

Reclamebeleid gemeente Oude IJsselstreek 2020

Inhoudsopgave

- 1. Inleiding 3
 - 1.1 Algemene inleiding 3
 - 1.2 Definitie van reclame 3
 - 1.3 Historie 3
 - 1.4 Doelstellingen 3
- 2. Juridisch kader 4
 - 2.1 Inleiding 4
 - 2.2 Grondwet 4
 - 2.3 Wet op de Ruimtelijke Ordening en Woningwet 4
 - 2.4 Algemene plaatselijke verordening (APV) 4
 - 2.5 Privaatrecht 5
 - 2.6 Monumentenwet en Monumentenverordening 5
- 3. Beleidsregels 6
 - 3.1 Opbouw van het beleid 6
 - 3.2 Algemene voorwaarden voor alle gebieden 6
 - 3.3 Gebiedsindeling 6
 - 3.4 Bebouwde kom 6
 - 3.5 Bedrijventerreinen 8
 - 3.6 Sportterreinen 9
 - 3.7 Buitengebied 9
 - 3.8 Openbare buitenruimte 9
 - 3.9 Evenementenreclame 10
 - 3.10 Lichtreclame en digitale buitenreclame 11
 - 3.11 Overige reclame-uitingen 12
- 4. Toezicht en handhaving 16
 - 4.1 Handhavingbeleidsplan 16
- 5. Bijlagen 17
 - 5.1 Globaal overzicht 17
 - 5.2 Campagneregels verkiezingen 18
 - 5.3 Relevante artikelen uit de APV 19

1. Inleiding

1.1 Algemene inleiding

De openbare ruimte is bij uitstek een plek waar mensen elkaar ontmoeten. Een plek met veel passanten. Niet zo gek dus dat mensen er naast de digitale omgeving voor kiezen om in de openbare ruimte reclame-uitingen te plaatsen. Omdat zelfregulering (door betrokken partijen) voor plaatsing van deze reclameborden niet werkt, zijn richtlijnen nodig. De regels en afspraken in dit beleidsplan borgen de kwaliteit van de openbare ruimte en de verkeersveiligheid.

1.2 Definitie van reclame

De definitie van reclame luidt als volgt: reclame is een vorm van communicatie die tot doel heeft om iets of iemand bij anderen aan te prijzen of te promoten. Hieronder worden alle middelen verstaan die ingezet worden om iets of iemand bekendheid te laten verkrijgen. Het belangrijkste doel van het maken van reclame is (naams)bekendheid verwerven. Reclame-uitingen nemen in aantal en vormen toe en vragen vanuit hun doelstelling om aandacht. Als ze worden aangebracht op gebouwen of in openbaar gebied vormen ze om die reden een belangrijk en beeldbepalend element van de openbare ruimte. Dit raakt weer aan de gemeentelijke overheid, want de gemeente heeft immers tot taak zorg te dragen voor een veilige en goede kwaliteit van de woon- en leefomgeving.

1.3 Historie

Voor de gemeente Oude IJsselstreek geldt dat, na de samenvoeging van de gemeenten Gendringen en Wisch in 2005, de "Nota Reclamebeleid gemeente Wisch (2003)" met daarin de beleidsregels omtrent reclame gedeeltelijk zijn geactualiseerd. De beleidsregels bleven toegespitst op de Wische situatie. Dat wordt als onwenselijk geacht. In de afgelopen jaren hebben bovendien de meeste omliggende gemeenten in de regio hun reclamebeleid geactualiseerd, waarbij vooral aan reclame in het buitengebied beperkingen zijn opgelegd.

1.4 Doelstellingen

In dit stuk is het beleid over reclame- en verwijsborden en tijdelijke aankondigingsborden opnieuw geactualiseerd. De Nota Reclamebeleid gemeente Wisch (2003) is de basis voor dit plan. We werken nu vooral met richtlijnen. Hiermee hopen we een ruimer en actueler afwegingskader te scheppen zodat er meer maatwerk mogelijk is. Daarnaast wil de gemeente belanghebbenden duidelijkheid verschaffen over onze toetsingscriteria.

De Commissie Ruimtelijke Kwaliteit beoordeelt of de reclame-uitingen voldoen aan de richtlijnen en in het gebied passen.

2. Juridisch kader

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk geven we het juridische kader weer en lichten we toe in hoeverre dit raakt aan het reclamebeleid van de gemeente Oude IJsselstreek.

2.2 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. Hierdoor wordt niet alleen de censuur uitgesloten, maar ook het voorafgaand verlof van het openbaar gezag om geschriften openbaar te maken, mits ze geen handelsreclame zijn. De wet bepaalt dus dat de overheid bij ideële reclame slechts voorwaarden mag stellen aan de distributie met het oog op de bescherming van de openbare orde.

In dit stuk gaat het om reclame zoals gedefinieerd in paragraaf 1.2 en niet om ideële reclame.

2.3 Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo)

De Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) regelt de omgevingsvergunning en geeft in artikel 2 aan waarvoor er een vergunning aangevraagd moet worden. Daar horen bouwwerken en reclame-uitingen bij.

Een voorbeeld hiervan is een spandoek in een metalen frame: voor het plaatsen van een dergelijk frame is een vergunning nodig. Dat is namelijk het bouwwerk. Mobiele reclames van enige omvang met een permanent karakter worden namelijk gezien als een bouwwerk. Bij strijdigheid met één van de toetsingsgronden zal de gemeente de omgevingsvergunning onderdeel bouwen weigeren.

2.4 Redelijke eisen van welstand

Of een reclame-uiting op een bepaalde plaats acceptabel is, is met name afhankelijk van de vraag of de uiting voldoet aan redelijke eisen van welstand. Deze eisen zijn opgenomen in zowel de Woningwet als in de APV. De Woningwet stelt in artikel 12 dat het uiterlijk van bouwwerken aan de redelijke eisen van welstand moet voldoen.

Vergunningplichtige bouwwerken kunnen alleen op aspecten van welstand worden beoordeeld, als in een welstandsnota aan de hand van criteria aangegeven wordt wat onder redelijke eisen van welstand wordt verstaan en de Commissie Omgevingskwaliteit hierover kan adviseren. Die eisen betreffen onder andere de verschijningsvorm en de inpasbaarheid in het gebied. De welstandsnota is in 2011 vastgesteld en in 2013 geactualiseerd.

2.5 Algemene plaatselijke verordening (APV)

De Algemene plaatselijke verordening 2018 vormt in dit kader een aanvulling op de Woningwet. Op basis van drie criteria (welstand, verkeersveiligheid en overlast) kan de gemeente vanuit de APV voor verschillende onderdelen een ontheffing voor het maken van handelsreclame verlenen.

De relevante artikelen uit de APV die betrekking hebben op reclame-uitingen zijn als bijlagen bij deze notitie gevoegd.

Als een reclameconstructie is aan te merken als een bouwwerk in de zin van de Woningwet, wordt niet getoetst aan de APV. Dan wordt er op basis van dit beleidsstuk getoetst.

2.6 Privaatrecht

De gemeente kan privaatrechtelijke overeenkomsten aangaan voor zover de gemeente eigenaar is van de betreffende grond, dan wel het betreffende bouwwerk. Voor het te voeren beleid is de contractvrijheid naar burgerlijk recht, zoals deze staat in boek 6:1 Burgerlijk Wetboek van grote betekenis. Dit artikel vermeldt dat alle verbintenissen of uit overeenkomst of uit de wet ontstaan. Dit impliceert dat de gemeente vrij is al dan niet een verbintenis aan te gaan, voor zover de wet dit niet regelt. De gemeente is dus niet verplicht een (reclame)overeenkomst aan te gaan als dit niet in haar beleid zou passen.

2.7 Monumentenwet en Monumentenverordening

Deze wet geldt voor alle activiteiten die een monument op de een of andere manier kunnen wijzigen, aantasten of verstoren. Voor deze activiteiten is een vergunning nodig. Een vergunning is ook nodig als op of aan zo'n monument reclame wordt aangebracht. In de gemeente Oude IJsselstreek zijn circa 43 rijks- en ruim 200 gemeentelijke monumenten. Deze staan vermeld op de gemeentelijke website.

De werkwijze bij monumenten is als volgt:

- Voor rijksmonumenten adviseert de Rijksdienst voor het Culturele Erfgoed en de gemeentelijke Commissie Ruimtelijke Kwaliteit over de aanvraag;
- Voor gemeentelijke monumenten adviseert de gemeentelijke Commissie Ruimtelijke Kwaliteit;
- Het college van burgemeester en wethouders beslist uiteindelijk over de aanvragen.

3. Beleidsregels

3.1 Opbouw van het beleid

Bij het vaststellen van normen voor reclame is het zinvol onderscheid te maken tussen verschillende gebieden in de gemeente. Een woonwijk vraagt immers een andere benadering dan een winkelgebied. En het buitengebied wordt bijvoorbeeld ernstig aangetast bij plaatsing van reclame die op het bedrijventerrein gebruikelijk is.

Allereerst formuleren we algemene voorwaarden die voor alle gebiedsdelen gelden.

Daarna beschrijven we per gebied een eigen beleid met richtlijnen.

De opbouw van het beleid is dus van algemeen naar bijzonder. Daarbij wordt in bepaalde gebieden meer toegestaan dan andere. Dit is afhankelijk van de functie van het gebied.

3.2 Algemene voorwaarden voor alle gebiedsdelen

Als algemene richtlijn van het beleid geldt, dat alle niet vaste of losse reclamevormen binnen het openbaar gebied als niet gewenst worden beschouwd. Deze richtlijn geldt tenzij er in dit beleid een uitzondering wordt gemaakt.

Om overlast voor de omgeving zo veel mogelijk te beperken, gelden bij het plaatsen of aanbrengen van reclametekens de volgende richtlijnen:

- In het algemeen geldt dat reclametekens alleen aanvaardbaar zijn als zij een directe relatie hebben met de gekozen situering;
- De afmetingen en kleuren moeten enigszins afgestemd zijn op het karakter van de directe omgeving;
- Het reclameteken mag niet groter zijn dan voor een goede leesbaarheid voor die situering noodzakelijk is;
- De reclametekens moeten qua afmetingen en plaatsing op de gevelopzet afgestemd worden;
- De in dit hoofdstuk genoemde maximum maten moeten afgestemd zijn op bovenstaande richtlijnen. Er kunnen zich situaties voordoen waarbij ook deze maatvoeringen de welstand nog te zeer zullen verstoren;
- Het toepassen van losse letters en het verlichten van reclameteksten heeft de voorkeur boven het plaatsen van lichtbakken;
- Bij lichtbakken is het raadzaam een donker fond te kiezen met heldere letters, ook in verband met de verkeersveiligheid (verblindingseffecten);
- Knipperende lichtreclames zijn niet toegestaan;
- Reclame op of aan gevels mag de architectuur van het pand en het karakter van de omgeving niet aantasten;

- Reclame op of aan gevels moet verwijzen naar het bedrijf dat in het betreffende pand is gehuisvest of moet betrekking hebben op producten of diensten die in het pand worden geproduceerd, verhandeld of aangeboden;
- Reclame op of aan gevels moet in een goede onderhoudsstaat verkeren. Dat geldt vooral voor lichtreclame, omdat dit de aandacht trekt. Bij een goede onderhoudsstaat laten letters bijvoorbeeld niet los, komt het de uitstraling van het gebied ten goede en levert reclame op of aan gevels geen gevaar op.

3.3 Gebiedsindeling

In dit hoofdstuk formuleren we beleidsuitgangspunten die van belang zijn voor de toepassing van de diverse reclamevormen in de openbare ruimte en vanaf de openbare weg zichtbaar zijn. Uitgangspunten zijn dat reclame onlosmakelijk verbonden is met Oude IJsselstreek en het moet passen bij de functie van de betreffende gebieden.

Elk gebied in onze gemeente heeft namelijk een eigen identiteit, zoals:

- Woongebieden in de bebouwde kom;
- Bedrijfsbebouwing in de bebouwde kom;
- Winkelgebieden in de bebouwde kom;
- Bedrijventerreinen;
- Sportterreinen;
- Buitengebied.

Bovenstaande indeling sluit grotendeels aan bij de gebiedstypen die de Welstandsnota kent.

3.4 Bebouwde kom

In de bebouwde kom staat de gemeente in het algemeen reclame-uitingen zeer beperkt toe. De bebouwde kom is in drie gebieden te onderscheiden met elk hun eigen toegestane reclame-uitingen:

- a. Woongebieden;
- b. Bedrijfsbebouwing;
- c. Winkelgebieden.

3.4.a Woongebieden

In een gebied dat hoofdzakelijk is ingericht voor woondoeleinden passen geen reclametekens. Er ontbreekt immers een relatie tussen het woonmilieu en reclame-uitingen. Een uitzondering hierop vormen woningen met een praktijkruimte voor het uitoefenen van een beroep. Voorbeelden hiervan zijn: een arts, architect, kapper, beautysalon of verzekeringsadviseur. In deze gevallen is een bescheiden aanduiding aanvaardbaar op- of aan de gevel bij de bedrijfstoegang. Bij aanwezigheid van een voortuin mag één bord in de tuin geplaatst worden, mits het past in de omgeving.

3.4.b Bedrijfsbebouwing

Voor bedrijfsbebouwing met een positieve bestemming in een woonomgeving gelden de volgende richtlijnen:

- Alleen aanduidingen die betrekking hebben op de naam en de aard van het bedrijf zijn toegestaan;
- Per gebouw mag in principe niet meer dan één reclametecken gelijktijdig zichtbaar zijn. Uitzonderingen hierop kan worden gemaakt voor gebouwen die gevels aan meer dan één straat hebben of waar dat essentieel onderdeel van de bedrijfsvoering is. Het aantal reclametekens blijft dan één per naar de straat gekeerde gevel. Dit moet verrommeling tegengaan;
- Voor bedrijfsverzamelgebouwen mag per bedrijf één reclametecken aangebracht worden;
- De algemene uitgangspunten met betrekking tot vormgeving, kleurstelling en plaatsing ten opzichte van het gevelvlak gelden ook hier;
- Uitzonderingen zijn mogelijk als dat vanwege bijvoorbeeld de bedrijfsvoering nodig is.

3.4.c Winkelgebieden.

In gebieden met een uitgesproken winkelkarakter zijn de mogelijkheden tot reclamevoering ruimer dan in woongebieden. Vanwege de grote vormverscheidenheid van winkelgebieden en reclames, is het niet mogelijk hele specifieke criteria te formuleren die 100% uitsluitel geven over de aanvaardbaarheid van reclames.

De volgende richtlijnen gelden:

- Over het algemeen geldt dat reclames op het begane grondniveau (winkelniveau) geplaatst moeten worden zodat een directe en logische relatie tussen het reclametekens en de functie ontstaat. Hierdoor wordt ook de overlast (denk aan lichthinder of hinder van het zicht) voor eventuele bovenwoningen beperkt;
- Plaatsing tegen een luifel is beter dan plaatsing (loodrecht) op de luifel. Bij plaatsing loodrecht onder de luifel bestaat vaak de mogelijkheid om op bescheiden, maar effectieve wijze reclame te voeren. Als er geen luifel aanwezig is, kan een lichtbak op de gevel worden aangebracht mits de afmetingen en plaatsing afgestemd worden op de gevelopzet;
- Bij lichtreclame bij winkels en bedrijven waarboven zich huizen bevinden, mag geen licht via de bovenzijde uitstralen;
- Bovenstaande is in principe ook van toepassing op horecagelegenheden. In het algemeen geldt dat bij de beoordeling van een reclametekens op een horecapand de volgende onderdelen een belangrijke rol spelen:
 - Het gebruik;
 - De hoeveelheid van reclametekens;
 - Het gebied waarin het pand zich bevindt;
 - De omvang van het pand.
- Voor zover gebruik wordt gemaakt van losse reclameborden (niet op of aan de gevel bevestigd) mag de totaalhoogte vanwege het zicht maximaal 1,20 meter bedragen en moet er een directe en logische relatie met het pand bestaan;
- De losse reclameborden moeten zo worden geplaatst dat er een minimale doorloopruimte van 1,50 meter blijft bestaan op trottoirs voor voetgangers;
- Ten aanzien van het plaatsen van reclamemasten hanteren we een beleid waarbij er gekeken wordt naar de logische plek en inpasbaarheid in het gebied. Het aanbrengen van lichtbakken of lichtreclames op bedoelde masten wordt niet toegestaan.

3.5 Bedrijventerreinen

Bij bedrijventerreinen kan een onderscheid worden gemaakt tussen:

- Naam-, beroeps- en/of productaanduiding met een directe relatie tot het betreffende bedrijf;
- Verwijzingsreclame c.q. routeborden op het bedrijventerrein;
- Een gezamenlijke presentatie van de bedrijven m.b.t. bijvoorbeeld masten bij de entree van het terrein.

Met het oog op de grotere schaal van de gebouwen en het utilitaire (het algemeen nut dienend) karakter, is hier een grotere hoeveelheid reclame denkbaar. Richtlijnen zijn:

- Reclame moet op een logische plaats tegen het gebouw aangebracht worden, bijvoorbeeld bij de entree, en afgestemd zijn op de massa c.q. gevel-opzet;
- Als plaatsing tegen een gevel niet mogelijk is, bijvoorbeeld bij glasvliesgevels, dan moet de reclametekst boven of in de buurt van de entree aangebracht worden. Ook is plaatsing op de dakrand mogelijk als uitgegaan wordt van losse letters;
- Los geplaatste ornamenten zijn denkbaar, mits: zorgvuldig vormgegeven, geplaatst bij de toegang tot het bedrijf en qua hoogte afgestemd op het kantoorgedeelte van het bedrijf met een maximum hoogte van 3,50 meter;
- Bij plaatsing haaks op de gevel, mag dit – in verband met de doorloophoogte – niet lager zijn dan 2,30 meter boven de stoep gemeten vanaf de onderzijde van het reclameobject;
- Bij plaatsing haaks op de gevel moet de minimale afstand tot de rijbaan 6 meter zijn (horizontaal gemeten) i.v.m. de verkeersveiligheid.

Voor informatie over het plaatsen van verwijzingsborden verwijzen we u naar paragraaf 3.7.

3.6 Sportterreinen

Sportterreinen liggen in de gemeente Oude IJsselstreek meestal in een groene omgeving. Het aanbrengen van reclame die niet gericht is op het sportcomplex zelf is daarom slecht passend bij het karakter van de omgeving en meestal niet aanvaardbaar.

Richtlijnen zijn:

- Naam reclame voor de sportvereniging zelf is i.v.m. de bereikbaarheid wel mogelijk, mits deze aanduidingen qua maat, vormgeving en kleurstelling zijn afgestemd op het karakter van de omgeving;

- Reclame-uitingen als borden rond het (voetbal)veld en op objecten als een scorebord zijn denkbaar, evenals naamaanduiding op de kantine, mits ze gericht zijn op het sportcomplex zelf en de naar de natuur gekeerde zijde donker van kleur is.

3.7 Buitengebied

Reclameborden en aankondigingen horen niet thuis in het buitengebied. Ze passen slecht bij het karakter van de omgeving en vormen een visuele vervuiling. Het recreatieve, natuurlijke en rustgevende karakter van het buitengebied krijgt steeds meer aandacht. Daarom is het van belang het karaktersverschil tussen de bebouwingskernen en het buitengebied te bewaren of te versterken. Deze redenering volgen de omliggende gemeenten ook.

Voor het aanbieden van seizoensgebonden producten door agrarische bedrijven en positief bestemde niet-agrarische bedrijven wordt een uitzondering gemaakt. De reclame moet in dat geval dan wel:

- Voldoen aan de bepalingen in de APV;
- Binding hebben met de grondeigenaar.

Voor informatie over lichtreclame in het buitengebied wordt verwezen naar paragraaf 3.9.

3.8 Openbare buitenruimte

De eisen aan reclame in Oude IJsselstreek zijn bedoeld om de kwaliteit van de omgeving te behouden. De gemeente geeft als eigenaar en beheerder van de openbare buitenruimte ook gelegenheid om reclame te maken. Hiervoor zijn verschillende contracten afgesloten met (reclame)bedrijven. De reclame varieert van route- en verwijzingsborden tot reclames opabri's en stadsplattegronden. Ook aan deze reclames worden beperkingen gesteld naar soort, plaats en vorm. Bij het vernieuwen van de contracten zijn onderstaande punten als voorwaarden opgenomen.

3.8.1 Verwijzingsborden

In deze paragraaf gaat het om reclame-uitingen in de openbare ruimte, die uitsluitend c.q. mede een verwijzing betreffen. Want hoewel er allerlei technologische hulpmiddelen als een TomTom zijn, worden verwijzingsborden nog steeds gebruikt. Uniformiteit is daarbij steeds het uitgangspunt.

Een verder onderscheid wordt gemaakt in:

- a. Verwijzingsborden, binnen en buiten de bouwde kom, voor winkels, bedrijven en instellingen die niet op een bedrijventerrein gevestigd zijn;
- b. Verwijzingsborden, binnen en buiten de bouwde kom, voor bedrijven die wel op een bedrijventerrein gevestigd zijn.

3.8.1.a Verwijzingsborden, binnen en buiten de bouwde kom, voor winkels, bedrijven en instellingen die niet op een bedrijventerrein gevestigd zijn

In paragraaf 3.1 en 3.2 is al aangegeven dat plaatselijke bedrijven, winkeliers en instellingen de mogelijkheid krijgen om verwijzingsbordjes te plaatsen op bepaalde locaties. Die locaties worden in overleg met de gemeente bepaald. Het is wenselijk om meer uniformiteit aan te brengen in de verschijningsvorm. Richtlijnen zijn daarom:

- Standaardlettertype ANWB - C-letters ongeveer 6 centimeter hoog;
- Toestaan van logo's, zoals de ANWB ze ook hanteert;
- Uitvoering in een:
 - Groene kleur met witte letters voor instellingen en verenigingen;
 - Witte kleur met zwarte letters voor bedrijven;
 - Uniforme uitvoering in bruin-wit voor toeristische bedrijven.

3.8.1.b Verwijzingsborden, binnen en buiten de bouwde kom, voor bedrijven die wel op een bedrijventerrein gevestigd zijn

Herkenbaarheid en vindbaarheid is belangrijk voor bedrijven. Dat geldt vooral op bedrijventerreinen. Algemene verwijzing naar de grotere bedrijventerreinen als Hofskamp, Akkermansweide, IJsselweide en de Rieze vindt plaats via de bewegwijzering van de ANWB.

- Voor doorverwijzing naar het bedrijventerrein Hofskamp is gekozen voor het systeem van nummering (Hofskamp 100 – 200 etc.). Dit is in overleg met de ANWB, provincie en VIV (Varsseveldse Industriële Vereniging) gebeurd.
- Voor doorverwijzing naar Akkermansweide, de Rieze en IJsselweide wordt naar tevredenheid gewerkt met een doorverwijzingssysteem met portalen. Dit houdt in dat bedrijven hier gebruik van kunnen maken. Er mogen dan geen andere borden meer geplaatst worden.

De overige bedrijventerreinen en bedrijfslocaties zijn van een dergelijke omvang, dat verwijzing via ANWB-borden niet per definitie nodig is. Mogelijk bieden andere verwijzingsborden dan een passende oplossing.

Een ontwikkeling die gaande en wenselijk is, is de oprichting van parkmanagement op verschillende bedrijventerreinen. Op Akkermansweide is dit al aanwezig. Een onderdeel van parkmanagement kan uniformiteit in uitstraling zijn. Daar horen uniforme bewegwijzering en verwijsborden bij.

3.9. Evenementenreclame

Voor evenementen wordt logischerwijs veel reclame gemaakt. Dit betreft echter vaak (tijdelijke) reclame-uitingen die de omgeving ontsieren. In deze paragraaf gaat het specifiek om evenementenreclame waar drie soorten reclame-uitingen van belang zijn:

- a. Evenementenborden;
- b. Informatiezuilen en aankondigingsborden;
- c. Evenementenreclame door middel van bouwwerken.

3.9.a Evenementenborden

Voor het organiseren van evenementen moet volgens het Uitvoeringsbeleid Evenementen 2018 een vergunning aangevraagd worden. Bij het toewijzen van de vergunning worden ook voorwaarden aan de reclame-uitingen en dan vooral evenementenborden gesteld.

Richtlijnen voor evenementenborden zijn:

- Verzoeken van verenigingen en dergelijke, gevestigd binnen de gemeente en zonder nadrukkelijk commercieel belang, worden in principe toegewezen. Een voorbeeld hiervan is de reclame voor de open dagen van het Almende College;
- Verzoeken van verenigingen en dergelijke, gevestigd buiten de gemeente, worden in principe afgewezen. Uitzonderingen zijn er voor evenementen met een onmiskenbaar regionaal karakter en circusvoorstellingen in de gemeente;
- Wanneer er sprake is van (individuele) commerciële belangen, dan worden de hierboven genoemde verzoeken zonder meer afgewezen;
- Voor grotere manifestaties en evenementen in de gemeente met een duidelijk regionaal karakter is het mogelijk om na vergunningverlening op vooraf aangewezen plaatsen tijdelijke borden toe te staan;
- Onder regionaal karakter wordt dan verstaan: evenementen met een regionale uitstraling en aantrekkingskracht, waarover vooraf bestuurlijke afspraken zijn gemaakt en ondersteuning plaatsvindt door de regio of enkele gemeenten gezamenlijk.

Voorbeelden hiervan zijn: Volksfeest Varsseveld, Hippisch Festijn Varsseveld, evenementen op het DRU-Industriepark, Huntenpop, Coverland, Achterhoek Spektakel Tour, de KrampRun en nationale en internationale wedstrijden van allure (binnen de gemeente);

- Borden mogen niet langs wegen geplaatst worden die onder de verantwoordelijkheid vallen van Rijkswaterstaat en/of provincie;
- Borden voor evenementen mogen twee weken voor het evenement tot uiterlijk één week na het evenement geplaatst worden.

3.9.b Informatiezuilen en aankondigingsborden

Om lokale activiteiten en evenementen te promoten, kennen een aantal kernen in de gemeente mogelijkheden om dat via digitale informatiezuilen (een Mupi) en aankondigingsborden te doen. Die staan vooral bij de uitvalswegen. Lokale activiteiten en evenementen kunnen hierdoor op een uniforme, toegankelijke en centrale wijze gepromoot worden. Daardoor wordt ook de wildgroei aan reclame beperkt. Contact over het plaatsen van reclame op de informatiezuil vindt plaats via de betreffende belangen- of ondernemersvereniging.

3.9.c Evenementenreclame door middel van bouwwerken

Om evenementen te promoten door middel van bouwwerken als bijvoorbeeld een spandoek in een metalen frame wordt er getoetst aan:

- De Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo) vanwege het bouwwerk;
- Het reclamebeleid vanwege de inhoud.

3.10 Lichtreclame en digitale buitenreclame

Bij lichtreclame en digitale buitenreclame wordt aandacht gevraagd door de gevel te verlichten of lichtgevende boodschappen (op digitale displays) te tonen. Deze vorm van reclame is opvallend, maar wordt over het algemeen als storend ervaren. Het levert hinder op voor de mens, flora en fauna en heeft impact op (de waardering van) de omgeving.

Bovendien kunnen deze reclamevormen tot onveilige verkeerssituaties leiden doordat het de aandacht van het verkeer afleidt. Dat heeft vooral met lichthinder door (reclame)verlichtingsinstallaties te maken.

Lichthinder kan ontstaan door:

- Verblinding door armaturen of lichtbronnen;
- Spiegelingshinder;
- Hoge lichtwaarden;
- Kleur van het licht;
- De lichtintensiteit die niet is afgestemd op de omgeving en de openbare verlichting;
- Dynamische verlichting.

Voor lichtreclame en digitale buitenreclame zijn daarom gemeentelijke richtlijnen van kracht. Die raken aan landelijke adviezen. Er zijn dus wel mogelijkheden, mits:

- Er geen lichthinder ontstaat zoals hierboven beschreven.
- Het past in het karakter van de desbetreffende gebiedsindeling:
 - Lichtreclame en digitale buitenreclame passen niet bij het karakter van het buitengebied. Ze worden vanwege de dynamiek en het licht vooral 's avonds als zeer dominant, opzichtig en storend ervaren. Daarom is het plaatsen van lichtreclames daar niet toelaatbaar;
 - Alleen in zeer uitzonderlijke gevallen kan toestemming voor deze reclamevormen in het buitengebied worden verleend. Dan moet het breed maatschappelijk gedragen worden of er moeten specifieke economische redenen zijn. Bijvoorbeeld voor benzinstations langs provinciale wegen.
- Vanwege de verkeersveiligheid de richtlijnen van Rijkswaterstaat gevolgd worden :
 - Bewegende beelden op digitale billboards zijn niet toegestaan;
 - Objecten mogen niet verblinden en moeten voldoen aan de door de Commissie Lichthinder van de Nederlandse Stichting voor Verlichtingskunde (NSVV) opgestelde richtlijnen met onder andere betrekking tot de duur, helderheid en toepassingscondities voor het belichten van gebouwen, objecten en reclameverlichting ;
 - Afstand en positie houden ten opzichte van de weg is van belang.
- Het inhoudelijk niet afleidt:
 - Ongewenste inhoud van de reclame (waarmee bijvoorbeeld sterke negatieve emoties worden opgeroepen) is verboden;
 - De inhoud mag niet op verkeersrelevante informatie lijken .

3.11 Overige reclame-uitingen

Naast bovenstaande reclame-uitingen is er nog een aantal overige vormen van reclame:

- a. Weideborden;
- b. Reclame op of aan gevels;
- c. Spandoeken;
- d. Wildplakken;
- e. Sandwichborden;
- f. Reclame op geadopteerde rotondes;
- g. Abri's;
- h. Plattegrondborden;

i. Reclame in verkiezingstijd.

3.11.a. Weideborden

Weideborden zijn al sinds 1991 mede aanleiding geweest de regels met betrekking tot het plaatsen van reclame-uitingen aan te scherpen. Deze passen namelijk niet bij het karakter van het buitengebied. Uitgangspunt is verwijdering van alle borden waarvoor geen vergunning is verleend en ook geen vergunning kan worden verleend.

De richtlijnen zijn:

- Er moet een vergunning voor het bouwwerk zijn;
- De reclame moet binding hebben met de grondeigenaar;
- Bij tijdelijke reclame moet er binding zijn met de actualiteit. Is het evenement voorbij, dan moet de reclame uiterlijk één week na het evenement weggehaald zijn.

Aanpak bij het verwijderen van borden zonder vergunning:

- Niet plaatselijke bedrijven worden aangeschreven om de borden te verwijderen, zonder aanbieding van een alternatief;
- Plaatselijke bedrijven worden aangeschreven om de borden te verwijderen, met mogelijk aanbieding van een alternatief. Als het betreffende bedrijf op een terrein is gevestigd waar een attentiemast aanwezig is, kan daar reclame eventueel worden toegelaten;
- Als de borden uitsluitend of mede een verwijzing bevatten kan de betreffende (plaatselijke) bedrijven eveneens een alternatief worden geboden. In dit geval wordt verwezen naar paragraaf 3.7.

3.11.b Reclame op of aan gevels

Voor reclame op of aan gevels is toestemming van het gemeentebestuur nodig. Zoals aangegeven in hoofdstuk 2, is voor een reclamevorm die beschouwd wordt als een bouwwerk, een vergunning nodig op grond van de Woningwet. Als een dergelijke vergunning niet nodig is, komt toetsing aan de APV in beeld. Naast toetsing aan de APV moet reclame op of aan gevels voldoen aan de algemene voorwaarden. Die worden genoemd in paragraaf 3.2.

3.11.c Spandoeken

Spandoeken voor uitsluitend landelijke acties met een maatschappelijk oogmerk of doelstelling zijn toegestaan. Verenigingen en andere organisatoren van plaatselijke acties hebben namelijk de mogelijkheid hun evenement aan te kondigen via bijvoorbeeld digitale informatiezuilen zoals genoemd onder artikel 3.8. Er wordt geen toestemming verleend voor spandoeken aan gebouwen en voor commerciële reclame.

Voor de vergunning van spandoeken gelden de volgende richtlijnen:

- Reclame in deze vorm wordt gedurende maximaal drie weken toegestaan, te weten twee weken vóór en één week na de activiteit/campagne;
- Als het spandoek over de openbare weg wordt gespannen moet een minimale hoogte van 4.50 meter boven het wegdek in acht worden genomen in verband met de verkeersveiligheid;
- Nabij een kruising van wegen wordt geen spandoek toegestaan.

Voor spandoeken of een gespannen doek in een metalen frame geldt dat voor het frame een bouwvergunning aangevraagd moet worden. Daar gelden specifieke regels voor.

Op grond van artikel 2:10 van de APV is het verboden zonder vergunning van burgemeester en wethouders de weg of een weggedeelte te gebruiken anders dan overeenkomstig de bestemming daarvan. Dit verbod geldt bijvoorbeeld ook voor spandoeken.

3.11.d Wildplakken

Op zowel de aangewezen plaatsen als op niet aangewezen plaatsen zoals cai-kasten,abri's en glasbakken wordt overdadig geplakt. Dan wordt bijvoorbeeld reclame gemaakt voor concerten, kermissen en races. Het wildplakken draagt bij uitstek bij aan de verloederings van de openbare ruimte. Voorbeelden zijn affiches in opvallende kleuren en gescheurde of loshangende affiches van evenementen die lange tijd geleden hebben plaatsgevonden.

Daarom is het op grond van artikel 2:42 van de APV verboden de weg of dat gedeelte van een onroerende zaak die vanaf de weg zichtbaar is te bekrassen, te bekladden of daarop ontsierende handelsreclame aan te brengen of te hebben. Verder is het verboden, zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbende, op de weg of op dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf de weg zichtbaar is, aanplakbiljetten e.d. aan te plakken en enige afbeelding aan te brengen.

In het kader van het recht van vrijheid van meningsuiting moet de gemeente faciliteiten bieden om meningen kenbaar te maken. Het college van burgemeester en wethouders kan locaties aanwijzen voor het plaatsen van een aanplakbord.

Na vaststelling van dit beleid kan onder oplegging van een last onder dwangsom opgetreden worden tegen overtreding van artikel 2:42 van de APV.

Tegen het gebruik van de vrije plakplaatsen voor zaken die geen betrekking hebben op het recht van vrije meningsuiting wordt opgetreden.

3.11.e Sandwichborden

Een veel voorkomende vorm van reclame-uiting betreft de sandwichborden of driehoeksborden. Die worden meestal om lantaarnpalen of andere objecten langs wegen geplaatst. Voor sandwichborden zijn twee vormen te onderscheiden met ieder een eigen set richtlijnen. Dat zijn:

- Evenementenreclame met bijbehorende richtlijnen, zoals genoemd in paragraaf 3.9.a;
- Reclame in verkiezingstijd met bijbehorende richtlijnen, zoals genoemd in paragraaf 3.11.i.

3.11.f Reclame op geadopteerde rotondes

Een recente reclame-uiting is het plaatsen van reclameborden op rotondes van bedrijven die een rotonde geadopteerd hebben. In de gemeente is de laatste jaren een tendens van burgerparticipatie bij het groenbeheer. Onderhoud en beheer van rotondes door bedrijven past daar ook in. Als tegenprestatie geldt dat het bedrijf in kwestie aan elke uitvalsweg één reclamebord met een maximum van vier reclameborden op één rotonde mag plaatsen, mits die qua aard, omvang, kleurstelling en vormgeving passen bij de rotonde en geen afbreuk aan de verkeersveiligheid doen.

3.11.g Abri's

Abri's zijn wachthokjes bij haltes van het openbaar vervoer. De gemeente Oude IJsselstreek sluit voor het plaatsen van abri's een contract met een aanbieder. In het contract kan worden opgenomen dat de aanbieder de abri's plaatst, onderhoud en schoonmaakt. In ruil daarvoor mag de aanbieder reclame maken in een abri. Dat mag met één verlichte tweezijdige vitrine in de zijwanden of in de achterwand.

Richtlijnen:

- Eén verlichte vitrine, eventueel aan twee zijden voorzien van posters;
- Maximale afmetingen nader te bepalen;
- Geen uitstraling naar huizen.

3.11.h Plattegrondborden (binnen de bebouwde kom)

Op diverse plekken in onze gemeente bevinden zich verlichte plattegrondborden. Om wildgroei te voorkomen, is gekozen voor één uitvoering van dergelijke borden. In de contracten is opgenomen dat in ruil voor het plaatsen en onderhouden van deze plattegrondborden na toestemming reclame mag worden gemaakt op de plattegrondborden.

Richtlijnen:

- De plattegrond gericht is op het binnenkomend verkeer;
- Alleen aan de zijde van de plattegrond mag reclame worden gemaakt.

3.11.i Reclame in verkiezingstijd

Een belangrijk onderdeel in de verkiezingstijd is het aan de kiezer zichtbaar maken van politieke partijen en hun opvattingen. Daar hoort verkiezingsreclame bij. In verkiezingstijd zijn twee vormen voor het aanbrengen van verkiezingsreclame mogelijk. Het eerste betreft de tijdelijke plakplaatsen die door de gemeente worden gerealiseerd voor het aanplakken van affiches voor verkiezingspropaganda.

Het tweede betreft het plaatsen van (sandwich)borden en andere vormen van verkiezingsreclame. Daarvoor wordt gesteld dat:

- Ze geen gevaar mogen opleveren of afbreuk aan de verkeersveiligheid doen. Ze mogen daarom niet geplaatst worden op kruisingen, rotondes en ter hoogte van uitritten, op of over de weg en op of over fiets- en voetgangerspaden;
- Ze door plaatsing geen schade mogen opleveren aan gemeentelijke eigendommen;
- Ze mogen niet zorgen voor verrommeling en dus moeten ze uiterlijk één week na de verkiezingen verwijderd worden door de politieke partijen die ze geplaatst hebben of hebben laten plaatsen.

Anderzijds kan de gemeente reclame-uitingen, geplaatst op gronden waarvan zij eigenaar is, op basis van het eigendomsrecht verwijderen, mits voldoende recht wordt gedaan aan de algemene beginselen van behoorlijk bestuur bij de uitoefening daarvan.

4. Toezicht en handhaving

4.1 Handhavingbeleidsplan

Toezicht en handhaving op reclame-uitingen vindt in beginsel plaats conform het Handhavingbeleidsplan (en/of het Handhavinguitvoeringsplan). Hierbij worden de volgende twee aspecten in acht genomen:

- a. Borden die op gemeentegrond staan;
- b. Uitzondering.

4.1.a Borden die op gemeentegrond staan

Juridisch gezien is een bord dat op gemeentegrond staat, eigendom van de gemeente. De gemeente mag dit bord (haar eigendom door natrekking) van die grond verwijderen. Daarbij worden achtereenvolgens de volgende stappen door de gemeente gezet:

- Stap 1: Het bord wordt verwijderd, tenzij er een vergunning voor is verleend;
- Stap 2: Het bord wordt opgeslagen op de gemeentewerf en de eigenaar/adverteerder wordt aangeschreven dat hij het bord kan ophalen op de gemeentewerf, tegen betaling van de kosten van het verwijderen (€100,-). Hij heeft hiervoor twee weken na aanschrijving;
- Stap 3: Als het bord niet wordt opgehaald, wordt het na drie weken na aanschrijving vernietigd. Hier staat een boete van € 100,- per bord op.

4.1.b Uitzondering

Een uitzondering wordt gemaakt voor reclame- of verwijsborden die zijn geplaatst ter bekendmaking van een kortdurend evenement in de gemeente Oude IJsselstreek, van culturele of toeristisch recreatieve aard. Hiermee worden activiteiten als een kermis, een paasfeest of een lokale rommelmarkt bedoeld. Ook deze reclame- of verwijsborden moeten uiterlijk één week na het evenement verwijderd te zijn. Gebeurt dat niet, dan worden de stappen zoals genoemd in paragraaf 4.1.a gezet.

Wat wordt aangemerkt als reclame- of verwijsbord?

- Ieder bouwwerk dat in de openbare ruimte staat en op enige wijze aanduiding geeft van wat ergens te verkrijgen of te doen is, of hoe er te komen;
- Bouwwerken die verplaatsbaar zijn, zoals borden op aanhangers.

5. Bijlagen

5.1 Globaal overzicht

Gebieden	Wat mag wel?	Wat is niet toegestaan?
Woongebieden in de bebouwde kom	Naamgevings- en verwijsborden naar praktijkruimten aan huis (zoals pedicure, huisarts, fysio etc.)	Geen reclameboodschappen
Bedrijfsbebouwing in de bebouwde kom	Alleen naam en aard bedrijf mag op bord staan Gevels aan meer straten mogen op elke gevel naam en aard bedrijf vermelden	Niet meer dan 1 uiting op een gevel
Winkelgebieden in de bebouwde kom	Uitingen plaatsen op grondniveau Lichtreclame mag Reclame moet gerelateerd zijn aan het gebruik pand	Knipperende, felle lichtreclame
Bedrijventerreinen	Reclame en bewijzingsborden moeten een directe relatie leggen met het bedrijf of de producten van het bedrijf	Uitgangspunt blijft dat borden op logische plek geplaatst moeten worden, dus niet zicht belemmerend voor verkeer of omgeving
Sportterreinen	Alleen borden met berichtgeving of naamgeving toegestaan van club of vereniging zelf. Reclame mag alleen richting het veld.	In principe geen reclame op de gevel van clubgebouw of ingang
Buitengebied	Uitzondering is voor reclame van seizoensgebonden producten/	Geen reclame toegestaan, behalve seizoensproducten Geen lichtreclame. Geen weideborden.

5.2 Campagne regels verkiezingen **CAMPAGNEREGELS VERKIEZINGEN**

Gendringen, 13 december 2018

Voor de verkiezingen van het Europees Parlement, de Tweede Kamer, de Provinciale Staten, de Gemeenteraad en het Waterschap mogen politieke partijen die voor deze verkiezingen geregistreerd zijn verkiezingsborden plaatsen. Hiervoor hoeft in principe geen vergunning of toestemming gevraagd te worden aan het college tenzij het gemeentelijk beleid dit vereist. Bij het plaatsen van verkiezingsborden moeten de volgende regels in acht genomen worden:

1. Géén gevaar

Verkiezingsborden mogen geen gevaar opleveren voor het doelmatig en/of veilig gebruik van een openbare plaats en mogen daarom niet geplaatst worden:

- a. op kruisingen, rotondes en ter hoogte van uitritten;
- b. op of over de weg en op of over fiets- en voetgangerspaden;

2. Géén schade

Verkiezingsborden mogen niet door middel van plakken, spijkers, schroeven e.d. aan gemeentelijke eigendommen worden bevestigd waardoor schade ontstaat of kan ontstaan aan deze gemeentelijke eigendommen.

3. Géén verrommeling

Verkiezingsborden moeten uiterlijk één week na afloop van de betreffende verkiezingen verwijderd worden door de politieke partijen die deze geplaatst hebben of hebben laten plaatsen.

Het bovenstaande beleid betekent dat veel gebruikte borden, zoals zogenaamde sandwich- en driehoeks-borden en borden met een betonnen voet, zonder vergunning geplaatst kunnen worden.

Borden die op plekken hangen die, naar het inzicht van de medewerkers van de Buitendienst van de gemeente Oude IJsselstreek gevaar opleveren voor het doelmatig en/of veilig gebruik van de weg zullen door de gemeente worden verwijderd. De politieke partij is voorts verplicht binnen één week na afloop van de verkiezingen de borden te verwijderen. De borden die niet verwijderd zijn binnen deze termijn, worden door de gemeente opgeruimd en tot 6 weken na afloop van de betreffende verkiezing opgeslagen op de gemeentewerf aan De Hogenkamp 10 in Ulft waar ze kunnen worden opgehaald.

Als bovengenoemde termijn van 6 weken is verstreken, zullen de borden worden vernietigd. De politieke partijen die de borden geplaatst hebben of hebben laten plaatsen zullen – indien de adresgegevens bij de gemeente bekend zijn – in kennis worden gesteld van het feit dat hun bord(en) op de gemeentewerf is opgeslagen. Op de gemeentepagina en op de gemeentelijke website zal in ieder geval een algemene oproep worden geplaatst.

De gemeente is en blijft als wegbeheerder als eerste verantwoordelijk voor de veiligheid, het doelmatig gebruik van de weg en de eventuele schade die door derden wordt geleden als gevolg van de plaatsing van verkiezingsborden door derden.

De gemeente zal deze schade in alle gevallen verhalen op de betreffende politieke partij die de borden geplaatst heeft of heeft laten plaatsen.

Voor het plaatsen van verkiezingsborden op plaatsen die niet in eigendom zijn van de gemeente moet alsnog aan de eigenaar van die plaats schriftelijk toestemming gevraagd worden.

5.3 Relevante artikelen uit de APV

Artikel 1:1 Begripsomschrijvingen

In deze verordening wordt verstaan dan wel mede verstaan onder:

Artikel 1:1F Handelsreclame: iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen.

Artikel 1:1J Weg het geen in artikel 1, eerste lid, onder b, van de Wegenverkeerswet daaronder wordt verstaan.

Artikel 2:10 Het plaatsen van voorwerpen op openbare plaatsen in strijd met de publieke functie daarvan

1. Het is verboden een openbare plaats anders te gebruiken dan overeenkomstig de publieke functie daarvan, als:

- a. het gebruik schade toebrengt of kan toebrengen aan de weg, de bruikbaarheid van de weg belemmert of kan belemmeren, dan wel een belemmering vormt of kan vormen voor het beheer of onderhoud van de weg; of
- b. het gebruik niet voldoet aan redelijke eisen van welstand.

2. Van een belemmering voor de bruikbaarheid van de weg is in ieder geval sprake wanneer niet tenminste een vrije doorgang van 1,5 m wordt gelaten op voetpaden en van 4,5 m op de rijbaan voor fietsers of gemotoriseerd verkeer.

3. Het college kan in het belang van de openbare orde of de woon- en leefomgeving nadere regels stellen ten aanzien van terrassen, uitstallingen en reclameborden.

4. Het bevoegde bestuursorgaan kan ontheffing verlenen van het verbod in het eerste lid.
5. In afwijking van het vierde lid kan het bevoegd gezag een omgevingsvergunning verlenen voor het in het eerste lid bedoelde gebruik, voor zover dit een activiteit betreft als bedoeld in artikel 2.2, eerste lid, onder j of k, van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht.
6. Het verbod in het eerste lid is niet van toepassing op:
 - a. evenementen als bedoeld in artikel 2:24;
 - b. standplaatsen als bedoeld in artikel 5:17.
7. Het verbod in het eerste lid is niet van toepassing op situaties waarin wordt voorzien door de Wet beheer rijkswaterstaatwerken, artikel 5 van de Wegenverkeerswet 1994, of de provinciale wegenverordening.
8. Het verbod uit het eerste lid is niet van toepassing op het plaatsen van laadpalen voor elektrische auto's, mits er wordt voldaan aan de Beleidsregels Oplaadpunten Elektrisch Vervoer gemeente Oude IJsselstreek.
9. Op de ontheffing bedoeld in het vierde lid is paragraaf 4.1.3.3 van de Algemene wet bestuursrecht (positieve fictieve beschikking bij niet tijdig beslissen) niet van toepassing.

Artikel 2:42 Plakken en kladden

1. Het is verboden een openbare plaats of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf die plaats zichtbaar is te bekrassen, te bekladden of daarop ontsierende handelsreclame aan te brengen of te hebben.
2. Het is verboden zonder schriftelijke toestemming van de rechthebbende op een openbare plaats of dat gedeelte van een onroerende zaak dat vanaf die plaats zichtbaar is:
 - a. een aanplakbiljet of ander geschrift, afbeelding of aanduiding aan te plakken, te doen aanplakken, op andere wijze aan te brengen of te doen aanbrengen;
 - b. met kalk, krijt, teer of een kleur of verfstof of reverse graffiti een afbeelding, letter, cijfer of teken aan te brengen of te doen aanbrengen.
3. Het in het tweede lid gestelde verbod is niet van toepassing indien gehandeld wordt krachtens wettelijk voorschrift.
4. Het college kan aanplakborden aanwijzen voor het aanbrengen van meningsuitingen en bekendmakingen.
5. Het is verboden de in het vierde lid bedoelde aanplakborden te gebruiken voor het aanbrengen van handelsreclame.
6. Het college kan nadere regels stellen voor het aanbrengen van meningsuitingen en bekendmakingen, die geen betrekking mogen hebben op de inhoud van de meningsuitingen en bekendmakingen.
7. De houder van de in het tweede lid bedoelde schriftelijke toestemming is verplicht die aan een opsporingsambtenaar op diens eerste vordering terstond ter inzage af te geven.

Artikel 4:15 Verbod hinderlijke of gevaarlijke reclames

1. 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, ernstige hinder ontstaat voor de omgeving of strijdigheid ontstaat met redelijke eisen van welstand.
2. Het eerste lid is niet van toepassing op situaties waarin wordt voorzien door het Besluit algemene regels voor inrichtingen milieubeheer.

Artikel 5:7 Parkeren van reclamevoertuigen

1. Het is verboden een voertuig dat is voorzien van een aanduiding van handelsreclame, op de weg te parkeren met het kennelijk doel om daarmee handelsreclame te maken.
2. Het college kan van het verbod ontheffing verlenen.
3. Op de ontheffing is paragraaf 4.1.3.3 van de Algemene wet bestuursrecht (positieve fictieve beschikking bij niet tijdig beslissen) van toepassing.

Artikel 6:1 Strafbepaling

1. Overtreding van het bij of krachtens de volgende artikelen bepaalde en de op grond van artikel 1:4 daarbij gegeven voorschriften en beperkingen wordt gestraft met hechtenis van ten hoogste drie maanden of geldboete van de tweede categorie en kan bovendien worden gestraft met openbaarmaking van de rechterlijke uitspraak: artikel 2:10 tot en met artikel 2:12, artikel 2:25, artikel 2:26, artikel 2:28, artikel 2:29, artikel 2:38, artikel 2:41, artikel 2:73a, artikel 2:76, artikel 2:78, artikel 3:4 tot en met artikel 3:10, artikel 4:2, artikel 4:3, artikel 4:5, artikel 4:6, artikel 4:8, artikel 4:9, artikel 5:2, artikel 5:3, artikel 5:5, artikel 5:7 tot en met artikel 5:10, artikel 5:13, artikel 5:15, artikel 5:18, artikel 5:19, artikel 5:23, artikel 5:28, artikel 5:34, artikel 5:36, artikel 5:37.
2. Overtreding van het bij of krachtens de volgende artikelen bepaalde en de op grond van artikel 1:4 daarbij gegeven voorschriften en beperkingen wordt gestraft met een geldboete van de eerste categorie: artikel 2:1, artikel 2:3, artikel 2:6, artikel 2:9, artikel 2:13 tot en met artikel 2:18, artikel 2:23, artikel 2:23a, artikel 2:31, artikel 2:33, artikel 2:36, artikel 2:39, artikel 2:40, artikel 2:42 tot en met artikel 2:48, artikel

2:49 tot en met artikel 2:53, artikel 2:57 tot en met artikel 2:60, artikel 2:62, artikel 2:64, 2:64A, artikel 2:65, artikel 2:73, artikel 2:73b, artikel 2:74a, artikel 4:13, artikel 3:18 tot en met artikel 3:22, artikel 4:6a tot en met artikel 4:7, artikel 4:9a, artikel 4:15, artikel 4:18, artikel 5:4, artikel 5:6, artikel 5:7, artikel 5:11, artikel 5:12, artikel 5:24 tot en met artikel 5:33.

Artikel 6:2 Toezichthouders

1. Met het toezicht op de naleving van het bij of krachtens deze verordening bepaalde zijn belast: aangestelde buitengewone opsporingsambtenaren.
2. Het college dan wel de burgemeester kan daarnaast andere personen met dit toezicht belasten.
3. Onverminderd het eerste en tweede lid zijn de ambtenaren van politie, bedoeld in artikel 141, onder b, van het Wetboek van Strafvordering, eveneens belast met het toezicht op de naleving van de bij of krachtens deze verordening gegeven voorschriften.