

Rectificatie: Beleidsnota Buitenreclame 2021

[Deze publicatie betreft een rectificatie omdat per abuis de verkeerde versie is gepubliceerd. Artikel 5.1.4 was niet vastgesteld door de gemeenteraad en artikel 5.2.2 bevatte de verkeerde inhoud. De oorspronkelijke publicatie is op 22 december 2021 bekendgemaakt, beschikbaar via [Gemeentebblad 2021, 467722](#).]

Deze rapportage is opgesteld door het Nationaal Adviesbureau Buitenreclame B.V. (NABB) in samenwerking met medewerkers van de gemeente Gooise Meren.

Inleiding

Deze Beleidsnota is in 2021 tot stand gekomen vanuit de behoefte aan een beleidsnota die beleid van vóór de gemeentelijke fusie op 1 januari 2016 harmoniseert en actualiseert.

In een economisch en maatschappelijk actieve gemeente hebben inwoners en ondernemers behoefte aan de mogelijkheid hun activiteiten te promoten. Een goed en transparant reclamebeleid, vastgelegd in een beleidsnota, is hiervoor onontbeerlijk. Deze beleidsnota bevat beleidsregels in de zin van artikel 1:3 lid 4 Algemene wet bestuursrecht.

Dit hoofdstuk behandelt de afbakening van het beleid en formuleert de doelstellingen die de gemeente Gooise Meren hanteert ten aanzien van reclame in de openbare ruimte.

1.1 Onderwerp en definities

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

Handelsreclame

In de Algemene plaatselijke verordening gemeente Gooise Meren 2020 (hierna: APV) wordt onder handelsreclame het volgende verstaan¹: "iedere openbare aanprijzing van goederen of diensten, waarmee kennelijk beoogd wordt een commercieel belang te dienen". Uit deze formulering blijkt dat het gaat om reclame voor commerciële doeleinden.

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

Buitenreclame

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

Lichtreclame

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

1.2 Afbakening

De reclamewereld is een omvangrijke sector. Reclame schreeuwt voortdurend en overal om aandacht. Reclamebureaus komen met steeds originelere en vooral opvallender concepten voor de dag. Talloze verschillende verschijningsvormen voor reclame-uitingen zijn ontstaan.

Deze beleidsnota geeft uitsluitend betrekking op buitenreclame, zoals bedoeld in paragraaf 1.1. Waar in deze beleidsnota eventueel gesproken wordt over 'reclame', wordt 'buitenreclame' bedoeld, zoals hierboven in paragraaf 1.1 gedefinieerd.

Bij het omgaan met reclame heeft de gemeente een dubbelrol, te weten een publiekrechtelijke en een privaatrechtelijke. Publiekrechtelijk heeft de gemeente de zorg voor ruimtelijke kwaliteit, verkeersveiligheid, welstand en het tegengaan van overlast. In deze rol treedt de gemeente op als vergunningverlener en handhaver. De privaatrechtelijke rol heeft betrekking op de exploitatie van de ruimte waarvan zij

1) Artikel 1:1 APV Gooise Meren.

eigenaar is (de openbare ruimte). De openbare ruimte wordt geëxploiteerd voor reclamedoeleinden, zoals A0-reclamedisplays en inabri's. Hiervoor sluit de gemeente periodiek overeenkomsten met bedrijven die deze reclames voor adverteerders verzorgen. Ook voor deze vorm van reclame gelden spelregels, die in de beleidsregels staan. In de overeenkomsten worden allerlei afspraken vastgelegd, bijvoorbeeld met betrekking tot aantallen, kwaliteit, beheer en onderhoud van de reclameobjecten. Zie ook paragraaf 4.7.

Wat valt niet onder de beleidsregels en wordt dus niet behandeld in dit beleid:

- terrassen, terrasschotten en menuborden bij horecagelegenheden;
- uitstallingsborden;
- bewegwijzering (bewegwijzering voor industrie met blauwe borden, voor voorzieningen met gele borden en toerisme met bruine borden);
- bussen of andere (rijdende) voertuigen met reclame, met uitzondering van voertuigen die kennelijk rondrijden met de bedoeling reclame te maken. Het is al verboden² om voertuigen op een door het college aangewezen weg te parkeren met het kennelijke doel om daarmee handelsreclame te maken;
- reclame via flyer en promotieartikelen en dergelijke;
- standplaatsen en evenementen
- reclame in parkeergarages.

1.3 Doelstellingen beleid buitenreclame gemeente Gooise Meren

Er is behoefte aan een gecoördineerd gemeentelijk beleid, waarbij een afweging gemaakt wordt tussen de veelheid van en soms tegenstrijdige belangen bij de inrichting van de openbare ruimte. De complexiteit vraagt om een zo consistent en duidelijk mogelijk beleid voor reclame, dat in de beleidsregels is neergelegd.

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

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

Dit resulteert in de volgende doelstellingen:

- duidelijke regelgeving, zodat (culturele)instellingen, ondernemers en inwoners weten waar ze aan toe zijn;
- het behouden en waar mogelijk verbeteren van de kwaliteit van de openbare ruimte door reclame zorgvuldig in te passen;
- Het behouden van het groene karakter van de gemeente
- Voorkomen van een rommelige aanblik door een overschot aan buitenreclame
- het juridisch sluitend maken van het reclamebeleid;
- het genereren van extra inkomsten voor de gemeente.

2 Juridisch en beleidsmatig kader

2.1 Inleiding

In het vorige hoofdstuk zijn de doelstellingen geformuleerd. In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de beleidsmatige en juridische kaders die relevant zijn voor het reclamebeleid. Het juridisch kader wordt vooral gevormd door de Algemene plaatselijke verordening Gooise Meren 2020 (APV) en de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo). Beleidsmatig is de Welstandsnota 2019 van belang. Voor de leesbaarheid wordt in deze toelichting niet afzonderlijk ingegaan op aangrenzende regelgeving.

De beleidsregels zijn een nadere concretisering van de toetsingskaders uit de Wabo en de APV. Hieronder worden de diverse juridische kaders nader uitgewerkt.

2) artikel 5:7 APV Gooise Meren

2.2 Wet algemene bepalingen omgevingsrecht (Wabo)

Indien een reclameobject is aan te merken als een bouwwerk, is voor het bouwen daarvan een omgevingsvergunning vereist. Een bouwwerk is een constructie van enige omvang en heeft een plaatsgebonden karakter. Het maakt in eerste instantie niet uit of het bouwwerk op eigen terrein of op gemeentegrond gerealiseerd wordt. Een grote reclamemast is bijvoorbeeld zo'n bouwwerk.

Een aanvraag voor een omgevingsvergunning wordt getoetst aan:

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

2.3 Algemene plaatselijke verordening Gooise Meren 2020 (APV)

In de APV Gooise Meren is een aantal bepalingen opgenomen waarmee reclameobjecten worden gereguleerd: artikel 2:10 (Voorwerpen op of aan de weg), artikel 2:42 (Plakken en kladden), artikel 4:15 (Het aanbrengen van handelsreclame) en artikel 5:7 (Parkeren van reclamevoertuigen).

Bij de toetsing van reclame zijn meestal de artikelen 2:10 of 4:15 relevant. Op deze artikelen wordt nader ingegaan in hoofdstuk 3.

2.4 Welstandsnota

In een welstandsnota legt een gemeente de welstandscriteria vast die van toepassing zijn op bouwwerken. Deze is genaamd *Welstandsnota 2019 Gooise Meren*. De welstandscriteria voor een aantal reclameobjecten zijn opgenomen in hoofdstuk 4, deel Reclame, klein plan 7.

Daarnaast is de excessenregeling uit de welstandsnota van toepassing. De gemeente heeft de mogelijkheid om repressief in te grijpen indien vergunningsvrije bouwwerken in ernstige mate in strijd zijn met redelijke eisen van welstand. Deze regeling is gebaseerd op artikel 12, lid 1 van de Woningwet. Dit is het geval indien sprake is van excessen. Een exces wordt in de Welstandsnota 2019 gedefinieerd als "een bouwwerk dat sterk afwijkt van en afbreuk doet aan de omgeving". Daaronder kunnen ook te opdringerige reclames vallen (pag. 119 welstandsnota). In dat geval kan het college op grond van artikel 13 Woningwet de eigenaar aanschrijven tot het opheffen van die strijdige situatie. In het geval van een exces moet het college kunnen verwijzen naar specifieke criteria in de welstandsnota. Deze beoordelingscriteria voor excessen zijn opgenomen in het hoofdstuk Afwijkende Plannen van de welstandsnota, en zijn ook van toepassing op buitenreclame.

2.5 Bevoegdheid

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

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

3 Vergunningverlening voor reclame in de openbare ruimte

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op de van toepassing zijnde juridische regelingen op basis waarvan aanvragen om reclamevergunningen worden getoetst.

3.1 Voorwerpen op of aan de weg (artikel 2:10 APV)

Op grond van artikel 2:10, eerste lid APV is het verboden zonder voorafgaande vergunning de weg of een weggedeelte anders te gebruiken dan overeenkomstig de publieke functie daarvan, als dat gebruik:

- a. schade toebrengt aan de weg, gevaar oplevert voor de bruikbaarheid van de weg of voor het doelmatig en veilig gebruik daarvan, dan wel een belemmering kan vormen voor het doelmatig beheer en onderhoud van de weg;
- b. wanneer niet ten minste een vrije doorgang van 1,1 meter wordt gelaten op voetpaden en van 3,5 meter op de rijbaan voor fietsers of gemotoriseerd verkeer;
- c. niet voldoet aan redelijke eisen van welstand.

Het verbod geldt niet voor:

- a. evenementen als bedoeld in artikel 2:25;
- b. terrassen als bedoeld in artikel 2:28;
- c. standplaatsen als bedoeld in artikel 5:18; en
- d. fietsen of bromfietsen.

In lid 2 is opgenomen dat van een belemmering voor de bruikbaarheid van de weg in ieder geval sprake wanneer niet ten minste een vrije doorgang van 1,10 m wordt gelaten op voetpaden en van 3,5 m op de rijbaan voor fietsers of gemotoriseerd verkeer. Deze bepaling kan onder meer worden toegepast voor uitstallingen.

Het college heeft op grond van het achtste lid de bevoegdheid om "in het belang van de woon- en leefomgeving" nadere regels te stellen.

3.2 Handelsreclame

Op grond van artikel 4:15, eerste lid APV is het verboden zonder omgevingsvergunning van het college op of aan een onroerende zaak aan te brengen handelsreclame, opschriften, aankondigingen, afbeeldingen, reclameobjecten of constructies, in welke vorm dan ook.

In lid 4 is een aantal uitzonderingen opgenomen, waarop het verbod niet van toepassing is. Dit betreft vormen van reclame die minder impact hebben op het uiterlijk aanzien van de gemeente, de verkeersveiligheid en dergelijke. Het gaat om de volgende objecten:

- a. opschriften, aankondigingen en afbeeldingen, reclameobjecten of constructies die niet zichtbaar zijn vanaf een openbare weg, een spoorweg of openbaar water;
- b. opschriften, aankondigingen, afbeeldingen of constructies in het belang van het openbaar verkeer;
- c.abri's ten behoeve van het openbaar vervoer;
- d. tankstations.

Met uitzondering van de gevallen hierboven genoemd onder a tot en met d, is dus een omgevingsvergunning nodig voor het voeren van handelsreclame.

De vergunning wordt slechts geweigerd als:

- a. door middel van een opschrift, aankondiging of afbeelding het verkeer in gevaar wordt gebracht of ernstige hinder ontstaat voor de omgeving;
- b. de handelsreclame in strijd is met de bepalingen uit de geldende Welstandnota dan wel het in Gooise Meren van toepassing zijnde reclamebeleid;
- c. de handelsreclame wordt aangevraagd op/aan/in een bouwwerk en het college niet bereid is om een omgevingsvergunning te verlenen voor het bouwwerk als bedoeld in artikel 2.1 en 2.2 van de Wet algemene bepalingen omgevingsrecht.

3.3 Bouwwerken

Als het reclameobject een bouwwerk is, dan is naast het doel reclame op grond van artikel 4:15 ook een omgevingsvergunning verplicht op grond van artikel 2.1 lid 1 sub a van de Wabo. De APV-vergunning uit paragraaf 3.2 wordt dan meegenomen in (de beoordeling van) één omgevingsvergunning (artikel 2.2 lid 1 sub h van de Wabo). Het bouwwerk wordt aan welstand getoetst, en het onderdeel reclame aan "de geldende Welstandnota en het in Gooise Meren van toepassing zijnde reclamebeleid". Deze beleidsnota voorziet daarin.

3.4 Overgangsrecht

Vanaf de inwerkingtreding van deze beleidsregels is het nieuwe beleid van toepassing op alle nieuwe aanvragen om een vergunning als bedoeld in artikel 2:10 APV en artikel 4:15 APV, met betrekking tot reclame. Op alle aanvragen van vóór het tijdstip van in werking treden van deze beleidsregels geldt de voor aanvrager meest gunstige regeling.

4 Algemene uitgangspunten

In dit hoofdstuk staan de algemene uitgangspunten die van toepassing zijn op alle reclameobjecten. Met andere woorden: alle reclame wordt aan deze algemene uitgangspunten getoetst. Als een nieuwe reclamevorm niet genoemd is in hoofdstuk 5 (specifieke criteria), dan wordt dus ook getoetst aan de algemene uitgangspunten. Deze zijn onderverdeeld in een aantal categorieën. Nadere criteria per reclamevorm zijn opgenomen in hoofdstuk 5. In het geval van privaatrechtelijke overeenkomsten kunnen daarin nog aanvullende eisen of voorwaarden worden opgenomen.

4.1 Uitgangspunten voor reclame in de openbare ruimte

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

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

4.2 Ontoelaatbare reclame

In onderstaande gevallen is reclame in de openbare ruimte niet toelaatbaar:

- reclame in de directe omgeving van de ingang van een begraafplaats;
- reclame in parken en plantsoenen;
- reclame aan of rond bomen;
- reclame in of in de directe omgeving van waterpartijen;
- reclame op of aan kunstwerken zoals bruggen en viaducten;
- reclame die storend en/of aanstootgevend is en/ of in strijd is met de goede zeden en de openbare orde;
- reclame die niet voldoet aan de richtlijnen van de Reclame Code Commissie³.

4.3 Verkeersveiligheid

Criteria:

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

4.4 Ruimtelijke kwaliteit

Ruimtelijke kwaliteit hangt samen met de waardering van de ruimte.

Criteria:

- Waar reclameobjecten ook worden aangebracht, ze mogen niet leiden tot een onevenredige aantasting van architectuur, bijzondere vormgeving van straatmeubilair, zichtlijnen en het ruimtelijke beeld.
- Commerciële reclame past binnen het straatbeeld en is per soort van uiting uniform van vormgeving, kleurstelling en materiaalgebruik.
- Reclame past in de schaal en de sfeer van de omgeving.
- Behouden van het groene karakter van de gemeente.
- Wildplak en/ of graffiti is niet toegestaan en daar waar mogelijk treedt de gemeente handhavend op.
- Binnen de privaatrechtelijke contracten kan een signaleringsfunctie opgenomen worden voor wildplak (waarna de gemeente over kan gaan tot handhaven).

4.5 Beschikbaarheid van reclameruimte

In privaatrechtelijk af te sluiten overeenkomsten kan - indien gewenst door de gemeente - een deel van de reclameruimte tegen betaalbare tarieven beschikbaar gesteld moeten worden voor deze uitingen.

3) In de APV zelf is ook een bepaling opgenomen over aanstootgevende reclame e.d., de Reclame Code Commissie kan hierop aanvullend worden toegepast.

4.6 Privaatrechtelijk af te sluiten overeenkomsten

Concessies die de gemeente uit geeft (dus wanneer de exploitant het exploitatierisico loopt) zullen in de markt gezet worden op basis van het inkoopbeleid van de gemeente en de Aanbestedingswet 2012.

4.7 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.

Criteria:

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

4.8 Lichtreclame (inclusief digitale reclame)

Criteria m.b.t. lichtintensiteit:

- 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).

Criteria m.b.t. dynamiek:

- Bewegende beelden zijn alleen toegestaan in voetgangersgebieden, of op locaties waar de gemeente specifiek toestemming geeft voor het tonen van bewegend beeld.
- Voor digitale reclame-uitingen op alle overige locaties is bewegend beeld of animatie niet toegestaan. De minimale duur tussen uitingen bedraagt 6 seconden.

Criteria m.b.t. locaties:

- Digitale reclame is alleen toegestaan in gebieden die aangemerkt zijn als gewoon welstandsgebied.
- Per reclamevorm worden door de gemeente de locaties bepaald waar digitale reclame toegestaan wordt.

4.9 Staat van onderhoud

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

Criteria:

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

4.10 Zonering

In de Welstandsnota 2019 Gooise Meren is het grondgebied van de gemeente onderverdeeld in een aantal gebieden met verschillende welstandscriteria. Voor elk welstandsgebied is een welstandsniveau aangegeven. Een groot deel van de gemeente is aangemerkt als gewoon welstandsgebied. Hier heeft de gemeente gekozen voor het handhaven van een goede basiskwaliteit met daarbij voldoende vrijheid voor de burger of ondernemer om invulling te geven aan eigen initiatieven.

Daarnaast zijn er bijzondere welstandsgebieden, waar extra aandacht is voor het behoud en de eventuele versterking van de ruimtelijke kwaliteit. Voorbeelden hiervan zijn de rijksbeschermden stadsgezichten vesting Muiden en vesting Naarden en de rijksbeschermden dorpsgezichten Het Spiegel en Brediuskwartier.

Tot slot is er een vrije welstandszone. In de bijzondere welstandsgebieden zijn (bepaalde) reclames minder gewenst tot ongewenst. In andere gebieden, zoals bedrijventerreinen, is reclame meer op zijn plaats.

Naast de in deze beleidsnota genoemde criteria, worden reclameobjecten die tevens bouwwerk zijn, ook getoetst aan de gebiedscriteria in de welstandsnota. Dit betekent dat de criteria in deze Nota Reclame gelden voor alle reclameobjecten binnen het gemeentelijk territorium. Daarbij is rekening gehouden met kwetsbare of bijzondere gebieden. Als er sprake is van een bouwwerk, dan gelden deze criteria aanvullend op de welstandscriteria in de Welstandsnota.

5 Criteria per reclamevorm

In dit hoofdstuk worden de uitgangspunten op hoofdlijnen geformuleerd die gelden voor de onderscheidende vormen van reclame in de openbare ruimte. Als bijlage zijn foto's als voorbeelden opgenomen van de verschillende te contracteren reclamevormen.

5.1 Te contracteren reclamevormen

5.1.1 A0-reclamedisplays

Criteria:

- De gemeente staat een vast netwerk toe van A0-reclamedisplays welke primair bedoeld zijn voor het aankondigen van lokale evenementen.
- Voor lokale niet-commerciële instellingen worden maximale tarieven vastgesteld. Tevens worden voorrangregels van toepassing verklaard voor reclamecampagnes van deze organisaties.
- Maximaal 45 locaties in Bussum, 15 locaties in Naarden, 8 locaties in Muiden en 7 in Muiderberg.
- Gemeente kan ten behoeve van eigen communicatie deel van de mediaruimte claimen.
- Locaties alleen langs doorgaande wegen, niet in bijzondere welstandsgebieden.

5.1.2 Abri-reclame (reclame op het 2m2-formaat)

Criteria:

- De gemeente hecht waarde aan een goede kwaliteit van de abri's inclusief marktconform beheer en onderhoud.
- De gemeente zoekt een onderneming die bereid is de plaatsing, beheer, onderhoud en reclame-exploitatie voor haar rekening te nemen.
- De locaties van abri's worden bepaald door de gemeente in overleg met de vervoerder.
- Als onderdeel van het contract met de exploitant van de abri's zal de gemeente op maximaal 10 locaties vrijstaande reclamevitruines toestaan. Deze locaties zullen primair door de gemeente vastgelegd worden, mede in overleg met de exploitant van de abri's.
- Een aantal locaties van de vrijstaande reclamevitruines dient door de exploitant digitaal uitgevoerd te worden, waarbij een deel van de zendtijd gratis ter beschikking gesteld wordt van de gemeente. Deze zendtijd dient ook toegankelijk te zijn voor noodmeldingen vanuit de gemeente.

5.1.3 Lichtmastreclames

Criteria:

- Lichtmastreclames zijn primair bedoeld voor bewegwijzering en naamsbekendheid van lokale instellingen en bedrijven.
- Toegestaan op maximaal 30 locaties in Naarden, 20 in Bussum, 5 in Muiden en 5 in Muiderberg.
- Lichtmastreclames worden alleen toegestaan langs doorgaande wegen; lichtmastreclame is nooit toegestaan in de bijzondere welstandsgebieden.

5.2 Niet toegestane reclamevormen

5.2.1 Reclameframes op nutsvoorzieningen

Het is niet toegestaan om op nutsvoorzieningen (eigendommen van derden) reclameframes te plaatsen. De reden hiervoor is dat de gemeente reclame in de openbare ruimte wenst te beperken.

5.2.2 Reclame op rotondes

Het is niet toegestaan om op rotondes reclame te plaatsen. De reden hiervoor is dat de gemeente een onrustig straatbeeld wenst te beperken en de verkeersveiligheid niet in gevaar wil brengen.

5.3 Tijdelijke reclame in de openbare ruimte

Het is niet toegestaan om tijdelijk reclameobjecten in de openbare ruimte te plaatsen, met uitzondering van spandoeken.

5.3.1 Spandoeken

Het is toegestaan om zonder vergunning spandoeken te plaatsen met aankondigingen van niet-commerciële activiteiten ten algemene nutte (zoals “wij gaan weer naar school”).

5.4 Overige reclamevormen

5.4.1 Bouw- en projectborden

Het is onder voorwaarden toegestaan om bouw- en projectborden te plaatsen met aankondiging van (nieuwbouw) projecten. Hiervoor kan een vergunning worden verleend op grond van artikel 4:15 APV. De bouw- en projectborden dienen betrekking te hebben op de naam of aard van in uitvoering zijnde bouwwerken of op de namen van degenen die bij het ontwerp of de uitvoering van het bouwwerk betrokken zijn, mits deze opschriften zijn aangebracht op borden bij of op de in uitvoering zijnde bouwwerken zelf en niet verlicht zijn, zulks voor zolang zij feitelijke betekenis hebben.

5.4.2 Reclameborden e.d. op eigen terrein

Het is niet toegestaan om op particulier terrein spandoeken, reclameborden, vlaggenmasten en/ of reclamewagens te plaatsen, tenzij alleen reclame gemaakt wordt voor de activiteit die op het terrein/ bedrijf plaatsvindt. De reclame dient dus uitdrukkelijk verband te houden met het desbetreffende pand en/of de activiteit die daar plaatsvindt.

5.4.3 Bewegwijzering

Alleen borden m.b.t. bewegwijzering zijn toegestaan in de openbare ruimte.

5.4.4 Verkiezingsborden

Door de gemeente worden op vaste locaties reclameborden ter beschikking gesteld voor reclame-uitingen van politieke partijen.

5.5 Toelatingscriteria nieuwe vormen van reclame

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

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

Bijlage 1 Toelichtend beeldmateriaal

A0-reclamedisplays



Abri's (met 2m² reclamevitrine)



Lichtmastreclame



Vrijstaande reclamevitrine (2m²)

