

## Beleidsregels buitenreclame Leusden 2019

Het college van burgemeester en wethouders en de burgemeester van de gemeente Leusden, ieder voor zover het zijn bevoegdheden betreft;

overwegende dat:

- de wet- en regelgeving en het beleid met betrekking tot de inrichting van de openbare ruimte is veranderd;
- de reclamevormen en de plaatsen waar de reclame wordt gemaakt zijn veranderd;
- er voor spandoeken aparte beleidsregels zijn vastgesteld: regels voor het plaatsen van spandoeken Leusden 2014;
- het huidige beleid over buitenreclame sterk is verouderd, hetgeen leidt tot onduidelijkheid en wildgroei van reclame in de openbare ruimte;
- er behoefte is aan nieuw beleid om, binnen de mogelijkheden van de wet- en regelgeving, onduidelijkheid en een wildgroei aan buitenreclame in Leusden te voorkomen;
- het voor een doelmatig beheer en onderhoud van de reclameobjecten van belang is dat het exclusieve beheer per reclamevorm of een combinatie van reclamevormen telkens in handen is van één exploitant;
- die exploitanten via aanbesteding worden geselecteerd;

gelet op:

- artikel 4:81 van de Algemene wet bestuursrecht, hierna Awb;
- artikel 2.1 Wet algemene bepalingen omgevingsrecht, hierna Wabo;
- artikel 12 van de Woningwet;
- hoofdstuk 5 van de Welstandsnota 2018;
- artikel 10 lid 1 van de Erfgoedverordening Leusden 2018;
- artikel 2:10 van de Algemeen plaatselijke verordening Leusden 2019, hierna Apv;
- artikel 2:42 van de Apv;
- artikel 4:15 van de Apv;

stelt vast:

## Beleidsregels buitenreclame Leusden 2019

### Artikel 1 Begripsbepalingen

In deze beleidsregels wordt verstaan onder:

- a. 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.
- b. Handelsreclame: iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen.
- c. Lichtreclame: reclame voorzien van verlichting of aangelicht door een kunstlichtbron, anders dan openbare verlichting.
- d. Reclameobjecten: buitenreclame zoals bedoeld onder a.
- e. Het college: het college van burgemeester en wethouders van Leusden.
- f. De gemeente: de gemeente Leusden.

### Artikel 2 Reikwijdte van de beleidsregels

1. Deze beleidsregels zien op buitenreclame en dan specifiek op de volgende reclamevormen:
  - a.abri-reclame en vrijstaande reclamevitruines op 2 m2 formaat: vitruines inabri's en vrijstaande reclamevitruines die voornamelijk ingezet worden door nationale adverteerders. Uit de opbrengsten investeert de exploitant in straatmeubilair, beheer en onderhoud van deabri's;
  - b. digitale Informatieborden: informatieborden langs de invalswegen, die veelal door lokale adverteerder worden gebruikt en waarbij reclame wordt gecombineerd met gemeentelijke informatie;
  - c. ao-reclamedisplays: displays die zijn gemonteerd rondom een lichtmast, die veelal worden gebruikt door lokale adverteerders, waarbij voornamelijk reclame wordt gemaakt voor evenementen en tijdelijke acties;
  - d. lichtmastreclames: (meestal) verlichte bakken die aan lichtmasten gemonteerd zijn en die als lokale bewegwijzering en voor algemene handelsreclame voor langere tijd worden gebruikt;

- e. rotondereclame: kleine reclameborden die zijn te vinden op een rotonde, waarbij de exploitanten, meestal lokale ondernemers, het beheer en onderhoud van de rotonde voor hun rekening nemen;
  - f. vrije plakplaatsen: aanplakbord(en) of aanplakzuil(en) voor het aanbrengen van meningsuitingen en aankondigingen en waarop handelsreclame niet is toegestaan;
  - g. toeristische en gemeentelijke bewegwijzering: de zogenaamde "bruine" borden dienen voor toeristische bewegwijzering en de "blauwe" borden bevatten de gemeentelijke bewegwijzering. In veel gevallen is er nauwelijks onderscheid te maken tussen bewegwijzering en (handels)reclame. Het doel is immers het trekken van klanten om daar commercieel voordeel uit te halen, reden waarom deze bewegwijzering hier is meegenomen.
2. Deze beleidsregels zien uitdrukkelijk niet op de volgende buitenreclamevormen, te weten reclame:
- a. op terrassen, terrasschotten en menuborden bij horecagelegenheden;
  - b. op uitstillingsborden;
  - c. op bussen of andere (rijdende) voertuigen met reclame, met uitzondering van voertuigen die kennelijk rondrijden met de bedoeling reclame te maken;
  - d. in de lucht achter vliegtuigjes, luchtballonnen en dergelijke;
  - e. door middel van flyeren, promotieartikelen en dergelijke;
  - f. op standplaatsen en evenementen;
  - g. door middel van de inrichting van etalages door ondernemers;
  - h. spandoeken.

### **Artikel 3 Concessieverlening na aanbesteding**

1. De gemeente biedt als eigenaar van de grond aan exploitanten de mogelijkheid om bij wijze van concessie één of een combinatie van reclamevormen te exploiteren.
2. De gemeente selecteert de exploitant(en) door middel van een aanbesteding.
3. De exploitant die na de aanbesteding wordt geselecteerd verkrijgt het exclusieve recht om onder voorwaarden en op nader aan te wijzen stukken grond en voor een bepaalde periode één of een combinatie van reclamevormen te exploiteren.

### **Artikel 4 Ruimtelijke kwaliteit**

1. Reclameobjecten die leiden tot een onevenredige aantasting van architectuur, bijzondere vormgeving van straatmeubilair, zichtlijnen en het ruimtelijke beeld zijn niet toegestaan.
2. Reclameobjecten die niet passen binnen het straatbeeld en die per reclamevorm qua vormgeving, kleurstelling en materiaalgebruik niet uniform zijn, zijn niet toegestaan.
3. Reclameobjecten zijn niet toegestaan als zij niet passen in de schaal en de sfeer van de omgeving. Daarvan is in ieder geval sprake als het gaat om plaatsing van reclameobjecten:
  - a. in de directe omgeving van de ingang van een begraafplaats;
  - b. in parken en plantsoenen;
  - c. aan of rond bomen;
  - d. in of in de directe omgeving van waterpartijen;
  - e. op of aan bruggen en viaducten.
  - f. reclame in strijd met de Nederlandse Reclame Code

### **Artikel 5 Verkeersveiligheid en hinder**

1. Reclameobjecten mogen verkeersdeelnemers niet het zicht ontnemen op andere verkeersdeelnemers of verkeerssituaties of op andere wijze hinder opleveren voor het verkeer.
2. Reclameobjecten mogen verkeers technisch belangrijke zichtlijnen, zoals op verkeerslichten, verkeersborden, straatnaamborden en andere verkeersaanduidingen niet aantasten.
3. Reclameobjecten moeten zo worden geplaatst dat er vrije doorgang is voor het verkeer, in het bijzonder scootmobielen, rollators, kinderwagens, slechtzienden en hulpdiensten.
4. Reclameobjecten mogen niet verstorend in de buitenruimte te zijn, dus terughoudend met het aantal uitingen en niet storende lichtintensiteit. De gemeente sluit aan bij de vigerende Richtlijn Lichthinder van de NSVV.

### **Artikel 6 Digitale en overige lichtreclame**

1. 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](http://www.nsvv.nl)).
2. Bewegende beelden ('dynamische reclame-uitingen categorie f4') zijn alleen toegestaan in voetgangersgebieden, of locaties waar de gemeente specifiek toestemming geeft voor het tonen van bewegend beeld.
3. Voor digitale reclame-uitingen zoals geplaatst langs doorgaande wegen zijn de frequentie categorieën f1 en f2 van toepassing.



### **Artikel 7 Duurzaamheid**

Reclameobjecten moeten worden uitgevoerd in duurzame, hoogwaardige materialen en moeten tenminste voorzien zijn van energiezuinige LED-verlichting of vergelijkbaar.

### **Artikel 8 Onderhoud en bevestigingsconstructies**

1. Reclameobjecten moeten zo goed mogelijk worden onderhouden en beschadigde of vernielde objecten moeten zo snel mogelijk worden hersteld of vervangen.
2. Ondersteunings- en bevestigingsconstructies van reclameobjecten, evenals toevoerleidingen en hulptoestellen voor lichtreclame, moeten zoveel mogelijk aan het oog worden onttrokken.

### **Artikel 9 Specifieke regels overabri-reclame**

Het maximum aantal toegestaneabri's wordt periodiek met de vervoersonderneming bepaald.

### **Artikel 10 Specifieke regels over digitale informatieborden**

1. Het maximum aantal toegestane digitale informatieborden bedraagt 5.
2. Digitale informatieborden worden uitsluitend toegestaan langs de toegangswegen.
3. Minimaal 30% van de zendtijd op de digitale informatieborden wordt ingevuld door de gemeente.

### **Artikel 11 Specifieke regels over lichtmastreclames**

Onverminderd het bepaalde in artikel 6.2 is niet toegestaan dat lichtmastreclames bewegende of wisselende beelden bevatten.

### **Artikel 12 Specifieke regels over vrije plakplaatsen**

1. Het maximaal toegestane aantal vrije plakplaatsen bedraagt 4.
2. De vrije plakplaatsen zijn bestemd voor politieke, sociaal-culturele en maatschappelijke uitingen.
3. Handelreclame is hierop niet toegestaan.

### **Artikel 13 Toelating nieuwe reclamevormen**

1. Qua uiterlijke verschijning en constructie mag een nieuwe reclamevorm geen afbreuk doen aan het uiterlijk aanzien van de gemeente en moet daar bij voorkeur een positieve bijdrage aan leveren.
2. Nieuwe reclamevormen mogen geen inbreuk maken op bestaande exclusieve rechten in contracten.

### **Artikel 14 Slotbepalingen**

1. Deze beleidsregels kunnen worden aangehaald als "Beleidsregels buitenreclame Leusden 2019"
2. Deze beleidsregels treden in werking met ingang van 1 oktober 2019.

*Aldus vastgesteld door het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Leusden in haar vergadering van 3 september 2019.*

*Burgemeester en wethouders van Leusden,*

*H.W. de Graaf-Koelewijn  
directeur-secretaris*

*G.J. Bouwmeester  
burgemeester*

## Toelichting algemeen

### Aanleiding

De aanleiding voor het opstellen van beleidsregels voor buitenreclame is meerledig.

1. De wet- en regelgeving en het beleid dat ziet op de inrichting van de openbare ruimte is veranderd. Zo is de Wet Algemene bepalingen omgevingsrecht per 1 oktober 2010 in werking getreden. Bestemmingsplannen zijn geactualiseerd. Recentelijk is de Algemeen plaatselijke verordening Leusden 2019, hierna Apv, geactualiseerd. Dat geldt ook voor de Welstandsnota Leusden 2018 en voor de Erfgoedverordening Leusden 2018.
2. De reclamevormen en de plaatsen waar de reclame wordt gemaakt zijn veranderd.
3. Het huidige beleid over buitenreclame is sterk verouderd. Dit leidt tot onduidelijkheid en wildgroei van buitenreclame. Er is behoefte aan nieuw beleid om, binnen de mogelijkheden van de wet- en regelgeving, onduidelijkheid en wildgroei buitenreclame te voorkomen.
4. Voor een doelmatig beheer en onderhoud van de reclameobjecten is het van belang dat het exclusieve beheer per reclamevorm, of een combinatie van reclamevormen, op door het college aan te wijzen stukken grond in handen komt van telkens één exploitant, die door middel van een aanbesteding wordt geselecteerd.

### Doel/effect

Het met het opstellen van beleidsregels beoogde doel/effect is:

1. Een verantwoorde en beheersbare situatie in de openbare ruimte ten aanzien van reclameobjecten, waarbij naar een evenwicht wordt gestreefd tussen:
  - a. het behouden / versterken van de kwaliteit van de openbare ruimte;
  - b. het bieden van ruimte aan bedrijven en organisaties die reclame willen maken;
  - c. het genereren van inkomsten.
2. Duidelijke regels, zodat ondernemers, organisaties en burgers weten waar ze aan toe zijn.

### Wet- en regelgeving en beleid

#### Wabo, Woningwet en Monumentenwet

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 reclamezuilen en billboards.

Een aanvraag voor een omgevingsvergunning wordt getoetst aan:

- het bestemmingsplan of de beheersverordening:
  - past het reclameobject in het bestemmingsplan (of beheersverordening), 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. Dat wordt beoordeeld door onder andere te kijken of een eventueel geldend Beeldkwaliteitsplan en/of het reclamebeleid het reclameobject toestaat.
- 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 Leusden 2018, hierna 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.

#### De Welstandsnota

In de Welstandsnota zijn de welstandscriteria vastgelegd die van toepassing zijn op bouwwerken. De Welstandsnota is recentelijk, dat wil zeggen in 2018, nog geactualiseerd. De Welstandsnota bevat geen specifieke welstandscriteria over reclameobjecten. Wel is de excessenregeling uit hoofdstuk 5 van toepassing. Hierin is het volgende geregeld.

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 en 13a van de Woningwet en is bedoeld om excessen tegen te gaan. Artikel 12 lid 1 van de Woningwet bepaalt verder dat de criteria hiervoor in de welstandsnota moeten zijn opgenomen.

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 een gebied.

Vaak heeft dit betrekking op:

- het visueel of fysiek afsluiten van een bouwwerk voor zijn omgeving;
- het ontkennen of vernietigen van architectonische bijzonderheden bij aanpassing van een bouwwerk;
- inferieur materiaalgebruik;
- toepassing van felle of contrasterende kleuren;
- te opdringerige reclames;
- ernstige verwaarlozing van het uiterlijk van een bouwwerk;
- een te grove inbreuk op wat in de omgeving gebruikelijk is.

De excessenregeling geldt niet alleen voor vergunningplichtige bouwwerken, maar ook voor bouwwerken waarvoor geen bouwvergunning hoeft worden aangevraagd of die zijn vrijgesteld van welstandstoezicht.

#### Apv

De Apv is recentelijk nog geactualiseerd. De geactualiseerde Apv is 10 juli 2019 door de raad vastgesteld en op 15 augustus 2019 in werking getreden. In de Apv is een aantal bepalingen opgenomen waarmee reclameobjecten kunnen worden gereguleerd. De Apv bevat regels over verkeersveiligheid en hinder (2:10), plakken en kladden (2:42) en verbod hinderlijke of gevaarlijke reclame (4:15).

#### **De beleidsregels**

De hierboven genoemde wet- en regelgeving en beleid geeft voor het college nog onvoldoende mogelijkheid om te sturen op de reclame in de openbare ruimte. Met toepassing van artikel 4:81 van de Awb geeft het college richting aan de haar toekomstige bevoegdheden door beleidsregels vast te stellen. De beleidsregels zijn het resultaat van het zoeken naar een optimale balans tussen het behoud/versterken van de kwaliteit van de openbare ruimte, het bieden van ruimte aan bedrijven en organisaties die reclame willen maken en het genereren van inkomsten uit de exploitatie.

#### De reikwijdte van de beleidsregels

De beleidsregels zien op de buitenreclame. Hieronder wordt verstaan 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.

Het gaat in Leusden thans om de volgende bestaande reclamevormen, te weten:

Abri-reclame en vrijstaande reclamevitines op 2 m2 formaat	In abri's worden reclamevitines geplaatst die voornamelijk door nationale adverteerders worden ingezet. Uit de opbrengsten investeert de exploitant in straatmeubilair, beheer en onderhoud van de abri's
Digitale informatieborden	Langs de invalswegen is ruimte voor een beperkt aantal digitale informatieborden, waarbij reclame wordt gecombineerd met gemeentelijke informatie. Doelgroep: veelal lokale investeerders.
A0-reclamedisplays	Dit zijn de displays die gemonteerd zijn rondom een lichtmast. Zij hebben de tijdelijke, geplaatste kartonnen sandwichborden en metalen driehoeksborden vervangen, die Leusden in het verleden heeft gekend. Het gaat om reclame voor evenementen en tijdelijke acties.
Lichtmastreclame	Dit zijn (meestal verlichte) bakken die aan lichtmasten worden gemonteerd. Ze worden gebruikt als lokale bewegwijzering en voor algemene handelsreclame.
Rotondereclame	De rotondes kunnen worden geadopteerd door lokale ondernemingen die het beheer en onderhoud voor hun rekening nemen. In ruil daarvoor mogen zij kleine reclameborden plaatsen.
Toeristische en gemeentelijke bewegwijzering	De zogenaamde 'bruine' borden dienen voor toeristische bewegwijzering en de 'blauwe' borden bavetten de gemeentelijke bewegwijzering. In veel gevallen is er nauwelijks onderscheid te maken tussen bewegwijzering en (handels)reclame. Het doel is immers het trekken van klanten om daar een commercieel voordeel uit te halen. Daarom wordt deze bewegwijzering hierin meegenomen.
Vrije plakplaatsen	De gemeente faciliteert het recht op vrije meningsuiting door middel van 4 vrije plakplaatsen (zuilen). Zij zijn niet bestemd voor handelsreclame.

De beleidsregels zien niet op reclame:



- op terrassen, terrasschotten en menuborden bij horecagelegenheden;
- op uitstallingsborden;
- op bussen of andere (rijdende) voertuigen met reclame, met uitzondering van voertuigen die kennelijk rondrijden met de bedoeling reclame te maken;
- in de lucht achter vliegtuigjes, luchtballonnen en dergelijke;
- via flyeren, promotieartikelen en dergelijke;
- op standplaatsen en evenementen;
- door middel van de inrichting van etalages door ondernemers.

#### Nieuwe reclamevormen in de toekomst

In de beleidsregels wordt specifiek aandacht besteed door middel van enkele regels voor nieuwe reclamevormen in de toekomst.

#### **Beheer en exploitatie van de reclamevormen**

Voor een doelmatig beheer en onderhoud van de reclameobjecten is het van belang dat het beheer en de exploitatie per reclamevorm of een combinatie van reclamevormen telkens in handen is van één exploitant. Dit wordt geregeld via een aanbesteding. De exploitant die na de aanbesteding wordt geselecteerd verkrijgt het exclusieve recht tegen bepaalde voorwaarden en voor een bepaalde periode één of een combinatie van reclamevormen te exploiteren. De beleidsregels zijn uitgangspunt bij de aanbesteding van de exploitatie.

## Toelichting artikelsgewijs

### Artikel 1 Begripsbepalingen

Behoeft geen toelichting

### Artikel 2 Toepassingsbereik beleidsregels

Om een indruk te geven van de reclamevormen in de openbare ruimte, hieronder enkele foto's.

Abri



Vrijstaande reclamevitrine



Digitaal informatiebord



AO-reclamedisplay



Lichtmastreclame



Rotondereclame



Gemeentelijke bewegwijzering





### Toeristische bewegwijzering



### Vrije plakplaats



### Artikel 3 Concessieverlening na aanbesteding

Concessies die de gemeente uitgeeft zullen via aanbestedingen in de markt gezet worden. 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 reclamevormen. Het inkoopbeleid van de gemeente blijft eveneens altijd van toepassing.

### Artikel 4 Ruimtelijke kwaliteit

Ruimtelijke kwaliteit is een begrip waarvoor geen scherpe definitie bestaat. Het heeft echter alles te maken met de waardering van de ruimte. Ze wordt niet in de eerste plaats bepaald door het uiterlijk van de ruimte op zich. Ook wordt het niet door iedereen op dezelfde manier beleefd en beschreven. Vindt men bijvoorbeeld 'rust en ruimte' in de leefomgeving belangrijk, dan betekent dit voor de één de nabijheid van een groot wandelbos, maar voor de ander een groot balkon met een wijds uitzicht. Toch bevat dit artikel enkele concrete handvatten om te kunnen beoordelen of de ruimtelijke kwaliteit is aangetast bij plaatsing van een reclameobject.

Grote, vrijstaande reclameobjecten hebben over het algemeen een negatieve invloed op de ruimtelijke kwaliteit. Het uitgangspunt is dat hier terughoudend mee wordt omgegaan.

### Artikel 5 Verkeersveiligheid en hinder

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

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.

### Artikel 6 Digitale en overige lichtreclame

De Welstandsnota geeft aan dat led-reclames toegestaan zijn, mits voldaan wordt aan de richtlijnen van de NSVV (Richtlijn Lichthinder). De Welstandsnota is echter bedoeld voor reclame aan panden. In deze beleidsregels dienen daarom aanvullende criteria te worden opgenomen om lichthinder van reclame in de openbare ruimte tegen te gaan.



#### **Artikel 7 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.

#### **Artikel 8 Onderhoud en bevestigingsconstructies**

Alle reclame en voorwerpen bestemd voor het aanbrengen van reclame die naar het oordeel van het college in onvoldoende staat van onderhoud verkeren, niet meer gebruikt worden of hun feitelijke betekenis hebben verloren, moeten worden hersteld, dan wel verwijderd. Per situatie zal worden bezien of privaatrechtelijk of bestuurs-rechtelijk wordt gehandhaafd.

#### **Artikel 9 Specifieke regels over abri-reclame**

Behoeft geen toelichting.

#### **Artikel 10 Specifieke regels over digitale informatieborden**

Behoeft geen toelichting.

#### **Artikel 11 Specifieke regels over lichtmastreclames**

Behoeft geen toelichting.

#### **Artikel 12 Specifieke regels over vrije plakplaatsen**

Iedere gemeente moet het recht op vrije meningsuiting faciliteren door per 10.000 inwoners minimaal een vrije plakplaats te regelen. Plakplaatsen op grond van de APV zijn niet bestemd voor handelsreclame.

#### **Artikel 13 Toelating nieuwe reclamevormen**

De komende jaren zal afgewogen worden of nieuwe reclamevormen een goede aanvulling of vervanging zijn op het reeds bestaande reclame aanbod in Leusden. Daarbij zal steeds de vraag moeten worden beantwoord of een nieuwe reclamevorm een aanvulling is of juist afbreuk doet aan het uiterlijk aanzien van de gemeente en of deze aansluit bij het bestaande aanbod.

#### **Artikel 14 Slotbepalingen**

Behoeft geen toelichting.