

Contractreclame beleid



BOR
Voorbereiding en Beleid
Juni 2008

Inhoudsopgave

- 1. Inleiding**
- 2. Verschillende vormen van reclame-uitingen, overzicht van reclamecontracten en locaties van reclamemeubilair**
- 3. Regels voor contractreclame**
- 4. Publiek- of privaatrechtelijk reguleren**
- 5. Aanbesteden**
- 6. Markteffecten als gevolg van het aanbestedingsbeleid**
- 7. Gemeentelijke uitingen en stadsmarketinguitingen**
- 8. Handhaving**

1. Inleiding

Onder reclame in de openbare ruimte verstaan we: iedere vorm van aanprijzing van goederen en diensten die naar buiten gericht is en die door het publiek buitenshuis ontvangen kan worden.

De zorg voor de dagelijkse leefomgeving is een belangrijk aspect van het gemeentelijke beleid. Reclame beïnvloedt het beeld van de openbare ruimte. Het is voor het bedrijfsleven en de werkgelegenheid van belang dat bedrijven in staat gesteld worden reclame te maken. Daarnaast moeten er voldoende mogelijkheden geboden worden voor culturele organisaties en instellingen om hun activiteiten onder de aandacht van het publiek te brengen.

De reclames in de Gemeente Enschede vallen grofweg in drie categorieën uiteen: commerciële reclame in de openbare ruimte, commerciële reclame aan gevels en evenementenreclame. De taken op het gebied van reclame zijn op dit moment verdeeld over verschillende afdelingen binnen de DSOB¹, de afdeling beleid en ontwikkeling van het cluster BOR² is verantwoordelijk voor de commerciële reclame in de openbare ruimte, de afdeling bedrijfsvoering van het cluster B&M³ voor de commerciële reclame aan gevels en de afdeling vergunningen van het cluster B&M voor evenementenreclame.

Er zijn algemene richtlijnen nodig voor reclame in de openbare ruimte, om er zo op toe te zien dat reclame de sociale, economische en ruimtelijke kwaliteit van de stad ondersteunt en voldoet aan de eisen die de gemeente aan reclame-uitingen stelt. Het doel is reclame met de juiste kwaliteit en in de juiste kwantiteit te bevorderen. Door het ontbreken van algemene richtlijnen is het huidige beleid met betrekking tot het plaatsen cq. aanbrengen van commerciële reclame-uitingen niet transparant en bestaat er geen eenduidig toetsingskader.

2. Verschillende vormen van reclame-uitingen, overzicht van reclamecontracten en locaties van reclamemeubilair

Reclame uitingen treft men in de gemeente Enschede aan in veel soorten en maten. Voorbeelden hiervan zijn: lichtreclame aan gevels, verlichte en onverlichte borden aan lichtmasten, sandwichborden aan lichtmasten, billboards, vitrines, MUPI's⁴, plattegrond informatiekasten, abri's, vlaggen, flyers, spandoeken en reclamevoertuigen. Voor het aanbrengen van ideële uitingen zijn plakzuilen beschikbaar.

Reclame is te onderscheiden in verschillende categorieën te weten: ideële uitingen, commerciële reclame aan gevels, evenementenreclame, parkeren van reclamevoertuigen en contractreclame in de openbare ruimte.

2.1 Ideële uitingen

Onder ideële uitingen verstaan we alle uitingen die meningen, gevoelens en overtuigingen bevatten voor zover daarbij geen commerciële goederen en/of diensten worden aangeprezen. Het recht om ideële uitingen aan te mogen brengen vloeit voort uit de grondwet. Hiervoor heeft de gemeente plakzuilen geplaatst die in artikel 2.5.1⁵ APV⁶ worden aangewezen als de plek om ideële uitingen aan te brengen. De gangbare norm die gehanteerd wordt bij het plaatsen van plakzuilen is één zuil per 10.000 inwoners. Het aanbrengen van ideële uitingen wordt toegelicht in bijlage 1.

2.2 Commerciële reclame aan gevels

Het maken van commerciële reclame aan gevels is gebonden aan bepalingen uit de woningwet en artikel 4.7.2 van de APV. De APV regelt alle reclame-uitingen die zich op of aan een onroerende zaak bevinden. Commerciële reclame aan gevels kan tevens via de woningwet aan een bouwvergunningplicht onderworpen zijn.

¹ Dienst Stedelijke Ontwikkeling en Beheer.

² Beheer van de Openbare Ruimte.

³ Bouwen en Milieu.

⁴ Mobiliers Urbains pour Plan ou Information

⁵ Zie bijlage APV artikelen

⁶ Algemene Plaatselijke Verordening.

2.3 Evenementenreclame

Het maken van evenementenreclame zoals het aanbrengen van vlaggen en spandoeken en commerciële reclame-uitingen die zich op gemeentegrond bevinden in de vorm van het plaatsen, aanbrengen of hebben van enig voorwerp op of aan of boven de weg of een weggedeelte is op basis van artikel 2.2.1.1 verboden zonder vergunning van Burgemeester en Wethouders.

2.4 Parkeren van reclamevoertuigen

Het parkeren van reclamevoertuigen is op basis van artikel 5.1.7 APV verboden zonder vergunning van Burgemeester en Wethouders.

2.5 Contractreclame in de openbare ruimte

Onder contractreclame in de openbare ruimte wordt verstaan: alle objecten die zich in de openbare ruimte van de gemeente Enschede bevinden waarin reclame-uitingen geplaatst kunnen worden en waarvoor privaatrechtelijke overeenkomsten zijn gesloten met reclame-exploitanten.

Het doel van deze beleidsregel is ten eerste een inventarisatie te geven van de verschillende soorten contractreclame-uitingen in de openbare ruimte en ten tweede algemene regels te formuleren voor het plaatsen cq. aanbrengen van reclame-uitingen ter nadere invulling van artikel 2.2.1.1 lid 7 onderdeel a tot en met d van de APV.

Omdat het cluster BOR alleen verantwoordelijk is voor het contractreclame beleid zal het vervolg van dit beleidsstuk zich uitsluitend hierop richten.

3. Regels voor contractreclame

3.1 Nadere regels ter invulling van in de APV gestelde eisen

Voor het verkrijgen van een reclamevergunning moet de reclame-uiting voldoen aan de voorwaarden hieraan gesteld in lid 7 sub a tot en met d van artikel 2.2.1.1. APV. Deze voorwaarden hebben betrekking op de verkeersveiligheid (sub a), ruimtelijke kwaliteit (sub b) en lichtuitstraling (sub c) en worden hieronder ingevuld door het formuleren van nieuwe concrete richtlijnen.

A: Verkeersveiligheid

1. Een reclame object mag niet dusdanig van aard zijn dat verkeersdeelnemers het zicht wordt ontnomen op andere verkeersdeelnemers of verkeerssituaties.
2. De kleurstellingen van reclame-uitingen mogen niet dusdanig zijn dat daardoor de kleuren van verkeerslichten of andere lichtsignalen niet goed te onderscheiden zijn.
3. De kleurstellingen van reclame-uitingen mogen niet dusdanig zijn dat daardoor de kleuren van verkeersborden of wegmarkeringen niet goed te onderscheiden zijn.
4. Knipperende, bewegende en/of daglichtreflecterende reclame objecten mogen de verkeersveiligheid niet nadelig beïnvloeden.

B: Ruimtelijke kwaliteit

Om verrommeling van de openbare ruimte te voorkomen en de ruimtelijke kwaliteit te waarborgen dienen alle reclamevergunningen een welstandstoets te doorlopen. De sneltoetscriteria worden hieronder opgesomd.

1. Reclame-uitingen moeten aan de volgende kwaliteitseisen voldoen:
 - schoon zijn 90% van de tijd.
 - werken van de verlichting 90% van de tijd.
 - totale uiterlijke staat 95% van de tijd van hoge kwaliteit.
 - schades worden binnen 24 uur gerepareerd.
2. Knipperende, bewegende of daglichtreflecterende reclame-uitingen zijn in beginsel niet toegestaan.
3. De grenswaarde voor de maximaal toegestane gemiddelde oppervlakteluminantie van reclameborden en -objecten is 800 candela⁷ per m²

C: Lichtuitstraling

In geval van lichtuitstraling kan een beperking van lichtuitstraling en/of tijdsduur worden geëist, wanneer het woongenot van panden in de nabijheid van het reclameobject nadelig wordt beïnvloed.

⁷ Candela: eenheid van lichtsterkte.

3.2 Nadere regels voor het plaatsen van reclameobjecten (locatiekeuze)

Voor het plaatsen van reclameobjecten in de Gemeente Enschede wordt onderscheid gemaakt tussen verschillende locaties. Er worden 6 categorieën onderscheiden te weten:

1. Hoofdinfrastructuur: alle wegen binnen de bebouwde kom waar een snelheidsregime geldt van 50 km per uur.(of meer)
2. Verblijfsgebieden: alle wegen binnen de bebouwde kom waar een snelheidsregime geldt van max. 30 km per uur.
3. Binnenstad: het gebied dat zich binnen de beweegbare afsluiting (bollards) bevindt.
4. Buitengebied: het gebied buiten de bebouwde kom.
5. Winkelcentra: locaties binnen de bebouwde kom waar zich meer dan 5 ondernemers op een punt gevestigd hebben.
6. Centrum: het gebied binnen de singels met uitzondering van het gebied binnen de beweegbare afsluiting zoals genoemd onder locatie 3. Indien binnen dit gebied sprake is van een woonstraat (erftoegangsweg) of woonwijk, waarop een 30 km regime van toepassing is of wordt volgens de richtlijnen van duurzaam veilig, gelden de toetsingscriteria van punt 2.

Vanwege de verschillen in functie van de verschillende soorten reclame-uitingen wordt hieronder kort de functie van de reclame-uiting gedefinieerd en wordt de locatiekeuze kort toegelicht.

Abri's: Abri's zijn wacht- en schuilgelegenheden voor gebruikers van het openbaar vervoer. De locatiekeuze wordt bepaald door de locatie van de halteplaats, dit betekent dat abri's in principe op alle 5 locaties zijn toegestaan.(omdat bussen niet op locatie 3 kunnen komen, staan daar feitelijk geen abri's).

Lichtmastenreclame: Lichtmastenreclame zijn verlichte of onverlichte reclamebakken aan lichtmasten. Lichtmastenreclame is toegestaan op locatie 1, 6 en beperkt op locatie 4.

Tweezijdige displays: Een tweezijdig display is een frame bevestigd aan een lichtmast voorzien van twee panelen waarop een reclameposter aangebracht is. Tweezijdige displays zijn toegestaan op locatie 1, 6 en beperkt op locatie 5.

Reclamevitrites: Een reclamevitrine is (grote) een inwendige verlichte vitrine met (bewegende) reclame. Reclamevitrites zijn toegestaan op locatie 1.

MUPI's: Een MUPI is een tweezijdig reclamebord waarvan een zijde voor gemeentelijke informatie gebruikt wordt. MUPI's zijn toegestaan op locaties 1 en 6.

Stadsklokken: Een stadsklok is een klok voorzien van reclame. Stadsklokken zijn toegestaan op de locaties 1, 2, 5 en 6.

Plattegrondkasten: Een plattegrondkast is een kast voorzien van plattegrondinformatie en reclame. Plattegrondkasten zijn toegestaan op locaties 1, 4 en 6.

Plakzuilen: Plakzuilen zijn zuilen waarop ideële uitingen aangebracht mogen worden. Plakzuilen zijn toegestaan op locaties 1, 2, 3, 5 en 6.

Telefooncellen: Telefooncellen zijn op alle locaties toegestaan mits er geen reclame is aangebracht op de telefooncel.

Overige borden: toegestaan op locatie 1, 6 en beperkt op locaties 3, 4 en 5.

Locatie:	1	2	3	4	5	6
Abri's	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Lichtmastenreclame	Ja	Nee	Nee	Beperkt	Nee	Ja
Tweezijdige displays	Ja	Nee	Nee	Nee	Ja	Ja
Reclamevitrites	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee	Ja
MUPI's	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee	Ja
Stadsklokken	Ja	Ja	Nee	Nee	Ja	Ja
Plattegrondkasten	Ja	Nee	Nee	Ja	Nee	Ja
Plakzuilen	Ja	Ja	Ja	Nee	Ja	Ja
Telefooncellen	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Overige borden	Ja	Nee	Beperkt	Beperkt	Beperkt	Ja

3.3 Kwantiteit

Het doel van dit beleid is reclame met niet alleen de juiste kwaliteit maar ook de juiste kwantiteit te bevorderen. Om verrommeling van de openbare ruimte tegen te gaan en de verkeersveiligheid te bevorderen worden er voor nieuw te sluiten reclamecontracten stellen wij beperkingen aan het aantal reclame-uitingen.

Dat betekent dat wij de volgende maxima vaststellen. Voor

- abri's stellen wij op 225
- lichtmastreclame stellen wij het maximum op 200
- tweezijdige display's op 200
- reclamevitruines op 40
- Mupi's op 92
- Stadsklokken op 12
- Plattegrondkasten op 51

Voor categorieën waar beperkt reclame is toegestaan, zie bovenstaande tabel, geldt een strenger regime voor wat betreft de lichtuitstraling, de maximaal toegestane lichtuitstraling is 200 candela per m²⁸. Reclame wordt toegestaan na overleg met de gemeente Enschede. Zij kan voor de gebieden waar reclame beperkt is toegestaan aanvullende voorwaarden stellen.

Indien diverse soorten reclame-uitingen binnen hetzelfde wegvak worden geplaatst geldt een minimale tussenafstand voor het plaatsen van deze reclame-uitingen. De onderlinge afstand tussen diverse soorten reclame-uitingen moet in het binnenstedelijk gebied tenminste 50 meter bedragen. In het buitenstedelijk gebied wordt deze norm op 250 meter gesteld.

4. Publiek- of privaatrechtelijk reguleren

Voor het reguleren van reclame-uitingen kunnen verschillende constructies gekozen worden. Reclame-uitingen kunnen gereguleerd worden via een privaatrechtelijke regeling, via een publiekrechtelijke regeling of via een combinatie van beide. Wel moet er rekening mee worden gehouden dat de gemeente zich altijd moet houden aan de algemene beginselen van behoorlijk bestuur en dat bepalingen uit privaatrechtelijke overeenkomsten niet strijdig mogen zijn met wat bepaald is in de APV of hogere regelgeving.

4.1 Een combinatie van privaatrechtelijk en publiekrechtelijk reguleren

De gemeente Enschede kiest voor het reguleren via een combinatie van publiekrechtelijke en privaatrechtelijke instrumenten. De reden hiervoor is dat er via de privaatrechtelijke weg meer inkomsten gegenereerd kunnen worden en via de publiekrechtelijke weg getoetst kan worden aan de APV en de welstandsnota waarmee een eenduidig toetsingskader gecreëerd wordt.

5. Aanbesteden

Het sluiten van contracten met exploitanten van buitenreclame valt onder artikel 7 sub c van de nieuwe aanbestedingswet. Deze wet wordt verder ingevuld door het Besluit Aanbestedingsregels Overheidsopdrachten (BAO). Naar aanleiding van de nieuwe wet zal het BAO nog aangepast worden. Het beleid van de overheid in deze is uniformiteit te introduceren. In ieder geval moet voldaan worden aan de eisen van non-discriminatie, objectiviteit en transparantie en op basis van de nieuwe wet proportionaliteit en integriteit.

Met dit nieuwe reclamebeleid voor contractreclame zal aansluiting gezocht worden bij de nieuwe aanbestedingswet. In dit kader zal een aanbestedingsprocedure voor het sluiten van contracten met exploitanten van buitenreclame verplicht worden voorgeschreven.

6. Markteffecten als gevolg van het aanbestedingsbeleid.

Reclame-exploitanten sluiten contracten met bedrijven die graag reclame willen maken op de nationale markt en/of regionale markt. Reclame-exploitanten sluiten met deze aanbieders van reclame doorgaans een contract van 5 jaar.

⁸ Zie de NSVV publicatie: algemene richtlijn betreffende lichteinder. Deel 4 reclameverlichting.

In het geval dat in het contract met de gemeente bedongen is dat er rekening gehouden wordt met de contracten die reclame-exploitanten hebben gesloten met aanbieders van reclame zal er een overgangperiode zijn. Het concrete effect hiervan is dat als het nieuwe contract aanbesteed gaat worden het oude contract nog uit moet lopen met als gevolg dat er een overgangperiode is waarbij er twee aanbieders tegelijkertijd gelijkwaardige reclame-uitingen mogen exploiteren in de gemeente Enschede.

Hierover moeten in het programma van eisen voorwaarden worden opgenomen zodat de overgang van de oude naar de nieuwe reclame-exploitant indien deze niet dezelfde zijn, geruisloos zal verlopen. Het moet voor partijen duidelijk zijn wie de exploitant is waarmee contractuele verplichtingen aan zijn gegaan zodat ondernemers zo min mogelijk hinder ondervinden van de overgang van een oude naar een nieuwe exploitant.

7. Gemeentelijke uitingen en stadsmarketinguitingen

Meubilair geplaatst door reclame-exploitanten kan ook gebruikt worden door de gemeente voor het aanbrengen van gemeentelijke uitingen of alle andere uitingen niet zijnde handelsreclame. In de huidige situatie is in een aantal contracten door de gemeente bedongen dat in een bepaalde frequentie gemeentelijke uitingen in het reclame meubilair aangebracht mogen worden ten behoeve van de gemeente. De gemeente kan er zelf voor kiezen of zij deze beschikbare ruimte gebruikt voor stadsmarketing of dat zij deze ruimte gebruikt voor uitingen van goede doelen of culturele organisaties. Sinds 1 januari 2007 voert het platform voor stad- en streekmarketing de campagne 'Kleur de Stad' uit en regelt allerlei promotionele uitingen die voor de stad belangrijk zijn in het kader van stadsmarketing

7.1 Gemeentelijke uitingen en de toekomst

Binnen de gemeente wordt op grote schaal gebruik gemaakt van de mogelijkheid om gemeentelijke uitingen aan te brengen in het daarvoor bestemde reclame meubilair. In de toekomst zal zeker ruimte gecreëerd moeten worden om het huidige niveau van gemeentelijke uitingen te handhaven dan wel uit te breiden.

Het streven is om voldoende ruimte te laten voor de gemeente om mee te gaan met ontwikkelingen in de markt. In het kader daarvan wordt op dit moment onderzocht of het mogelijk is lichtkranten in te zetten om culturele activiteiten te promoten. Tevens wil de gemeente de mogelijkheid behouden reclame campagnes aan te mogen brengen in vitrines, eventueel zou het aantal te voeren campagnes omhoog gebracht kunnen worden naar 10 per jaar.

In de MUPI's kunnen gedurende het hele jaar aan één zijde campagnes worden aangebracht, hier wordt veelvuldig gebruik van gemaakt. Deze voorziening moet dan ook zeker in stand worden gehouden.

8. Handhaving

De gemeente heeft de mogelijkheid om voor het sluiten van het contract voorwaarden te stellen waaraan de exploitant moet voldoen. Indien de exploitant zijn contractuele verplichtingen niet nakomt heeft de gemeente de mogelijkheid nakoming af te dwingen met privaatrechtelijke instrumenten. Blijft een exploitant in gebreke dan kan, op basis van een tekortkoming in de nakoming van de verbintenissen, het contract ontbonden worden.

