

Beleidsregels reclame gemeente Súdwest-Fryslân 2024

Het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Súdwest-Fryslân;

gelet op artikelen 2:10 en 4:15 van de Algemene Plaatselijke Verordening 2021 gemeente Súdwest-Fryslân;

overwegende dat:

- op 20 december 2016 het huidige Reclamebeleid is vastgesteld;
- het wenselijk is om dit Reclamebeleid te actualiseren;
- het vaststellen van beleidsregels nodig is om vervuiling door reclame tegen te gaan, verkeersonveilige situaties te voorkomen en een duidelijk kader te bieden in welke mate losse reclame-uitingen – anders dan gevelreclame en andere reclamevormen op het eigen perceel voor de promotie van het eigen bedrijf - aanvaardbaar zijn binnen onze gemeente;

besluit vast te stellen de:

Beleidsregels reclame gemeente Súdwest-Fryslân 2024.

Hoofdstuk 1 Begrippen en wijze van meten

Artikel 1 Begripsbepalingen

In deze beleidsregels wordt verstaan onder:

- a. aankondigingsbord: een bord waarop activiteiten, evenementen, theatervoorstellingen, goede doelen en vergelijkbare acties in een stad of dorp worden aangekondigd;
- b. college: het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Súdwest-Fryslân;
- c. commerciële reclame: iedere openbare aanprijzing van goederen, diensten, activiteiten of namen waarmee kennelijk een commercieel belang wordt gediend met uitzondering van evenementen;
- d. driehoeks-/sandwichbord: tijdelijke reclame-uiting bestaande uit minimaal twee borden bevestigd aan een lichtmast of palen op of aan een openbare plaats;
- e. erf: al dan niet bebouwd perceel, of een gedeelte daarvan, dat direct is gelegen bij een hoofdgebouw en dat in feitelijk opzicht is ingericht ten dienste van het gebruik van dat gebouw, en, voor zover een omgevingsplan van toepassing is, deze die inrichting niet verbieden;
- f. evenementenreclame: reclame voor een tijdelijk voor publiek toegankelijke verrichting van vermaak;
- g. hoofdgebouw: een gebouw, of gedeelte daarvan, dat noodzakelijk is voor de verwezenlijking van de geldende of toekomstige functie van een perceel en, indien meer gebouwen op het perceel aanwezig zijn, gelet op die functie het belangrijkste is. Onder een gebouw wordt verstaan elk bouwwerk, dat een voor mensen toegankelijke, overdekte, geheel of gedeeltelijk met wanden omsloten ruimte vormt;
- h. ideële reclame: reclame met een maatschappelijk doel, waaronder niet wordt verstaan politieke reclame;
- i. politieke reclame: reclame van politieke partijen ten behoeve van de verkiezingscampagne;
- j. reclameobject: het voorwerp dat wordt gebruikt voor een reclame-uiting;
- k. reclame-uiting: iedere vorm van openbare aanprijzing van goederen, diensten, evenementen en andere activiteiten of namen, inclusief de drager waarmee kennelijk een commercieel/ideel belang wordt gediend;
- l. A0-reclameframes: 2-zijdige frames, op een vaste locatie, waarin statische reclameaffiches aangebracht kunnen worden met een oppervlakte van 88 cm (b) x 120 cm (h);
- m. vrijstaande reclamevitрины: van binnenuit verlichte reclamevitrine waarin aan twee zijden een reclamevlak aangebracht kan worden.

Artikel 2 Wijze van meten

1. De oppervlakte (afmetingen) van reclameobjecten wordt gemeten langs de buitenomtrek. De achtergrond/ondergrond van het bord wordt meegenomen in de meting. Een eventuele ophangconstructie, niet zijnde het reclameobject zelf, valt hier niet onder.
2. De hoogte van het reclameobject wordt gemeten vanaf de grond direct naast het reclameobject tot aan het hoogste punt van het reclameobject inclusief de eventuele ophangconstructie.

3. Voor het bepalen van de oppervlakte van losse letterreclame wordt gemeten langs de buitenomtrek van de letters.

Hoofdstuk 2 Toepassingsbereik en uitgangspunten

Artikel 3 Uitgesloten reclamevormen

Deze beleidsregels zijn niet van toepassing op gevelreclame en andere reclamevormen op het eigen erf voor de promotie van het eigen bedrijf.

Artikel 4 Uitgangspunten reclame

1. De algemene uitgangspunten zijn:
 - a. reclame moet worden aangebracht in het vaste netwerk van A0-reclameframes of de vrijstaande reclamevitрины die zijn verspreid over de gehele gemeente;
 - b. reclame op of aan andere objecten zoals bushokjes (abri's) is uitsluitend toegestaan als daarvoor exclusieve overeenkomsten zijn gesloten waarin is uitgewerkt onder welke voorwaarden deze objecten mogen worden gebruikt als reclamedrager;
 - c. reclame op lichtmasten, met uitzondering van de A0-reclameframes, is niet toegestaan;
 - d. de afstand tussen reclame-uitingen en verkeerslichten, kruispunten en spoorwegovergangen moet minimaal 40 meter zijn.
2. Voor bepaalde vormen van reclame-uitingen gelden aanvullende of afwijkende regels op deze algemene uitgangspunten. De reclamevormen en de criteria die daarvoor gelden zijn opgenomen in hoofdstuk 3.

Hoofdstuk 3 Aanvullende of afwijkende criteria voor bepaalde vormen van reclame-uitingen

Artikel 5 Commerciële reclame

Commerciële reclame op driehoeks-, sandwich of vergelijkbare borden is niet toegestaan. Commerciële reclame-uitingen moeten in de A0-reclameframes of in de vrijstaande reclamevitрины worden geplaatst.

Artikel 6 Evenementenreclame

1. Reclame-uitingen tijdens het evenement op het evenemententerrein waar het evenement plaatsvindt is toegestaan.
2. Buiten het evenemententerrein gelden voor reclame-uitingen voor evenementenreclame de volgende voorwaarden:
 - a. het plaatsen van reclameobjecten is alleen toegestaan op een erf;
 - b. reclameobjecten zijn alleen toegestaan vanaf maximaal 3 weken voor het evenement en tijdens het evenement;
 - c. de reclameobjecten dienen binnen 1 week na het evenement te worden verwijderd;
 - d. het verlichten/aanlichten van reclameobjecten is niet toegestaan;
 - e. bewegende delen of bewegende beelden zijn niet toegestaan;
 - f. de reclameobjecten mogen inclusief ophangconstructie niet groter zijn dan 6 m².
3. Bewegwijzeringsborden voor een evenement zijn alleen toegestaan wanneer het college hiervoor toestemming verleent en dit vanuit verkeersveiligheid noodzakelijk is.

Artikel 7 Aankondigingsborden entree stad/dorp

1. Bij iedere entree van een stad of dorp is een aankondigingsbord toegestaan.
2. Een aankondigingsbord mag pas worden geplaatst wanneer het college hiervoor toestemming heeft verleent.
3. Het aankondigingsbord dient in elk geval te voldoen aan de volgende voorwaarden:
 - a. het aankondigingsbord dient binnen 25 meter vanaf het plaatsnaambord bij de ingang van de bebouwde kom (het RVV-bord model H1) geplaatst te worden;
 - b. ter plaatse mogen geen onevenredige gevolgen voor de verkeersdoorstroming en verkeersveiligheid ter plaatse ontstaan;
 - c. per entreelocatie mag maximaal 1 aankondigingsbord worden geplaatst;
 - d. de aankondigingsborden mogen inclusief ophangconstructie niet hoger zijn dan 3 meter en de oppervlakte niet groter dan 6 m²;
 - e. commerciële reclame is op de aankondigingsborden niet toegestaan;
 - f. het verlichten/aanlichten van de aankondigingsborden is niet toegestaan;
 - g. bewegende delen of bewegende beelden zijn niet toegestaan.

Artikel 8 Ideële reclame-uitingen

1. Ideële reclame moet in de A0-reclameframes worden geplaatst. Voor ideële reclame bestaat de mogelijkheid om met de exploitant van de A0-frames een speciaal tarief overeen te komen.
2. Wanneer voor ideële reclame spandoeken worden gebruikt gelden daarvoor de regels uit artikel 10.

Artikel 9 Politieke reclame

1. Verkiezingsposters mogen uitsluitend op de door het college geplaatste verkiezingsborden worden aangeplakt. De locaties van de verkiezingsborden zijn opgenomen als bijlage bij deze beleidsregels.
2. Voor het gebruik van deze verkiezingsborden gelden de volgende voorwaarden:
 - a. de verkiezingsposters mogen een maand voorafgaand aan de verkiezingen op de verkiezingsborden worden geplakt;
 - b. partijen mogen alleen posters op A2-formaat gebruiken (42 x 60 cm);
 - c. partijen mogen per verkiezingsbord één poster plakken en hun posters niet over posters van andere partijen heen plakken;
 - d. partijen moeten de posters zelf aanplakken. Het is niet mogelijk een beroep te doen op gemeentelijke diensten.

Artikel 10 Spandoeken

1. Spandoeken met reclame-uitingen zijn toegestaan voor:
 - a. liefdadigheidsdoeleinden;
 - b. activiteiten van ideële of sociaal culturele aard die binnen de gemeente zelf plaatsvinden dan wel een duidelijke relatie hebben met (de bevolking van) de gemeente.
2. Indien een spandoek met reclame-uiting voldoet aan lid 1 gelden de volgende voorwaarden:
 - a. plaatsing van een spandoek is uitsluitend toegestaan tijdens de actie met een maximum van vier weken;
 - b. plaatsing van een spandoek is niet toegestaan boven de weg;
 - c. de verkeersveiligheid mag door een geplaatst spandoek niet in gevaar komen;
 - d. een spandoek mag niet worden bevestigd aan openbare voorzieningen zoals lichtmasten of verkeersborden.

Artikel 11 Afwegingskader toekomstige reclamevormen

- Voor reclame-uitingen waarin deze beleidsregels niet voorzien geldt het volgende afwegingskader:
- a. de reclame-uiting mag niet ten koste gaan van de verkeersveiligheid. Hiervoor worden de richtlijnen van het CROW gehanteerd;
 - b. de reclame-uiting mag niet leiden tot hinder voor de omgeving, waaronder geluid- en lichthinder. Hiervoor worden de normen uit het Omgevingsplan en de Richtlijn Lichthinder van de NSVV gehanteerd;
 - c. de reclame-uiting mag geen overlast veroorzaken voor omwonenden en gebruikers van omliggende percelen;
 - d. de reclame-uiting mag geen schade toebrengen aan de weg;
 - e. de reclame-uiting mag geen belemmering vormen voor het beheer en het onderhoud van de openbare weg.

Hoofdstuk 4 Slotbepalingen

Artikel 12 Toezicht en handhaving

Met het toezicht op de naleving van het bepaalde in deze regels zijn belast: personen werkzaam bij het team Toezicht en Handhaving.

Artikel 13 Excessenregeling

Het college kan handhavend optreden indien sprake is van een exces. Wanneer een reclame-uiting in ernstige mate in strijd is met de redelijke eisen van welstand, is in ieder geval sprake van een exces.

Artikel 14 Intrekking oud beleid

Het Reclamebeleid zoals vastgesteld op 20 december 2016 wordt ingetrokken.

Artikel 15 Overgangsrecht

Bestaande vergunde reclameobjecten die niet aan deze beleidsregels voldoen mogen blijven staan. Alle reclameobjecten die na de inwerkingtreding van deze beleidsregels zijn geplaatst, dienen te voldoen aan de criteria zoals gesteld in deze beleidsregels.

Artikel 16 Inwerkingtreding en citeertitel

1. Deze beleidsregels treden in werking op de eerste dag nadat de beleidsregels zijn bekendgemaakt.
2. Deze beleidsregels worden aangehaald als: 'Beleidsregels reclame gemeente Súdwest-Fryslân 2024'.

Bijlage I: Locaties verkiezingsborden.

*Aldus vastgesteld in vergadering van het college van burgemeester en wethouders van 25 juni 2024,
mr. drs. J.A. de Vries, burgemeester
drs. E.K. Strijker, gemeentesecretaris*