



Beleidsregel digitale buitenreclame

Het college:

gelet op artikel 4:81, eerste lid van de Algemene wet bestuursrecht en het artikel 13 van de APV;

1. stelt de beleidsregel 'Digitale buitenreclame in de openbare ruimte' met kenmerk..... vast, met als doel:
 - kaders te stellen voor digitale reclame in de openbare ruimte;
 - de gemeentelijke inkomsten op reclamecontracten veiligstellen, en
 - en het beschermen van de kwaliteit van de openbare ruimte;
 2. bepaalt dat de beleidsregel Digitale buitenreclame in de openbare ruimte in werking treedt de dag na bekendmaking in het elektronische gemeentebblad; (Vanaf die dag te raadplegen op www.overheid.nl onder lokale bekendmakingen
 3. stuurt de beleidsregel ter kennisname aan de raad.
-
1. Deze beleidsregel is een aanvulling op de beleidsnota *Beleid Commerciële Buitenreclame 2013*.
 2. Digitale buitenreclame wordt gedefinieerd als reclameobjecten die voorzien zijn van digitale schermen (zoals led, LCD) of soortgelijke schermen).
 3. Als in het kader van privaatrechtelijke overeenkomsten met de gemeente concessiereclame in de openbare ruimte projectgewijs tot stand komt, waarbij deze reclame zorgvuldig ruimtelijk wordt ingepast, is het mogelijk deze vorm te geven als digitale reclame-uiting. In deze overeenkomsten worden nadere eisen gesteld over kwaliteit, onderhoud en dergelijke.
 4. Digitale buitenreclame mag geen overlast veroorzaken. Er moet terughoudend worden omgegaan met digitalisering in historische straten of delen van het beschermd stadsgezicht. Digitale buitenreclame wordt niet toegestaan in woonwijken met uitzondering van doorgaande wegen.
 5. Digitale buitenreclame mag geen inbreuk opleveren voor de verkeersveiligheid
 6. De lichtintensiteit van elk digitaal scherm is realtime afhankelijk van het omgevingslicht. Elk digitaal scherm heeft daarom een lichtsensor. De lichtintensiteit dient op verzoek van de gemeente aangepast te kunnen worden.
 7. Digitale buitenreclame is uitgeschakeld tussen 01.00 en 05.00 uur.
 8. Digitale buitenreclame is bij calamiteiten onmiddellijk beschikbaar voor gemeentelijke noodmeldingen.
 9. Bij toepassing van digitale beelden is de uiting minimaal 6 seconden zichtbaar (maximaal 10 beelden per minuut). De gemeente kan per reclamecontract aanvullende eisen stellen.
 10. Maximale luminantie
 - a. Digitale reclameschermen voldoen minimaal aan de actuele versie van de Richtlijn Lichthinder van de Nederlandse Stichting Voor Verlichtingskunde (NSVV) (www.nsvv.nl). In de Richtlijn Lichthinder is de maximale luminantie vastgelegd, welke afhankelijk is van de grootte van het digitale scherm en de (door NSVV gedefinieerde) omgevingszone.
 - b. Langs doorgaande wegen en op bedrijventerreinen geldt de maximale luminantie van de NSVV omgevingszone E3 ('Stedelijk gebied').



-
- c. In voetgangersgebieden, winkelcentra en het stadscentrum geldt de maximale luminantie van NSVV omgevingszone E4 ('Stadscentrum/industriegebied').
-
- 11. Dynamiek (bewegende beelden)
 - a. Bewegende beelden (uitingen met bewegende beelden ('full motion') of beelden met animatie) zijn niet toegestaan in zone E3.
 - b. In zone E4 zijn bewegende beelden in principe wel toegestaan. In dat geval dient de maximale luminantie aangepast te worden conform de eisen zoals gesteld in de Richtlijn Licht-hinder. De gemeente behoudt altijd het recht voor bewegende beelden niet toe te staan in verband met verkeersveiligheid en/ of impact op de openbare ruimte ('rust in het straatbeeld').

 - 12. Voor reclame langs snelwegen geldt het vigerende beleid van Rijkswaterstaat (Beoordeling objecten langs autosnelwegen).