schijndel en worden er 8 van deze systemen geplaatst in Veghel. Deze aantallen zijn momenteel toereikend voor deze kernen. In de toekomst zal worden onderzocht of deze vorm van reclame ook gewenst is in Sint-Oedenrode. Daarnaast zijn in verschillende kernen schuifborden in beheer van wijks- en dorpsraden.

Evenementenaankondigingen

Definitie

Onder een evenementenaankondiging wordt een aankondiging verstaan, waarop een commercieel of niet commercieel evenement wordt aangekondigd. In de gemeente vinden verschillende evenementen plaats. Vanuit verschillende centrummanagementorganisaties is de wens uitgesproken om een vaste locatie te hebben waar deze activiteiten kunnen worden gepromoot. Het gaat daarbij steeds om tijdelijke promotie.

Kwaliteitseisen

- Locaties zijn maximaal 10 keer per jaar te gebruiken, met een maximumtijd van 2 weken per keer.
- Beoordeling van aanvragen ligt bij centrummanagementorganisaties.

Zonering

De komende tijd wordt gezocht naar locaties in het centrum van Schijndel, Sint-Oedenrode en Veghel. Evenementenaankondigingen aan de openbare weg (op particuliere of gemeentegrond) zijn per definitie niet toegestaan.

2.7 Toetsingscriteria nieuwe vormen van buitenreclame

In de uitgangspunten van het buitenreclamebeleid wordt vermeld dat buitenreclame de buitenruimte niet mag verstoren. Daarom is terughoudendheid met het aantal uitingen gewenst. De lijst in hoofdstuk 2 geldt als uitgangspunt voor het buitenreclamebeleid in de gemeente. De ontwikkelingen in de reclame- en mediawereld staan echter niet stil. Doordat ook de gemeente zich verder ontwikkelt, kan de behoefte ontstaan aan nieuwe reclameobjecten (denk hierbij bijvoorbeeld aan reclamemasten of mupi's). Daarom beslist bij de vraag naar nieuwe reclamevormen het college van B&W over vergunningverlening. De aanvrager moet daarbij in ieder geval voldoen aan:

- Aantonen van de behoefte en waarom de andere reclamemogelijkheden niet voldoen.
- De centra van Schijndel en Sint-Oedenrode blijven reclamevrij, om geen afbraak te doen aan het dorps karakter.
- De nieuwe reclamevorm moet voldoen aan de uitgangspunten genoemd in paragraaf 2.1.
- Nieuwe reclameobjecten mogen bestaande reclamevormen niet hinderen, zowel in visueel als economisch opzicht.
- Nieuwe reclamevormen houden rekening met bestaande contracten.

3. Reclame op eigen terrein

3. Reclame op eigen terrein

Naast reclame uitingen in de openbare ruimte bestaat er de mogelijkheid voor derden om reclame te maken op particuliere grond. Hierbij valt bijvoorbeeld te denken aan gevelreclame. Vooral nog blijft het beleid uit de voormalige gemeente hiervoor gehandhaafd tot het moment dat er een nieuw Meerijstads welstandsbeleid is vastgesteld:

- Schijndel: Welstand op Maat 2012
- Sint-Oedenrode: Welstandsnota Sint-Oedenrode 2014/Reclamenota
- Veghel: Welstandsnota Veghel

4. Handhaving

4. Handhaving

Regelgeving heeft alleen toegevoegde waarde bij adequate handhaving hiervan. Allereerst is duidelijke informatievoorziening en voorlichting naar de reclamemaker vereist zodat zij de regels kennen. Hiertoe zal dit beleid bekend gemaakt worden bij de Meerijstadse ondernemers, maar vooral ook bij de organisatoren van evenementen. Dit om de huidige ontstane wildgroei van A0 evenementen aankondigingen tegen te gaan.

Op 30 januari 2018 heeft het college van burgemeester en wethouders het VTH beleidsplan Meerijstad 2018-2022 en het VTH uitvoeringsprogramma 2018 vastgesteld. In dit beleid zijn de speerpunten vastgelegd voor de komende periode met betrekking tot vergunningen, toezicht en handhaving. Op basis van een risicoanalyse is een prioritering opgesteld op grond waarvan bijvoorbeeld wanneer het gaat over illegaal geplaatste reclame altijd de eerste insteek zal zijn een inschatting van het risico op een calamiteit. Als dat risico groot is wordt direct handhavend opgetreden. Is het risico gering of is er in het geheel geen risico dan kan handhaving later plaatsvinden. Het proces van toezicht en handhaving zal gevolgd worden zoals beschreven in het VTH beleidsplan

Aldus besloten in zijn openbare vergadering van 29 maart 2018

De griffier,

A.F.J. Franken,

De burgemeester,

ir. C.H.C. van Rooij